



## **Transfert de la vulgarisation agricole du secteur public au secteur privé : moteurs, défis et implications en matière de politique, de pratique et de recherche**

Margaret Najjingo Mangheni, Professeure associée au Département des Études de Vulgarisation et d'Innovation, Faculté des Sciences agricoles et environnementales, Université Makerere, Ouganda.

### **Introduction**

Les systèmes de vulgarisation agricole sont partout confrontés à des changements et des transformations sans précédent, qui s'accompagnent d'immenses défis pour toutes les personnes concernées. Ils étaient initialement conçus comme des services publics délivrant aux populations d'agriculteurs des informations et des technologies agricoles mais le secteur privé et la société civile jouent de plus en plus à cet égard un rôle significatif. De nouveaux clients font leur apparition (par exemple les différents acteurs des filières agricoles situées dans les zones urbaines par opposition au cadre traditionnel des agriculteurs en milieu rural ; les grandes exploitations par opposition aux petits agriculteurs de subsistance, les jeunes, les femmes), et avec eux, de nouveaux messages. En plus du transfert technologique, la vulgarisation agricole a désormais pour vocation de prodiguer des conseils sur le commerce et l'entrepreneuriat, la valorisation, le développement d'organisations paysannes, et de faciliter les échanges entre les agriculteurs, les autres acteurs et les prestataires de service.

L'implication du secteur privé dans la vulgarisation agricole est inévitable, compte-tenu du contexte en pleine évolution de l'agriculture. Dans les pays industrialisés, les services de vulgarisation autrefois détenus et gérés par l'État ont été partiellement, voire totalement privatisés (par ex. Nouvelle-Zélande, Royaume-Uni et Pays-Bas) (Rivera et al., 2000), avec des innovations radicales de privatisation dans certains pays moins développés comme le Chili, le Mexique, la Colombie, le Nicaragua, le Zimbabwe, la Zambie, le Mozambique et l'Ouganda (Rivera, 1996). Les réformes de privatisation incluent la sous-traitance (le secteur public passant un marché à des opérateurs privés et inversement), le recouvrement des coûts et la commercialisation. La passation de marché peut impliquer la séparation des fonctions de financement, d'approvisionnement et de fourniture de services. Dans la plupart des cas, il s'agit d'un financement public avec prestation privée (ou attribution de marché) ou d'un financement privé avec prestation publique. Dans cette dernière approche, telle qu'appliquée en Ouganda et au Mozambique, des ONG engagent des agents de valorisation publics pour assurer la prestation de services. La commercialisation de services fournis par le secteur public implique des systèmes de recouvrement de coûts ou de rémunération à l'acte dans lesquels des entités du secteur privé passent des marchés au secteur public, comme cela se pratique dans toute l'Europe.

Des initiatives privées ont émergé spontanément pour combler les manques ou exploiter les opportunités sur un marché où les agriculteurs sont désireux d'investir sans l'aide du secteur public ; par exemple, la vulgarisation liée à l'agriculture contractuelle, aux intrants agricoles et aux biens commerciaux, aux coopératives de producteurs et à la fourniture de

services vétérinaires (Chapman et Tripp, 2003). Ainsi, la privatisation de la vulgarisation fait l'objet de toutes sortes d'interprétations. Dans le cadre d'une structure purement commerciale, la vulgarisation privée se définit comme « la fourniture d'un service ou d'un conseil par une entreprise privée en échange d'une rémunération, les conditions de la transaction étant négociées sur un marché ouvert » (Chapman et Tripp, 2003). Toutefois, dans le cas d'approches stratégiques initiées par l'État comme la sous-traitance, la privatisation signifie un service ou un conseil impliquant des entreprises privées (et d'autres opérateurs) qui est payé par le client ou en son nom. Ce document reconnaît les diverses interprétations de la privatisation. Il aborde les moteurs et les défis fondamentaux que représente le transfert d'un système de vulgarisation public à un système pluraliste en s'appuyant sur une étude de cas en Ouganda, et établit les répercussions sur la politique, la pratique et la recherche.

