WEB 2.0 ET MÉDIA SOCIAUX

Ces outils qui changent la vie des acteurs du développement agricole

« Dans les pays développés,
le Web 2.0 et les média sociaux
font désormais partie du quotidien
pour la plupart des individus.
Mais dans les pays en développement,
ils représentent un outil qui change la vie
de grand nombre de ceux qui les découvrent. »

Michael Hailu,
Directeur du CTA

Ce livret est publié par le Centre technique de coopération agricole et rurale ACP-EU (CTA). Il s'appuie sur des études de cas documentées et décrites par les parties concernées, avec l'aide d'un journaliste professionnel. Tous les acteurs de ces études appartiennent à la vaste communauté Web2pourDev, consacrée au Web 2.0 et aux média sociaux dans le domaine du développement agricole et rural. Ils inter-agissent également de plusieurs façons.

© CTA

© CTA

Coordination
Stéphane Gambier, CTA
Bianca Beks, CTA

Rédaction
Clare Pedrick, Royaume-Uni

Édition
Giacomo Rambaldi, CTA
Ken Lohento, CTA

Révision
Johnson Opigo, Nigeria

Relecture
Anne Downes, Irlande
Carole Salas, Italie

Conception graphique
Stéphanie Leroy, France

Mise en page
Flame Design, Afrique du Sud

Impression
Pure Impression, France

Crédits photo
Couverture : © CTA

Crédits carte
Alison DeGraff, États-Unis

CTA 2015
2212-6384

TABLE DES MATIÈRES

4 AVANT-PROPOS
Le Web 2.0 au service du développement

6 INTRODUCTION
18 récits de changement

8 CHAPITRE 1
Dialogue politique et actions de plaidoyer
Les média sociaux au service de l'élaboration politique

22 CHAPITRE 2
Le développement d'une chaîne de valeur
Dynamiser les liens

38 CHAPITRE 3
Fournir des services d'information
Les répercussions du partage des connaissances

Le Web 2.0 au service du développement

Les TIC, et notamment le Web 2.0 et les média sociaux, ont transformé notre façon de communiquer et d'interagir, contribuant à combler le « fossé numérique » entre les milieux urbains et ruraux, et permettant aux personnes en milieu rural ayant accès à Internet de pouvoir offrir et bénéficier de toute une gamme de services auparavant inaccessibles.

Les exploitants agricoles promeuvent leurs produits sur Facebook ; les services de développement utilisent les média sociaux pour démarcher des clients ; et les ONG utilisent de nombreux outils de ce type pour monter des campagnes de plaidoyer destinées aux décideurs les plus influents. Les chercheurs utilisent des outils collaboratifs en ligne pour travailler sur des publications conjointes, et les jeunes blogueurs utilisent leurs nouvelles compétences pour trouver et diffuser du contenu en ligne. Les jeunes entrepreneurs sont enthousiasmés par la possibilité de développer des services novateurs en ligne et de lancer leur propre entreprise. Les conseillers techniques ont un sentiment de légitimité accru puisqu'ils possèdent de meilleures compétences pour faire des recherches avancées en ligne ou utiliser des systèmes d'alerte. Les formateurs ont le sentiment gratifiant de pouvoir présenter à leurs élèves et à leurs collègues des plateformes propices aux échanges d'information. Tout au long de la chaîne de valeur, de nombreux acteurs étudient de nouvelles façons d'acheter ou de vendre des intrants et des produits agricoles.

Dans les pays développés, le Web 2.0 et les média sociaux font désormais partie du quotidien pour la plupart des individus. Mais dans les pays en développement, ils représentent un outil qui change la vie de grand nombre de ceux qui les découvrent. Selon des analyses d'impact menées par le CTA en 2011 et 2013 sur ses propres activités de renforcement des capacités sur le Web 2.0 et les média sociaux, le taux d'adoption est extrêmement élevé, et les effets sont positifs à la fois au niveau personnel, institutionnel et au niveau des bénéficiaires finaux. Les jeunes femmes seraient plus susceptibles d'utiliser des média sociaux après une formation.

Ce domaine excitant et dynamique a un immense potentiel : celui d'amener des changements positifs et de favoriser le développement de politiques nationales propices à l'adoption généralisée du Web 2.0 et des média sociaux dans le secteur agricole.

Cette publication présente des cas de réussite dans le domaine du Web 2.0 et des média sociaux soutenus par le CTA depuis des années. Nous sommes déterminés à renforcer les capacités de nos partenaires afin de les aider à mettre davantage à profit les TIC pour améliorer la sécurité alimentaire et nutritionnelle dans les pays en développement.

Michael Hailu
Directeur
CTA

développement
agriculture
réseaux
sociaux
exploitants
formation
informations
Web
jeunes
CTA
agricole
autres
Madagascar
blog
désormais
organisation
organisé
plateformes
activités
connaissances
chaîne
personnes
ONG
pays
producteurs
nouvelles
cours
télécentres
personnel
service
politiques
développer
travail
participer
partager
TIC
services
organisations
radio
davantage
améliorer
utiliser
entreprise
valeur
miel
fait
auprès
également
explique
partie
aide
produits
plus
leurs
acteurs
faire
applications
ligne
utilise
comme
explique-t-il
utilisateurs
nombreux
information
publier
femmes
aider
outils
agricoles
Google
rural
Facebook
compétences
peuvent
milieu
membres
blogs
Twitter
notamment
accès
LinkedIn
communication
publie
façon
plateforme
Ghana
formations
monde
pratiques
questions
Ouganda
mettre
opportunités
Internet
potentiel
grâce
recherche
domaine
marchés

18 récits de changement

Difficile d'exagérer la vitesse à laquelle évolue l'innovation technologique. Le Web 2.0, les média sociaux et les applications mobiles jouent un rôle de plus en plus important dans les processus politiques de développement agricole et rural et le développement des chaînes de valeur.

Grâce au Web 2.0 et aux média sociaux, les acteurs du développement peuvent entrer facilement en contact avec leurs pairs et d'autres parties prenantes, renforcer leurs réseaux, accéder à de précieuses informations et publier leur propre contenu, tout en partageant le contenu publié par d'autres.

Entre 2010 et 2014, en partenariat avec des institutions d'accueil spécialement choisies, le CTA a soutenu plus de 120 formations appelées les cours d'opportunités d'apprentissage (OA) sur le Web 2.0 et les média sociaux dans 37 pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP). Ces événements ont été financés par le CTA ou organisés à la façon d'une franchise (avec l'appui et la marque du CTA). Plus de 3 500 personnes en ont bénéficié.

Le CTA a également travaillé en partenariat avec l'Institut des Nations Unies pour la formation et la recherche (UNITAR) sur une offre de cours à distance sur les média sociaux au service du développement à certains membres du personnel des organisations d'accueil et des principales organisations partenaires du CTA. D'autres ateliers personnalisés de formation au Web 2.0 ont été organisés dans le cadre du projet Agriculture Développement Rural et Jeunesse dans la Société de l'Information (ARDYIS). La formation de formateurs était au cœur des activités sur la période 2012-2014, avec un accent tout particulier sur la création de centres de formation nationaux et régionaux. En 2013, un nouveau modèle économique visant à assurer que les organisations d'accueil puissent proposer le programme d'études à plusieurs reprises à la façon d'une franchise a été provisoirement mis en œuvre.

Le suivi régulier et les analyses d'impact externes menées en 2011 (pour la période 2008-2010) et 2013 (2011-2012), ainsi que les analyses ponctuelles réalisées pour les formations à distance ont donné des résultats très encourageants. « Bon nombre de personnes nous ont confié que les séances d'information n'ont pas seulement changé leurs méthodes professionnelles, mais aussi leur vie », explique Giacomo Rambaldi, Coordinateur de programme senior pour le CTA.

En 2013, les OA sur le Web 2.0 et les média sociaux ont remporté le prestigieux prix des projets 2013 du Sommet mondial sur la société de l'information (WSIS) dans la catégorie de l'agriculture virtuelle.

Avec de nombreux exemples issus des pays ACP, ce livret présente des témoignages sur la façon dont le Web 2.0 et les média sociaux contribuent au dialogue politique et aux actions de plaidoyer (chapitre 1), au développement de chaînes de valeur (chapitre 2) et à la création de services d'information (chapitre 3).

Il comporte 18 témoignages couvrant toutes les régions ACP, et démontrant le pouvoir de transformation de ces technologies novatrices.

Les retours d'expérience des bénéficiaires, ainsi que les résultats des exercices d'analyses d'impact, ont conduit le CTA à étoffer ses services et son champ d'action géographique. ■

L'essentiel des faits et chiffres

1005
Nombre total de personnes formées en 2014

3636
participants depuis 2009

62 % HOMMES

38 % FEMMES

Âge

54 % 18-35 ANS

34 % 36-49 ANS

12 % 50-65 ANS

Formations sur place dans 41 pays

Afrique du Sud
Barbade
Belgique
Bénin
Botswana
Burkina Faso
Burundi
Cameroun
Comores
Congo Brazzaville
Côte d'Ivoire
Éthiopie
Fidji
Gambie
Ghana
Guinée-Conakry
Haïti
Île Maurice
Îles Cook
Kenya
Lesotho
Madagascar
Malawi
Maroc
Namibie
Nigeria
Ouganda
Papouasie-Nouvelle-Guinée
Rwanda
Sainte-Lucie
Samoa
Sénégal
Seychelles
Somalie
Soudan
Swaziland
Tanzanie
Trinité-et-Tobago
Vanuatu
Zambie
Zimbabwe

37 %
des participants sont titulaires d'une licence

1 PARTICIPANT SUR 3
est responsable du renforcement des capacités dans son milieu professionnel

12 % sont originaires des Caraïbes et du Pacifique

88 % sont originaires d'Afrique

4 PRINCIPAUX SECTEURS

Milieu universitaire
Gouvernement
Société civile
Secteur privé

STATISTIQUES DE DÉCEMBRE 2014

Dialogue politique et actions de plaidoyer

Les média sociaux au service de l'élaboration politique

Quels sont les meilleurs moyens de stimuler le dialogue politique sur le développement agricole et rural dans les pays ACP ? Quels sont les meilleurs outils pour placer les questions de DAR sur le devant de la scène et ainsi, générer des changements ? Voici quelques-unes des questions étudiées dans ce chapitre qui comprend cinq témoignages sur la façon dont le Web 2.0 et les média sociaux peuvent être mis à contribution pour encourager les interactions sur ces questions clés en mobilisant autant de parties prenantes que possible : des exploitants agricoles aux chercheurs en passant par les jeunes innovateurs dans le domaine des TIC, les responsables du développement et les employés ministériels.

En partageant les informations recueillies auprès de différentes sources, les média sociaux peuvent réellement contribuer à changer les politiques agricoles

En Ouganda, un jeune stagiaire devenu formateur tente de convaincre le gouvernement, par le biais des média sociaux, de soutenir l'utilisation des TIC dans l'agriculture et de développer des politiques publiques pour impliquer la jeunesse rurale. Il utilise également une plateforme de cartographie collaborative en libre accès pour mettre en avant les conséquences du manque d'accès aux services sur les collectivités. Les questions débattues sur la plateforme donnent naissance à des actions de plaidoyer et à des changements politiques.

De même, un consultant en média sociaux en Tanzanie offre ses services à l'occasion de nombreux événements en faveur de changements politiques au profit de l'agriculture. L'un d'eux, le sondage radio auprès des exploitants, est un sondage novateur par téléphone mobile et radio qui vise à faire entendre la voix des exploitants auprès des décideurs. Le sondage s'inscrit dans une campagne plus vaste dont l'ambition est d'encourager les dirigeants africains à investir davantage en faveur de l'agriculture.

À Madagascar, les TIC s'avèrent un outil efficace pour influencer les décideurs. Une plateforme de discussion en ligne lancée en 2012 a encouragé les discussions sur des sujets liés au développement agricole et rural, attirant de nombreux contributeurs, notamment des chercheurs, des agents de vulgarisation, des représentants d'associations d'exploitants et même un certain nombre de membres du personnel du Ministère de l'agriculture, du bétail, de la pêche et de l'environnement. Ce témoignage montre qu'en partageant les informations recueillies auprès de différentes sources, les média sociaux peuvent réellement contribuer à changer les politiques agricoles. ■

© CTA

Dans le monde entier, Internet fait désormais partie de la vie courante.

HISTOIRE 1

Une plateforme au service des politiques de développement rural

L'avènement du Web 2.0 et des média sociaux dynamise le développement agricole et rural à Madagascar. L'introduction des blogs, de Facebook et d'un forum de discussion encourage les interactions et la création de réseaux parmi les acteurs du développement rural, dont certains viennent de secteurs inattendus.

Un vent de changement souffle sur Madagascar. Le développement agricole et rural, ainsi que les politiques qui régiront son avenir, arrivent sur le devant de la scène. Ce changement s'explique en partie par l'introduction de nouvelles TIC, explique Andrianjafy Rasoanindrainy, généralement considéré comme le moteur de l'adoption du Web 2.0 et des média sociaux chez les acteurs du développement agricole et rural (DAR) à Madagascar. Ces nouvelles technologies permettent de repousser les frontières de la communication et de l'échange d'information, tout en attirant toujours plus d'acteurs dans le débat consacré au DAR.

Andrianjafy Rasoanindrainy est le directeur exécutif de Formation aux Technologies et à l'Agriculture (FTA), plateforme malgache de partage d'idées et d'opportunités dans le domaine du développement agricole et rural, notamment par les ICT4D. Il était le formateur principal lors de cinq cours d'OA soutenus par le CTA sur le Web 2.0 et les média sociaux organisés à Madagascar entre 2012 et 2013, qui comprenaient des chercheurs, agents de vulgarisation, formateurs et dirigeants d'associations de producteurs. La FTA a depuis organisé d'autres formations sur le Web 2.0 et les média sociaux pour les femmes et les organisations d'exploitants, et en prévoit d'autres pour les acteurs du développement rural. Elle s'est associée avec le CTA en 2014 pour organiser une formation à distance d'un mois, suivie d'un programme « Un jour pour lancer son site ou son blog ».

Les formations ont eu un impact immédiat à différents niveaux. Ce sont les acteurs sur le terrain (les exploitants et les agents de vulgarisation, ainsi que les chercheurs à leur service) qui bénéficient du changement le plus flagrant. De nouvelles méthodes de communication plus rapides ont créé des liens entre les différents groupes, avec des avantages concrets pour les bénéficiaires finaux : les petits exploitants.

Les moteurs de recherche s'avèrent les outils privilégiés, suivis des blogs et de Facebook qui permettent de gagner en visibilité et de partager les meilleures pratiques. Certains exploitants agricoles et agents de vulgarisation communiquent via Skype, notamment lorsqu'ils vivent dans des régions isolées.

« La formation sur le Web 2.0 et les média sociaux a permis aux acteurs de se connaître et a ouvert de nouvelles opportunités, déclare Andrianjafy Rasoanindrainy, également conseiller pour le Ministère de l'agriculture et responsable de deux projets de déve-

530

membres interagissent au sujet du développement agricole et rural sur le forum GroupSpaces à Madagascar

© Farming & Technology for Africa

Les formations au Web 2.0 et aux média sociaux ont permis à des acteurs de se rencontrer et ont ouvert de nouvelles opportunités.

loppement rural : Ecovillage Madagascar et Rural eMarket. Les chercheurs travaillent sans consulter les exploitants, et si ces derniers font parfois des découvertes extrêmement intéressantes, ils ont tendance à les garder pour eux. Avec le Web 2.0 et les média sociaux, nous constatons que les chercheurs, les agents de vulgarisation et les organisations d'exploitants peuvent interagir. »

Pour illustrer ses propos, il cite le cas d'un agent de vulgarisation qui a récemment bénéficié d'une formation sur le Web 2.0 et les média sociaux. Il a été sollicité par des exploitants qui souhaitaient recevoir de l'aide sur des problèmes liés au bétail, comme des informations sur l'élevage de porcs et de bovins, sur les vaccinations, les maladies et l'alimentation. Les exploitants ont été agréablement surpris lorsque l'agent les a contactés au bout de deux jours seulement avec des réponses complètes.

« Les exploitants ont été stupéfaits par la vitesse et le volume du contenu obtenu en si peu de temps, en faisant des recherches avancées sur Internet, explique-t-il. L'agent de vulgarisation vit dans une région très isolée, où il n'existe pas de ressources d'information, comme une bibliothèque ou un centre de documentation. Mais il a rapidement réuni de nombreuses informations pertinentes sur Internet et les a transmises aux exploitants.

Avec des recherches sur Google et le réseautage permis par les outils du Web 2.0, réunir des informations est plus rapide et plus rentable que jamais. À partir du moment où l'on peut accéder à des sources d'information fiables, on peut obtenir ce que l'on cherche directement sur notre écran. »

À un autre niveau, les TIC s'avèrent utiles pour influencer les décideurs à Madagascar.

Sur GroupSpaces, le forum de discussion Acteur Dev Mada, lancé en 2012, encourage les interactions sur des thèmes liés au développement agricole et rural, et attire de nombreux participants. Le forum GroupSpaces, consacré aux questions de développement agricole et rural, possède à l'heure actuelle plus de 530 membres, dont des chercheurs, agents de développement, membres d'organisations de producteurs et, plus récemment, des membres du gouvernement impliqués dans les décisions politiques.

