

Communication et insertion socio-professionnelle des jeunes dans l'agriculture au Burkina Faso

Aïcha TAMBOURA-DIAWARA

Taïrou BANGRE

Maîtres Assistants, Enseignants chercheurs.

Institut Panafricain d'Etudes et de Recherche

sur les Médias, l'Information et la Communication

Université Joseph Ki Zerbo, Ouagadougou, Burkina Faso

aicheydiawara@gmail.com,

tbangre@.fr

Résumé

Le présent article analyse le rôle de la communication de la Confédération Paysanne du Faso pour le développement de l'insertion socio-professionnelles des jeunes dans l'agriculture au Burkina Faso. Cette insertion se réalise à travers la création d'espace de concertation pour le renforcement des capacités techniques, partages d'information et d'expériences des jeunes par la Confédération Paysanne du Faso. Une revue documentaire couplée de compilation de résultats d'études sur le sujet a été réalisée. Elle a été complétée par une enquête qualitative auprès de 63 personnes ressources et bénéficiaires à travers un guide d'entretien semi-directif et une observation directe grâce à une fiche d'observation.

Les résultats indiquent que : (i) il y a eu une utilisation efficace des approches canaux et outils de communication pour la diffusion et l'acceptation d'une innovation dans le monde agricole ; (ii) les besoins et préoccupations des jeunes ont été pris en compte ; (iii) les jeunes ont mis en pratique les messages reçus.

Mots-clés : Communication pour le développement, insertion socio-professionnelle, jeune, chômage, agriculture.

Abstract

This article analyses the role of communication by the Confédération Paysanne du Faso in developing the socio-professional integration of young people in agriculture in Burkina Faso. This integration is achieved through the creation of consultation forums for technical capacity building and the sharing of information and experience among young people by the Confédération Paysanne du Faso. A documentary review was carried out, together with a compilation of the results of studies on the subject. It was supplemented by a qualitative survey of 63 resource persons and beneficiaries

using a semi-directive interview guide and direct observation using an observation sheet.

The results indicate that: (i) there was effective use of communication channels and tools for the dissemination and acceptance of an innovation in the agricultural world; (ii) the needs and concerns of young people were considered; (iii) young people put into practice the messages received.

Key words: Communication for development, socio-professional integration, young people, unemployment, agriculture.

Introduction

Pays sahélien situé au cœur de l’Afrique de l’Ouest, le Burkina Faso a une population estimée à 20 505155 habitants en 2019, majoritairement composée d’enfants, d’adolescents et de jeunes. Selon l’INSD, « Les enfants et jeunes de moins de 35 ans représentent plus des ¾ de la population (77,9%) et les adolescents (10-19 ans) en représentent près d’un quart (23,6%) »¹. Cette population est « largement rurale (+3/4) et le secteur rural constitue une composante importante dans l’économie du Burkina Faso. Il contribue pour 35% au produit intérieur brut du pays et emploie 82% de la population active »².

Si le taux officiel du chômage au Burkina semble faible, 2,4% avec un taux de sous-emploi atteignant 26,7%, il n'en demeure pas moins que la problématique de l'emploi reste une affaire brûlante dans le pays avec une population caractérisée par une forte jeunesse. Le chômage est plus perceptible en milieu urbain et touche principalement les jeunes de moins de 35 ans, les diplômés en particulier ; alors que le sous-emploi concerne surtout le milieu rural, estimé à 15%. Aussi, au regard des nombreux atouts qu’offre le secteur agricole dans la réduction de la pauvreté et le maintien de l’équilibre social, le gouvernement a initié des programmes et projets spécifiques de développement des compétences et de promotion de l’emploi en faveur des jeunes ruraux depuis 2015. Il est accompagné par les organisations paysannes à travers leur faîtière, la Confédération

¹ INSD, 2022, 5ème Recensement Général de la Population et de l’Habitation du Burkina Faso, synthèse des résultats définitifs, Burkina Faso, p.32.

² SPONG (2014), Etude sur l’état des lieux et la problématique de l’emploi des jeunes au Burkina Faso, Ouagadougou, Burkina Faso, p.28.

Paysanne du Faso (CPF), qui a développé des initiatives visant à promouvoir et encourager l'insertion des jeunes dans l'agriculture. Pour réaliser cet engagement, la CPF a mis en place un espace de concertation des jeunes, appelé *Collège des Jeunes (CdJ)*, qui prône un renouvellement de générations en agriculture et de façon implicite la lutte contre le chômage des jeunes. Cet engagement appelle à des actions de : renforcement de capacités technique, concertation, partages d'information et d'expériences, etc. D'où l'utilisation de la communication pour le développement comme levier car sa contribution à l'insertion socio-professionnelle des jeunes dans l'agriculture est primordiale en ce sens que leur implication dans le processus et leur intégration au sein des organisations professionnelles est un véritable gage de succès à la réduction du chômage.

