

# Dynamiques paysannes

Faire de l'information une valeur ajoutée pour la production agricole, le défi des journaux *La Voix Du Paysan* (LVDP) et *The Farmers' Voice* (TFV) au Cameroun

La naissance d'un journal

L'implication d'une ONG

Rentabilité et développement rural, un équilibre difficile à trouver

La pauvreté rurale est-elle l'unique frein ?

Conclusion



© LVDP

*En milieu rural, les kiosques sont rares et le pouvoir d'achat est faible, la vente par abonnement (moins cher) est priorisée.*

Dans le meilleur des cas, les agriculteurs camerounais peuvent compter sur les services décentralisés de l'État et des organismes privés pour accéder à des informations leur permettant de mieux développer leurs activités et d'améliorer les conditions de vie de leur famille. Peu d'organisations agricoles au Cameroun bénéficient d'un appui-conseil. Pourtant, à l'instar de n'importe quels autres acteurs économiques, l'ensemble des agriculteurs a besoin d'être guidé et informé pour augmenter les revenus tirés de leur activité. Ils doivent sans cesse s'adapter à des contraintes agro-écologiques difficiles, réduire la dépendance vis-à-vis des conditions météorologiques et trouver des moyens techniques et financiers adaptés à leur activité. De même, en tant que citoyens, les ruraux sont en droit d'être tenus au courant de l'environnement économique, social, politique voire culturel dans lequel ils évoluent. Mais les médias généralistes couvrent un marché essentiellement urbain et peinent à attein-

**dre les campagnes. Encourager par d'autres biais le développement intellectuel des populations prend tout son sens. Le monde rural est concerné non seulement par des sujets portant sur les techniques agricoles, mais aussi par des thèmes plus complexes tels les biotechnologies, le changement climatique et les politiques agricoles. Tous ces sujets doivent être traités par des personnes qualifiées capables d'adresser des messages intelligibles à un public faiblement instruit. Ce défi, les journaux LVDP et TFV s'efforcent de le relever.**

## La naissance d'un journal

« La Voix Du Paysan » a vu le jour en 1988. Le titre n'existait alors qu'en version française avec le sous-titre « *Revue de liaison des initiatives locales de développement* ». Les initiateurs de la Revue sont un groupe de paysans de différentes organisations paysannes (OP) issues des dix provinces du Cameroun. Ils constituent le premier comité de rédaction de la Revue. Cet outil se voulait un organe d'information, et d'échanges d'expériences entre les paysans qui se sont retrouvés abandonnés à eux-mêmes sans appui de l'État à la suite de la crise économique de la fin des années 1980 et de l'imposition des politiques d'ajustement structurel. L'ONG SAILD (Service d'Appui aux Initiatives Locales pour le Développement) met alors à la disposition du comité de rédaction une personne qualifiée pour le coordonner et devient l'animateur de la revue. Très vite, le SAILD a compris que, pour intéresser les paysans, le contenu de la *Revue* devait se focaliser sur les problèmes liés à la production agricole et les solutions techniques à y apporter. Malgré cette bonne option, la *Revue* a du mal à se constituer un lectorat. Le prix du journal (400 Fcfa pour une parution trimestrielle) est prohibitif et la stratégie marketing inexistante. Du fait de son format magazine, la *Revue* ne peut être affichée en première ligne dans les kiosques comme ses consœurs de format tabloïd. Les organisations paysannes, public-cible de l'époque, sont à un stade embryonnaire. En 1993, la *Revue* change de format pour devenir un tabloïd afin de s'aligner sur le format des autres organes de presse locaux qui étaient davantage visibles en kiosques. D'abord « bimestriel d'information et de débat sur le monde rural », ensuite « mensuel d'information, de

formation et de débat sur le monde rural », LVDP est depuis 2008, année de son 20<sup>ème</sup> anniversaire, le « mensuel de l'entrepreneur rural ». Depuis lors, la *Revue* est une source d'appui-conseil gratuit pour des paysans.