De nombreux membres du personnel de différents ministères, comme le Ministère de l'agriculture, du bétail, de la pêche et de l'environnement, ont demandé à s'inscrire au forum : ils y participent activement, découvrent les difficultés des exploitants et participent aux débats en ligne sur les questions comme la réforme politique du développement rural à Madagascar et le Programme détaillé du développement de l'agriculture africaine (PDDAA). L'unité politique de développement agricole et rural, rattachée au bureau du Premier ministre malgache, utilise Acteur Dev Mada pour partager des informations recueillies, entre autre, auprès de membres du forum.

« La plateforme grandit à vue d'œil et certains acteurs très bien placés ont demandé à participer aux discussions, explique t-il. De plus en plus de sujets sont publiés et débattus, et cette plateforme est en passe de devenir la plus ouverte et la plus utilisée dans le domaine du développement rural à Madagascar. Un tel forum peut réellement susciter des changements de fond de la politique agricole. » ■

HISTOIRE 2

À la découverte de solutions inspirantes

Un agronome travaillant en tant que vulgarisateur agricole au Cameroun a profité d'une formation sur le Web 2.0 et les média sociaux pour mieux coordonner son travail, notamment pour préparer ses visites sur le terrain. Il constate une augmentation considérable de l'adoption de meilleures pratiques chez les exploitants. Les chroniques qu'il publie sur un blog dédié à l'agriculture urbaine lui ont valu de nombreux abonnés.

Depuis sa participation au concours YoBloCo organisé par le CTA, bloguer est devenu un art de vivre pour Jean Takuete. Il utilise son blog pour partager des informations sur son travail d'agent de vulgarisation au Cameroun, conseiller les exploitants, publier des opportunités d'emploi ou de formation et des articles d'opinion sur des thématiques liées au développement agricole et rural, concernant les jeunes notamment.

« Alimenter mon blog s'est ajouté à mes tâches quotidiennes, explique Jean Takuete, qui a participé à un cours en ligne de l'UNITAR/la FAO financé par le CTA en avril 2013, suivi d'une autre formation en personne du CTA sur le Web 2.0 la même année. Mes nouvelles compétences ont révolutionné ma façon de travailler, tout en augmentant l'impact de mes activités. »

Son travail consiste notamment à former des membres d'organisations de producteurs sur le terrain : il leur enseigne à tirer le meilleur parti des intrants, diagnostiquer les maladies qui touchent leurs cultures et comment accéder aux marchés pour vendre leurs produits. Désormais, il utilise les outils du Web 2.0 pour chercher les dernières actualités avant de les publier sur son blog adressé aux exploitants agricoles. « Les outils du Web 2.0 me permettent de découvrir les expériences et les solutions mises en œuvre ailleurs, en consultant des sites Internet et en m'abonnant à des flux RSS. Je les publie ensuite sur mon blog, explique-t-il. C'est bien plus efficace que la méthode traditionnelle, qui consiste à envoyer un rapport par la poste ou en pièce jointe d'un courriel. Je suis stupéfait par le niveau d'adoption des bonnes pratiques de la part des bénéficiaires que je constate sur le terrain. »

Ses nouvelles connaissances l'aident à travailler à distance et à planifier ses visites sur le terrain (qui impliquent souvent de longs trajets) afin de les rendre plus efficaces. Elles se sont aussi révélées inestimables pour préparer la Journée de l'agriculture destinée aux exploitants agricoles à Nda'a, zone rurale dans l'Ouest du Cameroun, événement dont il s'est fait l'écho à l'aide d'outils du Web 2.0 et des média sociaux. La Journée de l'agriculture à laquelle il a contribué en mars 2014, deuxième édition de cet événement, a attiré plus de 420 exposants, soit plus du triple de la première édition. Il attribue ce résultat à une meilleure préparation grâce à des applications Google et une meilleure information grâce aux plateformes des média sociaux.

Il utilise énormément Facebook pour partager des informations, ainsi que Skype pour la communica-

tion vocale. Le protocole Voice over Internet (VOIP) est bien plus économique que les téléphones traditionnels, et permet à différentes personnes collaborant sur un même projet de passer des appels de conférence avec plusieurs participants.

Pendant son Master de sciences à l'université de Yaoundé, il a effectué des recherches Internet avancées pour trouver des informations scientifiques sur la culture de légumes en sacs. Il a depuis largement partagé ses résultats sur les techniques durables d'agriculture urbaine et semi-urbaine sur plusieurs plateformes de média sociaux, comme Facebook. Il a récemment été invité à participer à un atelier organisé par Protège QV, ONG qui s'efforce de renforcer la protection de l'environnement au Cameroun.

Au Cameroun, comme pour la plupart des régions rurales en Afrique, la radio locale est l'un des meilleurs moyens pour diffuser des informations sur l'agriculture, et Jean Takuete s'est vite approprié les plateformes du Web 2.0 pour améliorer le contenu du programme agropastoral local sur Radio Batcham. Il utilise les outils du Web 2.0 pour organiser des débats avec les présentateurs et partager des informations novatrices sur l'agriculture.

Pour la plupart des régions rurales en Afrique, la radio locale est l'un des meilleurs moyens pour diffuser des informations sur l'agriculture

En tant que membre du Réseau mondial d'innovation pour la jeunesse (GYIN-Cameroun) et de YPARD-Cameroun, deux réseaux actifs dans la promotion du développement rural auprès des jeunes, il considère que les outils collaboratifs du Web 2.0 sont extrêmement efficaces pour planifier des activités avec les membres souvent éparpillés dans une vaste région. Il a lancé cinq forums pour GYIN et modère deux d'entre eux, utilise Google Drive pour partager et travailler sur des documents, et a créé un groupe Google pour la communauté YPARD-Cameroun, dont il est le modérateur national.

Il est fermement convaincu du potentiel des TIC pour l'agriculture au Cameroun, notamment pour les jeunes générations qui délaissent la vie rurale, généralement à cause du manque d'opportunités professionnelles. Il reçoit souvent des remerciements de la part de jeunes qui ont bénéficié d'opportunités d'emploi ou de formation directes via les plateformes de média sociaux qu'il administre. Il a hâte de donner encore plus d'ampleur à son travail.

En juin 2014, il était l'un des trois formateurs d'un cours sur le Web 2.0 et les média sociaux organisé à Yaoundé, avec le soutien du CTA, destiné à 24 jeunes membres d'associations de développement. La formation a été un tel succès qu'une série de formations analogues est en projet pour les responsables de communication du Ministère de l'agriculture, afin d'encourager un meilleur partage de l'information.

« Cette formation destinée aux jeunes aura d'immenses répercussions, car chaque participant va pouvoir présenter le potentiel des outils qu'il aura appris à utiliser une fois de retour dans son association, constate-t-il. À l'heure actuelle, les formations aux TIC pour l'agriculture en sont à leurs balbutiements dans mon pays et je souhaite changer cela. Cette thématique devrait être intégrée à la formation agricole dans tous les établissements d'enseignement. Les TIC pour l'agriculture jouent un rôle primordial dans le développement de l'agriculture. » ■

HISTOIRE 3

L'information, synonyme de pouvoir pour les petits exploitants

Une association faîtière d'organisations de producteurs en Afrique centrale cherche à démocratiser les pratiques liées au Web 2.0 et aux média sociaux pour améliorer la coordination entre son personnel, ses membres et ses partenaires. Or, ce sont les exploitants qui en bénéficient le plus.

À la Plateforme régionale des organisations paysannes d'Afrique centrale (PROPAC), qui regroupe dix organisations nationales de producteurs, le personnel est conscient que sa responsabilité ultime consiste à servir les petits exploitants.

« La PROPAC englobe la Communauté économique des États de l'Afrique centrale (CEEAC) ainsi que la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC), où 70 % de la population pratique l'agriculture familiale, explique Michel

© CTA

Les TIC pour l'agriculture jouent un rôle de premier plan dans le développement de l'agriculture.

Atangana, responsable de l'information et de la communication dans cette organisation installée au Cameroun. Les vrais bénéficiaires de nos activités sont les petits producteurs. »

Dans cet état d'esprit, Michel Atangana et son équipe s'efforcent d'assurer que les petits exploitants aient accès aux informations sur les questions les concernant ; qu'il s'agisse de pratiques agricoles novatrices, d'opportunités commerciales ou de modification des politiques agricoles, l'organisation les encourage à faire entendre leur voix. Les outils liés au Web 2.0 et aux média sociaux y sont propices, en modifiant la façon dont le personnel de la PROPAC interagit au sein même de l'organisation et avec les organisations membres, afin que les informations et les connaissances soient transmises aux exploitants.

Les nouvelles compétences acquises par Michel Atangana ont joué un rôle primordial dans ce processus. En avril 2012, il a découvert le Web 2.0 et les média sociaux lors d'un cours OA organisé par le CTA. En novembre 2013, il a perfectionné ses compétences en participant à un cours en ligne soutenu par le CTA et organisé par l'UNITAR. « J'ai appris à utiliser les flux RSS, à améliorer la production et la collaboration grâce aux Wikis, à utiliser Google Drive, Twitter, Skype, les cartes en ligne, les outils pour bloguer et les média sociaux comme Facebook et LinkedIn », explique-t-il. Suite à la formation, il a transmis certaines de ses nouvelles compétences à ses collègues de la PROPAC.

« Cela fait tout la différence au niveau de nos méthodes de travail », constate-t-il.

Tous les documents ont été numérisés et le personnel partage désormais des documents électroniques à l'aide d'outils collaboratifs, que ce soit au sein de l'équipe ou avec les organisations membres de la PROPAC, qui sont encouragées à participer aux communautés en ligne, synonyme d'un partage accru des connaissances et de nombreuses discussions.

La page Facebook de la PROPAC permet de relayer des informations et des actualités aux membres des organisations.

« Elle nous permet également de présenter une image plus reluisante de l'agriculture africaine, de partager différentes opinions sur les politiques et les programmes agricoles et de parler des innovations et des pratiques utilisées dans d'autres parties du monde », commente Michel Atangana.

Le personnel de la PROPAC utilise Twitter pour publier des actualités en temps réel sur ses activités et sa position sur des questions politiques de premier plan ; Slideshare pour publier des documents en ligne ; Google+ pour partager des photos et des informations sur les politiques agricoles et YouTube pour publier des interviews. Un blog de la PROPAC adressé aux femmes des milieux ruraux publie régulièrement des articles sur les politiques les concernant et met en avant des exemples de réussite de productrices. L'organisation a aussi commencé à concevoir une base de données régionale qui contient des informations à jour sur les prix et les volumes de production de différents secteurs de la région.

« Les outils du Web nous ont permis d'obtenir une couverture médiatique considérable et d'augmenter largement notre visibilité, indique Michel Atangana. Les membres de la PROPAC sont mieux informés des politiques et programmes les concernant et peuvent accéder aux techniques, pratiques et innovations utilisées ailleurs dans le monde. Nos partenaires sont davantage en mesure de suivre les programmes

et les activités que nous mettons en œuvre. Les collectivités connaissent mieux la PROPAC et nous contactent plus régulièrement. »

Michel Atangana a suivi de près le développement d'une plateforme de savoir soutenue par le CTA, au profit de l'Organisation panafricaine des producteurs agricoles (OPPA), dans l'optique de stimuler les échanges sur la politique agricole lors de la période qui a précédé le sommet de l'Union africaine, en janvier 2014. L'OPPA, qui compte parmi ses membres des organisations d'exploitants dans cinq régions, a utilisé la plateforme pour organiser un briefing à l'échelon continental à Yaoundé (Cameroun) en décembre 2013. L'initiative s'est servie de GroupSpaces pour partager des idées sur la façon d'améliorer les organisations d'exploitants agricoles et d'aider l'OPPA à formuler des idées de politique agricole.

Chargée de gérer les problématiques liées au genre au sein de l'OPPA, la PROPAC contribue à sensibiliser au potentiel des plateformes de média sociaux au profit des femmes dans les milieux ruraux. En décembre 2013, elle a organisé le Forum africain des femmes en milieu rural (ARW2013), où une séance spéciale sur le rôle novateur des média sociaux et des opportunités qu'ils offrent aux organisations de producteurs a réuni plus de cent participantes. Le forum, qui se tiendra à nouveau en 2014, cherche à impliquer les femmes des milieux ruraux dans le développement de politiques et de stratégies agricoles.

Transmettre les compétences en TIC aux jeunes exploitants est si essentiel que la PROPAC prévoit des séances sur la gestion des connaissances, le Web 2.0 et les média sociaux spécifiquement dédiées aux jeunes du CHASAADD-M, un centre situé près de Yaoundé qui forme jusqu'à cent personnes à l'agriculture et au développement durable chaque année. « Nous allons leur présenter des outils qui leur donneront accès à des informations sur des techniques novatrices et des pratiques agricoles productives, leur montrer comment participer à des réseaux et des forums en ligne, comment promouvoir leurs activités et collaborer à distance avec d'autres exploitants, dans l'optique globale de faire d'eux des professionnels de premier ordre, ouverts aux TIC et plaçant celles-ci au service du développement agricole », déclare Michel Atangana qui souhaite ouvrir un centre de formation sur les TIC pour l'agriculture pour les jeunes exploitants en Afrique centrale.

« Ces jeunes sont très enthousiastes à propos de notre initiative », observe-t-il. Mais nous avons besoin notamment de remédier à une pénurie d'infrastructure pour les TIC et d'améliorer la connectivité, qui est médiocre actuellement. » ■

S'assurer que les petits exploitants aient accès aux informations sur les questions les concernant ; qu'il s'agisse de pratiques agricoles novatrices, d'opportunités commerciales ou de modification des politiques agricoles

HISTOIRE 4

Faire entendre la voix des producteurs

Juma Ngomuo, consultant en média sociaux, est convaincu que les TIC ont le pouvoir d'influencer les politiques agricoles. Meilleur accès aux terres, opportunités plus durables pour la jeunesse… Ce jeune Tanzanien s'efforce de faire parvenir les questions importantes aux oreilles des décideurs.

Avec le soutien du CTA, il a appris à utiliser les TIC pour présenter l'agriculture comme un secteur viable, et influencer les politiques afin que les jeunes aient davantage de chances de réussir dans ce domaine.

À 28 ans, avec un diplôme en développement rural, il avoue être « accro aux média sociaux ». Il tient actuellement trois blogs, sept pages Facebook et une poignée de comptes Twitter. Il publie régulièrement des vidéos sur YouTube. Il a découvert ces outils lors d'un cours d'opportunités d'apprentissage sur le Web 2.0 organisé par le CTA en 2013.

Le jour (bien que son travail n'y soit pas cantonné), il est responsable de programme pour l'Association des exploitants agricoles diplômés de Tanzanie, organisation composée de membres qui s'efforce de promouvoir l'entreprenariat parmi les exploitants agricoles, notamment auprès des jeunes. Une partie de son travail consiste à gérer les comptes de l'organisation sur les média sociaux, à intéresser les jeunes à ce secteur et à mettre en contact les entrepreneurs agricoles, les prestataires de service et les marchés.

Il gère également plusieurs projets et pages personnels. Au cours des derniers mois, il a assuré des services de conseil sur les média sociaux lors de divers événements visant à faire souffler un vent de changement politique en faveur de l'agriculture. Parmi ceux-ci, le Forum régional de la croissance écologique pour les jeunes, qui se tenait au Kenya, en décembre 2013, a rassemblé des représentants de la jeunesse africaine autour de la question des moyens d'augmenter les opportunités durables pour les jeunes. Un autre était un sondage radio auprès des exploitants, enquête novatrice sur application mobile et à la radio menée en juin 2014 afin de faire entendre la voix des exploitants auprès des décideurs.

Le sondage faisait partie de la campagne « Do Agric » pour encourager les dirigeants africains à investir davantage dans l'agriculture. Juma Ngomuo s'est également impliqué dans ce projet, en tant qu'ambassadeur de la campagne auprès des jeunes et reporter sur les média sociaux.

« Je suis accro aux média sociaux, affirme-t-il. Nous vivons dans un monde numérique où l'information omniprésente est synonyme de pouvoir, celui de se connecter et de se tenir à jour. »

En tant que reporter assistant sur les média sociaux pour la campagne « Faire avancer le droit des femmes aux terres en Tanzanie », il contribue à promouvoir

l'accès aux terres pour les femmes, en utilisant Facebook pour placer cette question en premier plan.

Il déclare adorer ce qu'il fait, et cela se voit. Il a rapidement construit un réseau d'abonnés fidèles qui le suivent sur ses différents comptes. Il est convaincu du potentiel des outils du Web pour plaider en faveur de meilleures politiques.

« Utiliser les TIC pour influencer les politiques publiques peut être essentiel, car si on utilise les média sociaux, on obtient un large soutien, ce qui pousse le gouvernement à réagir », explique-t-il, citant la mobilisation de l'opinion grâce aux média sociaux dans le cadre de la campagne Do Agric, qui exhortait les dirigeants à respecter leurs engagements pris lors de la déclaration de Maputo en 2003 et à consacrer 10 % du budget à l'agriculture. Plus de 2,2 millions de signatures, recueillies grâce à une pétition, ont été transmises aux dirigeants du Sommet de l'Union africaine en Guinée équatoriale en juin 2014.

« Il s'agit également d'une façon d'informer le reste du monde que l'agriculture peut être cool, à condition d'être améliorée, avance t-il. C'est une façon d'expliquer ce que nous faisons, les défis auxquels sont confrontés les exploitants agricoles et les opportunités qui existent. Je souhaite promouvoir des politiques qui donnent aux petits exploitants, aux jeunes et aux femmes, les meilleures chances de tirer le meilleur parti de ces opportunités. » ■

© One Campaign

Le 20 janvier 2014, la star africaine D'banj est devenue la première personne à signer la pétition Do Agric en ligne, pendant le lancement de la campagne à Addis Abeba, en Éthiopie.