### **Les moteurs de la vulgarisation privatisée**

De multiples facteurs sont à l'origine des réformes de privatisation dans différents pays. En premier lieu, un désenchantement croissant face aux inefficacités inhérentes aux grandes bureaucraties publiques a conduit de nombreux pays à adopter des politiques macro-économiques libéralisées ouvertes pour attirer des innovations et des investissements de la part du secteur privé afin d'améliorer la fourniture de services dans pratiquement tous les secteurs, y compris la vulgarisation agricole. Deuxièmement, les objectifs et les fonctions de l'agriculture, auparavant fortement axés sur la production, ont évolué vers une chaîne de valeur plus large et des objectifs de réduction de la pauvreté tournés vers le marché. Troisièmement, les réformes constituaient une réponse au changement notable de profil des entreprises agricoles, des exploitations et de la population visée par les services de vulgarisation et de conseil dans de nombreux pays. Au sein des pays développés, les agriculteurs sont de plus en plus éduqués et spécialisés, et possèdent de plus grandes exploitations. Dans les pays en développement, même si la plupart des agriculteurs sont de petits propriétaires, ils sont de plus en plus tournés vers le marché. En outre, il existe des personnes disposant de davantage de ressources qui souhaitent investir dans l'agriculture et qui ont besoin d'une assistance plus spécialisée. Fondamentalement, on constate partout une hausse de la demande en faveur de services de vulgarisation et de conseil spécialisés, ce qui crée un terreau fertile pour les initiatives et les innovations privées, bien au-delà des capacités des systèmes de vulgarisation publics, sous-financés et bureaucratiques.

Les organisations donatrices et subventionnaires internationales ont peut-être été les principaux moteurs de la privatisation, en particulier dans les pays en développement. La Banque mondiale a soutenu cette philosophie de privatisation comme une manière d'accroître l'efficacité. Beaucoup pensaient que le gouvernement pouvait continuer à financer les services de vulgarisation, mais que ces services étaient mieux assurés par des prestataires sous-traitants du secteur privé. Pour certains, « les gouvernements avaient créé des bureaucraties de vulgarisation en situation de sureffectif, disposant de peu de financement pour les dépenses de fonctionnement, utilisant des approches non durables et dépendant de l'offre de façon excessive, notamment dans les économies centralisées » (Rivera et al., 2000). Les commentateurs soulignaient « la nécessité de décentraliser et de déléguer ; de réduire les effectifs, de diminuer les coûts et d'améliorer l'efficacité ; et de nouer des partenariats avec d'autres opérateurs » (Rivera, 1996). Rivera et al. (2000) prédisait :

« Une libéralisation économique soutenue a des chances d'aboutir à une multiplication et une diversification des prestataires dans le domaine des services de vulgarisation, au regard de la hausse de la demande en faveur de nouveaux produits, informations et services et de l'augmentation des revenus. Les agriculteurs

et habitants des zones rurales ont déjà accès à un nombre croissant de sources d'informations. L'optimisation continue des infrastructures rurales et la hausse de l'alphabétisation modifieront la nature des demandes, et les restrictions financières imposées en permanence par le gouvernement entraîneront une réduction de la vulgarisation publique subventionnée en faveur des producteurs tournés vers le marché. Ces développements sont susceptibles de déboucher sur une progression du nombre et du type d'ententes contractuelles et d'accords de partenariats pour la vulgarisation. »

### **Les défis de la vulgarisation privatisée**

La privatisation de la vulgarisation agricole a engendré de nombreux défis liés au changement de mentalité provoqué par le transfert des informations agricoles du statut d'un bien public au statut d'un bien privé. Ainsi, il faut se poser la question de savoir comment cibler des agriculteurs plus pauvres qui ne sont pas des clients attractifs pour le secteur privé et comment organiser les communautés d'agriculteurs pour la fourniture de services de vulgarisation privés. À l'échelon national, les principaux défis concernent la gestion efficace de la transition d'une vulgarisation publique à une vulgarisation pluraliste avec une participation plus active de la part du secteur privé. Ces défis sont présentés ci-après.

