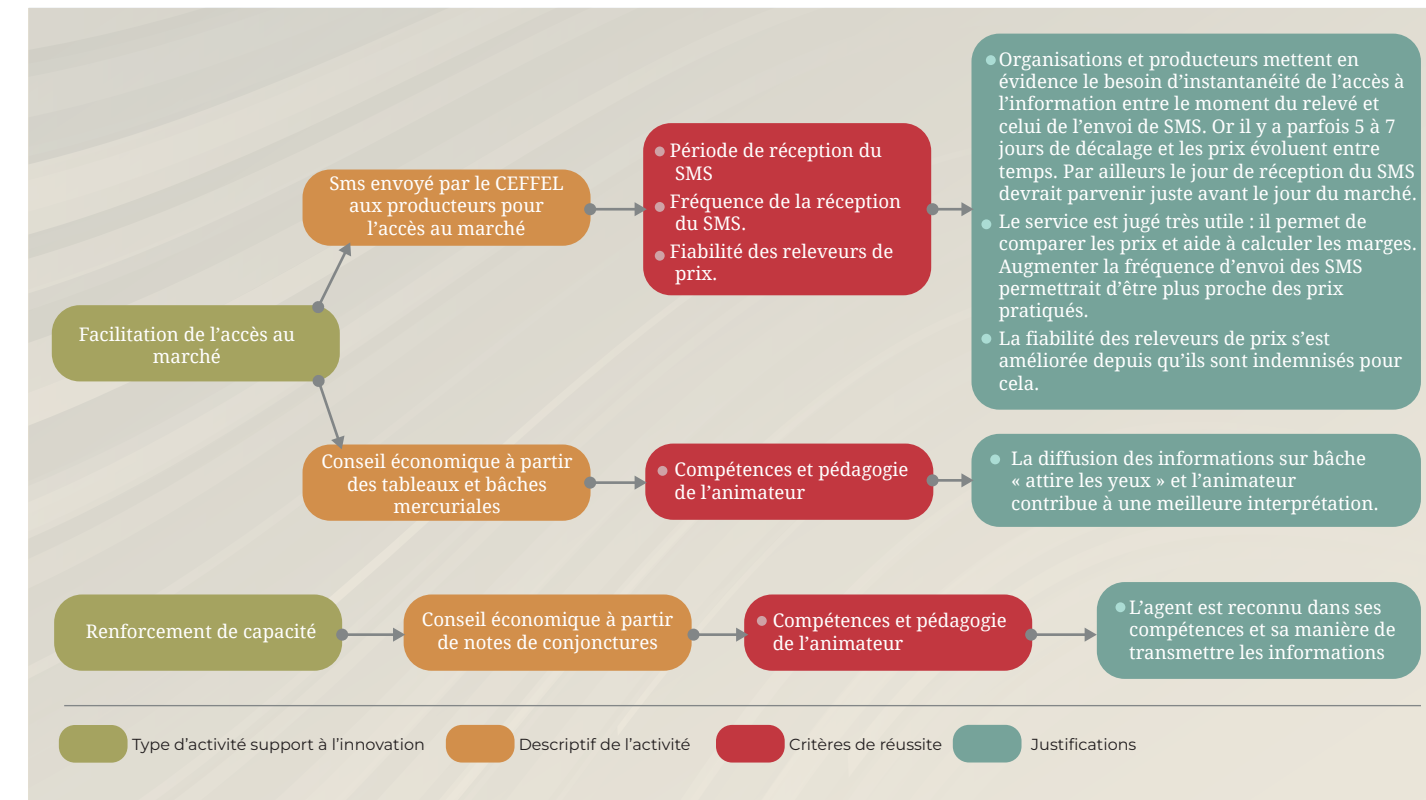


4. Des perceptions différentes sur la réalisation des activités de support à l'innovation

4.1. Les critères qui font l'objet de consensus entre l'organisation et les bénéficiaires

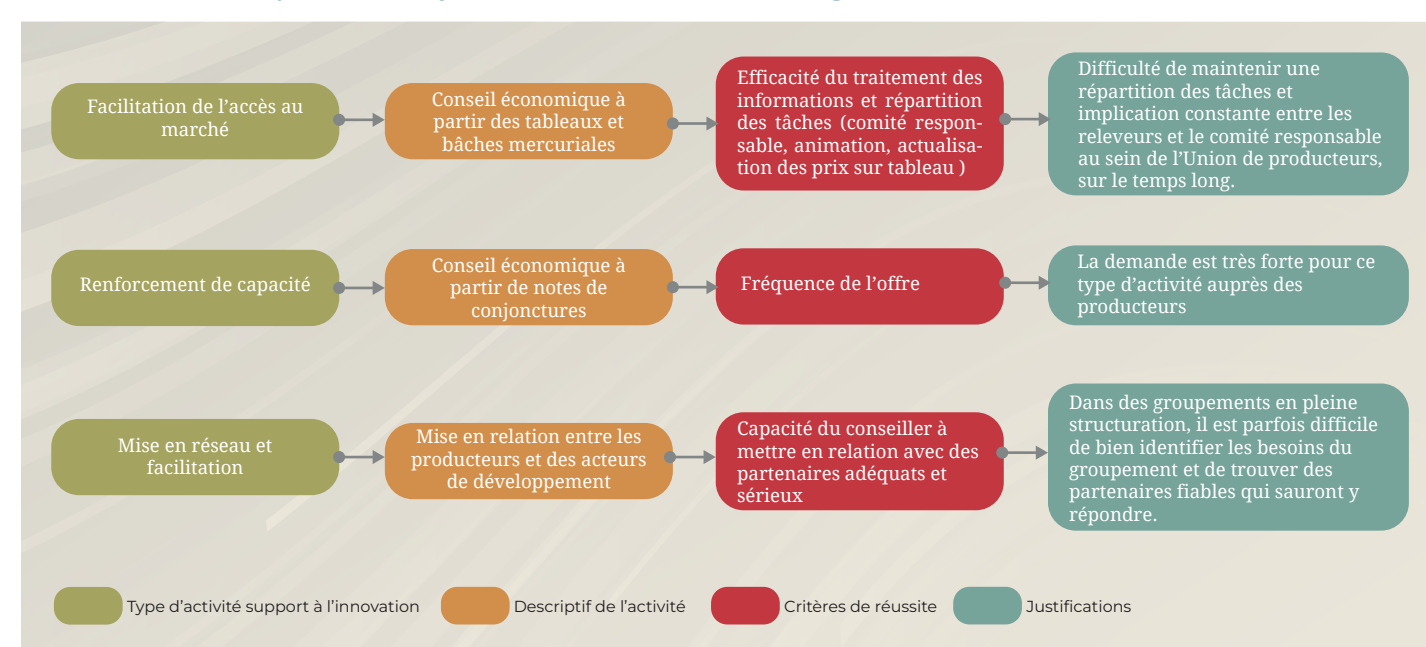


Le contenu est suffisamment utile pour aider à la décision de vente des produits. Les informations sont plus sûres que le bouche à oreille.



Le rôle de l'animateur autour des tableaux mercurial est très important car il permet de surmonter les difficultés de compréhension, surtout les informations sur le volume de produits.