HISTOIRE 5

Les média sociaux au service du plaidoyer

Un jeune homme qui a reçu une formation du CTA sur le Web 2.0 et les média sociaux est devenu formateur à son tour. Membre du personnel de l'ONG ougandaise WOUGNET, chantre de l'utilisation des TIC chez les femmes et les organisations de femmes, Moses Owiny est fermement convaincu que ces outils peuvent aider à influencer les politiques.

Avec la deuxième population la plus jeune au monde, et 83 % de ses 15-24 ans au chômage, l'Ouganda doit galvaniser de toute urgence son secteur agricole pour donner aux jeunes l'envie d'y faire carrière. Moses Owiny est convaincu que cette solution sera la clé pour mettre un frein à la pauvreté et au taux de chômage élevé chez les jeunes.

« Les spécialistes du développement agricole, les décideurs politiques, le secteur privé, les agences gouvernementales et d'autres professionnels doivent articuler une nouvelle vision de l'agriculture, à même d'attirer les jeunes », assène Moses Owiny, responsable de programme pour le partage de l'information et le réseautage pour l'ONG ougandaise Women of

© Panos

Olive Namoso, veuve et mère de six enfants, cueille les grains de café dans son jardin.

Uganda Network (WOUGNET). Il est convaincu que « les TIC sont des mécanismes de coordination essentiels dans le domaine du développement agricole et rural : c'est pourquoi leur utilisation pour diffuser des informations sur l'agriculture, les marchés et sur l'ensemble des processus de la chaîne de valeur est importante. »

Son implication au sein du CTA remonte à 2009, alors qu'il participait à un projet de WOUGNET destiné à aider les femmes en milieu rural à accéder aux TIC dans le Nord de l'Ouganda. Il a été invité à participer à un atelier international sur les connaissances au service du développement organisé par le CTA en Namibie, suivi d'une formation financée par le CTA sur la gestion des portails électroniques, destinée aux partenaires, organisée à Accra (Ghana) l'année suivante. Ces formations ont aiguisé sa curiosité pour les ICT4D. « Je suis devenu fasciné par ces outils, et j'ai fait tout ce que j'ai pu pour en savoir plus sur leur utilisation. J'ai développé mes compétences assez rapidement, et j'ai énormément appris », explique-t-il.

Après avoir développé ses propres pages sur les média sociaux, blogs et comptes Twitter, il a remporté une bourse pour se rendre à New York en 2011, dans le cadre du Programme de solutions communautaires du ministère de l'intérieur américain, mis en œuvre par le Bureau international de recherches et d'échanges (IREX). Il était chargé d'enseigner à des femmes à faibles revenus comment utiliser les plateformes des média sociaux et du Web 2.0 pour améliorer leurs perspectives d'emploi.

L'année suivante, après avoir participé au cours en ligne de l'UNITAR/la FAO sur la Collaboration innovante au service du développement (ICfD), avec le soutien du CTA, il a proposé des formations sur les compétences du Web 2.0 et des média sociaux au sein même de WOUGNET. À l'aide du programme du CTA, WOUGNET propose des formations personnalisées, sur le mode d'une franchise, pour favoriser l'amélioration des compétences en TIC, notamment chez les jeunes. À ce jour, Moses Owiny a formé plus de 40 personnes.

Il reçoit fréquemment des retours d'information des jeunes auxquels il a fait découvrir le Web 2.0 et les média sociaux, dont plusieurs ont par la suite été choisis pour devenir des journalistes sur les média sociaux pour la conférence sur les TIC pour l'agriculture du CTA à Kigali (Rwanda) en novembre 2013.

Aujourd'hui, le visage et le nom d'Owiny sont bien connus dans le monde des média sociaux. Il est régulièrement invité à participer à différentes plateformes, à l'instar de la réunion annuelle 4M organisée par Canal France International (CFI) au Kenya en novembre 2013. Il est également actif dans l'utilisation des média sociaux à des fins de plaidoyer, afin d'exhorter le gouvernement à s'engager davantage en faveur des TIC dans l'agriculture et des jeunes en milieu rural.

« Au sein de WOUGNET, nous utilisons Ushahidi, une plateforme de cartographie collaborative gratuite en libre accès, pour mettre en évidence les carences des services aux communautés. Les informations sont répertoriées sur la plateforme et les questions posées génèrent des actions de plaidoyer et des changements politiques. On peut partager des questions et des expériences pour demander aux membres du gouvernement davantage de transparence et de meilleurs services. Plus nous utilisons les média sociaux pour encourager les interactions entre la collectivité locale et les fournisseurs de services, plus notre impact sera fort. » ■

Le développement d'une chaîne de valeur

Dynamiser les liens

En quoi le Web 2.0 et les média sociaux peuvent-ils aider les exploitants, les producteurs et les autres parties intéressées à renforcer leur position dans la chaîne de valeur agricole ? Quels outils sont les plus adaptés pour trouver des informations sur les cultures, favoriser l'accès aux marchés et le partage de nouvelles technologies ? Les cinq témoignages de ce chapitre mettent l'accent sur la gamme complète d'activités nécessaires pour faire passer un produit agricole de l'exploitation au marché, puis au consommateur.

En quoi le Web 2.0 et les média sociaux peuvent-ils aider les exploitants, les producteurs et les autres parties intéressées à renforcer leur position dans la chaîne de valeur agricole ? Quels outils sont les plus adaptés pour trouver des informations sur les cultures, favoriser l'accès aux marchés et le partage de nouvelles technologies ?

Un agronome de Madagascar s'est tourné vers le Web 2.0 et les média sociaux afin de tenter de sauver la population d'abeilles de l'île, dévastée par une maladie. Il a lancé son blog et contacté des apiculteurs étrangers pour leur demander conseil. Invité à participer à des formations en France, il s'est également rendu en Belgique pour acquérir toujours plus de connaissances précieuses, ce qui l'a convaincu que développer la chaîne de valeur du miel à Madagascar était une entreprise viable. L'agronome a créé une association de commerce équitable pour l'apiculture et utilise les média sociaux pour promouvoir son initiative.

À Samoa, une spécialiste des médias travaillant pour une organisation de femmes a lancé un programme pour que les villageoises fassent revivre l'artisanat traditionnel du tissage de nattes en feuilles de pandanus. Le programme avait également pour but de faire découvrir à davantage d'utilisateurs les avantages des TIC, notamment en milieu rural. La formation sur les média sociaux comme Facebook et Twitter à des fins de marketing a aidé les tisserandes à atteindre des clients à Toga, le deuxième marché de Samoa pour les nattes.

Un responsable technique de la filière du cacao à l'échelle d'un district au Ghana a utilisé les outils du Web 2.0 pour promouvoir le développement de produits de terroir géographique et culturel au moyen d'une « indication géographique ». Ce label est la garantie d'une production dans un lieu donné. Il certifie que les produits sont réalisés dans le respect des méthodes traditionnelles et que leur origine géographique est contrôlée. ■

© CTA

Les producteurs de tomates peuvent renforcer leur position au sein de la chaîne de valeur agricole en utilisant le Web 2.0 et les média sociaux.

HISTOIRE 6

Les blogs au service des petits exploitants

En Ouganda, les producteurs et les organisations locales découvrent les avantages du Web 2.0 et des média sociaux. L'ONG locale BROSDI utilise les TIC pour aider les producteurs, transformateurs et autres acteurs des chaînes de valeur agricoles. Elle a conçu une façon ingénieuse de mettre en contact les exploitants qui n'ont pas accès à Internet.

Ednah Karamagi, directrice exécutive de l'Initiative du développement rural libre de Busoga (BROSDI), a utilisé le Web 2.0 et les média sociaux bien avant de les connaître sous cette appellation. Elle a découvert leur nom, ainsi que bien d'autres informations sur leur utilisation, le 25 septembre 2007, alors qu'elle participait à la Conférence internationale sur le Web 2.0 pour le développement, organisée par le CTA à Rome. « Je m'en souviens comme si c'était hier, se rappelle-t-elle. Je n'avais jamais entendu les mots « Web 2.0 » ou « média sociaux » auparavant. Nous utilisions ce que j'appelais des applications de partage des connaissances pour mettre en œuvre nos projets. »

Une fois de retour en Ouganda, où BROSDI utilise les TIC à des fins de transmission du savoir pour améliorer les moyens de subsistance en milieu rural, Ednah Karamagi a intensifié l'utilisation du Web 2.0 et des média sociaux dans l'ONG et a formé des exploitants et d'autres utilisateurs, tout en diffusant ces compétences aux membres du personnel de BROSDI. La responsable de programme, Maria Nakirya, a lancé des blogs et enseigné comment les utiliser au service des exploitants ougandais, après avoir assisté à une courte présentation animée par Ednah Karamagi.

Les progrès ont été tels qu'Ednah Karamagi et son équipe ont été sollicitées par le CTA pour animer des séances de formation en Ouganda. Avec le soutien du CTA, l'ONG propose désormais cinq cours aux acteurs des chaînes de valeur agricoles. Elle continue d'organiser d'autres ateliers d'après le module de formation du CTA, auquel BROSDI a désormais contribué, avec des conseils sur la façon de tenir efficacement un blog et d'attirer toujours plus d'abonnés.

Les résultats ont été aussi rapides qu'impressionnants. Certains exploitants formés par BROSDI ont appris à tenir un blog et ont partagé des pratiques utiles avec leurs homologues. Les stagiaires d'organisations locales (OL) ont obtenu des financements après avoir appris à utiliser les moteurs de recherche pour trouver des bailleurs de fonds grâce à BROSDI.

De nombreux exploitants ont trouvé de nouveaux marchés. Un producteur de Mbarara qui souhaitait augmenter ses ventes de bananes de Latundan a identifié un marché en Europe, et a contacté d'autres exploitants pour réaliser des ventes collectives. Un autre exploitant a utilisé ses nouvelles connaissances en TIC pour trouver des marchés pour ses choux, et développe des techniques de transformation pour ajouter de la valeur à ses produits et éviter le gaspillage après la récolte. Il vend désormais à des supermarchés à Kampala.

© BROSDI

Ces exploitants agricoles de Mbarara, en Ouganda, expliquent la culture des bananes de Latundan. De nombreux exploitants ont trouvé de nouveaux marchés.

Le Réseau CELAC des producteurs de Kayunga a appris à construire un séchoir solaire en ligne. Le groupe utilise désormais cet appareil pour déshydrater des bananes, ananas et champignons, augmentant ainsi leur durée de vie en rayon et leur valeur, afin de les vendre à des supermarchés en Ouganda. Les membres du groupe bénéficient d'un tarif préférentiel pour déshydrater leurs récoltes et le séchoir leur permet de gagner un revenu d'appoint en monnayant ce service auprès d'autres exploitants.

Selon Ednah Karamagi, les outils les plus utiles aux producteurs sont les moteurs de recherche, pour trouver des informations et des marchés, et les blogs, pour partager des idées et construire des réseaux. Twitter et LinkedIn représentent une aide précieuse aux ONG. « On doit apprendre à utiliser efficacement ces outils pour les mettre à profit et ne pas se retrouver perdus dans un océan d'information, » explique-t-elle.

Les outils les plus utiles aux producteurs sont les moteurs de recherche, pour trouver des informations et des marchés, et les blogs, pour partager des idées et construire des réseaux. Twitter et LinkedIn représentent une aide précieuse aux ONG

Puisque les smartphones sont désormais abordables en Ouganda, la formation de BROSDI consiste aussi à montrer aux utilisateurs comment tirer le meilleur parti de ces outils sur leur appareil mobile. Les bureaux de BROSDI dans le district de Mayude offrent des formations pratiques et un accès à des ordinateurs. Même les exploitants sans accès à Internet peuvent tenir un blog. BROSDI a conçu un service qui consiste à publier du contenu fourni par des exploitants qui souhaitent partager leurs meilleures pratiques. Les producteurs dans les milieux ruraux envoient les informations par la poste, ou par des lettres transportées par bus. Le personnel de BROSDI saisit le contenu de la lettre et le publie sur le blog « Recueillir et échanger le contenu agricole local » (CELAC) de l'ONG. Ils impriment aussi les articles de blog utiles et les envoient aux exploitants qui n'ont pas d'autres moyens de les lire.

Pour les ONG et les OL qui n'ont pas les ressources pour développer, héberger et tenir un blog, BROSDI propose une solution simple : développer un blog sous Wordpress et en faire ainsi un site gratuit.

L'ONG assure une formation permettant aux exploitants et aux organisations d'attirer plus de trafic sur leur blog, les conseillant pour rédiger leurs articles et insérer des liens vers les pages d'autres groupes sur d'autres plateformes comme LinkedIn, Facebook et Twitter.

« Aujourd'hui, il faut aller plus loin pour faire connaître son blog, indique Ednah Karamagi. Si on n'en fait pas la publicité, peu de lecteurs viendront interagir et nombreux seront les blogueurs à abandonner rapidement l'expérience. Mais si l'on reçoit des commentaires du monde entier, des réponses et des interactions, on sait que les lecteurs sont bien là, ce qui donne l'énergie et l'enthousiasme nécessaire pour continuer. » ■

HISTOIRE 7

Mettre en contact les participants de la chaîne de valeur apicole

Un agronome de Madagascar utilise le Web 2.0 et les média sociaux pour acquérir des connaissances sur l'apiculture. Des contacts internationaux forgés grâce à son blog l'ont conduit à participer à des formations et à effectuer des visites d'échange en Europe. Une association d'apiculteurs sous l'égide du commerce équitable promet désormais d'aider les apiculteurs locaux à développer la chaîne de valeur du miel.

Lorsqu'une maladie a commencé à dévaster les ruches de Madagascar, menaçant l'espèce locale *Apis mellifera unicolor,* Fidy Andriamamonjy a attiré l'attention internationale sur le calvaire des apiculteurs de l'île, afin d'endiguer l'épidémie, à l'aide des média sociaux auxquels il avait été formé lors d'un cours OA du CTA en 2012.

Le blog sur la varroase créé par Fidy Andriamamonjy, qui travaillait dans la communication au Centre d'information technique et économique (CITE) d'Antananarivo et qui diffusait des informations radiophoniques sur le secteur agricole, a déclenché une imprévisible cascade d'événements. En 2014, cette quête qui avait vu le jour sous la forme d'une mission pour sauver la population d'abeilles de l'île s'était transformée en une stratégie d'envergure pour développer la chaîne de valeur apicole du pays, avec des exportations de miel produit localement vers l'Europe.

« À l'époque, je ne savais pas grand chose de l'apiculture. C'était la première fois que j'utilisais un blog, Facebook ou ce type d'outils. Mais la maladie continuait à se propager, alors je me suis mis à contacter des apiculteurs étrangers qui auraient des informations à ce sujet, et je leur ai demandé conseil », explique-t-il.

Il a publié sur son blog des photographies, vidéos et articles sur la maladie, tout en utilisant Google+ et en envoyant des courriels pour aborder la question avec des apiculteurs en France et en Belgique, avec qui il était entré en contact sur les média sociaux.

« Ils m'ont parlé de solutions possibles. C'est vraiment grâce au blog que j'ai pu trouver et proposer des solutions, explique-t-il. J'y ai publié des articles sur certaines solutions utilisées en France. »

Une association d'apiculteurs français l'a hébergé lors d'un cours sur les maladies des abeilles. Une visite d'échange s'est tenue peu après avec d'autres associations apicoles, et il a parcouru la France et la Belgique pour découvrir les meilleures pratiques en la matière. L'expérience l'ayant convaincu de la viabilité de la création d'une chaîne de valeur apicole dans son pays, il a lancé Beemada, une association de commerce équitable, en utilisant évidemment les média sociaux pour attirer l'attention.

1,8

tonne de miel de litchi a été exportée de Madagascar vers l'Europe

Des fonds étant nécessaires de toute urgence pour aider les apiculteurs locaux à soigner leurs ruches, il s'est tourné vers la plateforme de financement collaboratif Ulule pour lancer une campagne de sauvetage des abeilles, en publiant des informations et des vidéos sur les défis que rencontre l'apiculture à Madagascar. L'appel a dépassé l'objectif de dons de 2 842 euros.

Continuant sur sa lancée, l'agronome a décidé de développer son blog. Il l'a étoffé pour parler de l'apiculture à Madagascar en général et a ajouté des pages contenant des informations sur d'autres aspects de ce domaine.

« L'idée était de rassembler les personnes passionnées par l'apiculture, explique-t-il. J'ai créé une page Facebook, par laquelle j'ai essayé de développer le secteur apicole à Madagascar. »

Aujourd'hui, son blog propose un service d'information sur l'apiculture à Madagascar, avec des conseils sur la production et la prévention des maladies.

« J'ai été contacté par de nombreuses personnes, de Madagascar et de l'étranger, qui souhaitaient des informations sur les prix, la production et les formations, et en savoir plus sur la commercialisation. Ce projet décolle réellement grâce au blog et à Facebook », explique-t-il.

Convaincu que l'apiculture a un énorme potentiel à Madagascar, Fidy Andriamamonjy entend désormais s'y consacrer à plein temps. Il co-écrit un livre sur les maladies des abeilles et l'apiculture à Madagascar, et est en train de lancer une entreprise sociale de commerce équitable appelée Happy Madagascar, pour soutenir les apiculteurs locaux et développer le marché d'exportation du miel.

Selon lui, la clé du succès réside dans le regroupement des acteurs de la chaîne de valeur.

