

# MOTIVATIONS DES ANIMATEURS RELAIS DANS LA MISE EN ŒUVRE DU CONSEIL A L'EXPLOITATION FAMILIALE AU BENIN

P. TCHEGNON<sup>1</sup>, M. I. MOUMOUNI<sup>2</sup>, N. M. BACO<sup>3</sup>, A. J. YABI<sup>4</sup> ET D. S. VODOUHE<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Doctorant à l'Ecole Doctorale des Sciences Agronomiques et de l'Eau, Laboratoire de Recherche sur l'Innovation pour le Développement Agricole, Université de Parakou, S/C MOUMOUNI M. Ismail, BP : 1269 Parakou, E-mail : philtcheignon@gmail.com, République du Bénin.

<sup>2</sup>Laboratoire de Recherche sur l'Innovation pour le Développement Agricole, Faculté d'Agronomie, Université de Parakou, BP : 1269 Parakou, E-mail : ismailmm@gmail.com, République du Bénin.

<sup>3</sup>Laboratoire Société-Environnement, Faculté d'Agronomie, Université de Parakou, BP : 27 Parakou, E-mail : nasserbaco@yahoo.fr, République du Bénin.

<sup>4</sup>Laboratoire d'Analyses et de Recherches sur les Dynamiques Economiques et Sociales, Ecole Doctorale des Sciences Agronomiques et de l'Eau, Université de Parakou, BP : 123 Parakou, E-mail : ja\_yabi@yahoo.com, République du Bénin.

<sup>5</sup>Laboratoire de Sociologie et Vulgarisation agricole, Faculté des Sciences Agronomiques, Université d'Abomey-Calavi, BP : 02-8033 Gbégaméy, Cotonou, E-mail : dsvodouhe@yahoo.com, République du Bénin.

## RESUME

La vulgarisation de paysan à paysan est une des approches innovantes de conseil agricole qui s'est répandue ces 20 dernières années dans les pays en développement. Elle met en avant les paysans comme les principaux agents de diffusion des innovations. L'objectif de l'étude est d'identifier les motivations des Animateurs Relais (AR) dans la mise en œuvre du conseil à l'exploitation familiale par le Programme d'appui aux dynamiques productives. Ainsi, les données ont été collectées entre 2012 et 2017 dans 37 communes au Bénin auprès d'un échantillon de 231 AR. Nous avons utilisé les statistiques descriptives et l'analyse de discours pour analyser les résultats. Nos résultats ont montré qu'au départ, la décision des producteurs à devenir des AR est motivée par l'expression des valeurs (94 %), le renforcement des capacités (94 %), les relations sociales (91 %) et les bénéfices du projet (24 %). Deux années après, de nouvelles motivations se sont ajoutées à celles précédemment identifiées. Il s'agit de la possibilité de gagner de revenus en offrant des services payants de formation à d'autres producteurs (19 %) et les demandes de formations des producteurs (7 %). L'étude a mis en évidence une logique d'humanisme et d'altruisme de certains producteurs pour devenir des AR mais avec des aspirations stratégiques cachées.

**Mots clés :** Conseil à l'exploitation agricole familiale, Animateurs Relais, Motivations, Bénin.

## ABSTRACT

### **MOTIVATIONS OF THE FARMERS FACILITATORS IN THE IMPLEMENTATION OF THE MANAGEMENT ADVICE FOR FAMILY FARMS IN BENIN**

*Farmer-to-farmer extension is one of the innovative approaches to agricultural advice that has spread over the last 20 years in developing countries. It highlights peasants as the main agents for disseminating innovations. The objective of the study is to identify the motivations of the farmers facilitators in the implementation of the management advice to the family farm by the Support Program for Productive Dynamics. Thus, data were collected between 2012 and 2017 in 37 municipalities in Benin from a sample of 231 farmers facilitators. We used descriptive statistics and speech analysis to analyze the results. Our results showed that at the beginning, producers' decision to become farmers facilitators is motivated by the expression of values (94%), capacity building (94%), social relations (91%) and project profits (24%). Two years later, new motivations were added to those previously identified. This is the opportunity to earn income by offering paid training services to other producers*

(19%) and producer training requests (7%).

The study highlighted a logic of humanism and altruism of some producers to become farmers facilitators but with hidden strategic aspirations.

**Keywords:** Management advice for family farms, Farmers facilitators, Motivations, Benin.

## INTRODUCTION

### CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La réduction des budgets et des investissements affectés dans le secteur agricole dans les pays africains consécutivement aux programmes d'ajustement structurel (PAS) à la fin des années 80, a entraîné un déclin du rôle des services publics de vulgarisation. Ces derniers sont limités à la fourniture de conseil de qualité de base aux différentes catégories de producteurs notamment aux petits producteurs et aux groupes marginalisés (Swanson et Samy, 2002). C'est dans ce contexte que des structures de développement, des organisations non gouvernementales, des sociétés privées, des organisations de producteurs, etc. se sont engagées dans la fourniture du conseil agricole en ayant recours à de nouveaux services et approches innovantes de vulgarisation (Franzel *et al.*, 2015; Swanson et Samy, 2002). En effet, la dernière décennie a été marquée par la montée d'une pluralité de ces approches communautaires de vulgarisation que sont : l'approche par la demande, l'approche orientée vers le client et l'approche centrée sur l'agriculteur (Wellard *et al.*, 2013 ; Davis, 2008). Ces nouvelles approches tirent leur origine dans les théories sociales d'apprentissage par l'expérience. Ces théories reconnaissent que pour apporter des solutions appropriées aux problèmes des petits producteurs, il faut de l'observation et de l'interaction avec eux, ce qui en conséquence, amène à changer de stratégies dans la génération des innovations (Kiptot et Franzel, 2015).

L'une de ces approches innovantes de vulgarisation qui a été largement utilisée en Afrique (Simpson *et al.*, 2015) est la vulgarisation de paysan à paysan (VPP). Il existe plusieurs variantes de la VPP. Elle met au cœur les paysans comme agents de changement et considérés comme la cheville ouvrière dans la diffusion ou la dissémination des technologies agricoles (Karuhanga *et al.*, 2012). La VPP est bâtie sur les agriculteurs identifiés comme formateurs paysans et qui après un processus

de renforcement de leurs capacités (par les services publics et autres organismes les ayant impliqués), transfèrent et diffusent à leurs pairs, des connaissances sur les innovations agricoles (Kiptot et Franzel, 2015 ; Franzel *et al.*, 2015; Karuhanga *et al.*, 2012 ; Lukuyu *et al.*, 2012). C'est à cet effet que Selener *et al.* (1997) définissent, les paysans formateurs (PF) comme des producteurs qui, au travers d'un processus de formation, d'expérimentation, d'apprentissage et de pratique, renforcent leurs connaissances et deviennent capables de les transmettre et partager avec leurs pairs. Plusieurs termes sont utilisés pour désigner les PF suivant les pays et les interventions et recouvrent parfois différents rôles. Il s'agit notamment de : Leader paysan ou Facilitateur communautaire (Franzel *et al.*, 2014 ; Kundhlande *et al.*, 2014; Tsafack *et al.*, 2014), Formateur local (Franzel *et al.*, 2014 ; Hellin et Dixon, 2008) et Paysan facilitateur (Ssemakula et Mutimba, 2011).