#### ***Comment passer d'un traitement des informations de vulgarisation comme un bien public à leur traitement comme un bien privé ?***

La nature des informations agricoles et leur diffusion traditionnelle au sein des communautés ont été façonnées par la culture et les méthodes de prestation de service du secteur public. Les informations de vulgarisation agricole étaient jusqu'à présent considérées comme un bien public car elles conservaient leur valeur en dépit d'une large diffusion (Chapman et Tripp, 2003). En outre, les liens sociaux qui sous-tendent la diffusion des enseignements et des technologies, ainsi que les changements au sein de la communauté ont inspiré les approches classiques de la vulgarisation telles que les fermes-écoles et le partage des connaissances entre agriculteurs, entre autres. La privatisation de la vulgarisation présuppose de pouvoir tirer un avantage personnel des informations, et réclame de nouvelles approches de la vulgarisation. De telles approches visent à faciliter un changement de mentalité au sein des organismes de vulgarisation et parmi le personnel, les agriculteurs et d'autres acteurs et à introduire certains aspects commerciaux comme la publicité, les informations sur l'emballage, la tarification, l'assistance à la clientèle et les relations clients. Le succès dépend d'une sensibilisation et d'une réorientation appropriées des agriculteurs afin qu'ils puissent comprendre la valeur économique des informations et soient prêts à en assumer le coût. Comme le soulignent Chapman et Tripp (2003), « si les agriculteurs ne sont pas conscients de la valeur des informations qu'ils reçoivent et si les bénéfices ne sont pas faciles à observer, il peut s'avérer très difficile de fixer un prix pour le service. »

#### ***Comment rendre les services de vulgarisation privés abordables et attractifs pour les petits agriculteurs pauvres ?***

Certaines données montrent que la vulgarisation privée, du fait de son but lucratif, a tendance à se concentrer sur les grandes exploitations, les agriculteurs riches et les entreprises agricoles rentables (par ex., Davidson et al., 2001, et Garforth, 2004). La source d'inquiétude réside dans le fait que la privatisation ne répond pas de manière appropriée aux besoins des différents agriculteurs à faibles ressources pratiquant une

culture de subsistance dans les pays en développement, qui ne peuvent pas ou ne veulent pas payer pour des services consultatifs. La vulgarisation publique n'y répond cependant pas non plus. Davidson et al. (2001) a découvert qu'au Pakistan, alors que l'entreprise privée Ciba (qui vend des pesticides) proposait des services de vulgarisation aux agriculteurs disposant de grandes propriétés foncières pour accroître sa part de marché et ses bénéfices, les services de vulgarisation assurés par le gouvernement fonctionnaient auprès d'agriculteurs plus jeunes et plus éduqués. Les deux systèmes privilégient les agriculteurs dont l'éducation et les propriétés foncières sont supérieures à la moyenne. Les approches efficaces visant à inciter les services de vulgarisation publics et privés à s'adresser aux agriculteurs plus petits et plus démunis sont inadaptées (Chapman et Tripp, 2003).

### ***Comment organiser les agriculteurs afin qu'ils reçoivent des services privés ?***

L'expérience (en dehors de la vulgarisation privée) révèle les difficultés auxquelles sont confrontées les agences externes cherchant à constituer des groupes autonomes d'agriculteurs de subsistance. La délivrance d'une vulgarisation privée doit s'accompagner d'un certain niveau et d'une valeur de service minimum afin d'obtenir la participation généralisée et vigilante des organisations d'agriculteurs. La clé du succès repose sur la fourniture d'un ensemble de services dont les agriculteurs ont besoin, par exemple la vulgarisation, le marché des intrants et des produits agricoles, et non des seuls services de vulgarisation. Les leçons tirées de l'exemple du Chili (Berdegú Sacristán, 2001) ont montré que les associations de paysans qui se tournent vers les bourses de marchandises spécialisées avec des coûts de transaction élevés ont plus de chances d'être viables que celles qui ont été formées pour tirer un avantage sur les marchés traditionnels des marchandises vendues en gros et celles qui manquent de liens concrets avec des marchés spécifiques.