4.2. Les critères qui font l'objet de désaccord entre l'organisation et les bénéficiaires



5. Leçons apprises sur les conditions de réussite des activités de support au SIEL

- L'utilisation d'outils numériques pour renseigner l'évolution des prix nécessite de manipuler de grandes masses d'information et de travailler dans l'immédiateté afin que l'information soit utile aux producteurs. Ainsi, la fréquence d'envoi des SMS, le jour d'envoi par rapport au marché local et le délai entre les relevés de prix et l'envoi de SMS sont des éléments de réussite cruciaux.
- Les informations sur l'évolution des prix appellent à une meilleure compréhension des mécanismes de fluctuation des prix en fonction des saisons, des volumes disponibles dans différentes régions et de la demande des consommateurs. L'utilisation des informations sur les prix par envoi de SMS crée donc progressivement un **besoin nouveau** chez les producteurs vers du renforcement de capacités sur cette thématique. La combinaison des SMS avec l'animation hebdomadaire autour des **tableaux de mercuriales des prix** ou des notes de conjoncture est une réponse jugée efficace par les producteurs et les animateurs.
- Les **compétences techniques, la pédagogie et la personnalité du conseiller animateur** influencent beaucoup la réussite de ces activités.

Le Projet SERVInnov

L'objectif du projet SERVInnov vise à fournir des preuves qu'une combinaison efficace de services support à l'innovation renforce les innovations agricoles et agroalimentaires responsables et inclusives.

Le projet est coordonné par le Cirad et mobilise un partenariat d'instituts de recherche, d'organisations d'appui au développement et d'organisations de producteurs issus de 5 pays: Cirad (France), Université d'Hohenheim (Allemagne), Université de Dschang et IECD (Cameroun), CEDRES et GREC (Burkina Faso), ESSA et FIFATA (Madagascar). Plus de 20 cas d'innovations ont été analysés à Madagascar, au Cameroun et au Burkina Faso.

Les résultats issus d'une recherche participative permettent de produire des recommandations à destination des praticiens et des décideurs afin de renforcer les systèmes d'innovation agricoles en Afrique.



Collecte de données et analyse : Takalo Vahatriniaina Andriamahefasoa
Comité de rédaction : Sarah Audouin (Cirad/FOFIFA), Tovo Ratsimbazafy (FIFATA), Christien Andriantiana (FIFATA), Andriampanary Ranoasy (FIFATA), Takalo Vahatriniaina Andriamahefasoa, Salomé Ranaivomanana, Mandranto Nantenaina Andriamanantsoa, Harilala Andriamaniraka (ESSA), Narilala Randrianarison (ESSA), Syndhia Mathé (Cirad)

Réalisation graphique : Antso Andriaryan

Ce produit a été financé dans le cadre du projet SERVInnov, financé par le programme LeapAgri de l'Union européenne et l'Union africaine, avec le soutien de l'Agence française de Développement (AFD), du German Aerospace Center, - Project Management Agency (DLR-PT) et du FONRID (Fonds National de la Recherche et de l'innovation pour le développement) au Burkina Faso.



Fiche synthétique de résultats

Projet SERVInnov



Accompagner l'innovation en agriculture : entre dynamique des supports fournis et qualité des services

Cas d'étude sur le «Service d'Information Economique des Légumes» (SIEL)



1. De quelle innovation s'agit-il ?

Le SIEL est un système de diffusion d'informations de marché auprès des producteurs par l'utilisation d'outils numériques et d'animation autour de panneaux d'affichage. Le SIEL est porté par l'association CEFFEL¹ et l'organisation faitière de producteurs FIFATA². Il est utilisé dans 12 régions. Le SIEL cherche à réduire les asymétries d'information entre les producteurs et les acheteurs sur l'évolution des prix, afin de faciliter la commercialisation des légumes et adapter les calendriers de cultures.