L'intérêt croissant pour l'utilisation de la VPP se fonde sur ses avantages en termes d'efficacité. Kundhlande *et al.* (2014) rapportent que le niveau d'adoption des technologies est plus élevé quand les organisations utilisent les PF que les agents de vulgarisation. Mulwafu et Krishnankutty (2016) et Khaila *et al.* (2015) ont noté que les PF constituent un point d'entrée pour les autres fournisseurs de services agricoles et initiatives de développement local. Les modèles VPP sont inclusifs, à moindre coût et offrent une large possibilité de diffusion des technologies agricoles (Wellard *et al.*, 2013 ; Ssemakula et Mutimba, 2011) et créent un effet multiplicateur (Simpson et Owens, 2002). La VPP favorise une durabilité des projets de développement en ce sens que les PF continuent à accompagner leurs pairs après la fin de l'intervention (Franzel *et al.*, 2015 ; Tsafack *et al.*, 2014). Des études réalisées (Kiptot *et al.*, 2016 ; Khaila *et al.*, 2015 ; Franzel *et al.*, 2014 ; Karuhanga *et al.*, 2012) ont mis en exergue, qu'entre autres critères de sélection des PF, il faut être bénévole et manifester un intérêt à diffuser les nouvelles technologies promues au profit de leurs pairs sans une rétribution. Kiptot *et al.* (2016) ont montré qu'en dépit des bons résultats obtenus avec l'approche VPP, que le

défi majeur lié aux programmes utilisant ladite approche réside dans le maintien de la motivation des PF bénévoles pour la poursuite de leur intervention. Ainsi, la durabilité de l'approche VPP dépend des motivations des PF à se faire enrôlés comme tel, et à continuer de servir tout le long du programme et même après. Une meilleure connaissance des motivations des bénévoles, comme les PF est un gage pour développer des stratégies pour leur sélection, leur gestion et leur maintien dans les secteurs et organisations qui les emploient ( Nacheva, 2016 ; Mihai, 2014 ; Moskell *et al.*, 2010; Akintola, 2010 ).

D'après Kiptot et Franzel (2014), les recherches sur le travail bénévole au niveau des programmes agricoles utilisant l'approche VPP sont limitées comparativement à d'autres secteurs tels que la santé et l'éducation. Enfin, les motivations des petits producteurs qui mettent leur temps et leurs connaissances bénévolement au profit de leurs pairs sont peu étudiées. Le présent papier vise à contribuer à la connaissance des motivations de ces PF, à travers l'expérience d'un projet mis en œuvre au Bénin. Le Programme d'appui aux dynamiques productives (PADYP) est un projet qui a promu la mise en œuvre du conseil à l'exploitation familiale (CEF) au Bénin suivant l'approche VPP avec les PF connus sous l'appellation « Animateur Relais » (AR). Le CEF est une approche globale de renforcement des capacités des producteurs et de leur famille qui prend en compte les aspects techniques, économiques, sociaux et environnementaux. Il repose sur des méthodes d'apprentissage et d'aide à la décision qui permettent aux producteurs, de mieux rationaliser leurs décisions afin d'augmenter les performances de leur exploitation (de Romémont, 2014 ; Faure *et al.*, 2007; Dugué et Faure, 2001). Un AR est avant tout, un producteur convaincu de l'approche CEF, motivé et disponible pour accompagner ses pairs. Il dispose des capacités nécessaires pour intervenir sur les thématiques d'opérationnalisation du CEF.

L'objectif de ce papier est d'analyser les motivations des AR dans la mise en œuvre du CEF au Bénin. Spécifiquement, cette étude vise à :

déterminer les facteurs qui motivent les producteurs à devenir Animateurs Relais dans le cadre de la mise en œuvre du conseil à l'exploitation familiale ;

identifier les facteurs qui motivent les producteurs à continuer avec le travail d'Animateur Relais dans le cadre de la mise en œuvre du conseil à l'exploitation familiale ;

formuler des propositions pour faciliter le cooptage, la gestion et le maintien des Animateurs Relais dans les organisations qui les utilisent.

## CADRE THEORIQUE ET ANALYTIQUE

### La motivation des acteurs

Louart (2002) définit la motivation comme des forces qui agissent sur une personne et la poussent à se conduire d'une manière spécifique, orientée vers un objectif. L'auteur poursuit en disant que les motivations sont difficilement observables, nombreuses et parfois conflictuelles chez une même personne. Plusieurs théories ont abordé les motivations. Iguisi (2009), les classe en deux catégories à savoir les théories sur le contenu (*content theories*) ou sources de motivation et les théories sur le processus de motivation (*process theories*). Les plus célèbres théories sur le contenu sont la théorie de Herzberg et la théorie de McClelland (Iguisi, 2009). La théorie des attentes de Vroom est la plus célèbre des théories du processus de motivation. Nous présenterons dans le cadre de cette étude, ces trois théories. La théorie de Herzberg (Iguisi, 2009; Louart, 2002 ; Roussel, 2000) distingue les facteurs d'hygiène et les facteurs de motivation ou d'auto-motivation. Le premier groupe de facteurs porte sur les conditions de travail et les relations professionnelles. Tandis que le deuxième groupe a trait aux possibilités de reconnaissance, d'accomplissement et de développement personnel. La théorie des besoins d'accomplissement, d'appartenance et de pouvoir de McClelland (Ramdianee, 2013; Iguisi, 2009; Louart, 2002) exprime du point de vue social, trois sortes de besoins. Il s'agit des besoins d'appartenance qui mettent en relief l'envie de relations interpersonnelles et amicales, les besoins de pouvoir qui traduisent l'influence sur les opinions et les comportements d'autrui. Enfin, les besoins d'accomplissement caractérisés par une impulsion vers l'excellence, une volonté de réussir et d'atteindre ses objectifs. D'après la théorie des attentes de Vroom (Ramdianee, 2013; Roussel, 2000), la motivation est déterminée par trois facteurs qui s'associent potentiellement. Il s'agit de l'attente (évaluation

des chances de réussite), de l'instrumentalité (la confiance qu'a une personne dans ses capacités à atteindre un objectif) et de la valence (la valeur qu'accorde une personne aux avantages attendus ou à obtenir). Il en ressort que la théorie de Vroom, contrairement à celle de Herzberg, relie la motivation d'un individu à ses attentes et les chances qu'il possède de les atteindre. L'analyse de ces théories met en exergue ce que Roussel (2000) appelle les déterminants personnels (internes) et situationnels (externes) du comportement. Ryan et Deci (2000) parlent de motivations intrinsèques et de motivations extrinsèques.

### Mesure de la motivation

Les motivations des bénévoles sont diverses, complexes et profondes. Plusieurs théories et modèles ont été utilisés pour les catégoriser (Ramdianee, 2013 ; Papadakis, 2004 ; Cnaan et al., 1996). L'un des critères de catégorisation des motivations selon les auteurs, porte sur le nombre de dimensions utilisées.

#### Modèles unidimensionnels

Dans les modèles théoriques à une dimension, une combinaison de motivations sont mises ensemble et forment une seule catégorie dénommée « les raisons altruistes ». Les raisons altruistes comprennent le désir de porter assistance à autrui avec abnégation, l'expression d'humanisme (Cnaan et Goldberg-Glen, 1991). Mais malheureusement, ce modèle développé par Cnaan et Goldberg-Glen en raison de ses limites de répliquabilité, a été abandonné (Ryan, 2014; Esmond et Dunlop, 2004).

#### Modèles bidimensionnels

Ils intègrent deux facteurs au lieu d'un seul à savoir les raisons altruistes et les motivations égoïstes. Ces dernières sont relatives aux intérêts personnels et portent sur le désir d'acquérir de nouvelles connaissances (qui, par exemple, pourraient contribuer au plan de carrière ou faciliter l'insertion professionnelle) et également rencontrer de nouvelles personnes et se faire des amis (Gillespie et King, 1985).

#### Modèles tridimensionnels

Des auteurs comme Fitch (1987) distinguent, outre les deux dimensions présentées ci-dessus, une troisième catégorie à savoir les relations (interactions sociales). En dépit de leur valeur ajoutée par rapport aux modèles à une

dimension, les modèles bi et tridimensionnels ne permettent pas de saisir toutes les motivations des bénévoles (Esmond et Dunlop, 2004).

#### Modèles multidimensionnels

Le modèle multidimensionnel a émergé au début des années 1990 (Widjaja, 2010). Il a été développé par Clary et ses collègues et se fonde sur les théories sur les attitudes de Katz (1960). Le modèle stipule que des individus peuvent avoir les mêmes comportements et attitudes, mais exprimer des motivations différentes. D'après Clary et al. (1998), des personnes s'engagent dans le bénévolat dans une perspective psychologique de satisfaire divers intérêts et attentes. Ce modèle dénommé inventaire des fonctions du volontaire (*Volunteer Function Inventory ou VFI*) par Clary et al. (1998), a mis en évidence six dimensions de motivations qui sous-tendent les comportements des personnes à s'investir comme bénévoles. Le tableau 1 présente les six dimensions et leur définition.