Dès lors qu'il est prouvé qu'un accès collectif aux services est plus rentable pour les agriculteurs, les prestataires de services trouvent plus facile de mobiliser et de cibler les agriculteurs en groupes. Dans tous les autres cas, les services privés visent plutôt des exploitants individuels. Les prestataires de service doivent relever le défi de définir quelle approche (en groupe ou individuellement) fonctionne le mieux dans les différentes circonstances et de savoir comment susciter l'intérêt et l'engagement de la clientèle.

### **Les défis du transfert du système de vulgarisation du secteur public au secteur privé : le cas de l'Ouganda**

En 2001, l'Ouganda a réformé son système de vulgarisation publique en vertu d'une loi promulguée par le parlement (NAADS Act : Gouvernement de l'Ouganda, 2001), ouvrant ainsi la voie à un système de passation de contrats décentralisé, appartenant aux agriculteurs et régi par la demande. La gestion nationale a alors été transférée du Ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et des Pêches (MAAIF) à une agence semi-autonome allégée, la National Agricultural Advisory Services (NAADS), menée par un Directeur exécutif et dont les orientations générales sont fixées par un Conseil d'administration. Le MAAIF a toutefois conservé les fonctions d'élaboration des politiques, de contrôle des maladies et des organismes nuisibles, de régulation et d'assurance qualité. À l'échelon du district et du sous-

comté, le programme était géré par des coordinateurs. Les agriculteurs étaient mobilisés en groupes au niveau du village, des groupes qui s'agrégeaient en forums de plus haut niveau à l'échelle de la paroisse, du sous-comté, du district et du pays. Les forums d'agriculteurs avaient pour mission de sélectionner des entreprises pour la fourniture de services, l'approvisionnement en intrants, la réalisation d'une surveillance et d'une évaluation, la participation au recrutement et à la supervision des prestataires de services. Les services de vulgarisation étaient rendus aux agriculteurs par un personnel privé dans le cadre de contrats d'une durée initiale de 3 à 6 mois, portée ensuite à 1 an. La réforme fut mise en œuvre dans le contexte plus large des cadres d'actions macro-économiques de libéralisation, démocratisation et décentralisation qui ont permis à la société civile et au secteur privé de s'associer aux efforts du gouvernement pour la fourniture de services agricoles. Cette réforme a repris une approche de service de conseil agricole répondant aux besoins du marché (SCABM) visant à faire passer l'agriculture d'une agriculture de subsistance à une agriculture commerciale. La note de cadrage de l'Initiative de Neuchâtel sur les SCABM définit les SCABM comme « des connaissances et des savoir-faire qui aident les agriculteurs, petits ou moyens, et les autres acteurs des filières agricoles à accroître leur accès aux marchés et à leur garantir les revenus issus de la commercialisation » (Chipeta et al., 2008). Les interventions s'articulaient autour de différents axes : « Développement institutionnel des agriculteurs », « Services de conseils et d'informations aux agriculteurs », « Développement des entreprises agro-industrielles et de l'accès aux marchés », « Développement de la capacité institutionnelle des prestataires de service locaux », « Planification, surveillance/assurance qualité et évaluation » (Banque mondiale, 2010).

Le programme s'est trouvé confronté aux défis majeurs suivants : capacité inadéquate à tous les niveaux pour la mise en œuvre d'une vulgarisation tournée vers les besoins du marché et de services de conseils ; défaut d'harmonisation et de coordination des institutions concernées ; faiblesse des organisations paysannes et pressions politiques. Le programme de la NAADS a pris fin en 2014 en raison de performances insatisfaisantes et il existe à l'heure actuelle une proposition visant à réintégrer la Direction de Vulgarisation agricole dans le MAAIF.

