

## Vulgarisation agricole, approches et orientations

Ameur C.

*in*

Dupuy B. (comp.), Dupuy B. (collab.).  
Equilibre alimentaire, agriculture et environnement en Méditerranée

Montpellier : CIHEAM  
Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 24

1994  
pages 135-140

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI950052>

To cite this article / Pour citer cet article

Ameur C. **Vulgarisation agricole, approches et orientations**. In : Dupuy B. (comp.), Dupuy B. (collab.). *Equilibre alimentaire, agriculture et environnement en Méditerranée*. Montpellier : CIHEAM, 1994. p. 135-140 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 24)



<http://www.ciheam.org/>  
<http://om.ciheam.org/>

# Vulgarisation Agricole, approches et orientations

Charles Ameur

Banque Mondiale, Région Moyen-Orient et Afrique du Nord, Washington (Etats-Unis)

C'est pour moi à la fois un honneur et un grand plaisir de vous entretenir aujourd'hui de vulgarisation. Un honneur, car je suis convaincu qu'il y a beaucoup d'expertise en la matière parmi l'auditoire; un plaisir, car cela fait de nombreuses années que je m'intéresse à la vulgarisation sur le terrain. C'est un sujet fascinant. Le thème que j'aborde est vaste puisqu'il s'agit non moins de la vulgarisation agricole, approches et orientations. Le temps qui m'est imparti est court, aussi je vous propose un canevas simple. Je compte vous parler brièvement de vulgarisation, de son importance relative dans le secteur agricole. Je vous proposerai ensuite un aperçu de la vulgarisation telle qu'elle se pratique dans certains pays du pourtour méditerranéen. La sélection a été plus ou moins arbitraire et j'ai retenu les cas de l'Espagne, de la France, de la Grèce, de la Turquie, de l'Egypte et de la Tunisie. Les cas examinés devraient nous permettre de constater l'existence d'approches et de tendances. Nous devrions enfin être à même de discerner des orientations, qui pourraient être des sources d'inspiration et alimenter les discussions à venir. Fonctionnaire de la Banque mondiale, je tiens à préciser que je parle en mon nom personnel et que mes propos n'engagent en rien cette institution.

## I – La vulgarisation agricole

Qu'est-ce que la vulgarisation ? Certains en parlent avec beaucoup d'assurance. D'autres se posent d'innombrables questions. A.W. Van den Baan et H.S. Hawkins constatent dans leur ouvrage intitulé *Agricultural Extension* qu'il y a pour ainsi dire autant de significations et donc d'interprétations possibles du mot vulgarisation qu'il y a de langues parlées. Pour certains, il s'agit d'éclairer le chemin ; pour d'autres de procurer des conseils sans s'engager, ou en s'engageant, d'apprendre aux gens à résoudre leurs problèmes eux-mêmes, de simplifier les connaissances de sorte à les rendre compréhensibles pour le commun des mortels; pour d'autres c'est la formation qui prend le pas ; pour d'autres encore vulgarisation devient synonyme de développement rural... J'arrête là une énumération qui pourrait devenir fastidieuse. Force est de constater qu'il y a un problème de terminologie, d'interprétation.

On a écrit, on écrit et on écrira encore beaucoup sur la vulgarisation. C'est un sujet qui engendre prolixité, passion et controverse ; qui ne laisse jamais indifférent. Il y a les philosophes et les praticiens, les promoteurs d'écoles et de systèmes, les sceptiques et les convaincus. La réalité du terrain, au contact des agriculteurs, nous apprend le besoin de prudence et de mesure, la nécessité du dialogue et de la concertation. Il en est ainsi, chaque fois que l'on s'adresse à l'homme, que l'on cherche à modifier son comportement, ses pratiques et ses habitudes.