Les six dimensions du modèle ont une fiabilité et une temporalité suffisantes (Dubost, 2007). Le VFI a été utilisé dans nombre d'études (Kiptot et al., 2016 ; Brayley et al., 2014 ; Ryan, 2014 ; Gage III et Thapa, 2012 ; Ho et al., 2012 ; Moskell et al., 2010 ; Akintola, 2010 ; Smith et al., 2010) et va servir de cadre de catégorisation des motivations des AR dans cette étude.

La littérature empirique sur les motivations des PF ajoute trois autres dimensions qui semblent ne pas être prises en compte dans le modèle VFI. En effet, Kiptot et al. (2016) ajoutent, les bénéfiques du programme ou de l'intervention, la demande en formations par les producteurs et les possibilités de gain de revenu. Les bénéfiques du programme ont trait au défraiement donné pour contribuer à la prise en charge des frais liés aux déplacements et autres dépenses dans le cadre des attributions des PF. Les bénéfiques du programme intègrent également les per diem donnés aux PF lors des formations organisées à leur intention ou autres activités entraînant leur déplacement hors de leur localité de résidence. Les possibilités de gain de revenu pour les PF, portent sur les formations qui seront délivrées par eux et prises en charge par d'autres partenaires au profit d'autres producteurs, hors de leur localité d'intervention.

L'étude se concentrera sur les neuf dimensions à savoir les six dimensions du modèle VFI Clary et al. (1998) et les trois autres complémentaires

de Kiptot *et al.* (2016). Les facteurs de motivations des AR sont discutés à la lumière de la littérature présentée ci-dessus, en se

focalisant notamment sur le profil des AR notamment l'âge, le sexe et les responsabilités occupées.

**Tableau 1** : Modèle fonctionnel de mesure des motivations.

*Functional model for measuring motivations.*

Dimension ou fonction de motivation	Définition
Expression des valeurs ( <i>values function</i> )	L'individu met en avant des valeurs et croyances pour devenir bénévole. Il s'agit de l'altruisme, l'humanisme, les comportements philanthropiques et compatissants envers les autres, ceux qui sont moins fortunés que soi ou qui sont dans le besoin d'assistance.
Compréhension ( <i>Understanding function</i> )	L'individu manifeste le désir de mieux comprendre une cause donnée, cherche à en apprendre sur le monde ou à valoriser ses anciennes connaissances, compétences et habilités non encore utilisées.
Relations sociales ( <i>Social function</i> )	Une personne s'engage comme bénévole dans une perspective de développer un réseau de relations (interactions sociales), rencontrer de nouvelles personnes et se faire de nouveaux amis. Aussi, les personnes qui sont animées par cette motivation tirent une satisfaction par rapport à la considération et au respect que leur manifestent ceux à qui ils portent son assistance.
Plan/Gestion de carrière ( <i>Career function</i> )	Le désir d'avoir des expériences en lien avec son plan de carrière ou pour faciliter ultérieurement son insertion professionnelle est le motif qui sous-tend, l'acte de bénévolat chez les individus concernés.
Protection ( <i>Protective function</i> )	Des personnes deviennent des bénévoles pour résoudre des problèmes personnels, réduire des sentiments négatifs, la culpabilité, etc.
Renforcement des capacités ( <i>Enhancement function</i> )	Le bénévolat aide des personnes à renforcer la confiance en soi ou l'estime de soi, acquérir de nouvelles de connaissances, développer des habilités. Bref, le bénévolat contribue au développement personnel.

Source : Clary *et al.* (1998)

## MATERIEL ET METHODES

### CONTEXTE DE L'ETUDE

Le PADYP est un projet public financé par l'Agence Française de Développement (AFD). Il a été mis en œuvre sur la période de 2008-2016. Son objectif général est de promouvoir des exploitations agricoles performantes et des organisations de producteurs transparentes afin d'augmenter et de sécuriser les revenus des producteurs. Le Ministère béninois de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche en est le maître d'ouvrage. La maîtrise d'œuvre du programme est assurée par le bureau d'études SOFRECO, un cabinet français. Le CEF a été mis sur le terrain par cinq prestataires dont une organisation paysanne la FUPRO-Bénin et quatre Organisations non gouvernementales (ONG) que sont la CADG, GERME, GRAPAD

et MRJC. La FUPRO à travers deux de ses démembrements régionaux (URPMC et URPOP) a couvert quatre départements (Couffo, Mono, Ouémé et Plateau) et les ONG sont intervenues dans sept départements (Alibori, Atacora, Atlantique, Borgou, Collines, Littoral et Zou). Les prestataires s'appuient sur les Conseillers et les Animateurs Relais. Les Conseillers sont majoritairement de niveau baccalauréat agricole et sont recrutés par les prestataires. Un Conseiller CEF a directement en charge deux groupes de producteurs appelés Groupes focaux de conseil (GFC) et le suivi de sept AR au maximum. Sous la supervision du Conseiller, l'AR intervient auprès d'un GFC d'un effectif moyen de trente (30) producteurs. Il n'y a pas de conditions particulières pour être membre d'un GFC. Le GFC est un groupe de producteurs qui adhèrent librement à l'approche CEF. L'adhésion libre et volontaire veut dire que les exploitants agricoles, demandeurs du CEF,

décident d'eux-mêmes et s'engagent à prendre part, en toute responsabilité, sans aucune contrainte, aux étapes du processus d'accompagnement. Un AR est un producteur à la base, qui est reconnu et accepté par ses pairs. Dans la majorité des cas, l'AR est retenu après un processus de sélection impliquant le Conseiller, les responsables des organisations de producteurs et le secteur public communal de développement agricole sur la base d'un certain nombre de critères (résidant permanent, disponibilité à servir en tant que bénévole,

capacité à former et à transférer ses connaissances aux autres producteurs, savoir lire et écrire en français ou en langues locales, etc.). L'AR n'est ni un fonctionnaire, ni un employé du prestataire, c'est un bénévole. En résumé, le CEF a touché 19 403 producteurs, provenant de quarante-deux (42) communes, par le biais de soixante-quinze (75) Conseillers et cinq-cents (500) AR (Padyp, 2014).

Le tableau 2, présente les informations sur le dispositif opérationnel du CEF par le PADYP.

**Tableau 2 :** Dispositif opérationnel de mise en œuvre du conseil à l'exploitation familiale du PADYP.

*Operational mechanism for implementation of the management advice for family farms of PADYP.*

Prestataires	Département	Nb de Commune	Nb de Conseillers			Nb d'Animateurs Relais			Nb de GFC constitués	Effectif des producteurs accompagnés au 30 septembre 2014			
			H	F	T	H	F	T		H	F	T	
FUPRO	URP OP	Ouémé Plateau	7	6	2	8	50	6	56	71	912	1 304	2 216
	URP MC	Mono Couffo	6	8	0	8	54	2	56	71	1 018	1 083	2 101
MRJC		Zou Collines	7	13	3	16	88	5	93	129	1 911	1 389	3 300
GERME		Atlantique Littoral	8	8	3	11	67	4	71	93	1 736	705	2 441
GRAPAD		Borgou	5	10	2	12	83	1	84	108	3 240	536	3 776
CADG		Alibori Atacora	9	17	3	20	131	9	140	180	4 435	1 134	5 569
Total			42	62	13	75	473	27	500	649	13 252	6 151	19 403
Pourcentage par sexe				83	17	-	95	5	-		68	32	-

Source : Padyp (2014)

## ECHANTILLON DE L'ETUDE

D'après le tableau 2, la population des AR comprend 500 personnes dont 27 femmes, soit 5 % de l'effectif. Il était prévu au départ d'enquêter 250 AR, soit 50 % de la population tout en tenant compte du sexe et du poids de chaque région dans cette population. Pour des raisons de disponibilité, l'échantillon enquêté provient de 37 communes et comprend 231 AR, soit 46 % de la population totale des AR. Il comporte 5 % de femmes et 95 % d'hommes AR provenant des cinq prestataires que sont les quatre ONG locales et la FUPRO. Toutes les régions ont été prises en compte afin de tenir compte du contexte du bénévolat (Kiptot et al., 2016; Ramdianee, 2013). Aussi, a-t-il été tenu compte du genre en raison de son influence sur les types motivations (Nance, 2011; Widjaja, 2010).

