

L'accès à l'information est un handicap important pour la professionnalisation des producteurs

Mots clés: *information ECOCONGO, journalistes, radios rurales, radios communautaires*

Les informations de marchés sont cruciales pour les choix stratégiques que doivent faire les producteurs lorsqu'ils veulent se professionnaliser ou se spécialiser. Or, les voies de communication dont ils disposent sont assez limitées.



Auteur(s): Frans Van Hoof

Date de publication : 2011

Catégorie(s): Savoir-faire paysans • Dynamique paysanne • Organisation des producteurs agricoles, CONAPAC paysans, FEC • Analyses de marché

Province(s): Kinshasa • Bandundu • Équateur • Province orientale • Nord-Kivu • Sud-Kivu • Maniema • Katanga • Kasai-Oriental • Kasai-Occidental • Bas-Congo

Partenaire(s): Alliance AGRICONGO

Nombre de pages: 3

Identification: F-PJ-A6-P1-S1-M1-1



F-PJ-A6-P1-S1-M1-1

Qu'il s'agisse de Kahambu Vaghenni, productrice de pommes de terre à Kipese (NK), de Patrice Nganire, éleveur de bovins à Minembwe (SK), de Henriette Mujani, rizicultrice à Kinkole (Kin) ou encore de Ngoyi-Ka lembue-Lozi, producteur de maïs à Bena-Mpanda (KOr), ils n'ont aucune idée du prix de leur produit dans les marchés des villes les plus proches. Il en est de même pour le prix des semences importées, de l'engrais ou encore des produits phytosanitaires. De manière générale les producteurs agricoles en milieu rural sont dépourvus de toute information sur les prix et sur la disponibilité des produits sur les marchés ou sur la demande des commerçants voire des consommateurs. Cela les rend très dépendants des commerçants locaux.

Un vieil adage dit : « le savoir, c'est pouvoir ». Celui ou celle qui connaît le prix actuel au marché, peut décider de soit vendre immédiatement, soit stocker pour attendre un meilleur prix, soit encore transporter soi-même sa récolte au marché; celle qui connaît le prix et les rendements de différentes variétés peut choisir telle ou telle autre semence ou produit; celui qui dispose de toutes les informations, peut décider d'abandonner telle culture et s'engager dans telle autre spéculation dont la demande ne fait qu'augmenter (ex. cacao).

Les informations de marchés sont cruciales pour les choix stratégiques que doivent faire les producteurs lorsqu'ils veulent se professionnaliser, se spécialiser dans certaines filières.

Ce même adage vaut également dans les relations entre le producteur agricole et son organisation paysanne lorsque cette dernière

Une expérience prometteuse: Le journal et les émissions radio de la FOPAC NK

Lorsque fin 2009 le partenaire technique et financier Agriterra annonçait la suspension de son appui financier, les leaders paysans du Nord-Kivu craignaient fortement que cela serait la fin de leur journal et des émissions hebdomadaires des six différentes stations radio locales. Ainsi l'étroite collaboration entre la FOPAC et la LOFEPACO et leurs organisations membres pour produire le bulletin trimestriel « Wakulima Amkeni » ainsi que les émissions radio risquaient de prendre fin. Heureusement un plaidoyer auprès des responsables d'IFDC-Catalist ont fait comprendre à ces derniers que ces instruments d'information sont pour eux aussi des voies intéressantes pour promouvoir l'intensification agricole grâce à la gestion intégrée de la fertilité des sols. C'est ainsi que depuis lors IFDC-Catalist donne non seulement un appui financier, mais a également renforcé les capacités techniques des journalistes de la FOPAC, voire d'autres journalistes de la province. Plusieurs leaders paysans du Nord-Kivu étaient parmi les orateurs lors de cette formation.

Jean Baptiste Musabyimana, journaliste de la FOPAC NK nous signale les dernières innovations : « Nous sommes entrain d'instaurer un système d'information sur le marché. Il s'agit de fournir aux producteurs à travers leurs unions chaque matin des infos sur l'évolution de prix des produits agricoles à travers des SMS. En outre les émissions radios sont actuellement animées avec une contribution des paysans à travers les appels(interventions directes) téléphoniques. »

n'informe pas ses membres. Ce manque d'information porte souvent sur des éléments tels que : la gestion de l'organisation par ses dirigeants, la perte réalisée sur une activité économique ou encore des problèmes éventuels qui font que les services rendus aux membres laissent à désirer. Les membres ne sont pas en mesure de comprendre la situation, ne pourront pas donner leur point de vue ou contribuer à l'amélioration de leur organisation. Or l'information des membres constitue trop souvent une des grandes faiblesses des O.P., ce qui contient le risque de creuser un fossé entre elles-mêmes et leurs membres.

Les voies de communication dont disposent les producteurs agricoles, qui habitent de manière éparpillée en milieu rural, sont assez limitées. La presse écrite ne s'intéresse pas à l'agriculture, d'autant plus que les paysans ne sont pas considérés comme des lecteurs pouvant s'acheter un journal régulièrement. C'est plutôt les radios locales qui conviennent le mieux pour joindre les producteurs avec des informations qui leur intéressent. Très souvent les paysans se retrouvent le soir au village pour écouter ensemble la radio. D'autres voies pratiques (très locales) sont les panneaux d'affichage au bureau de l'O.P. et les rencontres formelles et informelles de cette dernière. Et ce dernier temps le téléphone mobile permet des communications rapides, au moins là où il y a accessibilité d'un réseau.