« La chaîne de valeur apicole à Madagascar pèche par manque d'information et de liens entre les différents participants. Certains exploitants ne sont pas en contact avec d'autres acteurs en amont et en aval de la chaîne, explique-t-il. Certaines personnes qui aimeraient acheter du miel et d'autres produits ne le peuvent pas, car le marché n'est pas aussi développé que dans d'autres pays. Le Web 2.0 et les média sociaux peuvent contribuer à créer des liens entre les différents participants de la chaîne de valeur, non seulement entre les apiculteurs eux-mêmes, mais aussi avec les chercheurs. Je suis désormais en contact avec eux, à Madagascar et à l'étranger. »

En 2011, Madagascar a pu lever un embargo en vigueur depuis de nombreuses années sur les exportations de miel vers l'Europe, son principal marché. En janvier 2014, le pays a exporté une cargaison de 1,8 tonne de miel de litchi vers l'Europe, à un prix de 14 euros le kilo.

« C'est un volume relativement modeste, mais nous en tirons un bon prix par rapport au miel normal, car ce type de miel est unique au monde », indique Fidy Andriamamonjy. Selon lui, le miel biologique local d'eucalyptus, de baobab et de litchi peut continuer à obtenir des prix majorés.

« Notre intention est de travailler sur les ventes à l'exportation du miel de Madagascar, mais nous allons également fournir du matériel d'apiculture aux producteurs locaux. Je vais évidemment utiliser mes média sociaux pour développer tout cela.» ■

© R. Ramasomanana/IFAD

Un producteur récolte du miel dans le district forestier de Vavatenina, à Madagascar.

HISTOIRE 8

De l'indication géographique à la maladie du cacaoyer

Un responsable technique de la filière du cacao au niveau du district utilise les outils du Web 2.0 pour trouver et promouvoir des projets potentiels d'indication géographique (IG) au Ghana, son pays natal. Ignatius Pumpuni nous explique en quoi sa formation sur les TIC l'a aidé à collaborer avec des confrères sur les IG et à identifier une mystérieuse maladie du cacaoyer chez un producteur.

Ignatius Pumpuni, responsable technique de district pour l'Office du cacao du Ghana, pense que les actes généreux méritent un retour d'ascenseur. Ainsi, lorsqu'il a participé à un atelier sur les indications géographiques (IG) en juin 2014, il a partagé ses connaissances sur le Web 2.0 avec les autres participants. La formation sur le renforcement des capacités pour les produits IG, soutenue par le CTA et organisée à Akosombo (Ghana), visait à susciter l'intérêt envers le potentiel de développement de produits enracinés dans un terroir bien précis, qui peuvent par conséquent obtenir des prix majorés.

La création de cadres et de mécanismes institutionnels, législatifs et organisationnels afin de créer, suivre et contrôler les méthodes de production et s'assurer que les produits répondent aux normes des IG, compte parmi les défis à relever

Fermement convaincu du potentiel d'une chaîne de valeur plus forte pour la production agricole au Ghana, Ignatius Pumpuni savait qu'il pouvait faire la différence.

« Pendant la formation, j'ai enseigné à d'autres participants à utiliser Google Alertes et d'autres applications du Web 2.0 pour obtenir des informations utiles sur les indications géographiques, explique-t-il. Ils ont tous été stupéfaits par les possibilités et l'utilité de ces outils. Juste après la présentation, un participant gambien avait déjà reçu trois alertes sur des thématiques qui l'intéressaient directement. »

À la fin de l'atelier, les participants ont été divisés en groupes pour des travaux pratiques de suivi. L'équipe d'Ignatius a choisi de mettre l'accent sur l'identification et la promotion de produits potentiellement IG au Ghana. Dans le cadre de ce projet, les membres de l'équipe ont décidé de concevoir une base de données pour d'autres produits IG potentiels. Éparpillés dans tout le pays, ils utilisent désormais Google Alertes pour faire des recherches et Google Drive pour collaborer et partager leurs travaux en ligne.

Le Ghana possède tout un éventail de produits qui pourraient faire l'objet d'une IG, comme : le cacao Ghana Fine Flavor, le beurre de karité et l'igname de Shama, l'ananas Sugarloaf, le thé Chocho et l'huile de palme de Zomi. La création de cadres et de mécanismes institutionnels, législatifs et organisationnels afin de créer, suivre et contrôler les méthodes de production et s'assurer que les produits répondent aux normes des IG, compte parmi les défis à relever.

© Panos

Aminatu Kasim, exploitante agricole à Kuapa Kokoo, étale ses fèves de cacao au soleil pour les sécher. Kuapa Kokoo est une organisation de producteurs de cacao certifiée commerce équitable qui compte 45 000 membres dans les forêts de Kumasi, au Ghana.

Ignatius Pumpuni a également appris à utiliser des applications de TIC novatrices lors d'un cours OA sur le Web 2.0 organisé par le CTA à Accra (Ghana) en 2010.

« J'ai énormément appris pendant cette formation. Je ne connaissais pas LinkedIn, Blogger, les flux RSS, Google Drive, Google Maps ni Google Alertes, indique-t-il. Ces outils m'ont relié au monde et ouvert de nouvelles portes. »

Il a commencé à utiliser LinkedIn pour élargir son réseau professionnel et se faire connaître avant de bloguer pour créer et partager des informations, sans oublier les moteurs de recherche. Après avoir créé un compte sur les média sociaux et s'être inscrit sur différentes plateformes, le jeune responsable du développement du cacao a invité ses collègues à faire de même et leur a expliqué comme procéder. Il estime avoir formé des centaines d'agents de vulgarisation au cours des trois dernières années, dont bon nombre forment d'autres personnes à leur tour.

En plus de travailler pour l'Office du cacao du Ghana, Ignatius mène des recherches et des activités de conseil sur le développement rural dans des domaines comme l'entreprenariat rural, la gestion de la chaîne de valeur du cacao, les indications géographiques et la commercialisation.

« Grâce au Web 2.0, il est plus simple de diffuser les informations entre tous les acteurs de la chaîne

de valeur, mais aussi de créer des informations et de mener des travaux de recherche, explique-t-il. Le fossé d'information entre les chercheurs, agents de vulgarisation et exploitants peut être comblé en utilisant des plateformes comme LinkedIn et Google Alertes. Je reçois des invitations à des ateliers par LinkedIn, les flux RSS et Google Alertes. J'utilise Dropbox pour partager des informations au travail. » Google Alertes est vite devenu son outil de prédilection, lui permettant de recevoir des informations à jour et pertinentes, qu'il ne pourrait pas obtenir aussi rapidement par les moyens traditionnels.

Dans le cadre des stratégies d'adaptation au changement climatique proposées, les exploitants reçoivent désormais gratuitement de l'engrais pour améliorer la fertilité des sols et la plupart des exploitations de cacao ont été réhabilitées

« Pour obtenir des informations sur le changement climatique, j'ai créé une requête personnalisée sur Google Alertes, et chaque politique et information sur ce qu'il advient à l'échelle mondiale sur le changement climatique m'arrive directement, » explique-t-il.

Par conséquent, après avoir utilisé différentes applications du Web 2.0 pour faire des recherches et rédiger une proposition, Ignatius Pumpuni a signé un contrat de 12 000 dollars avec le géant des produits chocolatés Mars Inc. Le projet consistait à analyser la façon dont les producteurs de cacao perçoivent les répercussions du changement climatique sur la production de cacao dans six régions productrices au Ghana.

« Après la rédaction du rapport, un forum de parties prenantes a été organisé pour aborder les conclusions, et nous avons véritablement contribué à formuler des politiques dans le secteur du cacao, indique-t-il. Dans le cadre des stratégies d'adaptation au changement climatique proposées, les exploitants reçoivent désormais gratuitement de l'engrais pour améliorer la fertilité des sols et la plupart des exploitations de cacao ont été réhabilitées. »

Ignatius Pumpuni peut observer les conséquences positives des TIC sur son travail au quotidien. Il cite l'exemple de l'un de ses collègues agent de vulgarisation, qui s'est récemment rendu dans une exploitation et a remarqué une étrange maladie sur certaines cabosses. Il a envoyé une photo d'une cabosse atteinte par téléphone mobile à Ignatius, qui a immédiatement fait une recherche sur Google. Un diagnostic et un traitement ont rapidement pu être définis, ce qui a permis au producteur d'éviter des pertes sévères. ■

HISTOIRE 9

Relier les communautés et les chaînes

Le responsable de développement ougandais Robert Kibaya, ambassadeur régional de NetSquared en 2015 pour l'Afrique de l'Est, passe une grande partie de son temps à bloguer sur les activités de l'ONG rurale qu'il a fondée et mise en contact avec des organisations du monde entier. Les résultats montrent qu'il utilise son temps à bon escient.

Les plateformes de média sociaux gérées par Robert Kibaya dessinent une mosaïque foisonnante de photographies, de vidéos et d'articles. Il publie des photos montrant des écoliers en milieu rural recevant des livres et d'autres fournitures scolaires, ou en train d'utiliser de nouveaux ordinateurs dans leur classe. D'autres publications montrent les enfants en train de s'occuper de poulets dans le cadre d'un projet commercial d'élevage de poulets pour aider les jeunes à payer leur scolarité, améliorer leur nutrition et acquérir des compétences entrepreneuriales.

Cet acteur engagé en faveur du développement rural en Ouganda estime passer au moins cinq heures par jour à publier du contenu sur une série de listes de discussion sur Dgroups, à tenir son blog, sa page Facebook et d'autres comptes pour contribuer à garder son organisation de développement des communautés rurales de Kikandwa sous le feu des projecteurs.

« Je passe une bonne partie de mon temps en ligne car le Web 2.0 et les applications de média sociaux me permettent d'entrer en contact avec d'autres personnes du monde entier et d'atteindre les ressources dont nous avons besoin, explique-t-il. Au début, cela me prenait plus de temps car je construisais des communautés sur les plateformes de média sociaux, mais les résultats sont très productifs. »

Ces cinq dernières années, Robert Kibaya a bénéficié de nombreux services du CTA, dont une formation à distance (un cours sur le Web 2.0 et les média sociaux organisé par l'UNITAR/la FAO), un cours OA en personne sur le Web 2.0 et des bourses pour participer à des ateliers et conférences. Ses nouvelles compétences ont changé sa façon de travailler.

Le Web 2.0 et les applications de média sociaux permettent d'entrer en contact avec d'autres personnes du monde entier et d'atteindre les ressources nécessaires

« Les compétences pratiques que j'ai acquises suite au cours sur le Web 2.0 du CTA m'ont permis d'utiliser de façon novatrice les réseaux en ligne, les plateformes de financement et les blogs, commente-t-il, très sollicité en tant que formateur par d'autres organisations de la société civile, qu'il forme à développer des plateformes de média sociaux pour augmenter leur portée. « Transformer l'information en opportunités au profit du développement personnel et communautaire est désormais mon activité quotidienne. »

© Robert Kibaya

Les écoliers des régions rurales d'Ouganda reçoivent des livres et d'autres fournitures scolaires. Les plateformes de média sociaux ont rendu ce don possible.

Robert Kibaya a lancé cette ONG, dont il est directeur exécutif, après avoir remarqué que la région souffrait de graves carences en matière d'initiatives à même d'alimenter le développement rural. « Le développement agricole ou l'amélioration des moyens de subsistance des petits exploitants ne se résume pas à fournir des intrants agricoles, clame-t-il. Mettre les TIC au service du développement agricole et rural est primordial pour combattre la pauvreté des ménages en milieu rural. En Ouganda, environ 80 % de la population a une activité agricole : à moins de développer ce secteur, de nombreuses personnes risquent de rester pauvres. Les TIC doivent être généralisées pour amener l'agriculture à un certain niveau. »

Sur son blog, qui est automatiquement lié aux autres plateformes de média sociaux, il publie désormais des actualités sur les activités de son ONG au lieu d'écrire, d'imprimer et de distribuer laborieusement des rapports trimestriels à la main

Selon lui, les blogs sont l'un des outils les plus précieux pour y parvenir. Sur son blog, qui est automatiquement lié aux autres plateformes de média sociaux, il publie désormais des actualités sur les activités de son ONG au lieu d'écrire, d'imprimer et de distribuer laborieusement des rapports trimestriels à la main.

« Mon blog est connecté à Facebook, Twitter, LinkedIn et Google+ : lorsque je publie un article, il est répercuté automatiquement sur ces réseaux,

explique-t-il. Cette méthode nous aide à cibler un vaste public. Si je veux atteindre 5 000 personnes, je peux le faire en une minute, avec une seule publication. »

Il a constaté que le Web 2.0 et les média sociaux peuvent être de puissants outils pour mobiliser les ressources, tant sur un versant technique que financier. L'un de ses bailleurs de fonds les plus actifs, installé au Texas (États-Unis), a commencé à effectuer des dons suite à une publication sur son blog, automatiquement transférée sur LinkedIn.

« Il m'a envoyé 500 dollars que j'ai consacrés à des fournitures scolaires pour 500 écoliers en milieu rural, déclare-t-il. J'en ai ensuite parlé sur mon blog et je lui ai envoyé le lien, afin qu'il puisse voir à quoi nous avions consacré son don. »

De son expérience, parler de besoins de développement sur Internet (en publiant des articles, des photos et des vidéos des résultats) peut s'avérer bien plus efficace que les appels à dons traditionnels.

« Je ne rédige désormais plus d'appels à financement. Si l'un de mes projets a besoin de soutien, j'en parle sur mon blog et je demande du soutien pour sa mise en œuvre. On peut même publier des vidéos sur les blogs. »

Alors qu'il souhaitait lancer un projet d'apiculture, il a cherché des informations sur Internet et envoyé des courriels à certains membres de son cercle toujours grandissant de contacts internationaux. L'un d'eux était le CTA, qui s'est proposé de lui envoyer des documents sur la construction et l'entretien d'une ruche. L'étape suivante était une campagne de levée de fonds via son blog, sa page Facebook

De son expérience, parler de besoins de développement sur Internet (en publiant des articles, des photos et des vidéos des résultats) peut s'avérer bien plus efficace que les appels à dons traditionnels

et son compte Twitter. L'appel a récolté 700 dollars en un mois, grâce auxquels une équipe et lui ont pu construire et distribuer six ruches aux écoliers de la région.

Cette réussite lui a donné l'idée de développer davantage la chaîne de valeur apicole. Une apicultrice américaine, qui transforme le miel et d'autres produits de la ruche pour en faire des produits de qualité, a lu un article sur son blog. Elle s'est rendue bénévolement en Ouganda pour l'aider à ajouter de la valeur à ses produits et à les vendre sur des marchés locaux et internationaux.

Cette situation montre en quoi les TIC peuvent nous donner accès aux compétences, aux connaissances, aux personnes et à toutes autres ressources dont nous avons besoin pour devenir partie intégrante d'une chaîne de valeur agricole. » ■

HISTOIRE 10

La tradition de Samoa à l'heure d'Internet

À Samoa, État insulaire du Pacifique, une ONG aide à donner de la visibilité aux communautés isolées et de la valeur à leurs précieuses compétences rurales traditionnelles. Sa campagne de marketing sur Facebook et Twitter a donné des résultats impressionnants au profit des tisserandes de nattes de cérémonie.

La spécialiste des médias de Women in Business Development Inc., Faumuina F. Maria Tafuna'i, avait l'habitude d'utiliser de nombreuses applications du Web 2.0 et des média sociaux. Elle souhaitait en faire profiter davantage de personnes, notamment dans les régions rurales, où l'organisation s'efforce de promouvoir des projets d'agriculture biologique.

Soutenue par le CTA qui l'a aidée à participer à une formation à distance de l'UNITAR/la FAO en 2013, Mme Tafuna'i explique que la formation a aidé son organisation à atteindre son objectif : devenir le chef de file national des média sociaux.

« Nous voulions montrer la voie dans ce domaine en tant qu'organisation pionnière, afin de démocratiser ces outils à Samoa, explique Mme Tafuna'i, qui a remporté le prix international et régional (Pacifique) du journalisme agricole du CTA en 2012. Grâce à cette formation par le CTA, nous disposons désormais d'une plateforme pour partager ces outils ».

En 2014, Women in Business Development a organisé deux ateliers pour former le personnel d'organisations agricoles, des médias et d'autres ONG à utiliser les média sociaux. Mme Tafuna'i comptait parmi les formateurs. Elle gère également le site Web de l'organisation, mais aussi sa page Facebook et ses comptes Twitter et YouTube.

L'organisation utilise les média sociaux pour publier des articles qui inspirent en mettant en avant des personnes qui parviennent à construire des moyens de subsistance durables à partir d'une entreprise rurale, même si elles ne sont présentes sur aucun média social. L'accès à Internet reste onéreux à Samoa, et est donc loin d'être universel chez les 180 000 habitants du pays.

« L'un des problèmes de Samoa est la façon dont nous racontons notre histoire, surtout notre histoire agricole. En répandant l'utilisation de ces outils, nous espérons encourager davantage de personnes dont l'activité dépend des ressources naturelles à devenir visibles aux yeux du monde », indique-t-elle.

Les média sociaux génèrent déjà un volume considérable de ventes électroniques chez les membres de l'organisation, ce qui crée une plateforme où les acheteurs potentiels peuvent avoir accès aux produits locaux, notamment aux produits traditionnels et indigènes.

L'un des exemples est la production de belles nattes (appelées *ie sae)* traditionnelles, douces et finement

© WIBDI

Véritable artiste du tissage, Vilealava Vaipa'e a contribué à la renaissance du tissage de nattes d'exception à Samoa.

tissées à partir des feuilles d'une variété samoane de *Pandanus*, qui occupent une place de choix dans la culture et l'héritage de Samoa et Tonga, et sont très recherchées pour des cérémonies et des rites de passage aussi importants que les mariages, les enterrements et l'investiture des chefs.