## METHODES DE COLLECTE DES DONNEES

Nous avons utilisé une approche qualitative couplée avec une approche quantitative dans le cadre de l'étude. Dans une première étape, nous avons réalisé des focus groups avec les AR pour avoir une compréhension des raisons qui les motivent à devenir des AR et à y rester (durant toute la durée du programme). Les échanges en focus groups ont également porté sur les conditions de travail au poste d'AR ainsi que sur leurs responsabilités passées au niveau communautaire. Nous avons en outre, échangé avec certains Conseillers et prestataires sur le métier d'AR. Aussi, avons-nous réalisé des échanges avec des personnes ressources connaissant l'approche CEF et le métier d'AR. Les raisons évoquées par les participants aux focus groups ont été identifiées et reliées aux dimensions de motivations et ont servi de points

de référence comme les items. Les résultats issus de cette première étape ont été utilisés pour élaborer un questionnaire qui, dans une deuxième étape, a été administré aux AR de l'échantillon. Le questionnaire portait notamment sur : 1) les caractéristiques démographiques des AR (sexe, âge et niveau d'instruction) et les responsabilités occupées avant d'être cooptés ; 2) les activités réalisées dans le cadre de leur fonction d'AR ainsi que leurs conditions de travail (moyens de déplacement utilisés, lieux de formation, durées des séances de formation et des suivis des producteurs, distances parcourues, nombre de jour de travail, etc.) ; 3) les motivations à devenir AR et à le rester pendant la durée du programme. Rappelons que les AR sont intervenus dans la période de 2011 à 2014. Une première phase d'avril 2011 à septembre 2013 et une seconde phase d'octobre 2013 à septembre 2014. En plus des bases de données qui ont été mises en place sur les activités du Programme (en 2011) et que nous avons utilisées comme sources secondaires, nous avons collecté les données complémentaires dans le cadre de cette étude entre 2015 et 2017. Aussi, une échelle de Likert (Kassem, 2014) a-t-elle été utilisée pour apprécier l'importance qu'accordent les AR à chaque dimension de motivations. Il s'agit d'une échelle à trois niveaux à savoir : moins important, moyennement important et important.

#### METHODES D'ANALYSE DES DONNEES

Nous avons utilisé les statistiques descriptives notamment la moyenne, l'écart type ainsi que les distributions de fréquences pour analyser les données sur les activités des AR, leurs

caractéristiques sociodémographiques et leurs conditions de travail. Aussi, avons-nous utilisé les fréquences pour analyser les poids relatifs des items expressifs pour chaque dimension de motivations afin de mettre en exergue, les aspects de ladite motivation qui comptent pour la majorité des AR. Le test de Khi2 a été réalisé pour vérifier l'influence du sexe et de la tranche d'âge sur les dimensions de motivations.

## RESULTATS

### PROFIL DES ANIMATEURS RELAIS

Le tableau 3 reprend le profil des AR enquêtés. De l'analyse de ce tableau, il en ressort que l'âge moyen est 37 ans avec une fourchette variant de 23 à 63 ans, environ 69 % des AR ont au moins le niveau du premier cycle de l'enseignement secondaire, plus de 70 % sont alphabétisés en langues locales et 57 % ont des responsabilités au niveau communautaire avant d'être cooptés. Concernant les responsabilités occupées, 30 % des AR sont des élus des organisations paysannes (coopératives villageoises, unions communales et régionales de producteurs), des élus d'autres structures villageoises thématiques de développement (associations des parents d'élèves, comités de gestion de centres de santé, etc.) et des autorités politico-administratives villageoises (membres des conseils politiques villageois). En effet, certains des AR, le fait d'avoir des responsabilités ou autres occupations, pourrait limiter leur disponibilité et par conséquent, leurs interactions avec leurs pairs.

**Tableau 3 :** Caractéristiques sociodémographiques des Animateurs Relais.*Sociodemographic characteristics of farmers facilitators.*

Sexe	Caractéristiques socio démographiques des AR	Pourcentage
Femme		5
Homme		95
Age		37 (8) <sup>1</sup>
Niveau éducation formelle		
Primaire		15
Premier cycle du secondaire		56
Second cycle du secondaire		13
N'ont pas été à l'école		16
Alphabétisation		
Alphabétisés en langues locales		71
Non alphabétisés en langues locales		29
Responsabilités occupées au niveau local ou communautaire avant de devenir AR		
Maître alphabétiseur		3
Formateur endogène/Animateur communautaire de projet		3
Membre du Conseil d'Administration des organisations <sup>2</sup> de producteurs		30
Chef village ou membre du conseil villageois		12
Organes de gestion des structures villageoises thématiques <sup>3</sup> de développement		9
Aucune responsabilité		43

Source : Bases de données du PADYP (2014), enquêtes 2016 et 2017

<sup>1</sup> Le chiffre entre parenthèses est égal à l'écart type de la distribution de l'âge.<sup>2</sup> Ce sont des élus provenant des coopératives villageoises de producteurs, des unions communales, régionales filières et territoires de producteurs.<sup>3</sup> Il s'agit des structures locales et communautaires de développement (Association des parents d'élèves, Relais communautaire en santé, Comité de gestion de centre de santé, Relais radio locale, Coopératives d'épargne et de crédits, etc.).

#### ACTIVITES REALISEES PAR LES AR DANS LE CADRE DE LA MISE EN ŒUVRE DU CONSEIL A L'EXPLOITATION AGRICOLE FAMILIALE

Dans leur cahier de charges, les AR sont appelés à réaliser trois catégories d'activités à savoir les activités d'accompagnement direct des producteurs, la participation aux formations organisées par le Conseiller et le prestataire et les activités administratives. La première catégorie d'activités occupe 76 % du temps des AR. Elle porte majoritairement sur la formation des producteurs sur les outils d'aide à la décision (95 % des AR assurent la formation des producteurs sur les outils d'aide à la décision), la formation sur les techniques de production (87 %), les suivis individuels sur les techniques de production (92 %), les suivis pour l'appropriation des outils d'aide à la décision (88 %) et la collecte des données d'exploitation producteurs (67 %). La formation sur les outils d'aide à la décision encore désignés sous le

générique « outils de gestion » regroupe les outils de collecte (Cahier de caisse, Fiche de stock, Cahier d'utilisation de la main d'œuvre), de planification (Fiche parcellaire de planification et de réalisation des opérations culturales, Plan de campagne et Budget de trésorerie), d'analyse (Fiche de calcul du coût de production, Fiche de calcul de marges et Compte de résultats) et de synthèse (Tableau de flux mensuels de trésorerie et autres agrégats mensuels). La formation sur les techniques de production a trait aux techniques de productions végétale, animale, halieutique et à la transformation agroalimentaire. Le suivi des producteurs individuels sur les techniques de production consiste en des visites des AR sur les parcelles de culture et les ateliers de production animale pour leur appui dans la mise en pratique des enseignements reçus durant les sessions de formation théorique. Les données d'exploitation collectées auprès des producteurs sont utilisées pour calculer les indicateurs technico-économiques (rendement, marges, revenu,

rémunération de la main d'œuvre familiale, etc.) et pour formuler des conseils appropriés aux producteurs. Elles contribuent par ailleurs à l'élaboration des référentiels technico-économiques. D'autres activités non moins importantes (organisation des visites d'échanges avec des producteurs d'autres localités) sont par ailleurs réalisées par les AR et participent au renforcement des capacités managériales et techniques des producteurs.

La deuxième catégorie des activités occupe 12 % du temps des AR et porte sur leur participation aux formations organisées par les Conseillers (84 % des AR participent aux formations délivrées par les Conseillers) et les prestataires à leur intention. Il s'agit de la formation initiale et les formations continues en gestion, sur les techniques de production et en techniques d'animation en général. Les suivi-appui-conseils des AR par les Conseillers et les responsables techniques à divers niveaux du programme, participent également au renforcement de leurs capacités. Enfin, la participation des AR aux réunions de coordination et de planification sous la gestion des Conseillers et l'élaboration de leurs rapports et autres supports adressés, rentrent dans la catégorie des activités administratives. Cette dernière occupe 12 % du temps des AR.