C'est dans ce cadre que s'inscrit le choix de ce thème dont la question de recherche se formule ainsi qu'il suit : Comment la communication pour le développement contribue-t-elle à l'insertion socio-professionnelle des jeunes dans l'agriculture au Burkina Faso ? Pour ce faire, l'objectif général de la recherche est d'analyser les actions de communication utilisées de la CPF pour l'insertion socio-économique des jeunes dans l'agriculture au Burkina Faso ?

Cette recherche est construite selon une série d'hypothèses dont la principale atteste que le dispositif de communication de la CPF est adéquat car il prend en compte le contexte socioculturel, les besoins et préoccupations des jeunes ainsi que du contenu du message à livrer.

Les hypothèses secondaires sont :

- 1- la CPF a utilisé une stratégie, une démarche, des canaux et outils de communication qui ont pu améliorer le niveau de connaissance des jeunes sur les opportunités d'emplois du secteur de l'agriculture ;
- 2- les messages livrés lors des actions de communication ont favorisé le changement de perception des jeunes sur l'agriculture;
- 3- les actions de communication ont permis le changement de comportement escompté par l'intérêt manifesté aux métiers de l'agriculture par les jeunes.

Pour répondre à la question de recherche, plusieurs théories peuvent être utilisées. Nous privilégions cependant la théorie de la

communication pour le développement initiée par des auteurs comme G. Bessette (2004) qui propose une nouvelle vision de la communication. Cette vision se matérialise à travers une action planifiée, fondée sur les processus participatifs et la communication interpersonnelle, qui facilite le dialogue entre différents intervenants réunis autour d'un problème de développement ou d'un but commun. Pour impulser le changement souhaité, la communication pour le développement est couplée du modèle transthéorique du changement développé par les psychologues J. Prochaska et C. DiClemente (1982). Cette recherche vient renforcer les recherches antérieures axées sur la contribution de la communication dans le changement de perception et de comportement vis-à-vis de l'agriculture qui est considérée par les jeunes comme une sous-profession. S'inscrivant dans le champ des sciences de l'Information et de la Communication, cette recherche permettra d'évaluer l'utilisation de la communication pour le développement comme un outil d'aide au changement de mentalité et de comportement par l'acceptation d'une innovation dans le monde agricole. Avec la hausse du taux de chômage, amener les jeunes à choisir les métiers de l'agriculture, secteur d'employabilité, revient à travailler à diminuer le taux de chômage, lutter contre la pauvreté et relever l'indice de développement économique du Burkina Faso.

1. Approche méthodologique

La démarche méthodologique renvoie à l'ensemble des méthodes et techniques permettant d'explorer, d'observer, de recueillir les données sur le terrain.

La revue documentaire a consisté à faire une compilation de résultats de recherche sur le sujet couplée d'une exploration documentaire (ouvrages, documents techniques, articles de presse écrite et en ligne, thèses, mémoires, compilation de résultats).

Le choix de la zone de recherche s'est porté sur la ville de Bobo-Dioulasso. Située à 365 kilomètres de la capitale, Ouagadougou, elle est le chef-lieu de la région des Hauts-Bassins. Le choix la région Ouest autour de Bobo-Dioulasso est une grande région cotonnière. La ville est qualifiée de « ville agricole » par le nombre d'activités agricoles qu'elle abrite, et du fait que ses industries fonctionnent à partir de produits agricoles (usines de traitement de coton, huilerie et

savonnerie, brasserie, usine de jus de fruits, etc.). Les principales activités agricoles qui sont exercées à Bobo-Dioulasso sont : le maraîchage, l'élevage de porc, l'embouche bovine, le petit élevage et les cultures de contre saison. Par ailleurs, elle compte plusieurs faitières qui regroupent des jeunes membres des CDJ. Ce qui a facilité la collecte des données auprès des cibles.

La population de recherche est constituée d'un public hétérogène composé de la population cible ; le groupe témoin et les personnes ressources. La population cible comprend les membres du CDJ et les responsables de la CPF.

Les techniques d'échantillonnage utilisées diffèrent selon les cibles. Le groupe témoin concerne les jeunes travailleurs dont les structures travaillent avec la CPF. La technique utilisée est celle du tirage aléatoire. Les personnes ont été identifiées par la méthode de choix raisonnée. Ce sont les personnes capables de : fournir des informations sur la question de l'emploi ; l'insertion des jeunes dans l'agriculture ; partager des expériences et de donner des conseils.

Le corpus de la recherche est composé de 27 personnes réparties ainsi qu'il suit ;

- Population cible : responsables de la CPF (2)
 - Membres du collège des jeunes (11)
- Groupe témoins : Chargé de communication du Centre d'Etudes et d'Expérimentation Economiques et Sociales de l'Afrique (1)
 - Agronome du Conseil National de l'Agriculture Biologique (1)
 - Comptable de la Fédération Nationale des Organisation Paysannes (1)
 - Coordonnatrice de Afrique VERTE (1)
 - Stagiaire en communication du ROPPA (1)
 - Membre de l'Association Munyu des Femmes de la Comoé (1)
 - Communicateur de la Fédération Nationale des Organisations Paysannes (1)
 - Chargé de suivi-évaluation de Jades Production(1).
- Personnes ressources ; Responsable d'OXFAM Burkina (1)
 - Responsable des Agriculteurs Français et Développement International (1)

Responsables de ROPPA (2)
Responsable du CECI (1)
Responsable de TRIAS Burkina (1).