Après avoir lancé un programme pour redonner naissance à l'art traditionnel du tissage des nattes chez les femmes de Samoa, Women in Business Development s'est récemment tournée vers les média sociaux à des fins de marketing. Cette organisation a utilisé Facebook et Twitter pour cibler des clients potentiels à Tonga, le deuxième marché de ce produit, avec succès.

« Les plus belles nattes se vendent environ 7 000 WST (2 290 €) par pièce, et les premières demandes de renseignement arrivent souvent via Facebook. Une grande partie de notre marketing repose sur cette plateforme », explique-t-elle.

À l'instar de bon nombre de pays ACP, la désaffection des jeunes à l'égard de l'agriculture pose un sérieux problème à Samoa, et Mme Tafuna'i espère que l'utilisation des média sociaux permettra d'y remédier en leur montrant que ce domaine est dynamique, intéressant et que son potentiel d'innovation est immense, et ce à travers les média sociaux car ils permettent d'établir une communication moins formelle. » ■

© Access Agriculture

Access Agriculture publie des tutoriels agricoles sous forme de vidéos tournées dans les langues locales à l'attention des exploitants et des entreprises dans les milieux ruraux.

Fournir des services d'information

Les répercussions du partage des connaissances

En quoi le Web 2.0 et les média sociaux comme Twitter, Facebook, les wikis et les flux RSS peuvent-ils faire baisser votre budget de moitié tout en augmentant votre efficacité ? Pourquoi rassembler des spécialistes en un même lieu quand on peut réaliser le même travail à l'aide de Google Drive et de Skype ? Les huit témoignages de ce chapitre, qui expliquent comment fournir efficacement des services d'information, illustrent les différents moyens utilisés par les exploitants agricoles, les jeunes et de nombreux acteurs du secteur agricole dans les pays ACP pour créer et partager des informations plus facilement, plus efficacement et à un moindre coût.

Au Bénin, une étudiante en agronomie qui a récemment suivi une formation sur le Web 2.0 et les média sociaux aide désormais les exploitants agricoles de son pays à accéder plus facilement à l'information, grâce à des podcasts diffusés dans les langues locales. Elle utilise Twitter, LinkedIn, Hangout et Skype pour encourager les interactions et la coopération en ligne entre les professionnels, et participe à une plateforme web qui donne des informations agricoles aux jeunes et leur permet de relayer et d'échanger des ressources et des idées. Plus de 1000 personnes sont inscrites sur cette plateforme, chiffre qui ne cesse d'augmenter.

À Madagascar, un chercheur sur le développement formé au Web 2.0 et aux média sociaux aide une organisation de femmes, auparavant invisible sur la toile, à se faire connaître. L'organisation reçoit désormais des propositions de partenariat, de services ainsi que des demandes d'information. Ce chercheur tient également son propre blog. Il publie des informations très précises sur la pêche, par exemple, ou l'élevage de bovins ou de volailles.

Ce chapitre illustre les différents moyens utilisés par les exploitants agricoles, les jeunes et de nombreux acteurs du secteur agricole dans les pays ACP pour créer et partager des informations plus facilement, plus efficacement et à un moindre coût

À Trinité-et-Tobago, un blogueur agricole, journaliste et reporter sur les média sociaux a créé une entreprise qui vise à autonomiser les jeunes et à donner de meilleurs salaires dans le domaine de l'agriculture. Par le biais des média sociaux, il a partagé des informations sur les opportunités offertes aux jeunes dans l'agriculture, dans l'espoir de les convaincre de devenir des entrepreneurs agricoles. ■

HISTOIRE 11

Des conseils en ligne pour les jeunes des milieux ruraux

Une présence en ligne est désormais indispensable pour les organisations qui souhaitent augmenter leur portée et leur visibilité. À Madagascar, une formation en TIC aide deux ONG à gagner en dynamisme et à permettre aux jeunes d'obtenir des conseils utiles sur l'agriculture et ses opportunités.

Il y a peu, le Conseil national des femmes à Madagascar (CNFM), organisation qui intervient sur la question du genre et du développement, était peu connue hors de son cercle immédiat. Elle n'avait ni site web, ni blog, et ses activités étaient littéralement invisibles sur Internet. Tout a changé en décembre 2012, lorsque Haingo Rasolofomanana, chercheuse en développement bénévole pour l'organisation, a assisté à un cours OA du CTA sur le Web 2.0 et les média sociaux.

Après avoir créé un site web et un blog pour le CNFM, en mettant l'accent sur l'autonomisation des femmes, une page Facebook a vite suivi afin de débattre des questions de genre et de publier les dernières actualités sur les activités de l'organisation. En quelques semaines à peine, le blog avait reçu plusieurs centaines de visites.

L'utilisation des outils du Web 2.0 a permis à l'organisation de publier en ligne des sources d'information utiles sur le genre et le développement, notamment des rapports d'étude et des documents nationaux et internationaux

À l'heure actuelle, moins de deux ans plus tard, le blog du CNFM a reçu des milliers de visites depuis 63 pays et sa page Facebook attire des centaines de « likes ». « Aujourd'hui, sans présence en ligne, on n'existe tout simplement pas, » explique-t-elle. Le CNFM est parvenu à augmenter la visibilité de ses activités au niveau national et international. De nombreuses personnes qui interviennent dans le domaine du genre et du développement ont vu le blog et contacté l'organisation pour proposer des partenariats, des services et demander des informations. »

L'utilisation des outils du Web 2.0 a permis à l'organisation de publier en ligne des sources d'information utiles sur le genre et le développement, notamment des rapports d'étude et des documents nationaux et internationaux, comme le Baromètre Madagascar 2012, qui cartographie le genre et le changement climatique dans le pays. Les TIC ont également permis à l'organisation de contacter certaines de ses homologues pour des causes communes.

La formation qu'elle a reçue a amélioré ses perspectives professionnelles. En partie grâce à ses nouvelles compétences, elle a été nommée secrétaire générale de Formation aux Technologies et à l'Agriculture (FTA), ONG qui intervient à Madagascar, puis coordinatrice de programme pour FTA.

« Avant la formation, j'utilisais déjà certains outils du Web 2.0 et des média sociaux, mais pas à grande

échelle, et je n'avais aucune idée que l'on pouvait créer son propre blog. J'avais un compte Facebook, mais je l'utilisais seulement à des fins personnelles, pour rester en contact avec mes amis et reprendre contact avec d'autres. J'utilisais Skype pour parler avec ma famille à l'étranger, mais je n'utilisais pas LinkedIn, Twitter ou les flux RSS. Je connaissais à peine Pinterest ou Scoop.it, et je ne savais pas que Google Drive existait. »

Aujourd'hui, Haingo Rasolofomanana tient un blog personnel actif sur l'agriculture. Elle était une finaliste de l'édition 2014 du concours YoBloCo. Du haut de ses 30 ans, elle est souvent considérée comme un modèle et une source d'informations précieuse. Elle encourage les jeunes à s'exprimer sur l'agriculture, et fournit des informations sur les opportunités dans ce domaine, notamment sur le potentiel de certains secteurs comme l'aquaculture ou l'élevage de bovins ou de volailles. Elle utilise Facebook au quotidien pour publier des actualités sur les techniques agricoles, des informations pratiques et des opportunités, mais aussi pour promouvoir son blog.

« Je suis devenue une sorte de conseillère en ligne pour les jeunes (et les moins jeunes), explique-t-elle. Chaque jour, ma page Facebook reçoit au moins cinq messages sur l'agriculture. »

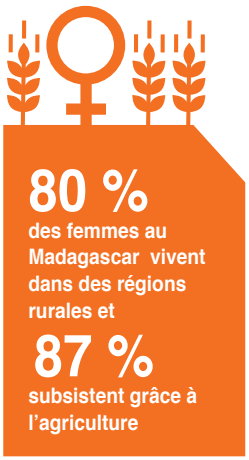
Le personnel du CNFM et FTA peut désormais utiliser des outils collaboratifs, à l'instar de Google Drive, qui donne aux utilisateurs un accès au stockage sur le cloud, au partage de fichiers et à l'édition collaborative. Ces nouvelles méthodes ont été transmises à de nombreuses organisations d'exploitants, par le biais des formations proposées par FTA, parfois avec le soutien du CTA.

« Ce qui a changé, c'est la façon dont les organisations travaillent, et surtout dont elles communiquent, explique Haingo Rasolofomanana. Pour le CNFM, les informations sont désormais publiées de façon systématique. Les associations membres ont commencé à accéder aux informations que nous partageons. »

La connectivité et la formation restent les principaux obstacles à surmonter pour diffuser encore davantage le Web 2.0 et les média sociaux. Rien de plus compliqué que d'y parvenir dans les régions rurales de Madagascar, surtout pour les femmes

La connectivité et la formation restent les principaux obstacles à surmonter pour diffuser encore davantage le Web 2.0 et les média sociaux. Rien de plus compliqué que d'y parvenir dans les régions rurales de Madagascar, surtout pour les femmes, dont environ 80 % vivent dans des régions rurales, et 87 % subsistent grâce à l'agriculture.

« Nous avons besoin d'une masse critique si nous souhaitons que la population bénéficie du Web 2.0, et tout le monde ne peut pas participer dès maintenant, à cause d'un manque de formation ou d'accès à Internet », explique Haingo Rasolofomanana. ■



© CTA

Les TIC peuvent donner accès aux compétences, au savoir et aux personnes.

HISTOIRE 12

Changer l'image de l'agriculture

Passionnée de média sociaux, une jeune femme aide à renforcer les capacités d'autres jeunes en mettant des plateformes de TIC au service de l'agriculture.

Il est 5 heures, et Diana Adongo est déjà levée comme d'habitude : elle prépare du vin de fruits dans sa maison à Mbale (Ouganda). Elle nettoie, coupe et sèche consciencieusement des fruits de la passion et des ananas achetés auprès d'exploitants locaux, avant d'en extraire la pulpe. Il faudra attendre six mois avant de pouvoir déguster le vin, mais cette diplômée de l'école de commerce de Makerere est convaincue que toutes ses bouteilles trouveront preneur, à l'aide de sa page Facebook, de WhatsApp, de Google+ et de Twitter.

Diana Adongo a appris à inscrire les média sociaux dans une démarche de marketing grâce à une formation animée par Joan Apio, elle-même bénéficiaire de la formation sur le Web 2.0 organisée avec le soutien du CTA par le Forum des Universités régionales de Renforcement des Capacités dans l'Agriculture (RUFORUM).

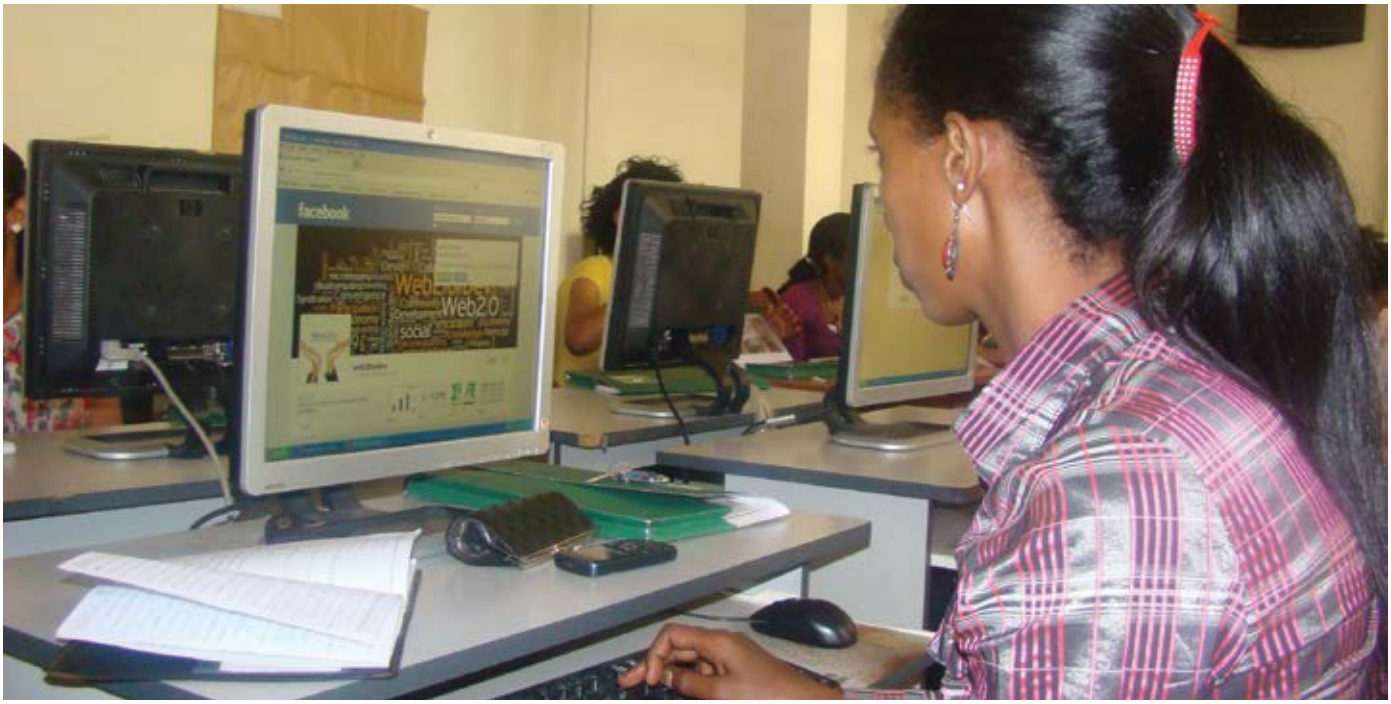
Après être passée du poste d'assistante de formation en TIC à celui de responsable des communications à RUFORUM, Joan Apio, âgée de 32 ans, attribue en partie sa promotion professionnelle à sa formation en TIC novatrices basées sur le web. Elle a été choisie pour participer à un cours OA sur le Web 2.0 organisé par le CTA en 2009, suivi d'une formation à distance de l'UNITAR avec le concours du CTA en 2012. Elle explique que ses connaissances l'ont aidée à montrer à d'autres personnes, en particulier à des femmes, en quoi les TIC peuvent ouvrir davantage d'opportunités.

Elle se décrit comme quelqu'un de passionné par l'utilisation des média sociaux, qui permettent de mettre en valeur les initiatives de la jeunesse en Afrique et de renforcer ses capacités en utilisant des plateformes web à des fins de collaboration, de recherche et de développement.

« J'ai pris conscience que la plupart des jeunes ne comprennent pas quel peut être le réel impact des média sociaux dès lors qu'ils sont utilisés correctement, explique-t-elle. Après cette formation, j'ai vu les média sociaux d'un autre œil. Pour moi, pouvoir accéder à des informations, être capable de les transmettre à quelqu'un qui en a besoin, et améliorer ses moyens de subsistance par la même occasion : tout cela a un énorme impact. »

Une passion pour l'utilisation des média sociaux, qui permettent de mettre en valeur les initiatives de la jeunesse en Afrique et de renforcer ses capacités en utilisant des plateformes web à des fins de collaboration, de recherche et de développement

En tant que responsable des communications, elle coordonne les plateformes du réseau RUFORUM, en mettant en contact les responsables



© Joan Apio/RUFORUM

Une participante de l'université de Haramaya, en Éthiopie, dans le cadre de l'opportunité d'apprentissage au Web 2.0 du RUFORUM/CTA.

et les partenaires du développement. Elle utilise le site Web, des média sociaux comme Twitter et Facebook, une lettre d'informations mensuelle et MailChimp, outil en ligne pour gérer ses abonnés.

Blogueuse active, elle était finaliste du concours YoBloCo organisé par le CTA en 2013. Le blog d'Apio, « Les TIC au service de l'agriculture », vise à encourager davantage de jeunes à explorer le potentiel de l'agriculture à l'aide des TIC. L'an dernier, elle a été nommée par le projet ARDYIS (Agriculture, Développement Rural et Jeunesse dans la Société de l'Information) du CTA parmi les 15 jeunes femmes les plus prometteuses, se faisant l'écho des TIC et de l'agriculture parmi les participants au concours YoBloCo, dans le cadre de la journée internationale des jeunes filles dans le secteur des TIC.

En publiant des témoignages qui inspirent sur son blog, elle encourage la jeunesse de différentes communautés à donner sa chance à l'agriculture. C'est le cas de Martha Otieno, jeune Kenyane avisée qui a persuadé des exploitants agricoles locaux de lui vendre des terres en crédit-bail. Elle a utilisé des outils de TIC pour faire des recherches sur la gestion des sols et les récoltes, et produit désormais du poivre, des arachides, des pastèques et pratique l'aquaculture, tout cela pour un salaire de 500 000 KES (4 160 €) par mois.

Elle a enseigné à son frère Moses Sikhu, jeune entrepreneur en milieu rural, à mettre le Web 2.0 et les média sociaux au service de son exploitation agricole. Sa page Facebook compte désormais plus de 900 abonnés. Son exploitation est maintenant

sur Google Maps afin que ses fournisseurs et ses clients puissent le trouver, et il utilise régulièrement WhatsApp pour communiquer. Ces mesures ont dynamisé son activité économique, notamment en lui permettant de décrocher des contrats avec des hôtels souhaitant acheter des poissons des étangs de son exploitation.

En février 2013, Joan Apio a participé à la formation, financée par le CTA, de 24 diplômées du RUFORUM, et leur a montré comment être productives en ligne.