### ***Capacité pour une vulgarisation tournée vers le marché***

L'approche SCABM a échoué en raison de l'insuffisante capacité des secteurs public et privé à tous les niveaux (Mangheni et Mubangizi, 2007). Le volet portant sur le Développement de la capacité institutionnelle des prestataires de services locaux n'a pas été mis en œuvre et aucune disposition n'a été prise quant au renforcement de la capacité des acteurs du secteur public dans la SCABM (Banque mondiale, 2010). Selon l'AFAAS (2011), la SCABM commence par une analyse du marché concernant la sélection des entreprises et le service de conseil. Les clients englobent les producteurs mais aussi l'ensemble des acteurs tout au long des filières dont l'objectif est d'optimiser l'efficacité de ces filières. Les prestataires de services de vulgarisation ont suivi une formation commerciale et possèdent un esprit d'entreprise et des compétences appropriées ; des prestataires de services spécialisés sont engagés pour prendre en charge certains segments spécifiques de la filière. De telles dispositions n'existaient pas dans la NAADS. Au lieu de quoi, les services de conseils étaient axés sur la production et mis en œuvre par des prestataires de services de vulgarisation privés faisant toujours preuve d'un état d'esprit de fonctionnaire. Le secteur privé n'est pas

en mesure d'assumer certains rôles dans les réformes de privatisation quand ils n'en ont pas la capacité. Une évaluation préalable de la capacité est nécessaire ; si une insuffisance est constatée, le gouvernement doit investir dans le développement de la capacité du secteur privé plutôt que de supposer qu'elle va émerger. En outre, la réforme doit renforcer la capacité des acteurs du secteur public afin qu'ils puissent jouer leurs nouveaux rôles.

### ***Conflits institutionnels***

Le MAAIF s'était vu confier la responsabilité globale de la réforme, mais il semble que la surveillance faisait défaut. Les rôles envisagés pour le secteur public, à savoir l'assurance qualité du service et le renforcement de la capacité, la promulgation de lois, de normes et d'un cadre législatif appropriés pour les intrants agricoles et les services consultatifs, n'ont pas été réalisés (Banque mondiale, 2010). Le MAAIF a dû faire face à des défis de coordination, l'agence semi-autonome NAADS minant sa capacité à garantir des contrôles adéquats et une action harmonisée. Rwamigisa (2015) attribuait ces problèmes à des conflits entre les systèmes de croyance : une coalition dominée par les donateurs et favorable à une réforme radicale ; et une coalition interne dirigée par le MAAIF en faveur d'une approche progressive de la réforme. L'absence d'harmonisation de la structure de la NAADS avec les structures gouvernementales locales a entraîné une confusion des rôles et des responsabilités. Selon la Banque mondiale (2010), de nombreux agents de vulgarisation employés par les autorités locales restaient sur la liste de paie du gouvernement, mais ne disposaient que de fonds limités pour leurs déplacements, ce qui entravait les échanges avec les agriculteurs et débouchait sur une structure parallèle inefficace. Le chevauchement fut l'une des raisons invoquées pour la suspension de la NAADS en 2007. La priorité accordée aux produits de base dans le programme de la NAADS laissait peu de place aux questions techniques transversales telles que les systèmes d'exploitation, la gestion de la fertilité des sols et la gestion des ressources naturelles (ibid). De grandes disparités dans les structures de rémunération des employés de la fonction publique (MAAIF et gouvernement local) et de la NAADS ont sapé le moral du secteur public et donné lieu à des conflits au sein du personnel. Pour une transition plus souple, une harmonisation est donc nécessaire entre les structures hiérarchiques et de rémunération.

### ***Organisations paysannes et pressions politiques***

Cette approche n'encourageait pas l'émergence de groupes autonomes puissants appartenant à leurs membres. Au lieu de quoi, les exploitants avaient tendance à se rassembler d'abord pour chercher assistance auprès de la NAADS, ce qui mettait en échec à la fois l'appropriation et la viabilité. Les groupes étaient réticents à participer au co-financement à hauteur de 3 % du budget du projet. L'introduction de la fonction d'approvisionnement en ressources au niveau du groupe à la suite de pressions politiques et la stratégie de fourniture à quelques exploitants sélectionnés d'un pack de ressources sur une base renouvelable ont fait évoluer la priorité de la fourniture de services/connaissances à la distribution de ressources. Les critères de sélection ont quelquefois fait l'objet d'abus, empêchant les agriculteurs les plus démunis d'en bénéficier. Ceci a débouché sur une dilution de la cohésion au sein des groupes, voire sur la désintégration de certains groupes. Rwamigisa (2015) a établi que le passage d'un système de mouvement moins compétitif à un système politique multipartiste plus compétitif a exposé le programme de réformes à des interférences politiques excessives, à un accaparement des ressources par les élites et à des problèmes de gouvernance. Avec le renforcement de la compétitivité politique, le choix de la