C'est en 1996 qu'est née la version anglaise du journal sous le titre « *La Voix du Paysan-English* », devenue « *The Farmer's Voice* » (TFV). La version anglaise n'est pas une traduction du contenu de LVDP. Sa cible étant les populations anglophones, *The Farmer's Voice* traite des problématiques spécifiques aux deux régions anglophones du pays que sont le Sud-Ouest et le Nord-Ouest. En conséquence, LVDP/TFV ont deux équipes de rédaction distinctes dirigées par des journalistes de formation. Leur vocation première : donner une information répondant à un besoin et accomplir ainsi la mission sociale de fournir une information de qualité accessible aux acteurs économiques du monde rural. Subventionné, le journal est diffusé dans toutes les régions du Cameroun. En milieu rural principalement, il est distribué par abonnement à des prix préférentiels.

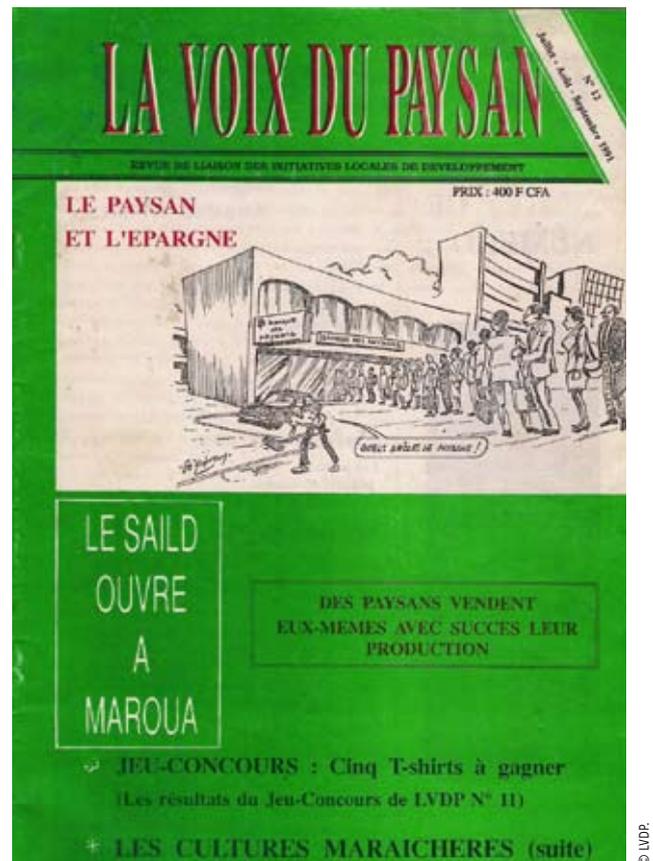
## La voix des paysans

Le *leitmotiv* du journal pourrait se résumer en quelques mots : rester à l'écoute du lectorat. LVDP / TFV entendent se faire l'écho des préoccupations des ruraux et leur apporter une information utile. Des rubriques telles que le « Courrier des lecteurs » donnent la parole au lectorat et des sondages sont effectués ponctuellement pour orienter les choix rédactionnels et éditoriaux du journal. Les fiches « Santé » se sont ainsi révélées très appréciées du public, c'est pourquoi le journal a développé toute une série d'informations relatives à la nutrition ou encore à la prévention des maladies. L'intérêt accru des lecteurs pour l'aspect économique de leurs activités agricoles a amené le journal à adopter en janvier 2008 la *baseline* « Mensuel de l'entrepreneur rural ». La rentabilité des produits est désormais traitée de façon plus prégnante. Une des forces indéniables du journal est sans doute de savoir faire preuve d'imagination et d'innovation pour rester fidèle aux préoccupations de son public, malgré des ressources humaines et financières limitées.

**Le journal a développé toute une série d'informations relatives à la nutrition ou encore à la prévention des maladies.**



Une des premières couvertures de La Voix du Paysan.