## CONDITIONS DE TRAVAIL DES ANIMATEURS RELAIS

Les AR sont de petits producteurs, ils pratiquent les mêmes cultures que leurs pairs. Ils ne sont ni des fonctionnaires, ni des salariés des prestataires qui les ont utilisés. Ils reçoivent une dotation forfaitaire mensuellement qui contribue à la prise en charge des frais liés à leurs activités (déplacements et transports, restauration). Le tableau 4 présente les conditions de travail des AR. Les AR tiennent en moyenne par mois, 4 séances de formation (estimées à 4 jours de travail par convention avec les acteurs du PADYP) avec le GFC accompagné. Les sessions de formations se tiennent majoritairement dans les salles des écoles primaires publiques et dans les villages. Les AR investissent mensuellement environ 8 jours de suivis post-formation chez des producteurs dans leur exploitation (soit à la maison, soit sur les parcelles de culture, dans les ateliers de production animale ou de transformation) et ils parcourent plus de 84 km par mois. 31 % des AR font cette distance principalement à pieds, 16 % se déplacent à vélo, 45 % utilisent leur moto privée et 8 % des AR sollicitent les services des taxis motos pour leur transport.

Tableau 4 : Conditions de travail des Animateurs Relais.

*Working conditions of farmers facilitators.*

Eléments	Unité	Moyenne (Ecart-type)
Nombre de producteurs membres du GFC accompagné	Nombre	30
Nombre de séances de formation par mois	Séance	4 (1,4) <sup>1</sup>
Durée d'une séance de formation	Heure	2 (0,4)
Nombre de producteurs suivis dans leur exploitation par mois	Producteur	9 (4,8)
Temps passé avec chaque producteur suivi dans son exploitation	Heure	2 (0,7)
Nombre jour de suivis de producteurs dans leur exploitation par mois	Jour	8 (3,6)
Distance parcourue par mois pour les séances de formation résidence et lieu de formation	Km	16 (4,9)
Distance parcourue par mois pour les suivis des producteurs dans leur exploitation	Km	69 (49,3)

<sup>1</sup> Les chiffres entre parenthèses correspondent aux écart-types des distributions concernées.

## MOTIVATIONS DES PRODUCTEURS A DEVENIR ANIMATEURS RELAIS

Le tableau 5, présente quatre catégories de motivations sont au cœur de la décision des producteurs pour devenir AR à savoir l'expression des valeurs (94 %), le renforcement des capacités personnelles (94 %), les relations sociales (développement du capital social) (91

%) et les bénéfices issus du programme (24 %) (les bénéfices issus du programme comprennent la rémunération forfaitaire payée mensuellement aux AR pour contribuer aux déplacements et autres frais engendrés par le métier et les pertes lors de leur participation aux formations et autres activités hors de leur commune de résidence). L'expression des valeurs se traduit entre autres par le désir de contribuer au

**Tableau 5** : Motivations pour devenir Animateurs Relais.  
*Motivations for becoming farmer facilitator.*

Motivations pour devenir AR	Ensemble (%)	Femme (%)	Homme (%)	Test d'indépendance de khi2 (sexe)	Pr	Groupe Age 22-35	Groupe Age 36-45	Groupe Age 46-63	Test d'indépendance de khi2 (Groupe Age)	Pr
Expression des valeurs	93,94	100,00	93,64	Khi2 = 0,7452	0,388	92,16	94,79	96,97	Khi2 = 1,2240	0,542
Passion pour mettre ensemble des producteurs	17,97	18,18	17,96			20,21 %	14,29 %	21,88 %		
Animé d'un désir de contribuer au développement de sa localité	42,40	36,36	42,72			40,43	41,76	50,00		
Animé d'un désir de faire bénéficier à ses parents et amis les nouvelles technologies	36,87	45,45	36,41			38,30	40,66	21,88		
Est toujours intéressé à continuer à former d'autres producteurs	5,99	0,00	6,31			4,26	5,49	12,50		
Renforcement des capacités	93,51	100,00	93,18	Khi2 = 0,8021	0,370	93,14	93,75	93,94	Khi2 = 0,0425	0,979
Etre le premier à accéder aux nouvelles technologies promues par le programme	12,96	27,27	12,20			17,89	8,89	9,68		
Désiré d'avoir plus de connaissances pour renforcer mes activités	60,19	72,73	59,51			53,68	65,56	64,52		
Avoir de nouvelles connaissances pour accroître mes productions agricoles	29,63	0,00	31,22			30,53	28,89	29,03		

Tableau 5 : (suite)

Motivations pour devenir AR	Ensemble (%)	Femme (%)	Homme (%)	Test d'indépendance de khi2 (sexe)	Pr	Groupes Age	Test d'indépendance de khi2 (Groupe Age)	Pr
Relations sociales	90,91	100,00	90,45	Khi0 = 1,1550		93,94	Khi2 = 0,7873	
Renforcement de statut social <sup>1</sup>	13,33	9,09	13,57	Pr = 0,283		9,68		
Renforcement du réseau de relations sociales <sup>2</sup>	47,14	54,55	46,73			51,61		
Développement de confiance en soi <sup>3</sup>	11,90	9,09	12,06			6,45		
Etre actif et occupé à travailler tout le temps dans sa communauté	7,62	0,00	8,04			9,68		
Etre un producteur modèle dans la communauté	24,29	27,27	24,12			25,81		
Bénéfices issus du programme	24,24	27,27	24,09	Khi2 = 0,0578		27,27	Khi2 = 1,7722	
Défrainement pour prendre en charge les déplacements et transports <sup>4</sup>	62,50	0,00	66,04	Pr = 0,810		55,56		
Per diem pour les formations organisées à l'intention des AR	37,50	100,00	33,96			44,44		

<sup>1</sup> Cette communauté expression regroupe : avoir une certaine renommée ou avoir une popularité dans sa communauté.

<sup>2</sup> Cet item recouvre : rencontrer et échanger avec différentes personnes, avoir de nouveaux amis, se faire connaître par d'autres producteurs dans sa communauté et au-delà.

<sup>3</sup> Le développement de la confiance en soi se traduit par plus d'estime de soi résultant de l'acquisition de nouvelles connaissances et de savoirs à travers les formations reçues et celles délivrées aux producteurs.

<sup>4</sup> Défrainement donné par le programme pour la prise en charge des déplacements des AR pour les séances de formation et de suivis des producteurs.

développement de sa communauté en général (42 %) et l'ambition de partager avec ses parents et amis, les nouvelles technologies et connaissances promues par le programme (37 %). La soif d'avoir plus de connaissances pour renforcer ses activités (60 %) traduit principalement la dimension renforcement de capacités personnelles. Quant à la dimension relations sociales, l'aspiration majeure des AR réside dans le développement de leur capital social.

#### MOTIVATIONS A CONTINUER AU POSTE D'ANIMATEURS RELAIS

Il faut rappeler que les quatre motivations qui

amènent les producteurs à devenir AR sont l'expression des valeurs, le renforcement des capacités personnelles, les relations sociales et les bénéfices issus du programme. Après deux ans d'activités, deux nouvelles motivations se sont ajoutées aux quatre premières. Il s'agit de la possibilité de gagner de revenus (19 %) en offrant des formations aux producteurs d'autres localités qui seront prises en charge par des partenaires et les demandes en formations exprimées par les producteurs (7 %). Aussi, est-il noté une modification dans la nature des expressions ou items utilisés pour traduire lesdites premières motivations. Le tableau 6 reprend en détail, les résultats.