### 1. Importance de la vulgarisation

On peut concevoir l'agriculture comme étant une chaîne faite de divers maillons ayant pour noms : recherche, vulgarisation, facteurs de production, infrastructures, crédit rural, coopératives, politique des prix, foncier, marchés, etc.. Le secteur agricole d'un pays donné connaît en général des progrès d'autant plus rapides qu'un certain nombre de ces facteurs ne posent pas de problème. Il est évident que moins les pays ont de moyens, moins ils ont de facteurs favorables réunis ; et plus lente est la progression de leur secteur agricole. Une autre évidence, pas toujours appréhendée à sa juste valeur, est que nombre de facteurs ci-dessus sont inter-reliés.

La vulgarisation n'est pas toujours considérée par les Etats, voire par les agriculteurs, comme étant une priorité. Nous allons néanmoins, pour la commodité de l'exposé, prendre comme hypothèse que la vulgarisation mérite une grande attention. S'agissant de vulgarisation, je ne vous parlerai pas de recherche en tant que telle, quoique je considère les liens entre recherche et vulgarisation comme essentiels tant pour l'un que pour l'autre. Je ne parlerai pas non plus en détail de formation, de moyens de communication, de masse-média ; ce sont là des sujets qui méritent d'être débattus séparément.

Nous n'avons toujours pas défini ce qu'est la vulgarisation. La vulgarisation est évolutive. Il y a eu la vogue de la transmission de messages, le plus souvent techniques. Les agents étaient alors considérés comme de simples postiers. Ce n'est que graduellement que la nécessité de considérer les exploitations agricoles comme des unités de production a fini par être reconnue. Il n'y a pas si longtemps, les recommandations concernaient une spéculation unique ou des spéculations juxtaposées. Et ce n'est que récemment que le facteur économique a réellement commencé à être pris en considération. Autrefois, on naviguait bien sans radar, sans sonar, voire sans sextant. La navigation a bien changé depuis... Du reste, lorsqu'il est demandé aux agriculteurs d'énoncer leurs trois principaux problèmes, ceux-ci sont invariablement d'ordre économique. Ils ont trait aux coûts de tel ou tel facteur de production, aux problèmes de débouchés, aux contraintes liées au crédit, aux calamités agricoles... Enfin, le *new look*, si l'on peut se permettre l'expression, est de parler de développement rural. Effectivement, l'agent de vulgarisation est invité à écouter, à regarder et noter les multiples contraintes auxquelles le monde rural est confronté. Il doit en principe ramener à qui de droit les difficultés rencontrées. Que de chemins parcourus ces dernières décennies par notre postier ! De rabâcheur de messages techniques simples, il est devenu, ou devra devenir, par la force des choses, un agro-économiste ou un spécialiste très pointu.

La vulgarisation est à la fois un état et un comportement. Il s'agit avant tout d'écouter avant de parler, de comprendre, d'analyser et de synthétiser les problèmes, les contraintes et les aspirations des agriculteurs. Il s'agit de cultiver l'art du diagnostic. Il faut avoir la volonté d'aider l'agriculteur à résoudre ses problèmes quand bien même on ne parviendrait à n'en solutionner qu'un seul parmi mille. Une agriculture performante repose sur un certain nombre de services d'appui dont la vulgarisation.

## 2. La vulgarisation sur le pourtour de la Méditerranée

L'examen des différents cas que je vais vous présenter est volontairement succinct. Il ne s'agit pas de remonter le cours de l'histoire et d'analyser l'évolution de la vulgarisation des pays concernés. Je voudrais plutôt, avant d'aborder la troisième partie de l'exposé (approches et orientations) constater avec vous la palette des approches actuelles en matière de vulgarisation. Vous aller constater qu'il n'y a pas deux pays qui aient la même approche, et bien peu qui aient une stratégie de vulgarisation.