2. Récit de l'innovation et dynamique des support fournis aux producteurs

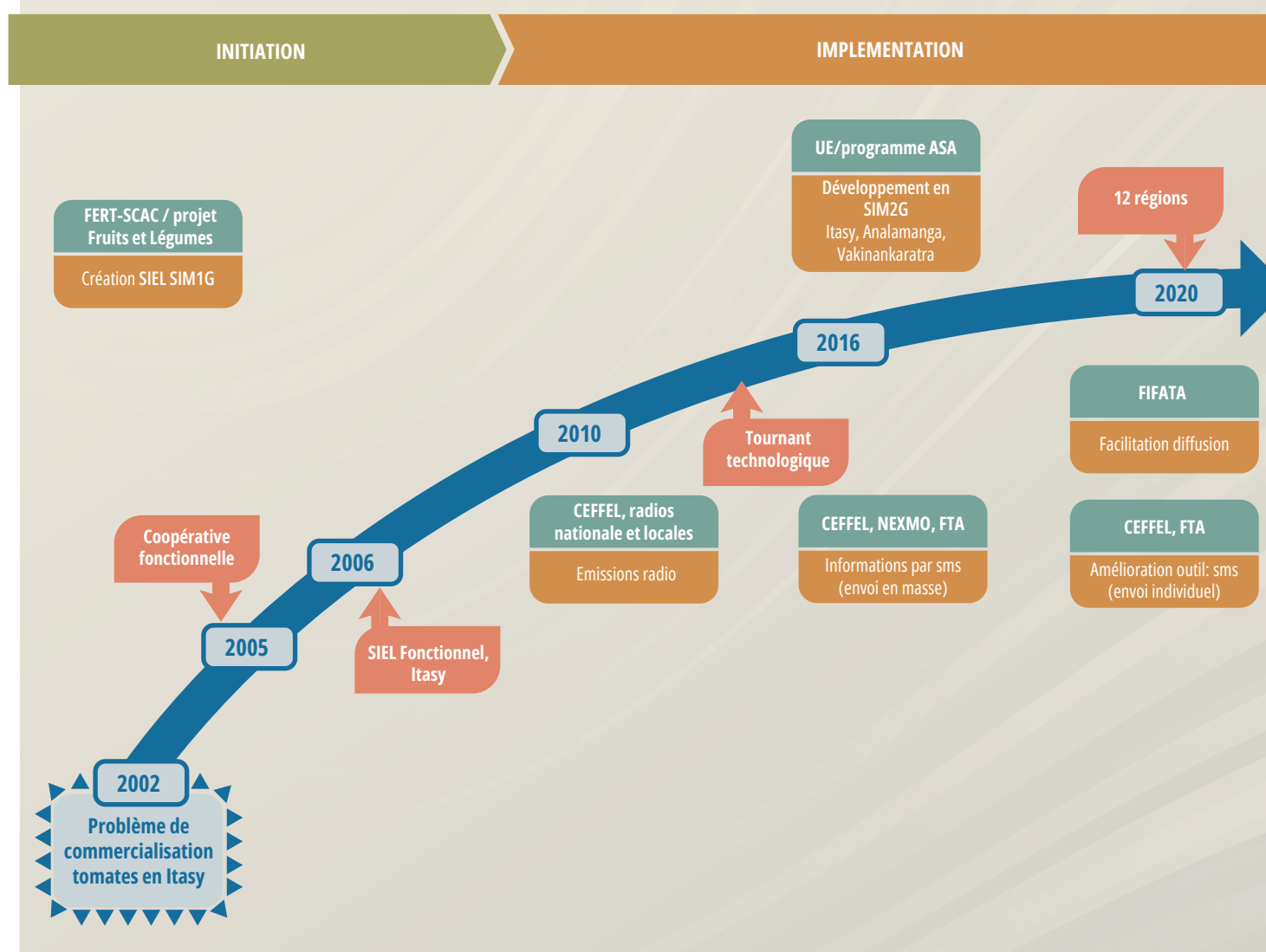
La trajectoire de cette innovation démarre en 2002, suite à une surproduction de tomates en région Itasy, entraînant une chute des prix. L'organisation faitière de producteurs FIFATA et l'association CEFFEL, accompagnées par l'agence FERT identifient un besoin de partager et diffuser des informations économiques auprès des producteurs afin de les aider à faire des choix stratégiques pour la commercialisation ou pour adapter les calendriers de culture. En 2005, la collecte d'information sur les prix bord-champ et prix de gros de différents marchés est effectuée par des releveurs et concerne 5 légumes (haricots verts, carottes, pommes de terre, oignons, tomates). Les canaux de communication classiques sont employés comme les tableaux de mercuriales affichés dans les chefs-lieux de commune, les journaux, et plus tard la radio et la télévision. Un animateur est chargé de fournir des conseils ciblés aux producteurs lors de l'animation hebdomadaire des tableaux de mercuriales. Il construit ses interventions à partir de notes de conjonctures qu'il reçoit mensuellement par email, élaborées par le CEFFEL. A partir de 2016, et avec le développement de