**Tableau 6 :** Motivations à continuer au poste d'Animateurs Relais.  
*Motivations to continue as farmer facilitator.*

Motivations pour continuer avec le travail d'AR	Ensemble (%)	Femme (%)	Homme (%)	Test d'indépendance de khi2 (Sexe)	Pr = 0,109	Groupe Age 22-35	Groupe Age 36-45	Groupe Age 46-63	Test d'indépendance de khi2 (groupe Age)	Pr = 0,000
Expression des valeurs	81,82	100,00	80,91	Khi2 = 2,5667		70,59	89,58	93,94	Khi2 = 15,7975	
Passion pour mettre ensemble des producteurs	12,17	18,18	11,80			13,89	10,47	12,90		
Animé d'un désir de contribuer au développement de sa localité	22,75	27,27	22,47			18,06	25,58	25,81		
Animé d'un désir de faire bénéficier à ses parents et amis les nouvelles technologies promues par le programme	41,80	45,45	41,57			41,67	41,86	41,94		
Est toujours intéressé à continuer à former d'autres producteurs	25,93 %	9,09 %	26,97			31,94 %	23,26 %	19,35 %		
Renforcement des capacités	80,09 %	100,00	79,09	Khi2 = 2,8719		71,57 %	85,42 %	90,91 %	Khi2 = 8,7743	
Etre le premier à accéder aux nouvelles technologies promues par le programme	10,81	27,27	9,77 %	Pr = 0,090		12,33 %	10,98 %	6,67 %		
Désir d'avoir plus de connaissances pour renforcer mes activités	32,43	36,36	32,18			32,88	31,71	33,33		
Avoir de nouvelles connaissances pour accroître mes productions agricoles	28,11	18,18	28,74			27,40	31,71	20,00		
Renforcement des capacités de gestion <sup>1</sup>	38,92 %	18,18 %	40,23 %			41,10 %	37,80 %	36,67 %		

Tableau 6 : (suite)

Motivations pour continuer avec le travail d'AR	Ensemble (%)	Femme (%)	Homme (%)	Test d'indépendance de khi2 (Sexe)	Pr	Groupe Age 22-35 %	Groupe Age 36-45 %	Groupe Age 46-63 %	Test d'indépendance de khi2 (groupe Age)	Pr
Relations sociales	80,95 %	100,00 %	80,00 %	Khi2 = 2,7176	Pr = 0,099	72,55 %	86,46 %	90,91 %	Khi2 = 8,6803	Pr = 0,013
Renforcement de statut social	4,28 %	9,09 %	3,98 %			5,41 %	3,61 %	3,33		
Renforcement du réseau de relations sociales	44,92	0,00	47,73			43,24	45,78	46,67		
Développement de confiance en soi	21,39	36,36	20,45			25,68	18,07	20,00		
Former d'autres producteurs										
apporter une satisfaction	12,30	27,27	11,36			13,51	13,25	6,67		
Etre un producteur modèle dans la communauté	16,04	18,18	15,91			14,86	18,07	13,33		
Bénéfices issus du programme	19,91 %	36,36	19,09	Khi2 = 1,9598	Pr = 0,162	17,65	18,75	30,30	Khi2 = 2,6436	Pr = 0,267
Défraiement pour prendre en charge les déplacements et transports	78,26	100,0	76,19			77,78	77,78	80,00		
Per diem pour les formations organisées à l'intention des AR en dehors leur résidence	21,74	0,00	23,81			22,22	22,22	20,00		
Possibilité de gagner de revenus	19,05	36,36	18,18 %	Khi2 = 2,2460	Pr = 0,134	17,65	18,75	24,24	Khi2 = 0,7128	Pr = 0,700
Désir de gagner des revenus en offrant des formations payées par d'autres partenaires	29,55	25,00	30,00			22,22	33,33	37,50		
Opportunités pour développer autres activités génératrices de revenus	50,00	75,00	47,50			61,11	50,00	25,00		
Forte demande en formations exprimée par les producteurs	7,36	18,18	6,82	Khi-2 = 1,9843	Pr = 0,159	7,84	8,33	3,03	Khi2 = 1,0757	Pr = 0,584
Demande en formations exprimée par les producteurs	7,36	18,18	6,82			7,84	8,33	3,03		

Source : Enquête 2017

<sup>1</sup> Le renforcement des capacités de gestion recouvre l'ensemble des besoins exprimés par les AR et qui ont trait à : avoir de bonnes capacités de planification, avoir de bonnes capacités d'organisation, avoir de bonnes capacités d'anticipation, développer la rigueur dans la prise de décision

## DISCUSSION

Les objectifs visés par l'étude consistent, d'une part, à déterminer les motivations des producteurs à devenir AR dans le cadre du conseil à l'exploitation familiale et, d'autre part, à identifier les motivations des mêmes producteurs à continuer avec le travail d'AR.

### Motivations des producteurs pour devenir des Animateurs Relais

Une diversité de motivations sont au cœur de la décision des producteurs de s'investir comme AR. Ces résultats supportent ceux des études antérieures sur la pluralité des motivations des bénévoles (Kiptot *et al.*, 2016, Brayley *et al.*, 2014 ; Akintola, 2010). Il transparaît à travers la dimension l'expression des valeurs, un don de soi pour les autres, servir une cause pour autrui, une forme d'altruisme ou d'humanisme ( Gage III et Thapa, 2012 ; Jack *et al.*, 2012 ; Akintola, 2010). Le besoin d'avoir des connaissances en général et particulièrement des connaissances pour accroître les productions agricoles soutient la dimension renforcement des capacités. La connaissance, une ressource immatérielle, apparaît ici comme un intrant capital dans le secteur agricole surtout ces dernières années où les producteurs sont confrontés à diverses difficultés (changements climatiques, instabilité des prix, dégradation des sols, etc.).

Le fait de rencontrer et échanger avec différentes personnes, se faire connaître par d'autres producteurs et avoir de nouveaux amis renforcent le capital social. Cette dimension a été également mise en évidence par Jack *et al.* (2012), Kiptot *et al.* (2016) et Stelzer et Lang (2016). Le fait que les trois premières motivations soient exprimées pratiquement avec la même importance pourrait s'expliquer par une population de bénévoles relativement jeunes (37 ans est l'âge moyen). Ces bénévoles sont relativement jeunes, mais ils sont dans la tranche d'âges observée par Tsafack *et al.* (2014) au Cameroun et Kundhlande *et al.* (2014) au Malawi avec une moyenne de 42 ans. Les AR sont moins âgés que ceux étudiés par Kiptot *et al.* (2016) au Kenya, Ouganda et au Rwanda dont la moyenne était autour de 47 ans. Des études ont montré que les bénévoles jeunes sont entre autres motivés par les relations sociales, le plan de carrière (cas des bénévoles étudiants et jeunes diplômés), la compréhension et l'expression des valeurs (Ho *et al.*, 2012 ;

Gillespie et King, 1985). La diversité des activités réalisées par les AR au Bénin en l'occurrence les suivis d'exploitation qui occasionneraient des déplacements sur de longues distances à pieds et à vélo, exigent des efforts physiques. Ce qui pourrait justifier le fait que ce sont des personnes relativement jeunes qui se sont engagées comme AR.

Le faible nombre de femmes AR impliquées dans la mise en œuvre du PADYP ne permet pas du coup de tirer des conclusions quant à leur comportement bénévole dans le secteur agricole. Toutefois, ces résultats sont révélateurs de la spécificité du CEF. Or d'après Mesch *et al.* (2006), Taniguchi (2006), Wymer Jr et Samu (2002), les femmes ont une propension à devenir bénévoles plus que les hommes. Comme énoncé précédemment, les déplacements sur de longues distances à pieds et à vélos pour le suivi des producteurs, d'une part et la confiance réciproque (l'un des principes du conseil agricole) qu'exige le conseil agricole, d'autre part, pourraient le nombre de femmes AR. Ce travail n'est déjà pas facile pour les femmes Conseillères agricoles dans les structures et organismes publics et privés de conseil. Ces résultats rejoignent partiellement ceux de Kiptot *et al.* (2016) où 33 % des femmes sont des paysannes formatrices et les distances parcourues ne dépassent guère 10 km. D'autres études peuvent se pencher sur le sujet à l'avenir.

L'étude a en outre montré qu'environ 57 % des AR ont des responsabilités dans différents secteurs dans les arènes locales de développement. Ces résultats confirment ceux obtenus par Franzel *et al.* (2014) et Tsafack *et al.* (2014). Toutefois, les perceptions des structures qui utilisent les PF diffèrent en qui concerne leurs autres occupations. Au Kenya, des structures ont noté qu'elles préfèrent des PF bénévoles qui n'ont pas de responsabilités. Selon ces structures, le fait d'avoir d'autres responsabilités pourrait limiter leurs interactions avec leurs pairs (Franzel *et al.*, 2014). Par contre au Cameroun, Tsafack *et al.* (2014) font observer que du fait de leurs responsabilités, les PF bénévoles sont respectés et travaillent durement pour relever différents défis.

