

Une vidéo en main vaut plus

ÉTUDE
D'IMPACT
10

Des volontaires montrent une vidéo à un grand public

En 2012, CIMMYT demandait à Agro-Insight de produire une vidéo sur deux petites machines à labourer qui protègent le sol et conservent de l'eau.

CIMMYT a engagé AAS, une ONG, pour montrer la vidéo dans 482 communautés au Bangladesh. 112,000 personnes ont assisté aux grandes projections en plein air. AAS a également distribué 1439 exemplaires de DVD à plus de 530 volontaires communautaires qui ont accepté de montrer la vidéo à nouveau.



Watching learning video in tea stall

Qui a montré la vidéo?

Un sondage téléphonique auprès de 227 volontaires a révélé que 58% d'entre eux ont montré la vidéo dans leur service ou magasin, 27% dans leur village et 18% l'ont montrée à la maison aux membres de leur famille et à leurs amis. Environ 7% ont donné la vidéo à d'autres.

Chaque catégorie professionnelle a montré la vidéo à sa façon. Les propriétaires de kiosques de thé ont montré la vidéo chaque soir pendant plusieurs nuits parce que leurs clients en faisaient la demande. Les UISC (entrepreneurs intégrés dans le gouvernement local) ont montré la vidéo parce qu'ils avaient un sens de service communautaire et l'équipement pour jouer de DVDs. Les promoteurs de télévision à câble ont également montré la vidéo. Certaines organisations communautaires ont regardé la vidéo à plusieurs reprises pour étudier l'équipement et partager l'information avec d'autres.

Synthèse des résultats par type de volontaire ayant reçu vidéo

	Kiosques de thé	Magasins villageois	Vendeurs motoculteurs	Télévisions à câble	Agents de vulgarisation	UISC	ONGs	Organisations communautaires
Nombre de répondants	29	4	9	6	7	19	7	12
Ont montré la vidéo	27	3	8	Tous les 6	4	16	4	9
Nombre de projections	9	5	4	6	3	3	13	7
Taille de l'auditoire	50	100	65	?	250	140	130	180
Femmes	Peu	5	14	Moitié?	85	20	80	50

Conclusions

Certaines catégories de personnes sont plus aptes à la distribution de DVDs et d'autres à la projection. Une bonne stratégie de distribution est donc indispensable pour un impact réel. Lorsque les agriculteurs ont un DVD dans leurs mains, ils le regardent plus d'une fois pour en étudier le contenu. Cependant, avant d'acheter l'équipement, ils veulent voir comment le maïs et le blé semés à l'aide de la machine poussent dans le champ.

La présente étude de cas a été généreusement appuyée par le projet MEAS et l'USAID.

Contact: Jeffery Bentley jeff@agroinsight.com

Bentley, Jeffery, Paul Van Mele, & Harun-ar-Rashid 2013 « The Story of a video on mechanical seeders in Bangladesh 'If we are convinced, we will buy it' » Étude de cas MEAS # 6.

Harun-ar-Rashid 2014 Scaling up the video Save More, Grow More, Earn More » et vidéos sélectionnés dans le cadre du projet CSISA-MI. Rapport pour Cimmyt.



AGRO insight
communicating agriculture

Résumé &
photo par
Jeff Bentley