© LVDP.

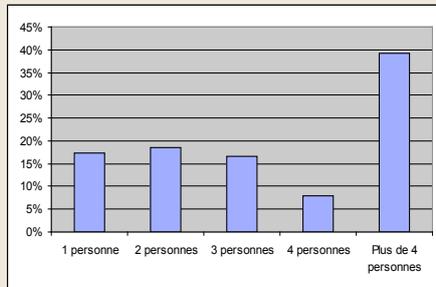
## Le difficile financement de la presse

Dans le monde et dans le contexte camerounais en particulier, le financement de la presse est difficile. Les rédactions ont des moyens dérisoires ne leur permettant pas d'assurer la rémunération de leurs employés. La rémunération des journalistes privés est étroitement liée à la production d'articles. La plupart sont payés au même tarif que des pigistes. Les sponsors sont extrêmement rares... La contrainte financière a conduit certains médias camerounais à vivre de compromissions, au risque de bafouer l'indépendance de la presse. Partout dans le monde, des intérêts politiques et financiers pèsent sur les médias. Le Cameroun n'y échappe pas, dans des proportions assez larges. Une des alternatives pour limiter ce risque se trouve peut-être du côté des subventions. Ce type d'appui financier de la presse résulte d'un choix politique avec une intervention forte de l'État et / ou des bailleurs. Dans un pays classé 156<sup>ème</sup> sur 186 au rang

de l'Indice de développement humain<sup>1</sup>, l'appui aux médias privés par l'État a été amorcée depuis quelques années, mais c'est un appui encore sélectif et dérisoire. Par exemple, sur une année, le montant de l'enveloppe attribuée à un journal n'atteint guère les frais d'imprimerie pour un tirage. En conséquence, certains journaux renoncent à postuler à cette aide pour l'obtention de laquelle de longues démarches s'avèrent nécessaires.

1: <http://www.populationdata.net/index2.php?option=pays&pid=38&nom=cameroun>

# Présentation de LVDP / TFV



**Équipes** Les deux rédactions (française et anglaise) comptabilisent 4 journalistes (dont un rédacteur en chef pour chaque équipe) et 8 diffuseurs qui assurent la distribution du journal. Le SAILD met à la disposition de LVDP / TFV son Gestionnaire comptable et financier.

**Objectifs** Vulgariser, voire démocratiser l'information  
Participer au développement économique, social et culturel  
Influer sur les politiques

**Ligne éditoriale** apolitique et non confessionnelle

**Types d'informations diffusées** Fiches techniques sur les cultures agricoles  
Conseils en santé et nutrition  
Offres de formations et conseils pour les jeunes qui veulent se lancer dans l'agriculture  
Courier des lecteurs  
Les prix des denrées agricoles sur les marchés  
L'actualité du monde rural (angle agriculture, souveraineté alimentaire)

**Tirage** 7 500 exemplaires (LVDP) ; 2 000 (TFV)

**Composition du lectorat** Organisations paysannes  
Agriculteurs  
Acteurs du développement  
Centres de formation agricole  
Centre d'alphabétisation rurale  
Cadres des services techniques de l'État (ministères, communes)  
Décideurs politiques et élites locales