- **Espagne.** Environ 10 % de la population active travaille dans le secteur agricole en Espagne. On y trouve beaucoup de petites exploitations et une agriculture souvent à temps partiel. Le service de vulgarisation agricole aurait été institué en 1956. Depuis, certains changements importants ont eu lieu. La vulgarisation est graduellement décentralisée à partir de 1979, du ministère de l'Agriculture en direction de chacune des 17 régions ou autonomies qui constituent le pays. Ces 17 services libres pour ce qui est de leur organisation, ont l'obligation de demeurer des services publics. Les services dits centraux subsistent au sein du ministère de l'Agriculture ; ils ne s'occupent plus de la politique de vulgarisation ni de la gestion des moyens. Par contre, ils ont désormais un rôle renforcé en matière de coordination et de formation et continuent de suivre les aides aux agriculteurs. Il existe une commission de coordination constituée par le directeur du service de développement agricole du ministère de l'Agriculture et les 17 directeurs régionaux. Le concept même de cette commission mérite d'être souligné. En effet, il s'agit pour la commission de s'assurer, entre autres : de la circulation de l'information relative aux programmes menés au niveau national et des régions ; de proposer des améliorations ; et de faire des suggestions aux services régionaux sur la base d'expériences acquises au niveau de l'ensemble des régions.

Les organisations professionnelles ont constitué, à la longue, non moins de 8000 chambres d'agriculture dont les agents sont plus du domaine technique et social que des conseillers en développement. Les chambres sont financées par l'Institut des relations agraires. Les organisations syndicales de leur côté regroupent un pourcentage assez faible d'agriculteurs. Elles auraient quelques centaines d'agents (environ 500), qui coexistent avec ceux des services du ministère de l'Agriculture et bénéficient des subsides de l'Etat. Il y a également des coopératives qui sont avant tout des coopératives de service.

En **résumé**, les mots clés à retenir sont :

- décentralisation ;
- autonomie régionale mais concertation nationale grâce à la commission de coordination ;
- prééminence du secteur public et
- services centraux qui coordonnent et jouent un rôle dans la formation.

Il existe aussi des chambres d'agriculture et des coopératives qui dépendent encore pour la plupart des subventions de l'Etat.

• **France.** L'organisation de la vulgarisation par l'Etat remonte à 1919. Depuis, la vulgarisation a connu des transformations profondes et des progrès sensibles. En France, le développement rural est avant tout décentralisé et basé sur une responsabilisation croissante de la profession. Au niveau national existent des organismes nationaux de développement qui assurent la formation des agents de développement et financent la formation des agriculteurs et des salariés agricoles. Au niveau régional et départemental, le développement agricole est centré autour des chambres d'agriculture. Celles-ci, au nombre de 94, ont virtuellement pris depuis 1958 le relais des Directions des services agricoles (DSA) en matière de vulgarisation-développement. Au côté des chambres d'agriculture, on trouve également des centres de gestion, des groupements de producteurs, des caisses de crédit, des établissements d'enseignement agricole et le secteur privé des fournisseurs de facteurs de production. Les chambres d'agriculture ont un rôle de coordination des actions de développement. Il existe, par ailleurs, un organisme paritaire, l'Association nationale pour le développement agricole (ANDA), qui associe l'Administration et la Profession.

En France, l'Etat se désengage progressivement de la vulgarisation et la tendance semble irréversible. Il finance désormais des activités et des programmes plutôt que des infrastructures. Bien que l'Etat finance encore 30 à 40 % des coûts de fonctionnement des chambres d'agriculture, il en laisse la gestion à la profession. L'Etat maintient son rôle de coordination parmi la multiplicité des intervenants, au niveau de la formation, et de l'octroi de services gratuits en zones de petite agriculture marginale. Le secteur public n'est certainement pas appelé à disparaître. Il a plutôt de nouveaux rôles à assumer, en rapport avec les progrès et changements du secteur agricole.

En **résumé**, les constats sont les suivants :

- la vulgarisation en France s'inscrit dans le développement rural ;
- la décentralisation est systématique ;
- l'Etat a délibérément opté pour une responsabilisation croissante de la profession et un désengagement progressif mais non complet de la vulgarisation ;
- les chambres d'agriculture jouent un rôle important notamment de coordination du développement ;
- une concertation administration-profession est assurée au niveau national par le biais de l'ANDA ;
- les prestations des conseillers sont payantes, de même que les divers services rendus par les chambres d'agriculture.