Du fait de la nature de la recherche, c'est l'enquête qualitative qui a été privilégiée. C'est la méthode de sondage par choix raisonnée qui a été utilisée. De plus, l'observation directe réalisée a permis d'appréhender les mécanismes mis en place au sein de le CPF quant aux renseignements et à l'orientation des usagers, aux partages d'expériences et conseils donnés mais aussi de voir et connaître les pratiques et ressources de communication de la CPF. La collecte de données a été réalisée en Avril 2019 à Bobo-Dioulasso.

Les guides d'entretien semi-directif, de focus group et la fiche d'observation sont les outils utilisés pour collecter les données.

2. Résultats

Cette partie propose une synthèse des résultats acquis à travers l'analyse des données collectées sur le terrain.

2.1. Dispositif de communication utilisé par la CPF pour promouvoir et encourager l'insertion des jeunes dans l'agriculture

2.1.1. De l'approche de communication

L'approche de communication utilisée par la CPF est principalement l'approche participative. Selon Guy Bessette (2000, p.77), « l'approche participative met l'accent sur le processus de communication, c'est-à-dire sur la relation qui s'établit entre les interlocuteurs plutôt que sur le message »³. D'où le choix de la communication interpersonnelle qui joue un rôle crucial dans la diffusion et l'acceptation d'une innovation dans le monde agricole. En effet, lors des formations, des voyages et visites d'échanges, c'est la communication interpersonnelle qui est utilisée car elle facilite l'acquisition de connaissances et favorise la créativité d'idées, les échanges et le dialogue.

³ Bessette Guy, 2000, Communication participative et l'appui communautaire, Les Presses de l'Université Laval, Canada, p.77.

Pour les ateliers et rencontres avec les acteurs du monde rural, la CPF utilise la communication de groupe qui s'appuie sur les outils de la communication interpersonnelle. Par contre, dans le cadre des activités relatif à l'insertion socio-professionnelle des jeunes dans l'agriculture, la CPF utilise essentiellement la communication de masse dont les médias classiques (télévision, radio) et les médias numériques. En effet, grâce à des partenariats développés avec certains médias, la CPF organise des débats télévisuels et participe souvent à des émissions sur le monde rural et l'agriculture. A travers ce canal, la CPF envoie des messages qui sont capté par les leaders des unions/fédérations et transmis sous forme de débat aux jeunes. C'est la chaîne nationale, RTB2 qui est utilisée par la CPF. Cette chaîne est représentée dans les treize régions du pays.

La CPF utilise aussi la radio pour faire passer les spots publicitaires et organiser des émissions. Elle est en partenariat avec la radio nationale et d'autres stations privées. De plus, l'utilisation des réseaux sociaux permet de diffuser des messages à travers Facebook, twitter, en direction de ses membres, des producteurs en général, des partenaires, des décideurs politiques et de la population.

2.1.2 Des actions de communications réalisées

La CPF réalise différentes actions en faveur de l'insertion des jeunes dans l'agriculture, mais la présente recherche s'intéressera surtout à celles relatif à la communication.

- Les ateliers : En mati 77ère de communication participative, les ateliers constituent une offre dans l'atteinte des objectifs de la CPF. Ils offrent l'occasion de discuter en groupes, d'émettre des idées, d'échanger et de partager les expériences sur un thème donné. Ils favorisent et facilitent la réflexion

le débat collectif et la formulation de recommandations pour améliorer et renforcer les actions. Ce sont des rencontres organisées par la CPF qui regroupe en général ses membres, le CDJ, le Collège des Femmes, les partenaires, les acteurs étatiques et non étatiques. Les thèmes abordés portent sur « le devenir des jeunes », « les possibilités qu'offrent l'agriculture, les avantages, les défis à relever », etc. La plupart de ces rencontres se tiennent à Bobo-Dioulasso en raison des charges financières en cas de leur délocalisation.

- Les formations : elles ont pour but de renforcer les capacités des membres afin de les rendre opérationnels sur le terrain. Elles offrent également des « moments » de discussion, d'échanges et de partages d'expériences. Les thèmes de formation portent sur les thématiques divers dont le foncier, la transformation, la commercialisation, les politiques agricoles, etc. ; et en communication sur les techniques de négociation commerciale, les techniques de recherche de financement, le plaidoyer, etc. De plus, la CPF organise des sessions de mentorat en vue de coacher les jeunes par un leader appelé « mentor » qui lui fournit tout l'appui-conseil nécessaire pour la réussite de son activité. Former et coacher les jeunes dans les métiers agricoles constituerait une porte d'entrée vers un développement inclusif.