**Nb de lecteurs par exemplaires** Abonnés : 5 500 (LVDP) ; 500 (TFV)

## L'implication d'une ONG

L'ONG d'appui SAILD est composée de plusieurs services techniques. Les synergies possibles entre ces derniers constituent un véritable potentiel que LVDP / TFV s'efforcent d'exploiter, allant jusqu'à jouer un rôle de catalyseur. LVDP / TFV ont surmonté les crises institutionnelles traversées par l'ONG mère et ont maintenu le cap avec plus ou moins de constance au fur et à mesure des années. Parmi les services du SAILD qui entretiennent des relations étroites avec le journal, citons le Centre de Documentation pour le Développement Rural (CDDR). Ce dernier dispose d'une bibliothèque, d'un site internet et d'un service téléphonique et email « Allô Ingénieur » destiné à répondre aux questions des entrepreneurs ruraux. Le CDDR contribue à la diffusion du journal (abonnements et ventes directes), son service « Allô Ingénieur » apporte une expertise aux réponses traitées dans le « Courrier des Lecteurs », les thèmes des journées de formation/sensibilisation organisées par le CDDR sont identifiés en grande partie sur base des sollicitations reçues par les journalistes de LVDP / TFV... Autant de collaborations qui renforcent l'action du SAILD et de son journal. Cette complémentarité nécessite un minimum de coordination. Ce rôle est assumé par l'ONG qui met en place des cadres de concertations bimensuels. La question de la limite de cette coordination se pose néanmoins dans la mesure où des entités telles que le CDDR ou LVDP / TFV jouissent d'une certaine autonomie. L'outil LVDP, initialement conçu comme un bulletin de liaison, est devenu un véritable journal d'information. LVDP / TFV restent logés au sein de l'ONG mère tout en ayant une gestion opérationnelle quasi indépendante.

Si l'appartenance à l'ONG présente des avantages pour le journal (complémentarité des services, économies d'échelle, etc.), elle pose aussi la question de l'indépendance de sa ligne éditoriale par rapport à la vision stratégique de l'ONG. Jusqu'à aujourd'hui, l'ONG a eu le courage, à travers LVDP et TFV de délivrer des messages politiques forts remettant en cause les politiques agricoles et commerciales du Cameroun et d'ailleurs. Dans un pays où la liberté de la presse fait débat et où le citoyen rural est peu informé, la dimension « plaidoyer » du journal prend tout son sens et mérite d'être saluée à hauteur des risques encourus.

La capacité  
du journal à  
générer des ressources  
propres est  
limitée.

## Témoignages de lecteurs

**Apollinaire ENDAMENA**, éleveur en périphérie de Yaoundé :  
« Attiré par le titre *Le porc rapporte gros, je suis devenu producteurs porcin* ».

**Pierre Jacquard EVINA**, infirmier vétérinaire à Lomié (Est Cameroun) :  
« Je l'ai découvert entre les mains d'un paysan que je suivais en 1989. C'est devenu un outil de formation continue ».

**André Marie MBA**, exploitant agricole à Edéa (Littoral) :  
« Quand je parle agriculture, on me dit que j'aurais dû être agronome. Les gens ignorent que ma source d'inspiration est LVDP ».

**Ernest LOMBO**, exploitant agricole à Lolodorf (Sud Cameroun) :  
« C'est dans LVDP que j'ai appris comment retourner au village pour trouver mon compte en menant des petits projets agricoles ».

## Rentabilité et développement rural, un équilibre difficile à trouver

Grâce aux appuis des partenaires techniques et financiers dont ils bénéficiaient à travers le SAILD, LVDP / TFV ont grandi dans ce contexte complexe de manière plutôt « sereine ». Le journal a toutefois connu de sérieuses difficultés de trésorerie à mesure que les dotations diminuaient. A partir de 2007, il a été contraint de s'inscrire de manière plus explicite dans une logique commerciale, sa pérennité se trouvant menacée. LVDP / TFV s'est doté d'un plan d'action dans le but de réduire ses charges et d'augmenter ses recettes. En période de réduction budgétaire, comme souvent dans les entreprises, la première variable d'ajustement préconisée a été la réduction des charges salariales. Le journal a quasi réduit de moitié ses effectifs (rédacteurs et diffuseurs). Il a également fallu diminuer les autres postes (coûts de production de diffusion, etc.). Mais agir sur des charges dont on ne maîtrise pas directement les coûts s'avère plus complexe. Les dépenses induites par la production, la distribution (enclavement de certaines zones) et le public-cible (peu solvable) sont élevées et difficilement compressibles. Par ailleurs, la capacité du journal à générer des ressources propres est limitée. Depuis ses