la téléphonie mobile et d'Internet, les informations ont été diffusées par sms vers les téléphones portables des producteurs membres de FIFATA et par e-mail pour les différents agents de FIFATA (conseillers, techniciens filières, directeurs régionaux.). Cette année marque le début d'une évolution numérique du SIEL. En 2018, le SIEL fournit des informations de prix sur 14 types de légumes et quelques fruits, sur 24 marchés de collecte répartis dans 7 régions. En 2019, la diffusion des informations par sms est fortement réduite faute de financement, mais les relevés de prix et affichages publics sont maintenus. En 2020, le SIEL intervient dans 12 régions de Madagascar et toucherait environ 1300 producteurs qui prennent directement connaissance de l'évolution des prix via la réception de SMS ou par lecture des tableaux mercuriales les jours de marché. Actuellement, une nouvelle phase de développement de l'outil se déroule en collaboration entre CEFFEL et l'association FTA (Farming & Technologie for Africa) afin d'améliorer la gestion des données et de mieux cibler l'envoi d'information en fonction des jours de marché, types de produits et régions.

¹ CEFFEL : Centre d'Expérimentation et de Formation sur les Fruits et Légumes

² FIFATA : organisation de producteurs. « Fikambana Fampivoarana ny Tantsaha » qui signifie « association pour le progrès des paysans »

Trajectoire de l'innovation SIEL et diversité des activités de support aux producteurs



3. Les critères de réussite des activités de support aux producteurs pour le développement du SIEL

Ces critères de réussite ont été mentionnés par les producteurs et par les organisations qui les accompagnent pour quatre activités de support à l'innovation liées à l'utilisation du SIEL.