- Les visites terrain : elles offrent une occasion à la CPF de faire le suivi des membres au niveau de leur développement de compétence et de capacité ainsi que des réalisations. Les discussions, les échanges et le dialogue sont des canaux utilisés lors de ces visites. Cela permet à la CDJ de connaître les réalités du terrain, d'améliorer et de renforcer leur accompagnement. La CPF organise au moins une visite terrain par an en fonction des ressources financières disponibles. Pour exemple, quelques membres et les techniciens de la confédération ont visité la ferme d'un jeune éleveur à Koudougou. Ce qui a permis de diagnostiquer les faiblesses, de recentrer l'accompagnement de la CPF et de mettre en place un planning de suivi.

- Les voyages d'étude : La CPF a initié des voyages d'étude au Burkina Faso et au Mali avec les jeunes producteurs. Les voyages offrent un cadre permettant à des personnes de zones, cultures et coutumes différentes, de partager des expériences et renforcer les capacités de ses membres sur les techniques et pratiques culturelles innovantes. Ils offrent également l'occasion de faire des échanges fructueux et d'offrir un cadre de renforcement de la collaboration et des actions de synergie en matière de promotion de techniques et pratiques.

Les voyages d'étude et les visites terrain sont bénéfiques pour les jeunes producteurs et dans le développement des communautés, car ce sont des canaux de partage de savoir, de savoir-faire et savoir être.

- Du contenu des messages

La collecte des données a permis de recueillir des informations sur les techniques de conception des messages. Il ressort que les messages

sont conçus en fonction de la cible, donc adaptés aux groupes concernés et traduits en Dioula, langue courante dans la localité. Le principe d'adaptation des messages aux cibles est donc ancré dans la pratique de la CPF et des responsables. Ainsi, le profil du groupe visé détermine la nature, le contenu du message ainsi que le canal de diffusion qui sera utilisé. Ce principe est un élément clé dans la communication participative.

Les messages diffusés par la CPF peuvent être regroupés en trois types :

1. Les messages d'information : ils sont le plus souvent adressés à toutes les parties prenantes et à la population. Ils servent à informer sur une situation donnée dont : les messages sur la météo, les politiques agricoles, les changements climatiques, le foncier, les marchés de commercialisation, les ravageurs des cultures, etc.

Exemple de messages d'information : « *la présence des jeunes dans les Organisations Paysannes facilite leur accès à l'information technique, économique et commerciales* » ; « *Prenez garde aux attaques des champs par les chenilles légionnaires* ». Ces messages sont courts et pertinents par rapport à la cible. Cependant, le premier message est assez complexe car l'information technique peut-être comprise de plusieurs manières. Il revient à la CPF de formuler des messages simples, concis et précis pour une bonne compréhension de la cible.

Le second message a été produit dans un contexte de saison humide à partir des informations au niveau régional sur l'apparition des chenille légionnaires. Tel formulé, le message souligne la gravité de la situation et alerte aussi bien les producteurs dont les jeunes, le gouvernement et la population qui se nourrit des récoltes.

2. Les messages de sensibilisation : Ils sont principalement adressés aux membres de la CPF, et par ricochet aux producteurs du Burkina Faso. Ces messages portent en général sur les techniques et les pratiques, les politiques et lois agricoles, la vie des organisations paysannes, les normes et qualités des produits locaux, etc. Exemple de messages de sensibilisation : « *intégrer les jeunes dans les instances de décisions est gage de leur responsabilisation* » ; « *l'accès aux financements à faible taux d'intérêt facilite l'accès des jeunes aux facteurs de production (équipements, intrants, infrastructures)* ».

Les deux messages sont simples, précis, concis et facilement compréhensifs. Le premier message est délivré aux responsables des organisations paysannes et aux communes. Il invite les cibles à donner plus de valeur aux jeunes. Le deuxième est adressé aux structures de financement et les invite à faciliter l'accès des jeunes producteurs aux crédits.

3. Les messages de plaidoyer : Ce type de message est adressé au gouvernement et aux partenaires techniques et financiers. Ils servent à plaider pour l'adoption d'une loi, la prise en compte des besoins et préoccupations des producteurs et productrices, dénoncer des pratiques malfaisantes, etc. La CPF fait souvent des plaidoyers auprès des décideurs politiques ; Exemples de messages de plaidoyer : « *adopter une politique nationale efficace de l'insertion socio-économique des jeunes dans les métiers agricoles* » ; « *l'accès sécurisé des jeunes au foncier les motive à s'insérer dans l'agriculture* ».

Ces messages sont simples, concis, précis, pertinents et compréhensibles. Ils rendent compte des préoccupations des jeunes par rapport au secteur agricole. L'utilisation de verbes d'action (adopter, motiver, s'insérer) incitent les cibles à agir. A travers ces messages, la CPF invite les décideurs politiques à prendre des mesures pertinentes afin que l'insertion des jeunes dans l'agriculture soit efficace et efficiente. Ces messages ont été élaborés avec l'appui des jeunes lors des rencontres avec les personnes ressources pour discuter et identifier leurs besoins et préoccupations prioritaires.