débuts, le coût de revient du journal a évolué jusqu'à atteindre aujourd'hui 516 Fcfa (0,78 Eur) et 1 211 Fcfa (1,83 Eur) l'exemplaire, respectivement pour LVDP et TFV. Il n'y a pas eu de répercussion sur le prix de vente du journal qui reste inchangé depuis dix ans. Actuellement vendu à 300 Fcfa plein tarif (0,46 Eur), ce prix ne permet pas au journal de couvrir ses charges. Traditionnellement, la presse agricole est délaissée par la publicité. L'intérêt des annonceurs pour un journal spécialisé sur les questions rurales reste faible tandis que son caractère social et sa périodicité lui ferment la porte à toute une série d'annonceurs. De plus, le journal s'interdit la promotion lucrative de certains produits (tabac, jeu de hasard, etc.). Enfin, la parution mensuelle ne se prête pas à la diffusion des campagnes publicitaires ciblées dans un laps de temps court. Pour toutes ces raisons, le journal génère peu de revenus publicitaires et ne peut compter sur ses lecteurs pour supporter ses coûts. Le défi demeure ; celui de viser un public rural, « coûteux » par définition, en ayant des moyens limités ...

## La distribution de LVDP / TFV

Les titres sont distribués de deux façons :

- la vente directe en kiosque ou à la sauvette est pratiquée essentiellement en milieu urbain.
- les abonnements s'adressent principalement aux ruraux.

En milieu rural, les kiosques sont rares et le pouvoir d'achat est faible, la vente par abonnement (moins cher) est rendue prioritaire. C'est le mode de distribution le plus usité pour la version anglophone du journal. Les ventes directes concernent les populations urbaines et périurbaines. La version francophone a enregistré une hausse de ses ventes directes et ce mode de diffusion traduit l'orientation de LVDP vers de nouvelles cibles. Pour faire face à ses contraintes économiques, LVDP recherche un public solvable, tout en s'efforçant de ne pas négliger les ruraux. La rédaction est consciente que les arbitrages économiques risquent de la détourner de sa mission initiale d'amener l'information dans des zones rurales plus ou moins enclavées. Mais il n'est pas évident pour le journal de trouver le juste équilibre entre les logiques économique et sociale qui le caractérisent. Lorsque la logique économique est mise en avant, elle prime souvent sur le social. Se pose

alors la question du devenir de la mission fondamentale du journal...

## La pauvreté rurale est-elle l'unique frein ?

Dans les campagnes, la distribution gratuite ou à prix symbolique du journal s'est réduite comme peau de chagrin depuis que le journal cherche à augmenter ses recettes. Les paysans sont incités à participer à l'achat du journal à travers des offres d'abonnements à prix réduits ou subventionnés. Le journal se heurte à quelques réticences qui s'expliquent sans doute par le pouvoir d'achat limité de la cible. Partant du postulat que le journal constitue une source d'information pertinente et utile aux paysans<sup>2</sup>, les causes de cette réticence méritent d'être approfondies. Le coût du journal peut s'avérer prohibitif pour la moitié des ruraux camerounais qui vit en dessous du seuil de pauvreté et ne dispose que de 232 547 Fcfa (354,55 Eur) par adulte par an, soit 637 Fcfa (0,97 Eur) par jour<sup>3</sup>. Parmi eux, plus de sept personnes sur dix vivent dans les ménages d'exploitants agricoles (agriculture, pêche, élevage et chasse). Dans ces conditions, le prix « abonné » 250 Fcfa<sup>4</sup> (0,38 Eur), bien qu'il s'agisse d'un tarif réduit, apparaît comme un frein à l'achat. La difficulté du journal à pénétrer le milieu rural ne saurait cependant se résumer à la seule pauvreté monétaire. Au Cameroun, bien que les ruraux aient un niveau d'éducation supérieur à d'autres pays d'Afrique, 47,5% des pauvres n'ont jamais été inscrits à l'école. La culture de la lecture est quasi inexistante. On admettra qu'un paysan lettré soit enclin à ouvrir un journal qui vient de lui être distribué gratuitement et le lise (seul ou en groupe) car il est convaincu de l'utilité du contenu. Par contre, faire la démarche de payer pour obtenir le journal fait appel à d'autres réflexes... Un chef de famille inclura-t-il dans le poste bud-

