



Changement de comportement perçu chez les éleveurs de volaille soutenus par Silverlands Tanzania Limited

Introduction

Dans le cadre de l'initiative de multiplication des volailles africaines (APMI), Silverlands Tanzania Limited distribue des poussins Sasso d'un jour aux petits producteurs de volaille. La race Sasso est un poulet à double usage, à maturation plus lente, apprécié pour la production d'œufs et de viande. Silverlands fournit également une assistance technique et des formations sur la production de volailles aux éleveurs, et leur offre un accès au marché. Depuis 2019, Silverlands recrute des spécialistes de la vulgarisation pour aider les agriculteurs à comprendre les avantages du poulet Sasso et encourager l'essai de la race, tant pour la vente que pour la consommation en Tanzanie.

Tanager a organisé une formation sur le genre et la nutrition avec les spécialistes du marketing, afin de leur permettre de diffuser efficacement des informations aux éleveurs de volailles. Tanager a travaillé avec eux pour développer des messages visant à promouvoir la consommation de poulets et d'œufs afin d'améliorer la nutrition de la famille, ou d'utiliser les revenus du poulet pour diversifier l'alimentation de la famille. Les messages visaient également à favoriser la participation des femmes à la chaîne de valeur de la volaille et à la prise de décision. En fin 2021, Tanager a mené une étude pour comprendre l'impact de ces interventions sur l'essai des poulets de la race Sasso par les agriculteurs, et sur leur prise de décision

Méthodes de recherche

- Protocole d'impact qualitatif (QuIP) - l'approche utilisée dans l'étude, QuIP génère un retour d'information sur les causes du changement dans la vie des gens. L'approche s'appuie sur les témoignages d'un échantillon de bénéficiaires d'une intervention spécifique.
- 138 - le nombre total d'éleveurs de volailles interrogés dans le cadre d'une enquête téléphonique en Tanzanie.
- Novembre 2021 et décembre 2021 : la période de collecte des données
- Spectre à cinq points - le score utilisé pour établir l'impact causal de l'interaction entre les spécialistes du marketing de Silverlands et les producteurs de volaille. Le score le plus bas (1) correspond à un lien de causalité négligeable entre l'amélioration et les actions de Silverlands, tandis que le score le plus élevé (5) indique que Silverlands a été le seul moteur du changement positif observé.

concernant la volaille. L'étude a également examiné la consommation familiale d'œufs, de poulets et d'autres aliments nutritifs.

Résultats clés

1. L'interaction de Silverlands a encouragé les agriculteurs à se lancer dans l'élevage de la race Sasso :

- 72% des agriculteurs qui ont interagi avec les

spécialistes du marketing de Silverlands ont commencé à élever des poulets de la race Sasso dans les six mois précédant l'étude ; 41% ont déclaré que la sensibilisation de Silverlands avait influencé leur décision.

- Plus de femmes (76%) que d'hommes (67%) ont commencé à élever des poulets Sasso au cours

des 6 mois précédents, 44% des femmes et 34% des hommes attribuant leur décision à Silverlands. D'autres répondants ont indiqué qu'ils avaient développé leur activité Sasso déjà existante.

« Je n'avais aucune idée de l'élevage de poulets Sasso ou de l'entrepreneuriat avicole avant, mais après avoir reçu une éducation de la part du personnel de Silverlands, j'étais motivée pour acheter des poulets Sasso, alors je me suis associée à ma sœur pour acheter 100 poulets Sasso et démarrer une entreprise avicole. » - Femme, 38 ans.

2. Silverlands a contribué à augmenter la prise de décision conjointe du couple sur la volaille:

Alors que la majorité des agriculteurs n'ont signalé aucun changement dans la manière dont les décisions relatives à la volaille sont prises au sein de leur foyer, 38% ont déclaré qu'ils ont pris davantage de décisions en commun au cours des six derniers mois. 19% de ces agriculteurs ont attribué ce changement directement aux interactions de Silverlands. Les femmes ont plus signalé une augmentation des décisions conjointes que les hommes.

3. Silverlands a contribué à augmenter la prise de décision conjointe du couple sur la volaille:

Les marketeurs de Silverlands ont cherché à encourager les hommes et les femmes à élever ensemble les poulets Sasso, afin de parvenir à une répartition plus équitable des tâches au niveau du foyer. Les résultats montrent que 41% des personnes interrogées ont fait état d'une gestion plus équitable de la volaille au cours des six mois précédents, avec une participation accrue de la famille et des hommes.

« Tous les membres de ma famille participent à la gestion des volailles. Il y a une division du travail par sexe, par exemple les hommes sont responsables de mélanger les aliments pour les poulets parce que je prépare toujours les aliments pour les poulets. J'engage ma famille parce que je ne suis pas toujours disponible à la maison, alors parfois d'autres membres de la famille aident à la gestion des volailles. » - Femme, 52 ans.

4. Silverlands peut avoir contribué à l'augmentation de la consommation d'œufs et de poulets dans les ménages:

46% et 62% des producteurs ont déclaré que les consommations d'œufs et de poulets respectivement avaient augmenté dans leur ménage au cours des six derniers mois. Près de la moitié de ceux qui ont déclaré une augmentation de la consommation d'œufs et 39% de ceux qui ont déclaré une augmentation de la consommation de poulets ont attribué ce changement à Silverlands.

« Cela (la consommation de poulet) a beaucoup changé parce qu'avant, un mois passait sans qu'on ne mange du poulet, mais maintenant, chaque semaine, nous mangeons un ou deux poulets parce que j'en ai beaucoup à vendre et à manger. » - Homme, 30 ans.

5. Certaines familles utilisent les revenus du poulet Sasso pour acheter d'autres aliments nutritifs :

22% des répondants ont déclaré utiliser une partie de leur revenu avicole pour acheter de la nourriture pour leur famille. 41% ont attribué directement à Silverlands l'utilisation des revenus de la volaille pour acheter des aliments nutritifs.

Conclusions and recommendations

- Les interactions avec Silverlands ont conduit les agriculteurs à commencer à élever des poulets Sasso et à en tirer des avantages. Un suivi régulier et un soutien aux agriculteurs dans les premiers temps de l'élevage de cette race peuvent renforcer les avantages et soutenir l'adoption à plus long terme.
- Des efforts supplémentaires devraient être faits pour promouvoir une répartition équitable des tâches d'élevage de poulets entre les membres du foyer, avec une plus grande implication de tous les membres de la famille.
- Si de nombreux ménages ont augmenté leur consommation d'œufs et de poulets, peu d'agriculteurs utilisent les revenus de leurs volailles pour acheter de la nourriture pour le ménage. L'étude recommande d'encourager davantage d'agriculteurs à le faire, afin d'améliorer la nutrition de tous les membres du foyer.