2.2. De la participation des jeunes et de la prise en compte de leurs besoins et préoccupations aux actions de communication

Les onze jeunes enquêtés ont participé aux activités de communication de la CPF : la totalité a pris part aux ateliers et aux formations, 3/11 ont pris part aux visites terrain et 2/11 aux voyages d'échanges. La non-participation de tous les onze jeunes à toutes les activités de communication se justifie par l'insuffisance de ressources financières. C'est pourquoi, seuls les leaders de groupe qui peuvent mieux influencer les autres membres en sont les bénéficiaires. Cette manière de faire utilise « la théorie de la communication à double étage, « two-

step flow of communication »⁴, c'est-à-dire passer par les leaders des jeunes pour mieux influencer l'ensemble des autres jeunes.

Les partenaires sont unanimes sur la participation effective des jeunes aux différentes activités de communication. Ils l'illustrent par ces propos : « *à toutes les rencontres de la CPF auxquelles j'ai pris part, j'y ai vu des membres du collège des jeunes qui ont participé aux débats, aux travaux de groupes et n'ont pas manqué de prendre la parole quand il le fallait* » (Chargée de programme à UNITERRA, femme, universitaire) ; « *les jeunes ont plusieurs fois participé aux rencontres nationales et sous régionales. Ils ont également pris part aux rencontres de plaidoyer et d'élaboration des messages pour la prise en compte de leurs besoins* » (Chargé de mission AFDI, Homme, universitaire).

La prise en compte des doléances des jeunes dans les messages se font lors des activités de plaidoyer auprès du gouvernement et partenaires techniques financiers (PTF) pour faciliter leur accompagnement. Selon le conseiller national aux initiatives économiques des organisations paysannes « ----- il y a eu des messages de plaidoyer adressés au Président du Faso, aux ministères (agriculture, élevage, environnement, jeunesse, femme, PTF etc.) pour favoriser l'élaboration d'une politique d'installation des jeunes dans les métiers et professions agricoles au Burkina ». A ce stade, la CPF joue le rôle de leader d'opinion et une interface entre les jeunes et le gouvernement. Elle porte les messages des jeunes et plaide pour qu'ils soient pris en compte dans les différentes politiques agricoles. Par ailleurs, l'institution de cadres de concertation entre autorités et jeunes constitue des tribunes pour l'expression des attentes de ces derniers.

2.3. Les appréciations sur les actions de communication

Les appréciations sur les actions de communication ont été faites par les acteurs et bénéficiaires. Ils ont porté sur : les canaux, outils et supports de communication, des actions de communication, des messages, la participation des jeunes femmes aux activités.

⁴ Lazarsfeld Paul, Elihu Katz (2008), Influence personnelle ; Ce que les gens font des médias, Armand Colin & INA, Paris, pp.69-80.

- *Appréciation des canaux, outils et supports de communication* : tous les enquêtés apprécient positivement les outils et supports de communication utilisés par la CPF. En effet, les canaux et outils de communication de masse tels la télévision et la radio pour diffuser les émissions sont de bonnes approches pour atteindre les cibles et les populations rurales comme le dit la chargée de communication de la CPF en ces mots : « *nous estimons que les producteurs s'intéressent beaucoup à la radio et vu que la Radiotélévision du Burkina émet sur l'étendue du territoire, nous les privilégions afin d'atteindre et influencer le maximum de personnes* ». Il en est de même pour les réseaux sociaux qui constituent aujourd'hui le moyen utilisé principalement par les jeunes comme l'atteste dans ses propos ce jeune producteur (28 ans, secondaire) « *j'utilise beaucoup les réseaux sociaux surtout Facebook. Je suis abonné à la page Facebook de la CPF où je suis les activités que réalise la CPF* ».

Les personnes ressources apprécient positivement l'utilisation de la télévision et de la radio, surtout la Radiotélévision du Burkina qui permet de toucher facilement les politiques. En effet, le fait de suivre ces émissions peuvent les rendre plus sensibles à la problématique de l'insertion des jeunes dans l'agriculture, comme le confirme la chargée de communication de ROPPA en ces termes : « *lorsque les questions qui touchent le politique sont posées sur un média accessible à tous ou sur la toile, il réagit rapidement. Aussi, si la RTB et les médias sont bien utilisés, ils sont de bons moyens pour interpeler le politique* ».

- *Appréciation des actions de communication* : le CdJ et le groupe témoin apprécient positivement la qualité des actions de communication comme l'atteste cette jeune productrice (29 ans, secondaire) « *je suis très contente qu'on m'invite chaque fois qu'il y a une rencontre. J'apprends toujours de nouvelles choses qui m'aident à me perfectionner dans mon travail* ».

- *Appréciation du contenu des messages* : Les membres du CdJ apprécient positivement le contenu des messages car les messages d'information et de sensibilisation diffusée par la CPF sont compréhensibles et mis en pratique par les jeunes. C'est aussi l'avis de ce jeune producteur (31 ans, secondaire) « *la participation d'un jeune à une activité est déjà une prise en compte de tous les jeunes qu'il représente. Les plaidoyers auprès des chefs d'exploitation*

familiaux, des politiques pour nous octroyer des portions de terre, les multiples formations sur les thèmes concernant les jeunes, rendent fidèlement compte de nos besoins et préoccupations ». Il est soutenu par un autre (29 ans, secondaire) « ce sont nos préoccupations évoquées lors des rencontres que nos responsables de la CPF vont défendre devant les partenaires et l'Etat ».

