

Des DJs montrent des vidéos au Malawi

ÉTUDE
D'IMPACT

13

Introduction

Les agriculteurs qui regardent des vidéos d'apprentissage ont tendance à comprendre les nouvelles idées, à les adapter de manière créative et à améliorer leurs rendements. Cependant, il faut trouver des moyens de mettre les vidéos entre les mains de tous les agriculteurs. Des projets aident à distribuer des vidéos, mais la plupart des agriculteurs sont autonomes, déconnectés des agents de vulgarisation, des projets ou des ONG.



Avec quelques DVD et un nouvel angle d'affaires, les DJ distribueront des vidéos de formation

DJs dans chaque petite ville

En 2013, Ronald K. Udedi, spécialiste des médias, a remarqué que, sans encouragement extérieur, de jeunes hommes (et quelques femmes) avaient créé de petites entreprises de divertissement numérique dans chaque marché de ville au Malawi. Ces jeunes se faisaient appeler "DJs" et achetaient ou échangeaient des DVD, copiaient les films et les vidéos de musique sur leur ordinateur, puis installaient des vidéos dans les téléphones (autre que Android ou Smart) des personnes vivant dans les petites villes et villages. Les agriculteurs qui se rendaient au marché pourraient payer pour avoir quelques films téléchargés sur leur téléphone et les regarder plus tard à la maison avec leurs amis et leur famille.

Les DJs ont distribué des vidéos d'apprentissage aux agriculteurs

En 2015, Access Agriculture a financé un concours pour voir si les DJ partageraient des vidéos de formation agricole avec les agriculteurs, ce qui impliquerait que si l'idée fonctionnait, les DVD pourraient être distribués par des revendeurs de divertissements informels dans toute l'Afrique. Udedi a réalisé des copies de 3 DVD (Rice Advice, Fighting Striga et Chilli) en Anglais et dans plusieurs langues du Malawi (Chichewa, Yao et Sena). Il a donné ces DVD à 95 DJ du sud du Malawi et les a encouragés à partager des vidéos d'apprentissage avec les agriculteurs.

Une étude en 2016 a trouvé que certains des DJ étaient retournés à l'école, ou trouvé de nouveaux emplois ailleurs, mais l'équipe de recherche a pu rencontrer 56 DJs. Tous les DJ ont distribué les vidéos d'une manière ou d'une autre. Au moins 50% ont vendu des vidéos. D'autres ont ajouté les vidéos agricoles comme cadeaux aux clients qui ont acheté des films. Certains DJ ont constaté que les vidéos ont amené de nouveaux clients en attirant des hommes plus âgés de la campagne, des agriculteurs très sérieux. Les DJs ont directement touché environ 2 100 personnes et peut-être 21 000 indirectement.

Les DJ étaient tous satisfaits de leur première expérience. Leur seul reproche était qu'ils n'avaient pas reçu plus de DVD.

Cette étude de cas a été financée par la Direction du Développement et de la Coopération (SDC).

Contact: Jeffery Bentley jeff@agroinsight.com

Bentley, Jeffery, Paul Van Mele, and Ronald Kondwani Udedi 2014 Digital information flows in Malawi. Copy available from senior author.

Bentley, Jeffery W., Ronald Kondwani Udedi, and Paul Van Mele 2016 Malawi DJs Distribute Videos to Farmers. Access Agriculture.

[Read the study.](#)

AGRO insight
communicating agriculture

 AccessAgriculture

Summary &
photo by
Jeff Bentley