### Motivations des producteurs à continuer au poste d'Animateurs Relais

Il est important de notifier que les motivations ont évolué avec le temps. Après deux ans d'activités, il y a eu une modification dans la

nature des expressions ou items utilisés pour traduire les motivations au départ et deux nouvelles motivations se sont ajoutées. Ces dernières ont trait à la possibilité de gagner de revenus et aux demandes en formations exprimées par les producteurs. Kiptot *et al.* (2016) ont eu des résultats similaires en Afrique centrale. Finkelstein (2007) a également noté que les motivations peuvent changer avec le temps. En effet, de nouveaux items sont apparus au niveau des dimensions renforcement des capacités et relations sociales. Le désir des AR de renforcer singulièrement leurs capacités en gestion est en lien avec le CEF qui entre autres, repose sur des outils de prévision, de suivis technico-économiques, d'analyse, etc. et qui permettent aux producteurs de mieux rationaliser leur processus de prise de décisions. Il s'agit pour les producteurs d'une nouvelle opportunité à saisir. Ceci corrobore l'idée de l'importance capitale de la ressource connaissance dans les systèmes de production agricole. Enfin, le travail a permis à certains AR de renforcer leur confiance qui résulte entre autres de l'acquisition de nouvelles connaissances et de savoirs à travers les formations reçues et celles délivrées aux producteurs. Un processus de développement du capital humain se met en place au sein des producteurs AR. Les deux nouvelles motivations qui ont émergé, deux années après, sont la possibilité de gagner de revenus et les demandes en formations exprimées par les producteurs. Les possibilités de gain de revenus pour les AR leur permettent de mieux valoriser les enseignements du CEF. Comme rapporté par la coordination du PADYP, certains AR ont été utilisés comme « formateurs-consultants » par d'autres programmes sur les outils de gestion. Etant conscients de cette possibilité de prester pour des services payants de formations, les AR en sont motivés davantage. Il apparaît que certains producteurs au départ, mettaient en avant notamment une logique d'humanisme et d'altruisme pour devenir AR, mais avaient au fait d'autres aspirations stratégiques non déclarées. Ce qui rejoint Bastien (2015) qui a conclu que le bénévolat semble être un comportement altruiste, mais qui au fait, vise des objectifs non apparents. Les gens s'investissent dans le bénévolat non pas seulement pour servir une cause pour autrui, mais également pour servir leurs propres intérêts parfois inavoués. Ce comportement peut s'inscrire dans la catégorie de motivations extrinsèques d'après Ryan et Deci (2000). Selon eux, les motivations intrinsèques traduisent un

comportement volontaire et durable contrairement aux motivations extrinsèques qui ne sont pas durables. Ceci pose le problème de durabilité de l'utilisation des Animateurs Relais, dont certains expriment au départ une logique d'humanisme ou de philanthropie, mais au fait, avaient des objectifs stratégiques derrière.

Les demandes en formations formulées par les producteurs à l'endroit des AR témoignent, dans une certaine mesure, de la qualité de leur prestation et de la confiance que les producteurs leur portent. Cela augure de bonnes perspectives pour les AR (surtout ceux qui ont été déjà consultés par d'autres programmes) qui nourrissent l'espoir d'avoir des possibilités de gains de revenus.

## CONCLUSION

Le message clé qui résulte de cette étude est que les motivations des Animateurs Relais bénévoles sont dynamiques. Il est indispensable de les connaître et les suivre dans le temps afin de développer des stratégies appropriées pour le recrutement des AR, leur gestion et leur maintien dans la fonction. L'étude a mis en évidence qu'une logique d'humanisme et d'altruisme est avancée par certains producteurs pour devenir AR, mais au fait, qu'il y avait des aspirations stratégiques non déclarées.

## REFERENCES

- Akintola O. 2010. What motivates people to volunteer? The case of volunteer AIDS caregivers in faith-based organizations in KwaZulu-Natal, South Africa. *Health Policy Plan.* 26:53 - 62.
- Bastien C.A. 2015. An Examination of Volunteer Motivations and Characteristics Between Required Volunteer Service and Non-Required Volunteer Service in College Students: An Exploratory Study. Master Thesis. Georgia Southern University, 44 p.
- Brayley N., P. Obst., K. M. White., I. M. Lewis., J. Warburton and N. M. Spencer. 2014. Exploring the validity and predictive power of an extended volunteer functions inventory within the context of episodic skilled volunteering by retirees. *J. Community Psychol.* 42 (1): 1 - 18.
- Clary E.G., M. Snyder, R.D. Ridge., J. Copeland., A.A. Stukas., J. Haugen and P. Miene. 1998. Understanding and assessing the motiva-

- tions of volunteers: a functional approach. *J. Pers. Soc. Psychol.* 74 (6): 1516.
- Cláudia N.A. and A. do Paço. 2013. Corporate volunteering-an analysis of volunteers' motivations and demographics. *J. Glob. Responsib.* 4 (1): 31 - 43.
- Cnaan R.A. and R.S.Goldberg-Glen.1991. The Journal of Applied Behavioral Science. *J. Appl. Behav. Sci.* 27 (3): 269 - 284.
- Cnaan R.A., F. Handy and M.Wadsworth.1996. Defining who is a volunteer: Conceptual and empirical considerations. *Nonprofit Volunt. Sect. Q.* 25 (3): 364 - 383.
- Davis K. 2008. Extension in sub-Saharan Africa: Overview and assessment of past and current models and future prospects. *J. Int. Agric. Ext. Educ.* 15 (3): 15 - 28.
- de Romémont A. 2014. Apprentissage et réflexion stratégique des producteurs agricoles: construction de la proactivité dans le conseil à l'exploitation familiale au Bénin. Thèse de doctorat. Sup Agro, Montpellier (France), 537 p.
- Dubost N. 2007. Motivations des bénévoles: une revue de la littérature. Lab. Orléan. Gest. IAE Orléans Cah. Rech. (1): 1 - 25.
- Dugué P. et G. Faure. 2001. Le conseil aux exploitations familiales. Actes de l'atelier sur le conseil aux exploitations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre, 19-23 novembre 2001, Bohicon, Bénin. CIRAD, Montpellier, France, 78 p.
- Esmond J. and P. Dunlop. 2004. Developing the volunteer motivation inventory to assess the underlying motivational drives of volunteers in Western Australia. CLAN WA Inc., 82 p.
- Faure G., V. Beauval et P. Dugué. 2007. Conseil aux exploitations familiales. In : Exploitations agricoles familiales en Afrique de l'Ouest et du Centre. Editions Quae, Paris: pp 369 - 399.
- Finkelstein M.A. 2007. Correlates of Satisfaction in Older Volunteers: A Motivational Perspective. *Int. J. Volunt. Adm.* 24 (5): 6 - 12.
- Fitch R.T. 1987. Characteristics and motivations of college students volunteering for community service. *J. Coll. Stud. Pers.* 28: 424 - 431.
- Franzel S., A. Degrande., E. Kiptot., J. Kirui., J. Kugonza., J. Preissing and B. Simpson. 2015. Farmer-to-Farmer Extension. Note 7. GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services. GFRAS, Lindau, Switzerland, 4 p.
- Franzel S., J. Sinja and B. Simpson. 2014. Farmer-to-farmer extension in Kenya: the perspectives of organizations using the approach. *World Agrofor. Cent. Work. Pap.* 181, 49 p.
- Gage III R.L. and B. Thapa. 2012. Volunteer motivations and constraints among college students: Analysis of the volunteer function inventory and leisure constraints models. *Nonprofit Volunt. Sect. Q.* 41 (3): 405 - 430.
- Gillespie D.F. and A.E. King.1985. Demographic understanding of volunteerism. *J Soc Soc Welf.* 12: 798.
- Haski-Leventhal D. 2009. Altruism and volunteerism: The perceptions of altruism in four disciplines and their impact on the study of volunteerism. *J. Theory Soc. Behav.* 39 (3): 271 - 299.
- Hellin J. and J. Dixon. 2008. Operationalising participatory research and farmer-to-farmer extension: the Kamayoq in Peru. *Dev. Pract.* 18 (4-5): 627 - 632.
- Ho Y.W., J. You and H.H. Fung. 2012. The moderating role of age in the relationship between volunteering motives and well-being. *Eur J Ageing* 9 (4): 319 - 327.
- Iguisi O. 2009. Motivation-related values across cultures. *Afr. J. Bus. Manag.* 3 (4): 141 - 150.
- Jack B.A., J.A. Kirton., J. Birakurataki and A.Merriman. 2012. The personal value of being a palliative care community volunteer worker in Uganda: a qualitative study. *Palliat. Med.* 26 (5): 753 - 759.
- Karuhanga M., E. Kiptot., J. Kugonza., R. Wabwire and S. Franzel. 2012. The effectiveness of the volunteer farmer-trainer approach in feed technology dissemination in the East Africa Dairy Development Project in Uganda. *World Agroforestry Cent. Nairobi Kenya*, 50 p.
- Kassem H.S. 2014. Effectiveness of different agricultural extension methods in providing knowledge and skills in disease prevention: A case of Smallholder Poultry Production Systems in Dakhalia Governorate of Egypt. *Asian J. Agr. Ext. Eco & Sociol.* 3 (2): 91 - 107
- Katz D.1960. The functional approach to the study of attitudes. *Public Opin. Q.* 24 (2): 163 - 204.
- Khaila S., F. Tchuwa., S. Franzel and B. Simpson. 2015. The farmer-to-farmer extension approach in Malawi: a survey of lead farmers. *Citeseer*, 47 p.
- Kiptot E. and S. Franzel. 2015. Farmer-to-farmer extension: opportunities for enhancing performance of volunteer farmer trainers in Kenya. *Dev. Pract.* 25 (4): 503 - 517.