Les partenaires s'accordent sur le fait que les messages font la synthèse des préoccupations des jeunes comme l'affirme la chargée de programme du ROPPA « tous les plaidoyers que nous menons avec la CPF concerne leurs besoins. A travers des rencontres, nous les invitons à s'exprimer sans crainte parce qu'eux seuls savent ce dont ils ont besoin... Après, nous faisons la synthèse avec la CPF et nous portons le plaidoyer auprès des personnes à qui elles sont adressées ». En définitif, il ressort que les contenus des messages répondent aux besoins et préoccupations des jeunes. Ces messages sont également mis en pratique. Tout comme Guy Bessette et Lazarsfeld le disent, la communication participative favorise le dialogue social et une amélioration socio-économique des populations cibles.

- Appréciation de la participation de jeunes femmes aux activités : A ce niveau, se dégage une insatisfaction générale car les hommes sont plus invités que les femmes à participer aux activités ; ce qui impacte négativement ces dernières qui se sentent lésées comme l'atteste cette productrice en ces mots : « j'aurai voulu prendre part à certaines activités, malheureusement, je n'y suis pas invitée. C'est bien de former les jeunes, mais je pense qu'aller sur le terrain et voir les réalisations des autres, c'est mieux » (27 ans, secondaire). Elle est soutenue par un autre producteur en ces termes « c'est vrai que dans toutes les activités auxquelles nous sommes invitées, on retrouve la plupart du temps, une seule femme. Si par exemple, nous sommes trois, il y aura deux hommes et une femme. Je pense que si on les impliquait plus, elles seraient capables de mieux contribuer. Elles ont généralement de bonnes idées mais sont beaucoup timides » (29 ans, secondaire).

Cette position n'est pas partagée par les responsables de la CPF qui estiment que tous les jeunes sont traités sur le même pied d'égalité.

3. Discussions

La problématique de l'emploi des jeunes dans l'agriculture dans un contexte de mutations agricoles a permis de rendre compte, malgré les limites imputables à l'ampleur et à la nouveauté du questionnement, de l'importance des échelles d'analyse. En effet, selon la FAO « L'Afrique est un continent jeune et dynamique à la recherche de nouvelles opportunités. Selon les estimations, plus de soixante pour cent des 1,2 milliard d'Africains ont moins de 25 ans. La plupart d'entre eux vivent dans des zones rurales où les perspectives d'emploi sont faibles et où l'agriculture reste le moteur essentiel du développement économique »⁵. Cette description souligne l'importance de la question pour d'autres pays comme le Sénégal qui a « développé plusieurs stratégies pour fixer les jeunes, surtout ceux qui sont candidats à la migration, dans les zones rurales »⁶. Ce qui confirme également l'importance de la problématique au Burkina Faso avec les initiatives développées par la CPF en faveur de l'insertion des jeunes dans le secteur agricole.

La difficulté est que l'image de ce secteur demeure négative parmi les jeunes du fait que les mutations ne sont pas totalement effectives selon nos résultats d'étude et ceux d'autres effectuées en Afrique. Ainsi, parlant du Burkina Faso, il a été souligné que « l'agriculture qui emploie plus de 85% de la population active est pratiquée selon un système d'exploitation traditionnel extensif dans des conditions climatiques, pédologiques et pluviométriques difficiles. Ces facteurs défavorables contribuent à la faiblesse de la productivité et au sous-emploi assez important chez les jeunes ruraux ».

Les résultats de l'étude soulignent le renouvellement de génération en agriculture et de façon implicite la lutte contre le chômage des jeunes est une question majeure pour le Burkina Faso avec une population dont plus des ¾ représentent la majorité, à prédominance rurale alors que le secteur rural constitue une composante importante dans l'économie du Burkina Faso.

⁵ FAO, 2018, Forum Global Sécurité Alimentaire et la Nutrition, Forum FSN, Rome, p.2

⁶ Wade Cheik. Ahmed Tidiane, 2018, L'agriculture : un grenier d'emplois durables pour les jeunes et les migrants de retour », Agridape publication, Sénégal. <http://iedafrique.org/opinion-L-agriculture-un-grenier-d-emplois-durables-pour-les-jeunes-et-les.html>, (consulté le 22 septembre 2023), p.2