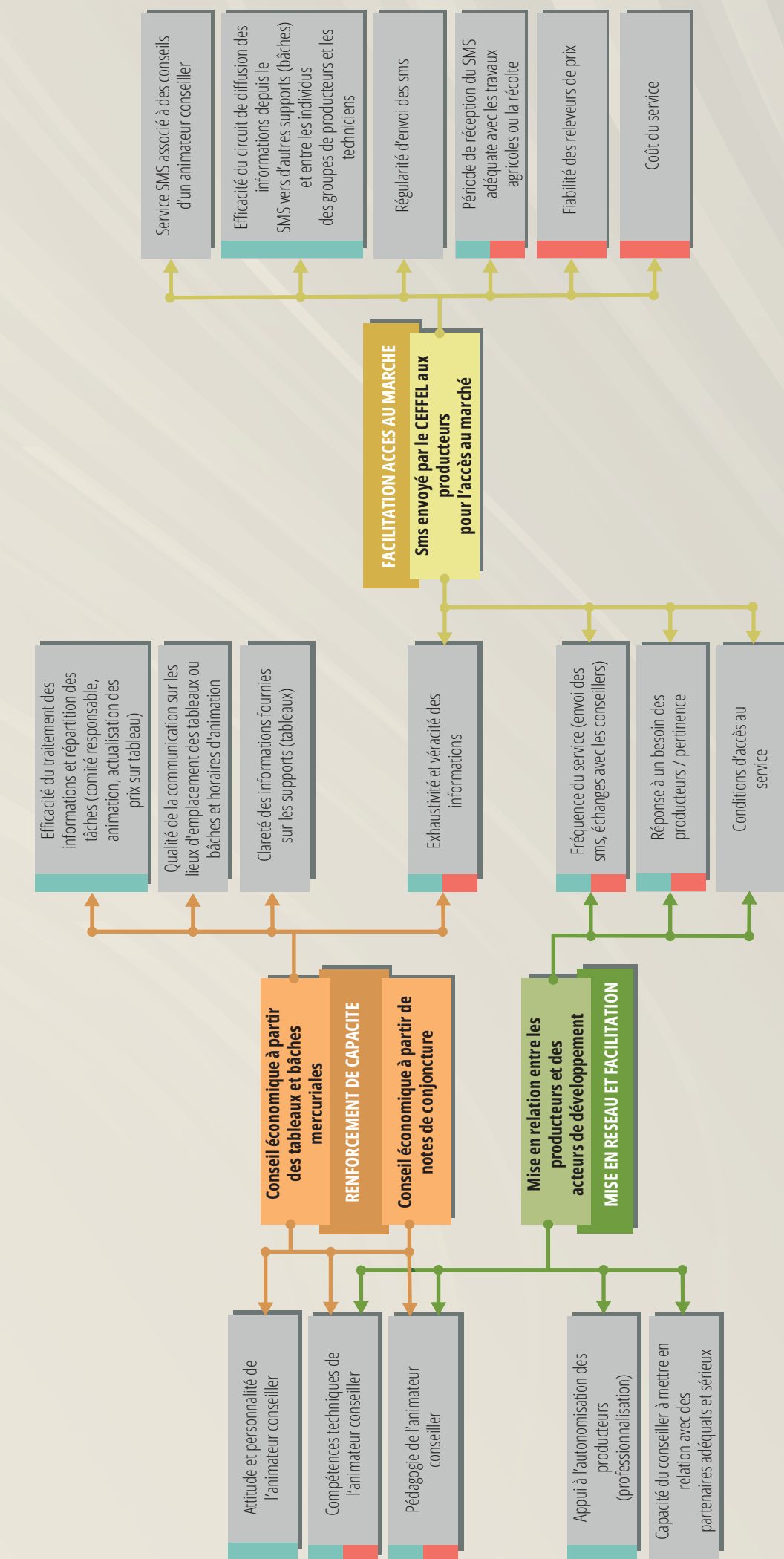
- On observe que plusieurs critères de réussite concernent le **profil du conseiller agricole** (ses compétences techniques, sa pédagogie, son attitude) ou la **qualité des supports** utilisés.
- La qualité des activités de support, en termes de contenu, pertinence et véricité des informations est mentionnée comme particulièrement importante pour les producteurs comme pour FIFATA/SIEL, que ce soit pour les prix des produits reçus par SMS ou affichés sur les tableaux de mercuriales ou les notes de conjoncture.
- L'accessibilité et le fonctionnement des activités (fréquence, régularité, lieu) sont mentionnés.
- L'organisation de l'activité est mentionnée pour l'activité de conseil économique à partir des tableaux

et bâches mais aussi pour les SMS. Cela illustre des préoccupations concernant la répartition des tâches en interne et la bonne circulation des informations.

Enfin, certains critères de réussite sont spécifiques à certaines activités de support à l'innovation.

- Pour l'envoi de SMS, l'adéquation du moment d'envoi du SMS par rapport à la planification de campagne agricole ou aux décisions de vente est importante à la fois pour les producteurs mais aussi pour FIFATA/SIEL. Des activités complémentaires comme le conseil en présence d'un agent sont considérées comme importantes.
- Pour l'activité de mise en relation entre les producteurs et les acteurs de développement, la capacité du conseiller à identifier les partenaires adéquats est importante pour les producteurs, mais également l'appui à l'autonomisation des producteurs.

Spécificités et génériques des critères de réussite



■ Critère de réussite important mentionné par les bénéficiaires

■ Critère de réussite important mentionné par l'organisation qui fournit les activités d'appui

■ Critère de réussite important mentionné à la fois par les bénéficiaires et par l'organisation qui fournit les activités d'appui