« Utiliser les média sociaux et les blogs pour partager les recherches et obtenir des commentaires gratuits de la part de pairs est extrêmement utile pour ces jeunes femmes, aux ressources parfois limitées, explique-t-elle. Elles utilisent Google Maps pour contribuer à la création de contenus en ajoutant des lieux ou des informations manquants. En utilisant un profil LinkedIn, certaines des diplômées ont rejoint des groupes professionnels tels qu'AWARD pour obtenir des conseils professionnels et partager des idées. »

Joan Apio est heureuse de pouvoir aider d'autres jeunes à prendre conscience des avantages des outils du Web 2.0 et des média sociaux. Elle accompagne actuellement une jeune femme qui cultive des citrouilles.

« Pour l'instant, les prix de cette femme sont déterminés par les lois du marché. Je lui ai suggéré d'utiliser les média sociaux pour publier des photos de ses citrouilles mûres, ainsi que Google Maps pour montrer où se situe son exploitation, puis d'offrir la livraison aux acheteurs, indique-t-elle. Elle fait ainsi connaître sa marque et crée des relations avec ses clients, en ajoutant de la valeur à ses produits et en se distinguant de ses concurrents. »

« Pendant ma formation, j'ai compris que nous avons besoin de présenter l'agriculture sous un meilleur jour si l'on souhaite attirer les jeunes. Je suis convaincue que le Web 2.0 et les média sociaux peuvent nous y aider. » ■

Nous avons besoin de présenter l'agriculture sous un meilleur jour si l'on souhaite attirer les jeunes. Je suis convaincue que le Web 2.0 et les média sociaux peuvent nous y aider

HISTOIRE 13

Les TIC profitent aux exploitants agricoles et aux télécentres

Grâce à une initiative de formation conjointe du CTA et du Réseau des télécentres du Rwanda, le réseau a vu la communication s'améliorer entre le personnel et les membres, ses télécentres ont connu une nette augmentation de leurs activités, et les exploitants et d'autres utilisateurs dans les milieux ruraux trouvent qu'il est désormais plus simple d'accéder à des informations pour augmenter leur productivité et vendre leurs produits.

L'entrepreneur horticole rwandais, Ezron Ngamije, est désormais souvent sur Internet pour mettre à jour sa page Facebook, qu'il a créée pour commercialiser ses produits et promouvoir sa petite entreprise rurale. Il utilise les moteurs de recherche pour trouver des intrants au meilleur prix et recherche régulièrement des pratiques pour améliorer ses récoltes et ses rendements. Google Drive lui permet de partager des photos et des documents avec d'autres membres de la coopérative horticole qu'il dirige et ses clients.

« Avec le Web 2.0, chercher en ligne des marchés pour mes produits est un jeu d'enfant, déclare-t-il. J'ai aussi créé gratuitement des sites web pour mon entreprise. »

Denise Mukamana, petite éleveuse de volailles, tire également parti de ses nouvelles connaissances sur Internet. Désormais, elle peut facilement faire ses propres recherches sans demander de l'aide et trouver rapidement les informations qui peuvent l'aider à résoudre des problèmes de production et augmenter son activité économique. Elle utilise également régulièrement Facebook à des fins de marketing, et Google Alertes pour suivre les actualités dans le domaine de la volaille et surveiller ses concurrents. Elle envoie des courriels à ses prospects et peut en contacter des centaines en seulement quelques minutes.

Ngamije et Mukamana ont reçu une formation sur le Web 2.0 et les média sociaux dans le cadre de l'initiative conjointe entre le CTA et le Réseau des télécentres du Rwanda (RTN), entreprise sociale qui intervient dans le domaine des TIC et du développement des petites et moyennes entreprises. Entre 2011 et 2012, avec le soutien technique et financier du CTA, le RTN a organisé et animé trois cours OA sur le Web 2.0. L'initiative, la première du genre au Rwanda, proposait une formation à environ 100 personnes, notamment à des membres du personnel du Ministère de l'agriculture et des ressources animales (MINAGRI) et du Ministère de la jeunesse et des TIC (MYICT).

Le RTN, qui compte parmi les partenaires des programmes du CTA, a depuis mis à profit son réseau de plus d'une centaine de télécentres pour proposer de courtes formations au Web 2.0 et aux média sociaux

1 000

personnes ont été formées au Web 2.0 et aux média sociaux au Rwanda

© Riccardo Gangale/ILRI

Une formation sur le Web 2.0 et les média sociaux dans le district de Musanze, au Rwanda.

à plus de mille Rwandais issus de différentes organisations qui interviennent dans le développement agricole et rural, comme des coopératives agricoles, groupes de la société civile, ONG et établissements d'enseignement.

Pour les utilisateurs (principalement des exploitants puisqu'en règle générale, les télécentres sont situés en milieu rural), les nouvelles compétences signifient un changement radical dans leur méthode d'acquisition et de partage du savoir. Bon nombre d'entre eux utilisent régulièrement des applications comme Facebook, Google Drive et Google Maps afin de partager des informations et des documents, mais aussi pour trouver des informations précieuses sur les marchés, le temps et les techniques agricoles.

« La formation sur le Web 2.0 a changé l'état d'esprit et les pratiques des exploitants agricoles bénéficiaires, explique le directeur exécutif du RTN, Paul Barera. En général, ils ne savaient que lire ou envoyer des courriels, et faire des recherches de base sur Google. La formation leur a montré comment faire des recherches avancées et être plus actifs pour trouver des produits agricoles, comme des marchés ou des informations sur les produits.

Pour les utilisateurs (principalement des exploitants puisqu'en règle générale, les télécentres sont situés en milieu rural), les nouvelles compétences signifient un changement radical dans leur méthode d'acquisition et de partage du savoir

Certaines coopératives agricoles ont créé leur propre page Facebook et publient des informations en ligne pour commercialiser leurs produits et parler de leurs activités. »

Pour les télécentres, cette démarche est synonyme d'un regain d'activité puisque les exploitants et d'autres utilisateurs utilisent plus souvent et plus longtemps leurs ordinateurs et les services d'Internet.

Lorsque les jeunes apprennent à se servir des applications du Web 2.0 et des média sociaux, ils dépassent leur statut de consommateurs de l'information et du contenu pour en devenir des créateurs

L'introduction des applications du Web 2.0 et des média sociaux a changé les méthodes et les interactions des membres du personnel du RTN. Ils communiquent désormais plus efficacement et à moindres frais à l'aide des outils du Web 2.0 comme Google Drive. À présent, la réunion du lundi entre le siège du RTN à Kigali et les responsables des télécentres en milieu rural se déroule à l'aide d'une téléconférence par Skype. En plus d'utiliser régulièrement Twitter, le réseau a recours à Facebook pour publier des actualités et des nouvelles, et pour communiquer avec les responsables des télécentres ; il possède également un blog où il publie des informations sur ses activités. La visibilité accrue du RTN a permis de davantage sensibiliser la collectivité et le gouvernement local aux services qu'il propose.

Les séances de formation sur le Web 2.0 et aux média sociaux rencontrent un tel succès que le RTN, le CTA et le Ministère rwandais de la jeunesse et des TIC envisagent de rendre ces services disponibles à l'échelle nationale.

« Le RTN est perçu comme un promoteur du Web 2.0 au Rwanda et nous souhaitons étendre le service à l'échelle nationale, notamment en ciblant les jeunes et les exploitants agricoles, explique Paul Barera. Lorsqu'ils apprennent à se servir des applications du Web 2.0 et des média sociaux, ils dépassent leur statut de consommateurs de l'information et du contenu pour en devenir des créateurs. » ■

HISTOIRE 14

De nouveaux horizons pour les jeunes dans l'agriculture

La formation sur le Web 2.0 et les média sociaux a conduit une ONG intervenant dans le domaine de la sécurité alimentaire durable à faire des TIC pour l'agriculture une stratégie essentielle. Un réseau en ligne développé par une organisation de la République du Bénin s'avère particulièrement populaire auprès des jeunes.

Comme beaucoup de ses contemporains, Pamela Afokpe, étudiante en agronomie qui vit en République du Bénin, utilisait souvent Facebook pour rester en contact avec ses amis et commenter leurs publications. Elle a suivi en 2014 un cours en ligne sur le Web 2.0 et les média sociaux organisé par l'Institut des Nations Unies pour la formation et la recherche (UNITAR), avec le soutien du CTA. Cette expérience a radicalement changé sa façon de voir les technologies de l'information et de la communication dans l'agriculture. « J'ai découvert l'incroyable potentiel de ces outils,

© CTA

Les réseaux en ligne sont populaires chez les jeunes.

a-t-elle écrit plus tard sur un blog. Depuis, je les utilise énormément pour mes activités professionnelles. Je sais désormais écrire et tenir un blog et utiliser de façon efficace et novatrice mes comptes sur les média sociaux, ainsi que d'autres outils dont j'ai appris à me servir pendant la formation. »

« Ces applications peuvent être utilisées pour faciliter l'accès aux informations pour nos exploitants, par exemple par des podcasts enregistrés dans les langues locales, pour leur montrer de nouvelles pratiques agricoles, explique-t-elle. Elles peuvent aussi faciliter les interactions, la communication, la coopération et la collaboration entre les professionnels du Web, à l'aide d'outils comme Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Drive, Hangout et Skype. »

Ces applications peuvent être utilisées pour faciliter l'accès aux informations pour nos exploitants, par exemple par des podcasts enregistrés dans les langues locales, pour leur montrer de nouvelles pratiques agricoles

Son appel, qui exhorte les jeunes à utiliser les TIC au profit du développement agricole, a été publié sur AgroDev, blog collaboratif tenu par *Actions pour l'Environnement et le Développement Durable* (ACED-BENIN), ONG qui cherche à améliorer la sécurité alimentaire durable et la nutrition au Bénin. Cette plateforme en ligne, suivie par toujours plus d'abonnés, vise à rendre plus accessibles les informations agricoles pour les jeunes Béninois et d'autres pays francophones, et à leur permettre de partager et d'échanger des ressources et des opportunités dans le secteur agricole. À la mi-2014, plus de mille personnes étaient inscrites sur la plateforme, chiffre qui ne cesse d'augmenter.

Plusieurs membres d'ACED-BENIN ont également reçu une formation sur le Web 2.0 et aux média sociaux de la part de l'UNITAR, avec le soutien du CTA. Parmi ceux-ci, le directeur exécutif de l'organisation, Frejus Thoto, qui affirme que la formation a eu un impact colossal sur le développement du Plan stratégique de l'ONG pour 2014-2018. L'ACED a désormais inscrit les TIC pour l'agriculture au rang de ses stratégies essentielles, en introduisant un programme spécifique pour les TIC et l'agriculture, qui met l'accent sur les outils du Web 2.0.

« ACED-BENIN utilise aussi la formation pour développer son plan de communication. Des applications comme Twitter, Facebook et les blogs font désormais partie de notre arsenal, explique-t-il. Et nous nous reposons énormément sur les flux RSS. »

La plateforme Agrodev est la dernière avancée de la stratégie des TIC pour l'agriculture d'ACED-BENIN. Parmi les récentes publications : des actualités sur une formation (le Programme d'excellence dans l'enseignement supérieur sur la coopération pour le développement de l'université d'Hohenheim), et des informations sur un stage pour le traitement des jacinthes d'eau dans le cadre d'un projet d'ACED-BENIN, qui souhaite débarrasser les communautés locales de cette mauvaise herbe envahissante.

« La plateforme Agrodev rassemble les jeunes pour leur donner des opportunités, explique Frejus Thoto. Bon nombre d'entre eux ont pu accéder à des bourses d'étude, des formations et d'autres opportunités de renforcement des compétences grâce à la plateforme. » ■

HISTOIRE 15

Étendre la portée locale des télécentres et des stations de radio

Après avoir transmis des compétences en Web 2.0 et média sociaux aux membres du personnel de télécentres dans tout le pays, Cleopa Otieno a fait connaître des stations de radio communautaires aux utilisateurs de Facebook et Twitter. Avec un ami, il dirige désormais une entreprise de services de conseil et expertise pour mettre à profit les média sociaux.

Le chercheur en informatique kenyan Cleopa Otieno a fait connaissance avec le Web 2.0, lorsqu'il a appris à maîtriser les outils des média sociaux qui l'aideraient à définir son avenir. C'était en 2010, et il participait à un cours OA sur le Web 2.0 et les média sociaux organisé par le CTA à Addis Abeba.

Ce fut le début d'une longue relation avec le CTA, grâce auquel il a notamment participé à une formation en ligne organisée par l'UNITAR en 2012, et à un projet du CTA pour renforcer les capacités des membres du personnel des télécentres.

Cleopa Otieno était déjà coordinateur national du Réseau des télécentres du Kenya (KTN), qu'il a contribué à lancer en 2007.

« Cette première formation m'a donné la possibilité de découvrir les outils du Web 2.0 et de transmettre ce nouveau savoir au réseau, explique-t-il. Depuis, mes connaissances m'ont aidé de nombreuses fois, au niveau professionnel et personnel. »

Ses nouvelles compétences ont permis aux télécentres kenyans d'améliorer leurs services et leur marketing. Il a été mandaté par le CTA pour renforcer les capacités des télécentres kenyans et a intégré le Web 2.0 et les média sociaux dans les cours qu'il anime pour le personnel et la direction.

La formation sur les TIC qu'il a reçue est également à l'origine du lancement d'une entreprise de services de média sociaux qui conçoit des stratégies de média sociaux pour les clients, et leur apprend à se servir de Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Google+, YouTube, WhatsApp, WordPress, Blogger et d'autres plateformes.

Pixelskenya, l'entreprise de conseils fondée par Cleopa Otieno et son ami Amos Ochieng, également bénéficiaire d'une formation du CTA en 2010, a déjà signé un contrat pour organiser une formation sur les média sociaux pour une ONG locale.

Pour le personnel et la direction des télécentres, Cleopa Otieno conseille Facebook pour créer des pages pour partager des informations et des photographies d'événements et Twitter pour couvrir des événements en temps réel. « La plupart des télécentres ne possèdent pas de site Internet : les média sociaux sont un excellent moyen de partager des

© CTA

Les groupes de la société civile améliorent leurs méthodes de travail grâce à leurs formations.

informations », explique Cleopa Otieno. Il donne aussi des conseils sur la façon d'utiliser d'une part Skype pour passer des appels téléphoniques gratuits et d'autre part, les applications Google pour collaborer en ligne.

Le travail novateur mené par le KTN a attiré l'attention de l'UNESCO : en 2013 cette organisation l'a engagé pour former huit petites stations de radio kenyanes aux outils du Web 2.0 et des média sociaux. Cleopa Otieno forme les radios locales à utiliser Facebook et Twitter, afin d'encourager la participation et les réactions à la programmation. Les huit stations de radio ont créé des pages Facebook et certaines possèdent même un compte Twitter.

« Tous les utilisateurs de ces média sociaux peuvent avoir des informations sur ce qui se passe dans les stations de radio locales, explique-t-il. C'est une bonne façon d'aider les radios à se vendre et à inter-agir avec leur audience, notamment les jeunes, afin qu'ils puissent réagir à des programmes, demander une chanson ou des informations. »

Le travail mené dernièrement auprès des stations de radio n'a fait que renforcer sa détermination à utiliser les TIC pour étoffer le développement des communautés. Selon lui, utiliser les média sociaux pour aider les organisations au niveau de la communauté a un immense potentiel.

« Si une organisation prévoit un événement, elle veut avoir un retentissement maximal, et l'une des façons d'y parvenir est d'utiliser les média sociaux. Ces outils permettent de faire tout cela à moindres frais, explique Cleopa Orieno, qui souhaite transformer ces organisations en entités peuvant soutenir des communautés.» ■

HISTOIRE 16

De meilleurs services à moindres frais

Une entreprise de services de conseils agricoles a révolutionné ses méthodes de travail et la façon dont elle transmet des informations à ses utilisateurs. Elle est ainsi parvenue à faire des économies considérables et à améliorer notablement ses services, notamment auprès des femmes et des jeunes intéressés par une carrière dans l'agriculture.

« Plus rapides, plus efficaces et bien meilleur marché ! » Voici le verdict d'Eddy Fofana sur les changements générés par l'adoption de nouvelles TIC dans l'entreprise de services de conseil et expertise qu'il dirige en Côte d'Ivoire : FENCO, qui cherche à promouvoir les entreprises agricoles, notamment auprès des jeunes et des femmes. Il a entrepris un changement drastique des méthodes d'information et de communication de l'entreprise après avoir participé à un cours OA du CTA sur le Web 2.0 en octobre 2013.

Il a éliminé les méthodes fastidieuses et coûteuses de rédaction des documents, ainsi que les réunions en personne et les appels téléphoniques, au profit de la collaboration en ligne, des conférences par

© CTA

Utiliser les TIC dans l'agriculture peut permettre aux exploitants de faire des économies.

Skype et des communications par des blogs, Facebook et Twitter.

Ces mesures lui ont permis de réaliser des économies substantielles et de gagner en efficacité. Eddy Fofana et son équipe utilisaient auparavant une méthode laborieuse pour envoyer leurs documents sur le développement aux utilisateurs, comme des revues de presse ou des actualités sur l'agriculture et un service de questions et réponses. En règle générale, les informations étaient compilées dans un document Word avant d'être converties en PDF et envoyées sous forme de pièce jointe dans un courriel.