Il est reconnu que la transformation structurelle de l'agriculture est une condition préalable pour accroître la productivité du travail et le niveau des revenus, mais surtout pour créer des emplois décents. Cela suppose de trouver des moyens financiers, humains et matériels pour une bonne mise en œuvre des politiques publiques. Pour ce faire, il est important de faire de l'agriculture familiale et des exploitations familiales, les moteurs de la transformation de l'économie rurale, en mettant l'accent sur les pratiques durables comme l'agroécologie au détriment des pratiques qui n'encouragent pas les jeunes à s'intéresser à l'agriculture. Aussi, pour capter les marchés émergents et en faire les véritables moteurs de la croissance agricole, de l'amélioration des revenus et des conditions de vie des ruraux, les agricultures et les chaînes de valeur locales doivent être suffisamment compétitives par rapport aux importations alimentaires en provenance du marché mondial. Il ressort, à la lumière des changements qui doivent s'opérer pour susciter l'intérêt des jeunes à l'agriculture, qu'il doit y avoir des modèles ou des références susceptibles de changer leurs perceptions, connaissances, attitudes vis-à-vis de l'agriculture en vue de les maintenir dans le secteur. Cela souligne la nécessité à mettre également l'accent sur la formation en vue du partage des connaissances et d'une orientation appropriée et pertinente pour aider les jeunes à mieux se préparer aux possibilités offertes par l'agriculture et l'agro-industrie. Cet éveil ne peut être effectif que dans une démarche de communication.

Des auteurs comme Busani Bafana se sont intéressés au sujet en mettant l'accent sur l'insertion comme un vecteur de lutte contre la pauvreté, dans la perspective de l'esprit d'entreprise, l'innovation numérique et l'avenir du travail dans l'économie rurale tout en soulignant le manque d'information sur les possibilités offertes par l'agriculture et l'importance de faire comprendre que l'agriculture n'est pas seulement assimilée à une exploitation agricole, mais qu'elle offre aussi de nombreuses possibilités d'entreprendre, notamment la production, la transformation, la valeur ajoutée, le marquage et la commercialisation. La FAO s'accorde avec cette idée en soulignant que « les technologies de l'information et de la communication telles que le téléphone portable et internet plaisent aux jeunes urbains et ruraux, et peuvent participer à l'accès à l'information, de ce fait, faire accroître la productivité des exploitations agricoles, favoriser les

innovations et permettre l'accès eux services financiers et aux marchés »⁷. C'est pourquoi, selon SYRPA Normand, « il faut susciter l'intérêt du jeune, comme de tout interlocuteur dans une démarche de communication : il faut lui parler de lui, de ce qui l'intéresse, de la manière dont on peut l'aider à s'épanouir en agriculture à travers son intérêt et son équilibre, à affirmer son identité »⁸. C'est à cela que la CPF s'est attelée à travers les actions de communications réalisées surtout que les jeunes en milieu urbain ont une absence totale de connaissance sur l'agriculture ; ils n'ont pas une bonne image de l'agriculture. Ces derniers ne connaissent pas l'étendue des métiers qui peuvent être exercés en faisant des études agricoles et la population qui est a priori négatif sur ces métiers. Dans le même sens, le Collège des Jeunes du CNC affirme que « les parents, l'entourage du jeune peuvent le dissuader de travailler en agriculture » et d'ajouter « qu'une communication efficace qui s'appuie sur un message clair, positif et porteur d'avenir pourrait attirer les jeunes à s'investir dans l'agriculture »⁹. D'où l'importance de la communication et la nécessité de bâtir une campagne forte, dédiée uniquement à l'agriculture. Cette importance est également soulignée par D. Lompo en ces termes : « ... pour vulgariser ces pratiques culturelles, la communication demeure un élément très important. La communication pour le changement de comportement se traduisant par des séances de sensibilisation, de visite d'échange, de voyages, est indispensable afin que les jeunes adoptent de nouvelles pratiques »¹⁰. En plus des résultats susmentionnés, la présente recherche montre que la communication participative a été d'un grand apport dans la lutte contre le chômage en général et dans l'insertion des jeunes dans l'agriculture au Burkina Faso. En effet, le diagnostic du processus et

⁷ FAO (2014), Centre technique de Coopération Agricole et Rurale, les jeunes et l'agriculture : principaux enjeux et solutions concrètes. FIDA, Rome, p.10)

⁸ SYRPA Normand (2009), « Comment attirer les jeunes dans l'agriculture », CTA Technical Brief 19. Wageningen : CTA <https://hdl.handle.net/10568/105630> (consulté le 23 septembre 2023), p.32.

⁹ Collège des Jeunes du CNC (2014), Installation des jeunes en agriculture et sur les attentes des jeunes ruraux en matière d'installation porté par le Collège des Jeunes, Sénégal.

¹⁰ Lompo Dialinli (2014), Communication et promotion des pratiques culturelles durables: expériences de l'Office de Développement des Eglises Evangéliques, » rapport de fin de cycle », Université Joseph Ki Zerbo, IPERMIC, Burkina Faso, p.37.

des actions de communication de la CPF a favorisé l'éveil de conscience des jeunes sur les opportunités d'emplois qu'offre le secteur et par ricochet aiguisé leur intérêt. Cet intérêt a suscité leur engagement qui a été consolidé par la valorisation des jeunes et leur insertion dans les cadres de concertation des producteurs, le renforcement de leurs savoir, savoir-être et savoir-faire à travers des actions de communication. Ces actions confirment les hypothèses de départ formulées.