• **Grèce.** La population rurale est encore relativement peu élevée (25 % du total des actifs). L'agriculture repose sur un réseau d'environ 7000 coopératives coordonnées au niveau national par la Confédération panhellénique des coopératives agricoles. Les services de vulgarisation sont organisés dans le cadre du ministère de l'Agriculture, depuis 1951. Après plusieurs réorganisations, la vulgarisation et la recherche sont désormais regroupées, au niveau national, au sein d'une même direction générale.

Il existe 54 directions régionales auxquelles sont rattachés des services de développement agricole et des conseillers spécialisés. Les services régionaux sont désormais nantis chacun d'un bureau d'information et d'un bureau chargé de la gestion des exploitations. Il existe, au niveau local, quelque 300 équipes pluridisciplinaires dont les prestations des conseillers sont gratuites. Enfin, le réseau est complété par 75 centres de formation. Un programme et des objectifs sont communiqués chaque année aux services décentralisés du ministère de l'Agriculture dans chaque région. La vulgarisation agit par des contrats directs sur le terrain avec les agriculteurs et par l'utilisation, aux niveaux national et régional, des masses-média. Le financement de la vulgarisation est à 95 % le fait de l'Etat avec une contribution de la CEE en complément.

En **résumé** : La vulgarisation en Grèce est de type classique. Elle est :

- entièrement publique et gratuite ;
- il ne semble pas que la profession soit appelée à court ou à moyen terme à prendre des responsabilités en matière d'organisation et de gestion de la vulgarisation.

• **Turquie.** La Turquie avait opté en 1974 pour l'adoption progressive et la mise en place du système dit de "Formation et Visites", plus connu sous sa traduction en anglais de *Training and Visit (T&V)*. C'est ainsi que 37 des 71 provinces que compte le pays appliquent à présent les principes généraux de ce système. Ce dernier est basé sur un encadrement rapproché des agriculteurs à l'occasion de visites individuelles ou de groupes. Par des ratios, le service de vulgarisation cherche à toucher, de façon régulière, l'ensemble des agriculteurs des régions couvertes. Le financement provient uniquement de l'Etat et le service est gratuit.

Le pays est très hétérogène et des adaptations ont été apportées au système initial (*T&V*). Il existe un mixte de centralisation et de décentralisation qui varie sensiblement d'une province à l'autre. L'émergence du secteur privé en matière de vulgarisation est encore timide. La vulgarisation est surtout soutenue par des masses-média et un réseau moderne de communication.

En **résumé** : La Turquie a, durant deux décennies, mis en place un système unique de vulgarisation. Celui-ci a depuis été sensiblement modifié. D'autres voies sont désormais recherchées.

• **Egypte.** La vulgarisation agricole en Egypte était, jusque vers le début des années quatre-vingts, essentiellement un service du ministère de l'Agriculture chargé d'administrer, de promouvoir et de faire appliquer la politique agricole en mettant l'accent sur les cultures individualisées plutôt que sur le développement intégré des exploitations. Vinrent ensuite, par le biais de projets bénéficiant de financements extérieurs, des changements sensibles dans le domaine de la production agricole. Il s'agissait de : promouvoir une plus grande décentralisation depuis Le Caire en direction des gouvernorats ; procéder à une distinction plus nette entre les services chargés de l'application des régulations et ceux réservés à la vulgarisation, les premiers étant perçus comme cherchant à forcer l'application de la politique agricole, le second faisant office de guide et de conseiller ; développer des liens plus étroits entre la recherche et la vulgarisation ; et s'assurer de l'information en retour (*feed back*) depuis les agriculteurs.

Le gouvernement égyptien a procédé à des changements importants au cours des dix dernières années. C'est ainsi que les quotas de production ont été abolis, les subventions réduites, les prix libérés, et le secteur privé encouragé. Les agriculteurs ont largement bénéficié de ces changements, car il sont devenus maîtres de leurs décisions et mieux à même de tenir compte des lois du marché.