« C'était un travail lent et fastidieux, explique-t-il. Depuis la formation sur le Web 2.0 et aux média sociaux, nos méthodes de travail ont radicalement changé. Avant, quand nous voulions mener une étude de faisabilité sur le développement agricole, nous devions réunir tous les experts au même endroit pour travailler ensemble : un agronome, un sociologue, un agro-économiste, un spécialiste de l'environnement... Maintenant, nous pouvons travailler ensemble, en ligne et à distance, à l'aide de Google Drive et de Skype. Ce mode de fonctionnement permet à l'entreprise d'économiser 60 % de son budget de conception de projets. »

« L'impact est extrêmement positif sur le personnel, les documents, l'espace et le temps. Nous avons pu faire des économies considérables sur l'électricité, l'administration, le transport et d'autres factures. Nous utilisons désormais constamment les blogs, Twitter, Facebook, les wikis, Google Drive et les flux RSS. »

L'entreprise a modifié sa façon de distribuer l'information, ce qui a permis d'améliorer énormément le service aux utilisateurs. À l'heure actuelle, FENCO publie des informations pertinentes sur son blog, et les clients sont informés de chaque nouvelle publication par les autres média sociaux. L'entreprise reçoit des réactions sur son contenu par les mêmes moyens, et adapte le type de contenu qu'elle propose en conséquence.

« Nous pouvons écrire un article sur l'agriculture et l'emploi et le publier sur notre blog. Nous en faisons la promotion sur Facebook, et quiconque veut plus d'informations peut nous contacter par SMS, courriel, Skype ou téléphone mobile », indique-t-il.

Des outils comme Facebook et les blogs s'avèrent tout particulièrement efficaces pour atteindre les jeunes, qui représentent l'une des principales cibles. En mai 2014, FENCO a lancé un livret appelé *Agriculture: A Source of Employment* (L'agriculture, créatrice d'emploi) lors d'un salon de l'emploi à Abidjan. L'entreprise a utilisé Facebook pour promouvoir l'événement et le produit.

Le personnel utilise également les plateformes de média sociaux pour interagir avec des sources et demander des informations sur la recherche, la formation et les matériaux agricoles pour ses clients, et ensuite relayer les résultats aux utilisateurs.

Parmi les projets de l'entreprise figurent le lancement de journées d'information sur l'agriculture pour encourager les jeunes à envisager une carrière dans ce domaine, un système d'informations sur les marchés pour aider les exploitants à vendre leurs produits et un centre de ressources professionnels pour les femmes en milieu rural et péri-urbain. Le Web 2.0 et les média sociaux joueront un rôle de premier plan dans la gestion et la promotion de ces trois initiatives. ■

Applications les plus populaires : Facebook, LinkedIn, Google Advanced Search et Google Maps

HISTOIRE 17

Combattre les stéréotypes

Keron Bascombe, blogueur agricole, journaliste et reporter sur les média sociaux, est convaincu qu'il a trouvé enfin sa voie. Il est désormais déterminé à aider d'autres jeunes à envisager une carrière dans l'agriculture.

Alors âgé de 26 ans, il suivait un master de sciences en entreprenariat et marketing agricole à l'université des Indes occidentales (UWI) à Trinité-et-Tobago lorsqu'il a reçu un courriel qui allait changer le cours de sa carrière. En tant que lauréat de la section caribéenne du concours de blog YoBLoCo du CTA en 2012, il a été invité à faire partie de l'équipe de reportage social à l'occasion de la deuxième Conférence mondiale sur la recherche agricole pour le développement (CMRAD2) à Punta del Este (Uruguay). Bénéficiant d'une bourse du CTA pour participer à l'événement, il a reçu une formation sur les outils de média sociaux, la planification de la communication, la communication numérique et les actions de plaidoyer en ligne.

« Je n'étais pas satisfait du contenu de mon diplôme, bien que quelques maîtres de conférence et collègues ont soutenu mes ambitions, explique-t-il. Cette formation a joué un rôle décisif dans ma décision de me diriger vers le journalisme et la communication au service de l'agriculture. À mon âge, une telle décision affecte directement nos passions et l'impact que nous avons sur le monde dans lequel nous vivons. »

Prenant conscience que d'autres jeunes des Caraïbes manquaient eux aussi d'orientation pour un avenir dynamique dans l'agriculture, Keron Bascombe s'est joint à d'autres diplômés de son université pour lancer une entreprise qui aiderait à la fois les jeunes à lancer leur carrière et les exploitants agricoles locaux qui manquent souvent de main d'œuvre qualifiée. Le résultat : AgriWorks4U, société de personnes créée pour offrir un vaste éventail de services dans le domaine agricole et mettre en lien les jeunes avec des emplois décemment payés et d'autres possibilités.

Une page Facebook active, ainsi que différents outils du Web 2.0, offrent davantage d'opportunités aux jeunes dans l'agriculture. Le blog Tech4agri fait office de plateforme pour les TIC pour l'agriculture, publie des informations en matière d'agriculture novatrice et offre un soutien aux jeunes entrepreneurs agricoles dans les pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique.

AgriWorks4U est une société de personnes créée pour offrir un vaste éventail de services dans le domaine agricole et mettre en lien les jeunes avec des emplois décemment payés et d'autres possibilités

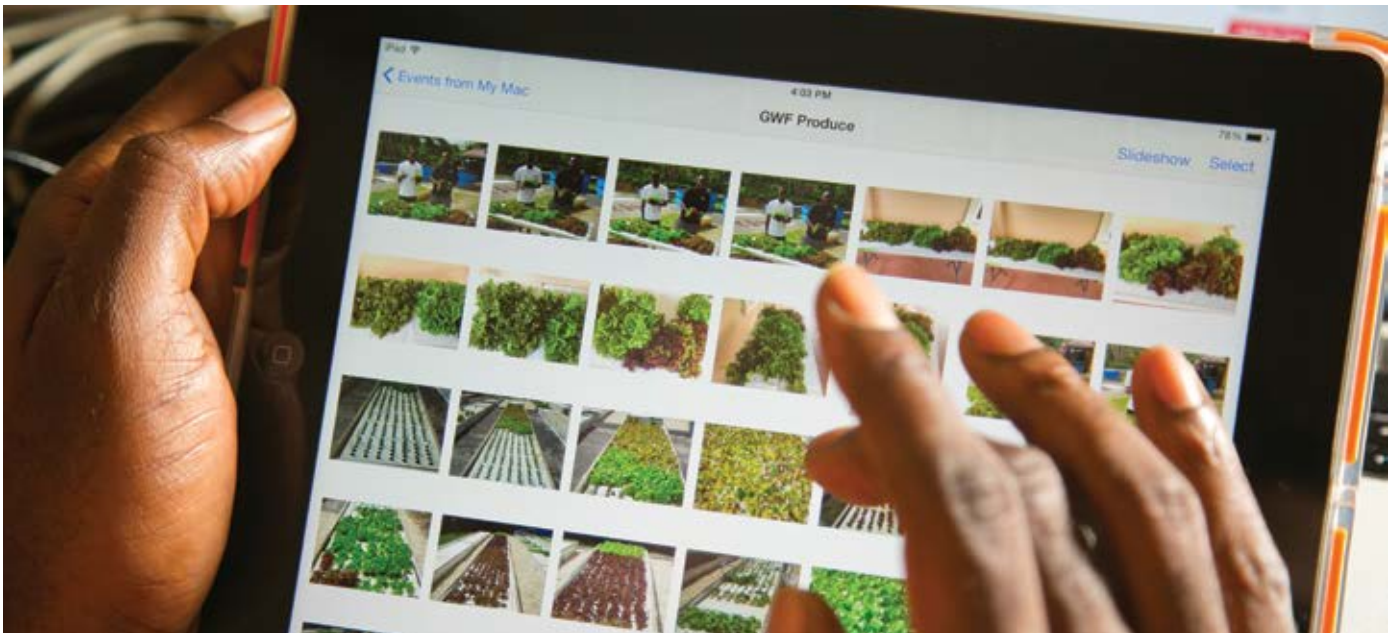
« Nous nous efforçons d'être aussi novateurs que possible et de montrer aux jeunes que les stéréotypes sur l'agriculture ne sont pas toujours fondés, explique Keron Bascombe, qui est également le représentant de Trinité-et-Tobago sur la plateforme « Jeunes professionnels pour la recherche et le développement agricole » (YPARD). Nombreux sont les jeunes qui

étudient l'agriculture sans avoir assez d'expérience pratique ni savoir où trouver les opportunités et changent donc de voie. Mais nous avons besoin que de plus en plus de jeunes fassent carrière dans l'agriculture. »

En plus de gérer les plateformes des média sociaux pour ses organisations, il est un blogueur actif sur les questions liées à l'agriculture. Il est aussi correspondant aux Caraïbes pour le magazine Spore du CTA, pour le New Agriculturist et pour le site Web des Jeunes professionnels pour le développement local (YPLD). Il est actuellement en stage de communication à la Global Donor Platform for Rural Development (GDPRD), organisation installée à Bonn (Allemagne) qui intervient dans les politiques au service du développement rural.

Au quotidien, il gère le site Web de GDPRD et ses plateformes de média sociaux en écrivant et publiant des articles sur l'agriculture. Il est manifestement dans son élément.

« L'agriculture est une passion pour moi. J'adore écrire, bloguer et mettre les média sociaux à son service, explique-t-il. « L'agriculture est fondamentale, car nous avons tous besoin de manger. Si je parviens à la promouvoir, j'aurai réussi ma vie. » ■



© CTA

Les TIC attirent toujours plus de jeunes vers des entreprises agricoles.

HISTOIRE 18

De nouvelles compétences ouvrent des portes à un journaliste agricole

Le renforcement des compétences en Web 2.0 et média sociaux a contribué à la réputation professionnelle d'un journaliste au Burkina Faso. Suite à cela, il a été engagé par deux organisations de développement rural pour les aider avec les projets liés à la communication.

En tant que journaliste agricole, Inoussa Maiga s'est toujours intéressé de près aux questions liées au développement agricole et rural, notamment à la sécurité alimentaire, à l'accès aux terres, à la pêche durable et au savoir traditionnel.

Il est président de l'Association des journalistes et chargés de communication agricoles (ABJCA) dans son pays natal, le Burkina Faso. Sur son blog, l'utilisation des TIC au profit de l'agriculture figure parmi ses principaux intérêts. C'est pourquoi, en octobre 2013, il a eu le plaisir de recevoir une invitation à un cours OA sur le Web 2.0 de la part du CTA. Cette opportunité allait lui ouvrir de nombreuses portes. « En tant que journaliste, j'utilisais déjà le Web 2.0 et les média sociaux dans une certaine mesure pour

© Inoussa Maiga

Inoussa Maiga (au milieu) a participé au développement d'une stratégie de développement pour la Coalition for Fair Fisheries Arrangements (CFFA).

mon travail, mais de façon décousue, avoue-t-il. La formation que j'ai reçue m'a aidé à améliorer la façon dont j'utilise les blogs, Facebook et Twitter, et m'a montré en quoi je pouvais les mettre au service du développement agricole et rural. »

Peu après, le jeune journaliste (qui travaillait à la pige, envoyant notamment des contributions au magazine Spore du CTA) a reçu un appel inattendu. Farm Radio International, ONG canadienne, lui a demandé de préparer pour son compte un guide pratique destiné aux journalistes de radios communautaires. Ce document de huit pages était destiné à aider les journalistes radio à trouver en ligne des informations utiles et fiables sur l'agriculture.

« Ce contrat est en partie dû à ma formation, estime-t-il. « C'est le fruit de mes pages sur les média sociaux et de mon profil à jour sur LinkedIn, qui ont attiré leur attention. »

Le guide radio est désormais prêt à être publié et devait être disponible en ligne fin 2014. En attendant, il a été contacté par la Coalition for Fair Fisheries Arrangements (CFFA), plateforme belge regroupant plusieurs ONG, qui publie des informations sur l'impact des réglementations piscicoles de l'UE-ACP (Union européenne, Afrique, Caraïbes et Pacifique) sur les communautés de petits pêcheurs en matière de développement et d'environnement. Cette fois, on lui a demandé de développer une stratégie de communication.

Il a saisi cette opportunité et s'est rendu à Rome en juin 2014 pour présenter ses idées à la CFFA, notamment sur les façons d'améliorer la visibilité de l'organisation à l'aide des média sociaux et d'autres outils. Le mois suivant, il s'est rendu au Kenya pour participer à la finale du concours YoBloCo du CTA. Comptant parmi les douze finalistes, il a remporté le prix du meilleur blog sur l'agriculture familiale.

Plus tôt cette même année, il a lancé une petite agence média appelée MEDIAPROD, qui publie des actualités et des vidéos sur l'agriculture, et offre une formation sur les média sociaux à des clients comme des stations de radio communautaires rurales. Il regorge de projets, qui mettent pour la plupart en œuvre les TIC pour améliorer la couverture des questions de développement agricole et rural, qui lui sont si chères.

En mars 2015, avec l'association des journalistes et chargés de communication agricoles, qu'il dirige, il envisage de participer au Festival des documentaires sur l'alimentation et l'agriculture. L'événement, organisé à Ouagadougou, est pour lui l'occasion d'étudier comment utiliser les média sociaux pour susciter l'intérêt chez les jeunes.

« Mobiliser les jeunes est primordial dans cet événement, car ils représentent une cible prioritaire, indique Inoussa Maiga. Selon moi, pour les atteindre, rien de tel que les média sociaux. » ■

Bibliographie

Publications du CTA

- Stratégie du CTA pour la jeunesse 2013-2017 : Synthèse. 2014.
  http://bit.ly/1y9cBjr

- TIC et agriculture : la parole aux jeunes. 2014.
  http://bit.ly/10vJxaL

- TIC pour l'agriculture – Le temps d'agir. Collection : Policy Pointers. 2015.
  http://bit.ly/1IXmCK6

- ICTUpdate magazine. 50ème numéro special. Août 2009.
  http://ictupdate.cta.int/fr/(issue)/50

- ICTUpdate magazine. Issue no. 39 sur le Web 2.0. Octobre 2007.
  http://ictupdate.cta.int/fr/(issue)/39

Co-publication CTA-FAO-FIDA

- Les jeunes et l'agriculture : principaux enjeux et solutions concrètes. 2014.
  http://bit.ly/1GnDtBW

Autres publications

- Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business. Qualman E. 2012.
  http://goo.gl/nS0coh (version anglaise)

- WSIS Stocktaking: Success Stories 2013. International Telecommunication Union (ITU). 2013
  http://goo.gl/K2upfU (version anglaise)

© CTA

Les informations sont partagées plus facilement, plus rapidement et à moindres frais.

Pour en savoir plus

1. Une plateforme au service des politiques de développement rural
Agricultural Platform in Madagascar: www.agriculture-madagascar.net
Farming & Technology for Africa: http://123fta.com
Youth for Agricultural Development: http://jeuneagrimadagascar.org
Blog: http://blog.agriculture-madagascar.net
Facebook: http://tinyurl.com/nuyb3tw

2. À la découverte de solutions inspirantes
Global Youth Innovation Network: http://gyincameroon.blogspot.nl
Protège QV: http://tinyurl.com/n5yz25w
YPARD-Cameroon: www.ypard.net
Blog: http://agritech2.blogspot.nl

3. L'information, synonyme de pouvoir pour les petits exploitants
Pan African Farmers Organisation: http://pafo-africa.org
Regional Platform of Central African Farmers Organisations: http://infopropac.org
Slideshare: www.slideshare.net/propac
Blog: http://propac.blogspot.com
Facebook: http://tinyurl.com/plkfxd3
Twitter: @PROPACinfos
YouTube: http://tinyurl.com/pgn7ghp

4. Faire entendre la voix des producteurs
Do Agric: www.one.org/doagric
Farmers Radio Poll: http://tinyurl.com/lvyxfb7
Blogs:
www.agrichampions.wordpress.com
www.graduatefarmers.wordpress.com
www.youthinagribusiness.wordpress.com
Facebook: http://tinyurl.com/pq397rw

5. Les média sociaux au service du plaidoyer
Women of Uganda Network: www.wougnet.org
Blogs:
http://tinyurl.com/kerskub
http://tinyurl.com/p74umm8

6. Les blogs au service des petits exploitants
Busoga Rural Open Source Development Initiative: www.brosdi.or.ug
Collecting and Exchange of Local Agricultural Content: www.celac.or.ug
Blog: http://celac.wordpress.com

7. Mettre en contact les participants de la chaîne de valeur apicole
Ulule: www.ulule.com
Blog: www.beemadagascar.wordpress.com
Facebook: http://tinyurl.com/oxdfes3

8. De l'indication géographique à la maladie du cacaoyer
Ghana Cocoa Board: www.cocobod.gh

9. Relier les communautés et les chaînes de valeur
Blog: http://tinyurl.com/phlf2op
Facebook: http://tinyurl.com/ppobaw2
Twitter: @rob_kib

10. La tradition de Samoa à l'heure d'Internet
Women in Business Development Inc: www.womeninbusiness.ws
Facebook: http://tinyurl.com/ng4rdjr
Twitter: @WIBDI_Samoa
YouTube: http://tinyurl.com/npot9ns

11. Des conseils en ligne pour les jeunes des milieux ruraux
National Council of Women in Madagascar: http://tinyurl.com/kypgawe
Blogs:
http://tinyurl.com/mxl6exn

http://tinyurl.com/n696bzd
Facebook:
http://tinyurl.com/myp85n2
http://tinyurl.com/pvo5va3

12. Changer l'image de l'agriculture
Regional Universities Forum for Capacity Building in Agriculture: www.ruforum.org
Blog: http://ruforum.wordpress.com
Facebook: http://tinyurl.com/oh7vlxt
Twitter: @ruforumsec
YouTube: http://tinyurl.com/oul47kn