NAADS s'est imposé aux politiciens pour décaisser les ressources et ainsi engranger du capital politique.

Une leçon à retenir est qu'alors que les services de vulgarisation agricole nécessitent des services d'assistance complémentaires (par ex. ressources, services financiers et marchés) pour un retour sur investissement optimal, la vulgarisation devrait être organisée séparément. L'approvisionnement en ressources a tendance à éloigner le personnel de sa fonction première de fourniture de services de vulgarisation et de conseils. Deuxièmement, pour donner vie à des organisations paysannes autonomes puissantes, l'approche de développement des organisations paysannes ne doit pas susciter des espoirs irréalistes de la part des agriculteurs quant à une assistance matérielle extérieure qui serait la principale motivation d'adhésion aux groupes et d'emprise politique. Les principes d'autonomisation des agriculteurs, d'innovations initiées par les agriculteurs et de résolution des problèmes doivent être gravés dans le marbre dès l'origine.

### **Implications pour la politique, la pratique et la recherche**

La vulgarisation publique est de toute évidence un échec dans de nombreux pays en développement. Cependant, même si l'implication du secteur public est irréversible, compte-tenu des moteurs présentés dans ce document, elle ne saurait résoudre tous les problèmes liés à la vulgarisation. Le secteur public joue à cet égard un rôle crucial dans la réussite de la transformation agricole. Il est important de ménager un créneau à la fois au secteur public et au secteur privé et de développer des politiques et des structures adaptées pour garantir une action harmonisée coordonnée et privilégier la complémentarité plutôt que la compétition. Ceci exige une définition claire du rôle des institutions, des investissements équitables et des structures de coordination.

Il est essentiel de catégoriser les profils d'agriculteurs, les zones géographiques, les marchandises et la nature des informations les plus adaptés aux différents modes de vulgarisation publique et privée (Chapman et Tripp, 2003). Les systèmes de vulgarisation privée sont plus adaptés aux plus grands exploitants commerciaux, aux zones géographiques faciles d'accès et aux marchandises disposant d'un marché facile. Ils conviennent aux informations agricoles ayant un caractère plutôt privé, par ex. des informations liées à l'utilisation d'un entrant acheté (par ex. instructions relatives à un produit chimique particulier), spécifiques aux champs d'un agriculteur en particulier (comme des conseils personnalisés en rapport avec la gestion du sol ou des nuisibles), ou dispensées dans le cadre d'une interaction de longue durée avec un agriculteur ou un groupe d'agriculteurs, ou des informations commerciales périssables. Toutefois, le gouvernement doit conserver la responsabilité du financement de la vulgarisation sur des thèmes tels que la protection de l'environnement et les entreprises stratégiques qui, bien qu'importants, n'attirent guère le secteur privé (ibid).

Il convient d'envisager la nécessité d'une recherche, d'une documentation et d'une diffusion de l'expérience acquise sur les approches de la vulgarisation privée :



- Comment renforcer la capacité des prestataires de service pour une vulgarisation privée efficace ; quelles compétences sont requises et comment peuvent-elles être développées au mieux ?
- Les approches et structures traditionnelles de la vulgarisation sont-elles adaptées à une vulgarisation privée ; quelles modifications sont nécessaires et comment peut-on encourager les tests et l'apprentissage systématiques ?
- Quels types d'informations sont les mieux adaptés à la vulgarisation privée et publique dans différents contextes ? Quelles approches sont efficaces pour la commercialisation d'informations agricoles et autres services de conseils aux différents profils de petits agriculteurs ?
- Quelles politiques nationales stimulent/facilitent/gênent le développement de la vulgarisation dans le secteur privé ? Quelles politiques et conditions de service offrent des incitations appropriées pour une harmonisation des approches de la vulgarisation privée et publique ?
- Quels rôles, quelles capacités du secteur public peuvent soutenir une vulgarisation privée efficace ?
- Comment promouvoir une vulgarisation privée afin de s'assurer qu'elle attire les investissements qui s'imposent et les acteurs qualifiés pour générer une compétition appropriée et des améliorations de la qualité des services aux clients ?

