



L'expérience des producteurs laitiers avec les messages Réponse Vocale Interactive (RVI) en Éthiopie

Introduction

Les Services Numériques de Conseil Agricole (SNCA) aide le ministère de l'agriculture éthiopien à renforcer l'utilisation des canaux de vulgarisation numériques pour former les agents de vulgarisation, les agents de développement, qui fournissent un soutien consultatif aux agriculteurs. Les SNCA aident également le ministère à fournir directement des services de conseil aux agriculteurs éthiopiens par le biais de diverses méthodes numériques. Le projet est un partenariat entre Digital Green (DG), Precision Agriculture for Development (PxD) et le gouvernement éthiopien. Dans le cadre de ce partenariat, PxD travaille avec le service d'assistance téléphonique aux agriculteurs 8028, géré par l'Agence pour la transformation de l'agriculture (ATA), afin de développer et de diffuser un contenu ciblé pour les producteurs laitiers par le biais d'un système de Réponse Vocale Interactive (RVI) sur les téléphones mobiles.

Les chercheurs de données simplifiées ont mené une étude pour comprendre l'adoption, l'efficacité et l'impact des

Research methods

- Enquête par entretiens téléphoniques auprès de 1 057 agriculteurs ayant reçu des messages consultatifs sur leur téléphone via appels RVI 8028.
- L'échantillon comprend des agriculteurs qui ont uniquement écouté l'appel RVI, ceux qui ont entendu l'appel sur haut-parleur et les auditeurs qui ont abandonné et n'ont pas terminé les appels.

messages de conseil sur l'élevage laitier, envoyés à travers des appels sur le système de RVI, 8028. Ce résumé met en évidence les informations et les conclusions sur les profils des agriculteurs, l'efficacité des appels RVI, l'expérience des auditeurs et l'impact des appels sur les auditeurs primaires et secondaires.

Résultats clés

1. Les auditeurs apprécient la commodité, la facilité de compréhension et l'utilité des informations fournies :

- Dans l'ensemble, les auditeurs ont attribué un score de promoteur net de 49 à l'information sur les produits laitiers fournie par l'appel du service RVI, 8028, ce qui reflète une fidélité et une satisfaction élevées. La satisfaction était motivée par l'utilisation pratique de l'information, son langage simple et compréhensible et son utilité.

2. L'information sur l'élevage laitier a un impact et conduit à des améliorations tangibles :

- Près de 8 auditeurs sur 10 font état d'une amélioration de leur qualité de vie.
- Presque tous les auditeurs mentionnent des améliorations dans leur façon de cultiver et de gérer le bétail. L'amélioration des soins au bétail, la préparation des aliments et l'alimentation sont les principaux changements signalés dans les méthodes d'élevage.
- 9 agriculteurs sur 10 déclarent avoir obtenu une augmentation de leurs revenus.

3. Les auditeurs qui peuvent appliquer le conseil RVI dans son intégralité bénéficient d'un meilleur impact que les candidats partiels.

- Les auditeurs qui ont mis en pratique toutes les informations reçues sur leur exploitation laitière (65%)

étaient beaucoup plus susceptibles de constater un impact plus important sur leur qualité de vie que les auditeurs qui ont appliqué « la plupart » (29%) ou « une partie » (11%) des informations.

- 4 auditeurs sur 10 n'ont pas pu appliquer toutes les informations qu'ils ont entendues.
 - Le manque de clarté des informations et le manque d'accès au crédit sont les principaux obstacles à l'application de toutes les informations.
- ### 4. Les auditeurs féminins font état d'une compréhension, d'une application et d'une utilisation plus faibles des services d'insémination artificielle.
- Si tous les auditeurs considèrent que les informations consultatives sont utiles, les auditrices sont moins nombreuses à déclarer qu'elles ont eu de la facilité à comprendre, à appliquer et à mettre en pratique les informations partagées.
 - Environ 9 agriculteurs sur 10 ont appliqué les informations, contre seulement 7 agricultrices sur 10. De même, près de 8 auditeurs sur 10 ont utilisé les services d'insémination artificielle pour obtenir des bovins croisés, contre 65% des auditrices.
- ### 5. Près de la moitié des auditrices sont des décideurs finaux dans les décisions liées à la production laitière.
- 4 auditrices primaires sur 10 sont les décideurs finaux dans les décisions de leur foyer relatives aux produits laitiers, contre 9 auditeurs primaires sur 10.
 - Les auditeurs secondaires féminins sont les moins susceptibles d'être des décideurs finaux, avec seulement

1 sur 10 qui prend les décisions.

- Bien que la possession moyenne de bétail soit légèrement plus élevée chez les auditeurs primaires masculins, les auditeurs féminins sont plus susceptibles de déclarer la possession des vaches croisées.

6. La plupart des auditeurs partagent des informations avec les membres de leur famille et de leur communauté et sont plus susceptibles de partager avec des membres du même sexe dans un forum communautaire.

- Les auditeurs féminins sont plus susceptibles de partager des informations avec d'autres femmes (79%) qu'avec des hommes (46%). Les auditeurs masculins ont partagé l'information plus souvent avec des membres masculins de la communauté (64%) qu'avec des femmes (47%).
- Les hommes sont plus susceptibles à partager des informations lors de réunions familiales que les femmes, tandis que les femmes sont plus susceptibles à partager des informations lors de conversations individuelles et de groupes communautaires au niveau du village que les hommes.