gétaire du ménage une dépense dédiée à l'achat d'un journal ? Ce n'est pas une pratique courante et, pour que les ruraux en capacité de lire se tournent plus spontanément vers ce mode d'information, cela suppose que le journal soit accessible en termes de prix et de dis-

2: Cf. les conclusions des deux évaluations.

3: <http://www.statisticscameroon.org/fr/images/stories/Documents/Ecam%2011/Profil%20de%20pauvrete%20en%20milieu%20rural.pdf>

4: Prix abonné par exemplaire.

Il n'est pas évident pour le journal de trouver le juste équilibre entre les logiques économique et sociale qui le caractérisent



© LVDP.

LVDP/TFV participent aux manifestations du monde agricole pour se faire connaître.

ponibilité, mais aussi que la démarche de s'informer par la lecture soit ancrée dans les mentalités. Comment faire émerger la recherche de l'information au sein des communautés rurales ? Les débats sur les préalables et la manière d'amener cette culture de la lecture dans les villages se heurteront non seulement à la question des responsabilités (État, ONG, etc.), mais aussi à celle du financement.

## Conclusion

LVDP / TFV ont poursuivi leur mission sociale vis-à-vis des ruraux pendant des années grâce au soutien de partenaires techniques et financiers (PTF). Convaincus de la pertinence du journal pour le développement rural, les PTF ont longtemps interrogé le journal sur sa durabilité sans pour autant accorder une importance majeure à sa rentabilité. Une grande partie des organes de presse bénéficient de subventions et, sans subsides, aucun journal d'information au monde ne subsiste. Pourquoi, dans ce contexte mondial, LVDP / TFV auraient-ils fait figures d'exceptions ? D'autant plus que le défi ambitieux de fournir une information de qualité dans un journal à faible tirage et à la distribution coûteuse nécessite des moyens. Pour diminuer les coûts de diffusion, LVDP / TFV se sont appuyés sur les OP en proposant des achats ou abonnements groupés aux membres.

Des partenariats plus structurels avec les OP ne devraient-ils pas s'intensifier pour atténuer les éternels problèmes de distribution ? Des solutions sont envisageables pour diminuer les charges mais un journal d'in-

formation reste coûteux. De nos jours, l'aide au développement s'inscrit de plus en plus dans une tendance d'économie de marché et les bailleurs émettent quelques réserves à soutenir des initiatives dont la rentabilité est hypothétique à terme. LVDP / TFV ont évolué avec leur temps et, tout en conservant leur version papier, se sont tournés vers les NTIC<sup>5</sup> moins coûteuses et plus attractives aux yeux des bailleurs. Avec leurs sites internet<sup>6</sup>, LVDP / TFV touchent un autre public, principalement les urbains et péri urbains frappés par la crise alimentaire de 2008 et qui se sont lancés dans l'agriculture. Le journal s'adapte à la demande depuis sa naissance : LVDP / TFV ont naturellement su se moderniser tout en conservant cette forte volonté de rester fidèle à leur mission initiale.

La logique économique les a contraints à se tourner vers d'autres cibles, sans toutefois exclure les ruraux... mais jusqu'à quand ? Le saut technologique qu'ont connu les campagnes avec l'émergence rapide des téléphones portables sera-t-il identique avec Internet ? Rien n'est moins sûr... LVDP / TFV trouveront-ils un juste équilibre

entre la part de subventions et de recettes propres ? Comment susciter l'intérêt des bailleurs et autres acteurs économiques pour favoriser l'information en milieu rural ? Les ruraux ont un poids économique et démographique considérable en Afrique, ils jouent un rôle majeur dans l'évolution de leur pays.