## **Conclusions et recommandations**

La vulgarisation privée peut couvrir l'émergence spontanée de marchés privés pour certains types de conseils et de services, mais aussi un soutien public guidé avec soin pour le développement de la vulgarisation privée. Malgré les problèmes rencontrés avec les systèmes de vulgarisation du secteur public, le secteur privé ne les résoudra pas tous. Les données parlent en faveur de systèmes pluralistes comportant aussi bien des opérateurs du secteur public que du secteur privé, assurant différents rôles et ciblant des besoins de vulgarisation différents d'une manière coordonnée.

La transition vers le secteur privé nécessite une planification méticuleuse. Le secteur public doit exercer certains rôles cruciaux dans des domaines tels que le contrôle des maladies, le renforcement de la capacité, l'assurance qualité, la formulation de politiques, la coordination et le ciblage des agriculteurs démunis. Il doit investir dans l'éducation et la formation afin de développer la capacité des prestataires de services et des agriculteurs à passer des marchés, à s'occuper de la gestion et à évaluer la vulgarisation privée. Cette capacité est la mieux mise en valeur par des associations puissantes détenues par des agriculteurs et par des structures politiques décentralisées, les deux étant difficiles à mettre en œuvre. Tout aussi importants : le développement de la capacité du secteur public pour l'assurance qualité, le respect des valeurs éthiques et des normes ; la création d'un environnement favorable à l'émergence et l'épanouissement de prestataires de services privés ; le ciblage des petits agriculteurs pauvres qui n'attirent pas le soutien du secteur privé.

Au final, il est essentiel d'investir dans une documentation systématique des expériences et de la recherche pour faire avancer la théorie des sciences de la vulgarisation, couplée au besoin de repenser les approches traditionnelles de la vulgarisation comme le partage des connaissances entre agriculteurs, les agriculteurs-formateurs volontaires, les fermes-écoles, les groupes d'agriculteurs ; et de les adapter dans un contexte de vulgarisation privée. Les



questions telles que les brevets et les droits de propriété intellectuelle concernant le savoir-faire et les innovations des agriculteurs, ainsi que l'orientation commerciale visant à stimuler la demande de services revêtent une importance capitale.