7. Les membres masculins du ménage sont plus susceptibles d'entreprendre des activités qui prennent du temps, tandis que les membres féminins du ménage se chargent de tâches qui prennent moins de temps.

- 9 auditeurs masculins sur 10 entreprennent des activités de production laitière telles que l'achat d'aliments pour animaux et 7 sur 10 se lancent dans la préparation d'aliments pour animaux. D'autre part, 8 auditrices sur 10 déclarent traire les vaches et transformer le lait.

8. La pénétration de l'utilisation des smartphones et l'accès aux appels RVI sont globalement faibles.

- Seules 6 auditrices primaires sur 10 sont propriétaires du téléphone sur lequel elles ont reçu le message RVI, et une proportion similaire le partage avec un autre membre de la famille. Tous les auditeurs primaires masculins ont leur propre téléphone.

9. Les auditeurs partiels sont issus de ménages légèrement plus aisés que les autres groupes d'auditeurs.

- 335% des auditrices partielles vivent dans la pauvreté (moins de 3,2 dollars par jour). La principale raison pour laquelle elles n'ont pas écouté l'appel RVI dans son intégralité est qu'elles étaient au travail. Elles ont également coupé l'appel parce qu'elles étaient au travail, que la connectivité au réseau était mauvaise et qu'il y avait des barrières linguistiques.

10. L'efficacité du RVI

- Tous les auditeurs ont trouvé les informations partagées sur le RVI utiles, tandis que 9 sur 10 les ont trouvées faciles à comprendre, 8 sur 10 les ont appliquées et 6 sur 10 ont utilisé le service de l'insémination artificielle.
- Les auditeurs qui ont appliqué toutes les informations sont beaucoup plus susceptibles de déclarer une gestion du bétail « très améliorée » (84% contre 43%) et une « augmentation très importante » de l'argent gagné (63% contre 21%) que ceux qui ont appliqué « la plupart », « une partie » ou « aucune » des informations.
- Les messages sur l'utilisation du service d'insémination artificielle pour obtenir des bovins croisés et les informations sur les soins aux vaches gestantes ont été classés comme les informations les plus appréciées reçues par RVI.
- 7 répondants sur 10, hommes et femmes, ont commencé à utiliser les services d'insémination artificielle après avoir écouté les appels RVI.
- Les auditeurs secondaires féminins, qui élèvent actuellement au moins 5 bovins, sont plus susceptibles d'appliquer toutes les informations reçues, par rapport aux autres groupes (60% contre 25%). De même, les auditeurs qui possèdent au moins 4 vaches et veaux croisés sont plus susceptibles d'appliquer toutes les informations reçues (73% contre 45%).
- Les appels RVI ont un score de promoteur net de 49 et varient légèrement selon le type d'auditeur, avec les auditeurs secondaires féminins rapportant le score de promoteur net le plus élevé. Seuls 7% des auditeurs, dans l'ensemble, déclarent avoir un score de promoteur net de 49.

Conclusions et recommandations

- 1. Digital Green et PxD ont la possibilité d'atteindre davantage les agricultrices et de diffuser des messages pour améliorer la participation des femmes** Comme certaines femmes n'ont pas accès aux téléphones portables, les partenaires doivent essayer d'autres moyens innovants pour leur transmettre des messages.
- 2. Si les agricultrices ont trouvé les informations du RVI utiles, elles n'ont pas pu écouter l'intégralité du message car elles étaient occupées à une autre tâche lorsqu'elles ont reçu l'appel** En effectuant des rappels à un moment plus approprié qui reprennent là où l'auditeur s'est arrêté, on pourrait augmenter la rétention et la mise en pratique des informations par ce groupe.
- 3. Les partenaires devraient envisager de fournir des messages sur la prise de décision conjointe afin d'augmenter le niveau de capacité de décision des femmes dans le ménage.** Les messages RVI devraient renforcer la nécessité d'une distribution plus équitable des activités laitières au sein des ménages.
- 4. Encourager les femmes à partager les messages avec les autres femmes de leur foyer et de leur communauté.** En encourageant et en incitant les femmes à partager les messages avec les membres de leur foyer et de leur communauté, Digital Green et PxD peuvent augmenter l'impact sur les agriculteurs non seulement en interagissant avec eux directement, mais aussi par l'intermédiaire des membres de leur famille.
- 5. Améliorer l'accès au crédit pour encourager l'utilisation des services d'insémination artificielle.** Alors que des proportions comparables (3 sur 10) d'hommes et de femmes n'utilisent pas l'insémination artificielle pour obtenir des vaches croisées, les femmes sont plus susceptibles que les hommes de déclarer que le manque d'accès au crédit est la principale raison pour laquelle elles n'utilisent pas l'insémination artificielle (53% contre 31%). Améliorer l'accès des agricultrices aux produits financiers pourrait accroître l'adoption de l'insémination artificielle pour obtenir des bovins croisés et potentiellement augmenter l'efficacité du RVI.