Pour être acteurs de son développement, il convient d'être maître de ses décisions et d'avoir la capacité de les éclairer à l'aune des enjeux et perspectives qui se présentent. L'accès à l'information est primordial, et cela a forcément un coût !

Pour diminuer les coûts de diffusion, LVDP / TFV se sont appuyés sur les OP en proposant des achats ou abonnements groupés aux membres.

**Ce numéro de Dynamiques Paysannes a été réalisé par Aude Ehlinger, Responsable des partenariats de SOS Faim au Cameroun, en collaboration avec Marie-Pauline Voufo, Rédactrice en chef de La Voix du Paysan et Martin Nzegang, Conseiller technique du Secrétaire général du SAILD.**

5: Nouvelles technologies de l'information et de la communication.

6: Sites internet : [www.lavoixdupaysan.org](http://www.lavoixdupaysan.org), [www.thefarmersvoice.org](http://www.thefarmersvoice.org)

## SOS Faim et les Organisations Paysannes

SOS Faim appuie depuis de nombreuses années des organisations paysannes en Afrique et en Amérique latine. Comme en microfinance par exemple, les appuis aux organisations paysannes doivent être interrogés dans leurs finalités, leurs modalités et leurs conditions de mise en oeuvre. C'est dans cet esprit que SOS Faim publie notamment « *Dynamiques Paysannes* ». Vous pouvez retrouver cette publication, en version téléchargeable en français, anglais et espagnol, sur le site Internet de SOS Faim : [www.sosfaim.org](http://www.sosfaim.org)

Parallèlement à *Dynamiques Paysannes*, SOS Faim édite une autre newsletter, « *Zoom Microfinance* » consacrée aux enjeux rencontrés dans leur développement par les institutions de microfinance ou les organisations paysannes actives dans ce secteur. Vous pouvez aussi retrouver cette publication, en version téléchargeable en français, anglais et espagnol, sur le site Internet de SOS Faim : [www.sosfaim.org](http://www.sosfaim.org)

Editeur responsable : Freddy Destrait, 4 rue aux Laines, B-1000 Bruxelles (Belgique)

Coordination: Marine Lefebvre

Graphisme: [www.marmelade.be](http://www.marmelade.be)

### SOS Faim – Agir avec le Sud

Rue aux Laines, 4 B-1000 Bruxelles – Belgique

Tél. 32-(0)2 511 22 38 Fax 32-(0)2 514 47 77

E-mail [info.be@sosfaim.org](mailto:info.be@sosfaim.org)

### SOS Faim – Action pour le développement

88, rue Victor Hugo L-4141 Esch-sur-Alzette – Luxembourg

Tél. 352-49 09 96 Fax 352-49 09 96 28

E-mail [info-luxembourg@sosfaim.org](mailto:info-luxembourg@sosfaim.org)

Site internet **[www.sosfaim.org](http://www.sosfaim.org)**

*Dynamiques Paysannes* est réalisé avec le soutien de la Direction générale de la Coopération internationale de Belgique et du Ministère des Affaires Etrangères luxembourgeois.

### Les derniers numéros de *Dynamiques Paysannes* ont concerné :

#### n° 21

Le développement de la filière pomme de terre en zone sahélienne

#### n° 20

Mali - Office du Niger.  
Le mouvement paysan peut-il faire reculer l'agro business ?

#### n° 19

Une dynamique locale se crée autour des banques de céréales : le cas de FCE en éthiopie

#### n° 18

Une organisation paysanne au Sénégal, exemple de la FAPAL

#### n° 17

Les Organisations interprofessionnelles en Afrique de l'Ouest

#### n° 16

L'artisanat rural en Bolivie

#### n° 15

Une approche du développement local : l'animation territoriale

#### n° 14

Consommer « bio », un privilège des pays du Nord ?