13. Les TIC profitent aux exploitants agricoles et aux télécentres
Rwanda Telecentre Network: http://rtn.rw
Facebook: http://tinyurl.com/ndwwgsh

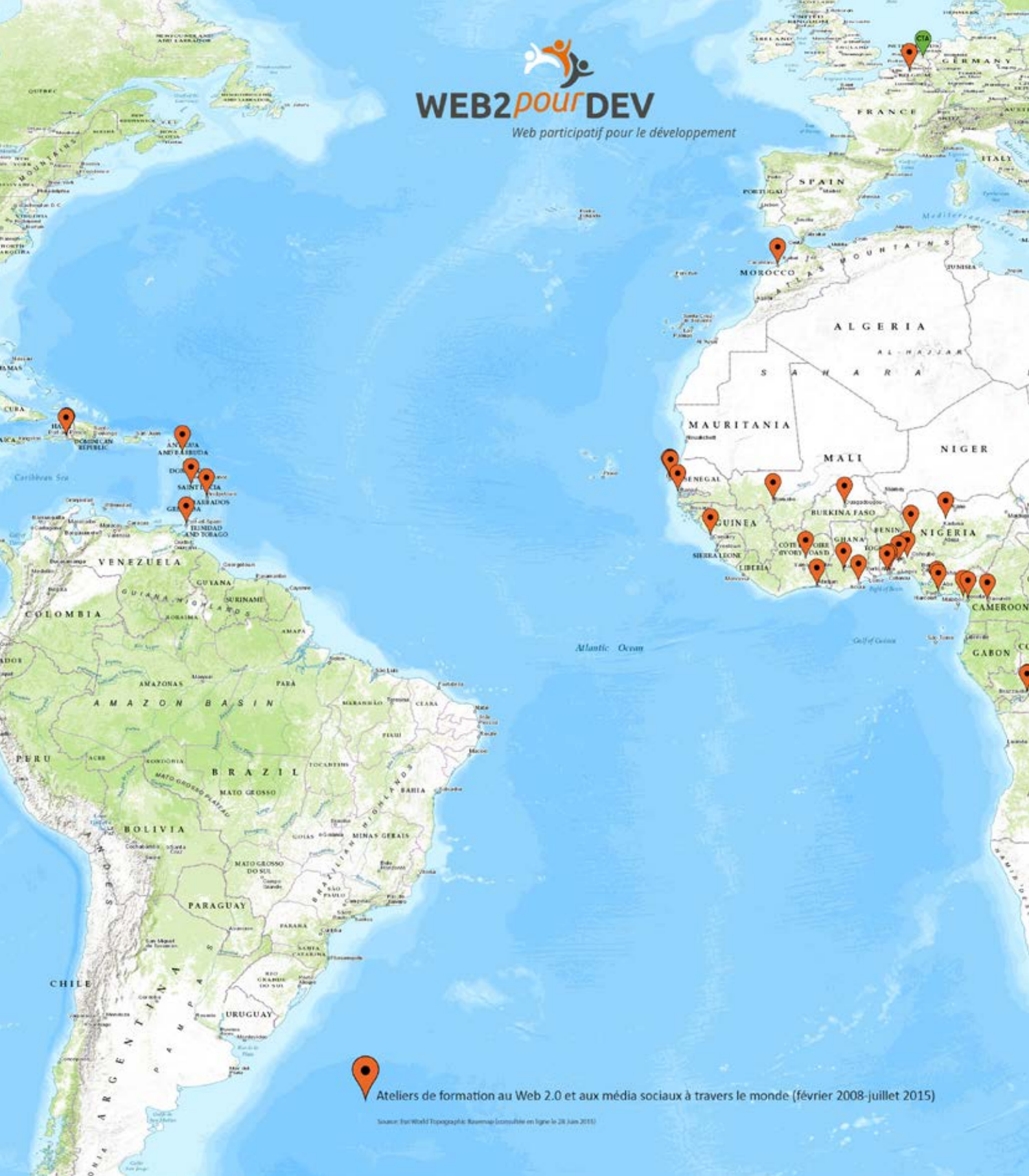
14. De nouveaux horizons pour les jeunes dans l'agriculture
Actions pour l'Environnement et le Développement Durable: www.aced-benin.org/en
Blog: http://agrodevbenin.wordpress.com
Facebook: http://tinyurl.com/oe2vz9v
Twitter: @acedbenin

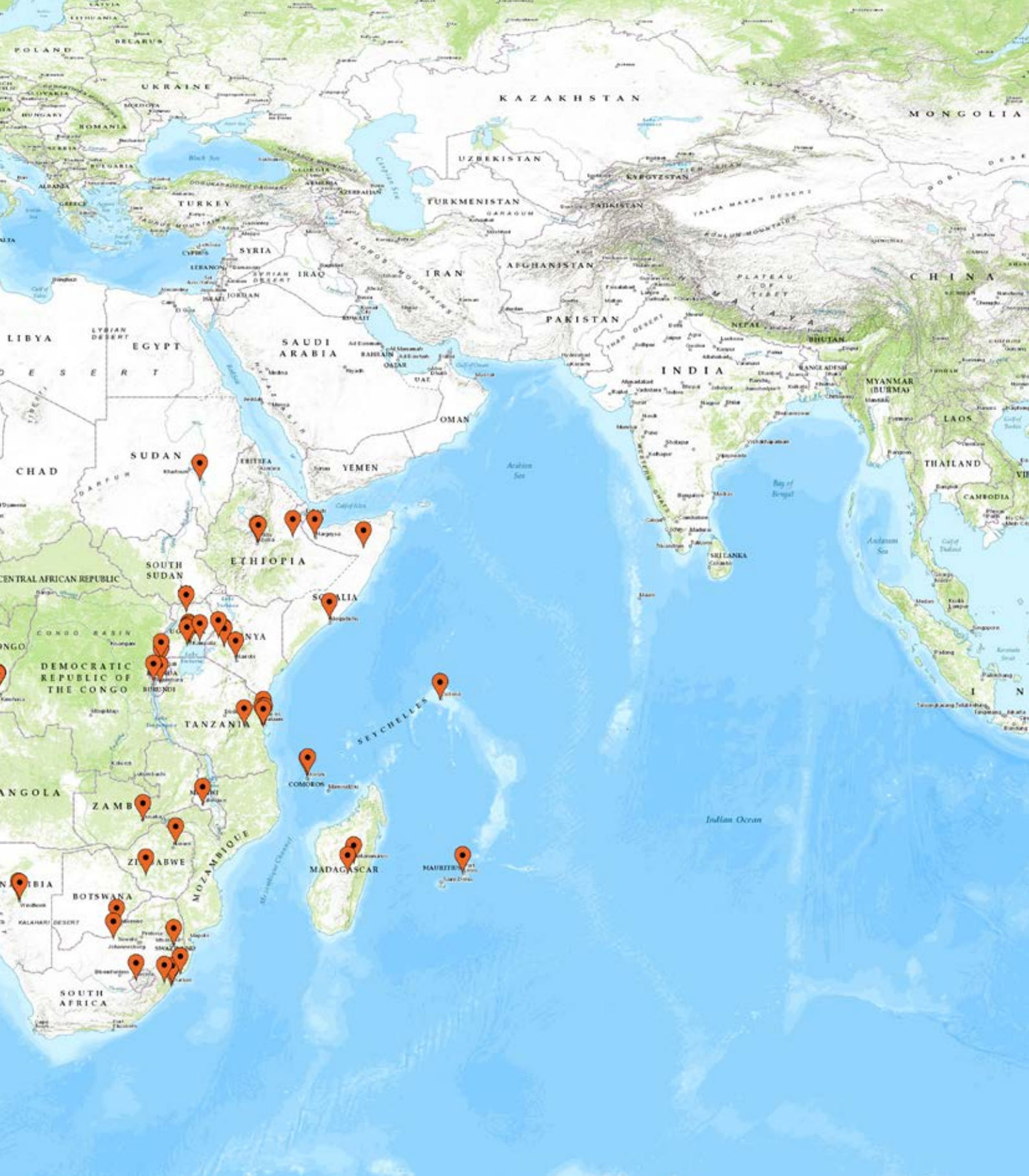
15. Étendre la portée locale des télécentres et des stations de radio
Kenya Telecentre Network:
http://tinyurl.com/kohu79b
Pixelskenya: www.pixelskenya.com

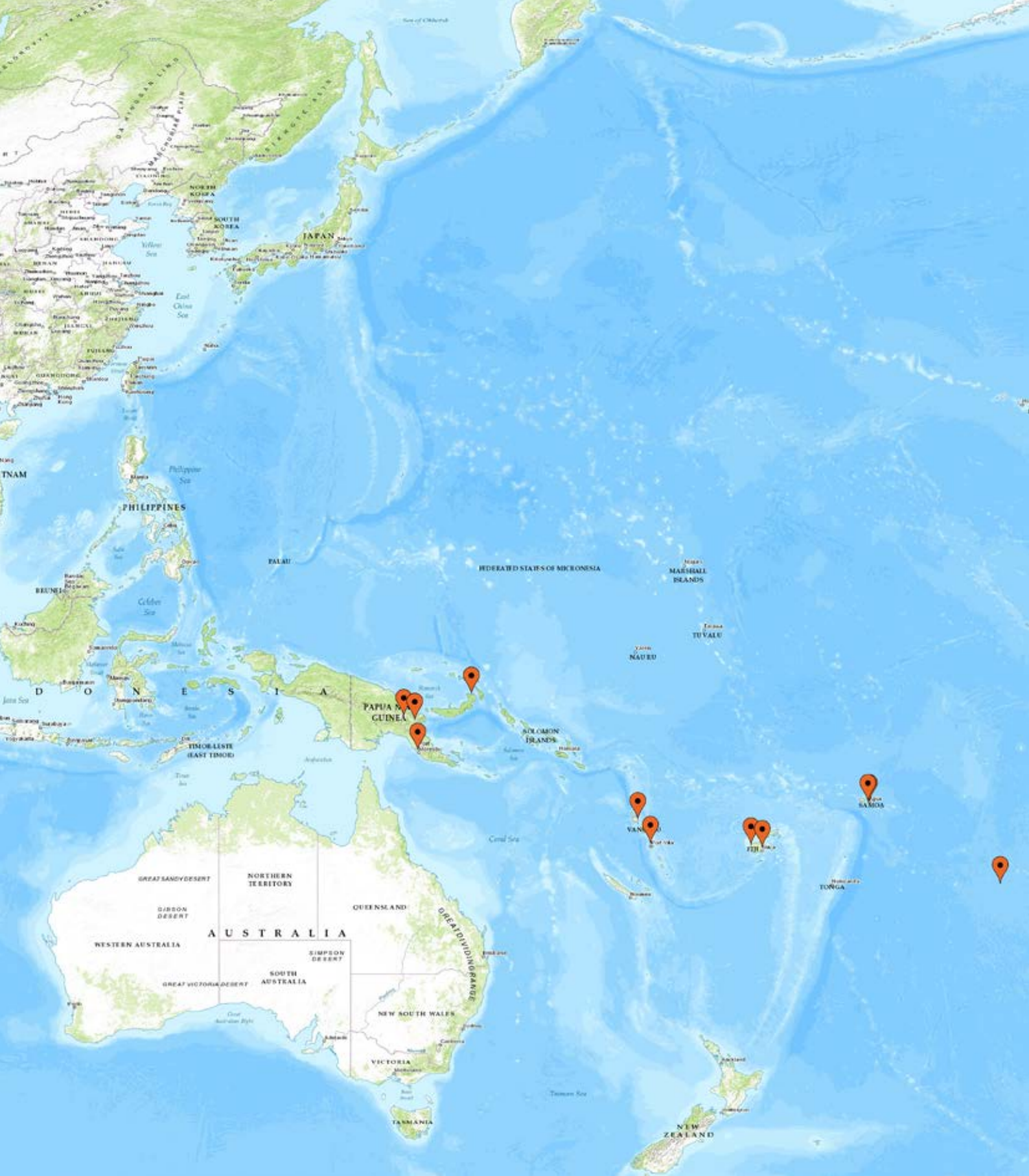
16. De meilleurs services à moindres frais
FENCO: http://tinyurl.com/klwu9nf
Blog: http://tinyurl.com/qy3dxzp

17. Combattre les stéréotypes
Global Donor Platform for Rural Development: http://tinyurl.com/konwr2m
New Agriculturist: http://tinyurl.com/o8du5lh
Spore: http://spore.cta.int
Tech4agri: http://tech4agri.com
Young Professionals for Agricultural Development: www.ypard.net
Young Professionals in Local Development:
www.ypld.org
Blog: http://tinyurl.com/pgejvfu
Facebook: http://tinyurl.com/pc3qmdh

18. De nouvelles compétences ouvrent des portes à un journaliste agricole
Association burkinabè des journalistes et communicateurs agricoles:
http://abjca.wordpress.com
Coalition for Fair Fisheries Arrangements:
http://tinyurl.com/mczz24a
Farm Radio International: www.farmradio.org
YoBloCo 2014 prize winners:
http://tinyurl.com/m8owp7x
Blog: http://tinyurl.com/n4slsxe
Facebook: http://tinyurl.com/ow2mnxq
Twitter: @MaigaInou


WEB2pourDEV
Web participatif pour le développement
CIA
GERMANY
FRANCE
SPAIN
PORTUGAL
MOROCCO
ALGERIA
SAHARA
MAURITANIA
MALI
NIGER
SENEGAL
GUINEA
SIERRA LEONE
LIBERIA
BURKINA FASO
GHANA
NIGERIA
CAMEROON
GABON
Atlantic Ocean
Caribbean Sea
CUBA
DOMINICAN REPUBLIC
ANTIGUA AND BARBUDA
SAINT LUCIA
BARBADOS
TRINIDAD AND TOBAGO
VENEZUELA
GUYANA
SURINAME
COLOMBIA
AMAZON BASIN
PERU
BRAZIL
BOLIVIA
PARAGUAY
CHILE
URUGUAY
ARGENTINA
Ateliers de formation au Web 2.0 et aux média sociaux à travers le monde (février 2008-juillet 2015)


POLAND
UKRAINE
KAZAKHSTAN
MONGOLIA
UZBEKISTAN
KYRGYZSTAN
TURKMENISTAN
TAJIKISTAN
TURKEY
SYRIA
IRAQ
IRAN
AFGHANISTAN
CHINA
PAKISTAN
NEPAL
BHUTAN
INDIA
LIBYA
EGYPT
SAUDI ARABIA
OMAN
YEMEN
SUDAN
CHAD
ERITREA
ETHIOPIA
SOUTH SUDAN
CENTRAL AFRICAN REPUBLIC
DEMOCRATIC REPUBLIC OF THE CONGO
KENYA
TANZANIA
SEYCHELLES
COMOROS
ANGOLA
ZAMBIA
ZIMBABWE
MOZAMBIQUE
MADAGASCAR
BOTSWANA
SOUTH AFRICA
MYANMAR (BURMA)
LAOS
THAILAND
CAMBODIA
SRI LANKA
Indian Ocean


NORTH KOREA
SOUTH KOREA
JAPAN
Yellow Sea
East China Sea
Philippine Sea
PHILIPPINES
PALAU
FEDERATED STATES OF MICRONESIA
MARSHALL ISLANDS
TUVALU
NAURU
BRUNEI
Celebes Sea
D O N E S I A
PAPUA NEW GUINEA
SOLOMON ISLANDS
TIMOR-LESTE (EAST TIMOR)
Arafura Sea
Coral Sea
SAMOA
TONGA
GREAT SANDY DESERT
NORTHERN TERRITORY
GIBSON DESERT
QUEENSLAND
GREAT DIVIDING RANGE
A U S T R A L I A
WESTERN AUSTRALIA
SIMPSON DESERT
SOUTH AUSTRALIA
GREAT VICTORIA DESERT
NEW SOUTH WALES
VICTORIA
TASMANIA
Tasman Sea
NEW ZEALAND

Le Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA) est une institution internationale conjointe des États du Groupe ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique) et de l'Union européenne (UE). Il intervient dans les pays ACP pour améliorer la sécurité alimentaire et nutritionnelle, accroître la prospérité dans les zones rurales et garantir une bonne gestion des ressources naturelles. Il facilite l'accès à l'information et aux connaissances, favorise l'élaboration des politiques agricoles dans la concertation et renforce les capacités des institutions et communautés concernées.
Le CTA opère dans le cadre de l'Accord de Cotonou et est financé par l'UE.

Le Web 2.0 pour le développement, ou Web2pourDev, utilise des outils interactifs du web afin d'aider les acteurs du développement à améliorer le partage d'information et la production collective de connaissances. Ces outils permettent aux acteurs du développement de communiquer entre eux et avec les parties prenantes, de constituer des réseaux solides, d'avoir accès à l'information, de produire et publier leur propre contenu et de diffuser les documents produits par d'autres. Les média sociaux, qui fonctionnent grâce aux applications du Web 2.0, sont au centre du Web2pourDev et permettent aux communautés de pratiques et aux réseaux de se développer. Depuis 2006, le CTA encourage l'adoption généralisée et l'institutionnalisation du Web 2.0 et des média sociaux, dans le but d'aider ses partenaires à influencer les processus politiques liés au développement agricole et rural et au développement des chaînes de valeur.

Pour plus d'informations sur le CTA, visitez www.cta.int
Pour plus d'informations sur le programme Web2pourDev, visitez www.web2fordev.net

© CTA 2015

L'agriculture à l'heure de la révolution numérique

Centre technique de coopération agricole et rurale
ACP-UE (CTA)
PO Box 380
6700 AJ Wageningen
les Pays-Bas
www.cta.int