## Références

- AFAAS. 2011. Market-oriented agricultural advisory services (MOAAS): Guidelines for setting up MOAAS pilots. African Forum for Agricultural Advisory Services, Kampala, Ouganda.  
[http://www.afaas-africa.org/media/uploads/publications/whole\\_book\\_afaas\\_moaas\\_ver03\\_pdf-ver-2.pdf](http://www.afaas-africa.org/media/uploads/publications/whole_book_afaas_moaas_ver03_pdf-ver-2.pdf) [Accessed 16 April 2015]
- Berdegúe Sacristán, J.A. 2001. Cooperating to compete. Associative peasant business firms in Chile. PhD Thesis, Wageningen Agricultural University, Pays-Bas.  
[library.wur.nl/WebQuery/clc/1635535](http://library.wur.nl/WebQuery/clc/1635535) [Accessed 16 April 2015]
- Chapman, R. et Tripp R. 2003. Changing incentives for agricultural extension – a review of privatised extension in practice. Agricultural Research and Extension Network. Network Paper no.132. Overseas Development Institute, Londres, Royaume-Uni.  
[www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/5192.pdf](http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/5192.pdf) [Accessed 16 April 2015]
- Chipeta, S., Christoplos, I. et Katz, E. 2008. Common framework on market-oriented agricultural advisory services. Neuchatel Group.  
[http://www.agridea-international.ch/fileadmin/10\\_International/PDF/NI\\_Publications/CF\\_on\\_Market-Oriented\\_Agricultural\\_Advisory\\_Services\\_small.pdf](http://www.agridea-international.ch/fileadmin/10_International/PDF/NI_Publications/CF_on_Market-Oriented_Agricultural_Advisory_Services_small.pdf) [Accessed 16 April 2015]
- Davidson A.P., Ahmed, M. et Ali, T. 2001. Dilemmas of agricultural extension in Pakistan: Food for thought. Agricultural Research and Extension Network. Network paper no.116. Overseas Development Institute, Londres, Royaume-Uni.  
<http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/5220.pdf> [Accessed 16 April 2015]
- Garforth, C. 2004. United Kingdom: ADAS and the Privatization of Advisory Services in England and Wales. Dans : Rivera, W. et Alex G. Vol 2 Privatization of extension systems: Case studies of international initiatives. Banque mondiale, Washington, D.C., États-Unis. pp.56-64.  
[http://siteresources.worldbank.org/INTARD/825826-1111129171182/20431839/Extension\\_Reform\\_V2\\_final.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTARD/825826-1111129171182/20431839/Extension_Reform_V2_final.pdf) [Accessed 16 April 2015]
- Gouvernement de l'Ouganda. 2001. National Agricultural Advisory Services Act. Gouvernement de l'Ouganda, Kampala, Ouganda.  
<http://www.ulii.org/content/national-agricultural-advisory-services-act-2001> [Accessed 16 April 2015]
- Mangheni, M.N. et Mubangizi, N. 2007. Requirements for successful privatized contract farmer-led agricultural extension: lessons from Uganda's national agricultural advisory

services. Dans : Mangheni, M.N. (ed) Experiences, innovations and issues in agricultural extension in Uganda: lessons, and prospects. Fountain Publishers, Kampala, Ouganda. pp. 13-32.

Qamar, M.K. 2005. Modernizing national agricultural extension systems. A practical guide for policy-makers of developing countries. Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, Rome, Italie.  
<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/008/a0219e/a0219e00.pdf> [Accessed 16 April 2015]

Rivera, W.M. 1996. Agricultural Extension in Transition Worldwide: structural, financial and managerial strategies for improving agricultural extension; Public Administration and Development 16 (2), 151-161.  
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/%28SICI%291099-162X%28199605%2916:2%3C151::AID-PAD868%3E3.0.CO;2-S/abstract> [Accessed 16 April 2015]

Rivera, W.M., Zijp, W., Alex, G., Ashworth, V., Crowder, L. van et Anderson, J. 2000. Contracting for extension: Review of emerging practices. Banque mondiale, Washington, D.C., États-Unis.  
<http://documents.worldbank.org/curated/en/2000/12/5699809/contracting-extension-review-emerging-practices> [Accessed 16 April 2015]

Rwamigisa, P.B. 2015. The political and institutional dimensions of agricultural extension reform process in Uganda: experiences of the National Agricultural Advisory Services. PhD Thesis, Makerere University, Kampala, Ouganda.

Banque mondiale, 2010. Implementation completion and results report (IDA-34630) for the National Agricultural Advisory services project. Banque mondiale, Washington, D.C., États-Unis.  
<http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSPContentServer/WDSP/IB/2010/08/11/00033303820100811014210/Rendered/INDEX/ICR14210P044691IC0disclosed08191101.txt>  
[Accessed 16 April 2015]

---

*Commandé par : Le Centre technique de coopération agricole et rurale ACP-UE (CTA)*

*Publié par : CTA, <http://knowledge.cta.int/>*

*Édition : J.A. Francis, CTA*

*Citation: CTA 2016. <http://knowledge.cta.int/>, "auteur" consulté le "date."*

*Copyright CTA 2016. La reproduction des articles et du matériel publié sur Connaissances pour le développement <http://knowledge.cta.int/fr> est autorisée, moyennant mention des auteurs et de la source.*