- Kiptot E. and S. Franzel. 2014. Voluntarism as an investment in human, social and financial capital: evidence from a farmer-to-farmer extension program in Kenya. *Agric. Hum. Values* 31 (2): 231 - 243.
- Kiptot E., M. Karuhanga., S. Franzel and P.B. Nzigamasabo. 2016. Volunteer farmer-trainer motivations in East Africa: practical implications for enhancing farmer-to-farmer extension. *Int. J. Agric. Sustain.* 14 (3): 339 - 356.
- Kundhlande G., S. Franzel., B. Simpson and E. Gausi. 2014. Farmer-to-farmer extension approach in Malawi: A survey of organizations. ICRAF working paper, 55 p.
- Louart P. 2002. Maslow, Herzberg et les théories du contenu motivationnel. *Cah. Rech.* 1 - 18.
- Lukuyu B., F. Place., S. Franzel and E. Kiptot. 2012. Disseminating improved practices: Are volunteer farmer trainers effective? *J. Agric. Educ. Ext.* 18 (5): 525 - 540.
- Maslow A.H. 1943. A theory of human motivation. *Psychol. Rev.* 50 (4): 370.
- Mesch D.J., P.M. Rooney., K.S. Steinberg and B. Denton. 2006. The effects of race, gender, and marital status on giving and volunteering in Indiana. *Nonprofit Volunt. Sect. Q.* 35 (4): 565 - 587.
- Mihai E.C. 2014. The Motivation of Romanian Volunteers: values and implications. *Procedia-Soc. Behav. Sci.* 127: 616 - 620.
- Morris S., A. Wilmot., M. Hill., N. Ockenden and S. Payne. 2013. A narrative literature review of the contribution of volunteers in end-of-life care services. *Palliat. Med.* 27 (5): 428 - 436.
- Moskell C., S. Broussard Allred and G. Ferenz. 2010. Examining volunteer motivations and recruitment strategies for engagement in urban forestry. *Cities Environ. CATE* 3 (1): 9.
- Mulwafu A.O. and J. Krishnankutty. 2012. Prospects of lead farmer concept for improved livestock development among rural communities in Malawi. *Indian Res. J. Ext. Educ.* 1:121 - 127.
- Nacheva I. 2016. The First to Say „Hello!»: Profile and Motivation of the Volunteers in the Registration and Reception Centers for Refugees in Bulgaria. *Psychol. Res.* 19 (1): 93 - 104.
- Nance M.C. 2011. Increasing male volunteering one motivation at a time. Master Thesis. Eastern Illinois University (United States), 82 p.
- Padyp. 2014. Rapport trimestriel d'activités, Juillet-Septembre 2014 du Programme d'appui aux dynamiques productives. SOFRECO-AFD-MAEP, Cotonou, 42 p.
- Papadakis K. 2004. Understanding volunteers' motivations. Master Thesis. The College at Brockport: State University of New York (United States), 80 p.
- Penner L.A. 2002. Dispositional and organizational influences on sustained volunteerism: An interactionist perspective. *J. Soc. Issues* 58 (3): 447 - 467.
- Ramdianee M.M. 2013. Motivation of volunteers in not-for-profit organisations supporting children with life-threatening illnesses in Western Australia. PhD Thesis. Curtin University (Australia), 182.
- Roussel P. 2000. La motivation au travail-Concept et théories, Note N 326. Univ. Toulouse - Sci. Soc, 20 p.
- Rubin A. and I.M. Thorelli. 1984. Egoistic motives and longevity of participation by social service volunteers. *J. Appl. Behav. Sci.* 20 (3): 223 - 235.
- Ryan M.F. 2014. From doer to stayer: dispositional and organisational factors affecting sustained volunteering in community service organisations. PhD Thesis. Australian Catholic University (Australia), 327 p.
- Ryan R.M. and E.L. Deci. 2000. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *Am. Psychol.* 55 (1): 68.
- Simpson B.M., S. Franzel., A. Degrande., G. Kundhlande and S. Tsafack. 2015. Farmer-to-farmer extension: Issues in planning and implementation. *Mod. Ext. Advis. Serv.* 14 p.
- Simpson B.M. and M. Owens. 2002. Farmer field schools and the future of agricultural extension in Africa. *J. Int. Agric. Ext. Educ.* 9 (2): 29 - 36.
- Smith K.A., K. Holmes., D. Haski-Leventhal., R.A. Cnaan., F. Handy and J.L. Brudney. 2010. Motivations and benefits of student volunteering: Comparing regular, occasional, and non-volunteers in five countries. *Can. J. Nonprofit Soc. Econ. Res.* 1 (1): 65.
- Snyder M. and A.M. Omoto. 2008. Volunteerism: Social issues perspectives and social policy implications. *Soc. Issues Policy Rev.* 2 (1): 1 - 36.
- Ssemakula E. and J.K. Mutimba. 2011. Effectiveness of the farmer-to-farmer extension model in increasing technology uptake in Masaka and Tororo Districts of Uganda.

- South Afr. J. Agric. Ext. 39 (2): 30 - 46.
- Stelzer E. M. and F.R. Lang. 2016. Motivations of German hospice volunteers: how do they compare to nonhospice volunteers and US hospice volunteers? *Am. J. Hosp. Palliat. Med.* 33 (2): 154 - 163.
- Swanson B.E. and M.M. Samy. 2002. Developing an extension partnership among public, private, and non governmental organizations. *J. Int. Agric. Ext. Educ.* 9 (1): 5 - 10.
- Taniguchi H. 2006. Men's and women's volunteering: Gender differences in the effects of employment and family characteristics. *Nonprofit Volunt. Sect. Q.* 35 (1): 83 - 101.
- Tsafack, S., A. Degrande., S. Franzel and B. Simpson. 2014. Farmer-to-farmer extension in Cameroon: a survey of extension organizations. *World Agrofor. Cent. Work. Pap.* 182, 53 p.
- Wellard K., J. Rafanomezana., M. Nyirenda., M. Okotel and V. Subbey. 2013. A review of community extension approaches to innovation for improved livelihoods in Ghana, Uganda and Malawi. *J. Agric. Educ. Ext.* 19 (1): 21 - 35.
- Widjaja. E. 2010. Motivation behind volunteerism. Bachelor Thesis. Claremont McKenna College, 37 p.
- Wymer Jr. W.W. and S. Samu. 2002. Volunteer service as symbolic consumption: Gender and occupational differences in volunteering. *J. Mark. Manag.* 18 (9-10): 971 - 989.