Les projets terminés ont permis notamment : d'améliorer les contacts entre vulgarisateurs et agriculteurs et d'accroître la confiance vis-à-vis des agents ; aux agriculteurs de répondre en général favorablement lors de la mise en place d'un réseau d'agriculteurs de contacts chargés, entre autres, d'implanter des parcelles de démonstration ; à la recherche d'apprécier l'information en retour née de contacts plus étroits et réguliers avec les agriculteurs. Cependant, certains problèmes subsistent : le coût de maintien d'une approche intensive s'est révélé prohibitif et a constitué un poids considérable sur les possibilités budgétaires du gouvernement ; la compétence des agents était très variable, y compris parmi les techniciens spécialisés dont le rôle est toutefois très important ; la vulgarisation a continué à opérer indépendamment des autres services de développement ; et les communautés-cibles n'étaient guère consultées quant aux actions retenues pour leur développement. Rien de tout cela est bien nouveau. Pour les familiers du développement, le dilemme est constant entre rapidité d'intervention et lenteur de la concertation – cette dernière étant indispensable.

En **résumé** : Un gros effort a été entrepris en Egypte en vue d'améliorer le système de vulgarisation qui prévalait. Des projets limités, quant à leurs aires respectives d'intervention et à leur envergure, ont permis néanmoins de tirer quelques leçons très instructives. Le coût d'une vulgarisation intensive pèse lourdement sur le budget national ; les agents de vulgarisation doivent être de bon niveau et les spécialistes hautement compétents ; les agriculteurs doivent participer, voire contribuer, à la vulgarisation ; la concertation préalable, avec les communautés rurales, est la clé pour l'obtention de succès véritablement pérennes.

• **Tunisie.** La vulgarisation en Tunisie est en pleine mutation. Ce n'est pas qu'elle n'existait pas auparavant. Mais le changement majeur réside probablement dans le fait que la profession est davantage sollicitée que par le passé. Elle doit indiquer ses préférences, la façon dont la vulgarisation devrait opérer, ce qu'elle attend de ce service. Il n'y a pas de système unique de vulgarisation en Tunisie. Il y a, par contre, un service unique : l'Agence pour la vulgarisation et la formation agricole (AVFA) au sein du ministère de l'Agriculture. Ce service, créé en 1990, est chargé de conceptualiser, d'harmoniser mais surtout pas de standardiser la vulgarisation agricole. Cette dernière est décentralisée au niveau des gouvernorats. Des enquêtes menées de concert avec la recherche ont permis une meilleure connaissance des différentes

catégories d'agriculteurs. Il s'agit maintenant de trouver les méthodes les plus appropriées pour s'adresser aux uns et aux autres. L'AVFA n'a retenu que 3 à 4 catégories d'agriculteurs pour commencer.

Il existe en Tunisie des groupements d'agriculteurs, des coopératives et des chambres d'agriculture. La vulgarisation est essentiellement publique, mais une vulgarisation privée commence à voir le jour et certains groupements ont leur propres techniciens. Des agriculteurs n'hésitent pas à payer pour recevoir des conseils. L'Etat a opté sans réserve pour un désengagement progressif de certains services d'appui à l'agriculture, dont de la vulgarisation. Le souhait est de voir la profession prendre davantage de responsabilités. Le désengagement sera concerté et les agriculteurs devront être préparés. La Tunisie est un cas particulièrement intéressant, où l'Etat cherche à coordonner l'existant. L'agence a, du reste, répertorié les sources de vulgarisation. Il y a place à la fois pour le secteur public et le secteur privé. Il est très probable que le secteur public existera encore longtemps, car il y a des aires géographiques, des catégories d'agriculteurs, qui demeurent peu attractifs pour le privé motivé essentiellement par le gain. Le secteur public doit rester responsable de la formation, des masses-média, garantir la qualité de la vulgarisation émanant du secteur privé...

**En résumé :** La Tunisie met un accent tout particulier sur la vulgarisation. Le secteur privé commence timidement, mais sûrement, à s'installer. L'Etat a clairement indiqué son souhait de se désengager à terme d'une partie de la vulgarisation. L'AVFA coordonne et harmonise différentes approches, évitant les coûteuses duplications. La Tunisie a atteint un stade où l'élaboration d'une stratégie de vulgarisation devient hautement recommandable, nécessaire et appropriée.