D'autres publications agricoles et rurales existent

Pour les organisations paysannes il est très difficile de maintenir la publication régulière d'un journal, faute de moyens financiers, mais aussi faute de personnel qualifié. Raison pour laquelle les leaders paysans apprécient beaucoup l'existence d'autres journaux publiés par des ONG. Il s'agit notamment de « La Voix du Paysan Congolais », publié par l'ONG CENADEP, et « La Voix du Congo Profond », publié par le CAVTK. Tous deux paraissent trimestriellement, collaborent étroitement et sont complémentaires. *La voix du Congo Profond* est distribué à 100 exemplaires dans tous les territoires de la RDC ensemble avec des CD thématiques, à travers les CARG. *La Voix du Paysan Congolais* est en ligne sur l'internet pour un partage plus large des informations.

Les journalistes agricoles s'organisent : l'AJAC

Consciente de l'importance croissante des médias dans le développement agricole, le CENADEP a organisé fin 2010 un atelier de formation des journalistes agricoles. À l'issue les participants, venus de Kinshasa, Bandundu, Bas-Congo et Nord-Kivu, ont mis en place une coordination qui travaillera sur l'identification des journalistes agricoles dans d'autres provinces et sur la rédaction des textes réglementaires devant régir l'Association des Journalistes Agricoles du Congo (AJAC).

Les journalistes ont également formulé les recommandations suivantes :

Aux pouvoirs publics :

- Faciliter l'accès des journalistes agricoles à l'information ;
- Promouvoir les activités des paysans et assurer la sécurité alimentaire.

Aux partenaires :

- Favoriser la tenue annuellement de deux réunions des journalistes agricoles ;
- Associer AJAC dans la dynamique AgriCongo comme partenaire pour une large couverture de ses activités ;
- Appuyer les actions (enquêtes, reportages) de journalistes agricoles sur le terrain ;
- Soutenir le renforcement des capacités des journalistes agricoles.

Aux médias :

- Accorder beaucoup plus d'espace aux informations du secteur agricole et du développement rural ;
- Soutenir la campagne AgriCongo par la couverture médiatique de ses activités.

Depuis lors l'AJAC suit de près les évolutions et activités importantes du mouvement paysan en RDC, dont notamment le lobbying autour de la loi portant principes fondamentaux relatifs au secteur agricole, et la création de la « Concertation Nationale des Paysans Agricoles du Congo ». Un projet de charte des journalistes de l'AJAC a été envoyé aux membres.

Les radios communautaires font arriver l'information au fin fond du pays

La radio nationale a comme désavantage qu'elle n'est pas captée dans tous les coins reculés du pays, et qu'en plus la réalité quotidienne des paysans et paysannes fait rarement l'objet de ses émissions. Ce qui explique la naissance par-ci par-là de petites radios communautaires ou radios de proximité.

Sud Kivu : La Radio Tuungane au service des agri-éleveurs

Minembwe - Dans une zone accablée par les conflits ethniques, la radio Tuungane est une source d'information, canalisant les rumeurs pour mieux les gérer. Elle agit donc comme constructeur de la paix et remplit son rôle d'outil de communication pour la population essentiellement paysanne, selon le Directeur Innocent Nsengimana : « On voulait changer l'image négative de notre zone en mettant fin aux stéréotypes ethniques et améliorer le bien-être des paysans agri-éleveurs de toutes les ethnies confondues par la promotion de leur développement économique à travers certaines filières agricoles dans les hauts plateaux, lesquelles filières permettent d'augmenter sensiblement les revenus des agri-éleveurs ».

La radio Tuungane qui veut dire « se rassembler » en Swahili a été créée en 2009 à la demande des coopératives membres de l'APDIK (Association Paysanne pour le Développement Intégré au Sud-Kivu). En effet les dirigeants de ces coopératives avaient insisté sur le fait que l'absence d'une radio dans le milieu maintenait la population dans l'ignorance par rapport à ce qui se passait ailleurs dans la province, dans le pays, voire dans le monde. Ils restaient loin des informations fiables non seulement par rapport au climat socio-politique mais aussi des informations sur le développement rural durable, la professionnalisation dans les différents secteurs ou filières agricoles. Aujourd'hui la radio, qui a été construite et équipée avec un appui externe, réussit à toucher plus de 250 000 auditeurs dans l'extrême sud de la province de Sud Kivu. Comme pour toutes les radios de proximité, le financement demeure le plus grand obstacle. Cette radio cherche activement un financement pour l'année 2011 quand sa subvention obtenue arrivera à terme.

L'Information de marché à Beni - Lubéro

Depuis 2010, il existe au niveau des marchés en territoire de Beni et Lubero (Nord-Kivu) un bulletin d'information avec les prix moyens des produits agricoles observés dans différents marchés. Il s'agit d'une initiative du PADDFA-NK⁽¹⁾ (projet commun SYDIP - AGRISUD) sur financement UE. Le bulletin comprend trois volets: vivres, légumes et fruits et paraît toutes les quinze semaines. Il est encore trop tôt pour en connaître son impact au niveau des producteurs.

Le Centre Lokole est un réseau d'une centaine de radios communautaires à travers la RDC. Ce centre réalise des émissions d'éducation civique et agricole qui sont diffusées par des radios partenaires sur l'ensemble du pays. Il appuie aussi les radios en formation technique. Le Centre dispose d'un studio numérique capable de dupliquer des CD, faire des gravures et le mixage d'émissions.

L'accès à l'information adéquate et fiable étant crucial pour les producteurs agricoles, et étant donné le manque de moyens des O.P. pour maintenir des bons systèmes d'information, une collaboration effective entre les O.P. et des acteurs spécialisés (journaux, radios, AJAC, compagnies de téléphone) est très souhaitée. Cela nécessite certes l'élaboration des plans d'information et de communication au niveau des O.P. faitières.



(1) Un projet semblable existe également au niveau du Bas-Congo et de Kinshasa.