Cependant, ce constat pose également un ensemble de questions stratégiques qui peuvent influencer sur la durabilité des résultats de la CPF. Il s'agit de l'insuffisance des ressources humaines et financières qui sont perceptibles au niveau de la communication. En effet, l'absence d'une stratégie et d'un plan de communication, la non fonctionnalité du site web, la non utilisation et animation permanente des réseaux sociaux et du bulletin d'information sont tributaires de la disponibilité de ces ressources. De plus, la problématique du genre qui est incontournable dans un processus de développement durable doit être abordée de façon holistique par la CPN car les femmes ont de nos jours investi le domaine de la maraichèculture. Dans tous les cas, pour opérer des changements positifs, la CPF doit renforcer les capacités des responsables et agents en charge de la communication surtout l'utilisation et la gestion de réseaux sociaux afin de pouvoir répondre rapidement aux besoins des internautes. Elle doit mettre l'accent sur la mobilisation des jeunes filles en tenant compte de leurs besoins immédiats et de leurs intérêts stratégiques.

Conclusion

Cette recherche avait pour objectif d'analyser la contribution de la communication de la CPF dans l'insertion des jeunes dans l'agriculture au Burkina Faso. Les résultats montrent que la communication a joué un rôle dans cette insertion à travers ses contributions multiformes. En effet l'utilisation d'approches, de canaux, d'outil et supports variés ont été d'un grand apport dans le renfortement de la connaissance des jeunes sur l'agriculture, les différentes possibilités du domaine, les métiers ainsi que les avantages d'adhérer à la confédération. De plus, la participation des jeunes aux activités, la prise de parole lors des rencontres confirme que les

besoins et préoccupations des jeunes sont pris en compte, soulignant du coup l'efficacité de la communication quant à l'insertion professionnelle des jeunes dans le secteur agricole. Cependant, des obstacles qui ressortent de la recherche montrent que la communication de la CPF doit être renforcée par une stratégie triennale ou quinquennale comprenant des actions planifiées et budgétisées afin d'éviter une gestion non structurante. De plus, il faut travailler à disposer de communicants de qualité car du fait de la répartition des organisations paysannes dans les treize régions du pays, la CPF doit avoir un dispositif d'information et de communication opérante, efficace et accessible à tous. D'où la nécessité de mobiliser des ressources financières dédiées à la communication.

La recherche a également souligné le problème d'inégalité lié au genre, c'est-à-dire à l'inégale participation des jeunes femmes productrices dans les activités de communication. Aussi, pour amener les jeunes à s'insérer dans l'agriculture, cette inégalité constitue un frein à l'initiative surtout que le développement durable ne peut être possible que grâce à la participation des hommes et des femmes sans aucune distinction à la construction du projet de société. La CPF doit renforcer ses compétences sur le genre et développement et sa prise en compte dans l'agriculture pour mieux atteindre ses missions et objectifs. Aussi, est-il nécessaire de faire une investigation sur ce volet du sujet qui pourrait s'intituler « *Genre et insertion des jeunes dans l'agriculture* ».

Bibliographie

Bessette Guy (2000), *Communication participative et l'appui communautaire*, Les Presses de l'Université Laval, Canada.

Collège des Jeunes du CNC (2014), *Installation des jeunes en agriculture et sur les attentes des jeunes ruraux en matière d'installation porté par le Collège des Jeunes*, Sénégal.

Darankoum Larba Christian (2014), *Emploi des jeunes au Burkina Faso : état des lieux et perspectives*, rapport, Burkina Faso.

FAO (2014), *Centre technique de Coopération Agricole et Rurale, les jeunes et l'agriculture : principaux enjeux et solutions concrètes*. FIDA, Rome.

FAO (2018), *Forum Global Sécurité Alimentaire et la Nutrition*, Forum FSN, Rome.

INSD (2022), *5ème Recensement Général de la Population et de l'Habitation du Burkina Faso, synthèse des résultats définitifs*, Burkina Faso.

Lazarsfeld Paul, Elihu Katz (2008), *Influence personnelle ; Ce que les gens font des médias*, Armand Colin & INA, Paris.

Lompo Dialinli (2014), *Communication et promotion des pratiques culturelles durables : expériences de l'Office de Développement des Eglises Evangéliques*, rapport de fin de cycle, Université Joseph Ki Zerbo, IPERMIC, Burkina Faso.

SPONG (2014), *Etude sur l'état des lieux et la problématique de l'emploi des jeunes au Burkina Faso*, Ouagadougou, Burkina Faso.

SYRPA Normand (2009), « Comment attirer les jeunes dans l'agriculture », *CTA Technical Brief 19*. Wageningen : CTA <https://hdl.handle.net/10568/105630> (consulté le 23 septembre 2023).

Wade Cheik. Ahmed Tidiane (2018), « L'agriculture : un grenier d'emplois durables pour les jeunes et les migrants de retour », *Agridape publication*, Sénégal. <http://iedafrique.org/opinion-L-agriculture-un-grenier-d-emplois-durables-pour-les-jeunes-et-les.html>, (consulté le 22 septembre 2023).