### 3. Approches et orientations

Nous venons de parcourir certains rivages de la Méditerranée en quête de vulgarisation. La première constatation est que la vulgarisation diffère d'un pays à l'autre. Les approches varient et les conditions sont dissemblables. Il n'y a pas de recommandation universelle en matière de vulgarisation. Il y a des approches et des orientations. Par contre, une similarité qui se retrouve çà et là a trait à la décentralisation ; c'est un point important qu'il convient de retenir.

Je voudrais à présent développer un point que j'estime primordial : la nécessité pour les états de définir une stratégie de la vulgarisation. A la différence d'un plan directeur qui examinerait la vulgarisation dans le détail, son organisation, son fonctionnement et ses moyens, la stratégie de vulgarisation doit amener les décideurs à envisager son évolution probable dans le temps. Permettez-moi de faire part, ci-après, de certains constats tirés de l'expérience connus probablement d'un grand nombre et qui méritent d'être soulignés.

- ❑ **Implication de la Profession.** Il y a un manque frappant d'enquêtes destinées à connaître la façon dont les agriculteurs perçoivent la vulgarisation et surtout comment ils voudraient la voir opérer.
- ❑ **Nécessité d'une stratégie.** Bien peu de pays ont défini une stratégie claire, assigné des objectifs et des buts précis à la vulgarisation.
- ❑ **Pérennisation.** Le secteur public peut rarement se permettre une couverture dense et systématique de l'ensemble des agriculteurs. Le réseau doit être à la mesure de ce que les Etats peuvent supporter financièrement.
- ❑ **Evolution dans le temps.** Le nombre des agents de vulgarisation devrait être maintenu au strict nécessaire, ces agents étant affectés à des régions spécifiques et pour des périodes de temps déterminées (en accord avec la profession).
- ❑ **La vulgarisation, une profession reconnue.** Les agents se doivent d'être d'un niveau de plus en plus élevé, être reconnus en tant que tels et payés en conséquence. C'est tout de même ironique de voir des pays espérer économiser des millions de dollars grâce à une agriculture plus performante et compter pour ce faire sur les agents les moins équipés, les moins formés et les moins motivés de la fonction publique. Il manque bien souvent un simple statut du vulgarisateur.
- ❑ **Privatisation.** Le secteur public doit chercher à se désengager graduellement lorsque les conditions s'y prêtent. Cela nécessite une véritable concertation préalable avec la profession. Le passage du secteur public au secteur privé requiert que la Profession soit convenablement informée, puis préparée à prendre davantage de responsabilités. Il restera néanmoins toujours un rôle pour le secteur public, nouveau rôle qu'il reste à définir.

Des exemples existent de pays ayant facilité le passage graduel de leur vulgarisation du secteur public vers le secteur privé, sans pour autant avoir totalement aboli le premier. En définissant une stratégie, les décideurs s'obligent à anticiper l'évolution de la vulgarisation. Ils doivent, par ailleurs, adapter les approches à la vulgarisation en fonction du budget national à moyen et à long termes. Combien d'agriculteurs peuvent être touchés, individuellement ou en groupes, par quels types d'agents et pour combien de temps ? Comment impliquer davantage la profession, la préparer à ce rôle nouveau ? Comment faciliter l'avènement du secteur privé ?

## II – Conclusion

J'espère que les quelques idées, et surtout les constats présentés, contribueront au débat qui va s'ouvrir. Je suis venu essentiellement pour écouter vos expériences, faire avec vous un diagnostic de la situation qui prévaut en matière de vulgarisation et de développement rural, essayer de tirer des leçons plutôt que des conclusions. De plus en plus, la profession, dans un nombre sans cesse croissant de pays, souhaite assumer davantage de responsabilités. Les Etats, qui ne peuvent plus gérer chaque aspect de la vie quotidienne des citoyens, gagneraient à se désengager progressivement de la vulgarisation sans cependant totalement abdiquer un rôle important qu'il reste à redéfinir.

