

Les vidéos aident à améliorer la vie des femmes

ÉTUDE
D'IMPACT

1

Introduction

Les hommes ont plus facilement accès à des informations que les femmes. Cette étude demande si les vidéos d'agriculteur à agriculteur pourraient aider à surmonter cette discrimination, et ce que les femmes feraient avec ces nouvelles connaissances.

L'étude

Au Bangladesh, des vidéos sur des semences de riz ont été filmées avec les agriculteurs et ensuite montrées dans de nombreux villages. Les chercheurs ont interrogé 140 femmes choisies au hasard dans 28 villages vidéo et 40 femmes dans quatre villages témoins dans le nord-ouest du Bangladesh, sur les changements dans leur vie au cours des cinq dernières années. En moyenne, les femmes avaient regardé les vidéos six fois.

Les femmes ayant regardé les vidéos menaient plus d'expériences, adoptaient plus d'innovations, aidaient à innover et trouvaient des manières pour vendre et négocier les semences au meilleur prix. Les femmes avaient réduit leur taux d'ensemencement de près de la moitié (une réduction de leurs coûts de production). Les semences produites étaient plus claires, plus saines et plus faciles à vendre. Dans les villages témoins, il n'y avait aucun changement.

Les rendements de riz ont augmenté de 15%, améliorant le statut social et économique des femmes. Plus de 20% des ménages ont atteint l'autosuffisance en riz, avec aucun changement dans les villages témoins. 24% des ménages vidéo sont devenus des producteurs excédentaires. Ils ont vendu plus de riz, plus de semis et plus de paddy. Les maris ont consulté leurs femmes plus souvent sur les semences de riz et sur les dépenses du ménage. Les ménages possédant leurs propres terres (non métayers) et ceux qui avaient l'aide de membres du ménage étaient plus susceptibles d'augmenter leurs revenus. Les femmes qui avaient souvent regardé les vidéos mobilisaient plus de soutien et augmentaient leurs revenus davantage. Elles étaient aussi plus confiantes en cherchant et partageant de nouvelles connaissances avec les fournisseurs de services et les autres membres de la communauté.

Conclusion

Avec la terre et la main-d'œuvre, les femmes ayant regardé les vidéos augmentaient leurs revenus, statut social et capacité à innover. Savoir, c'est pouvoir (mais telle est la terre).



Les femmes du Bangladesh qui ont regardé les vidéos produites des semences plus saines, gagnent plus et sont plus confiantes en cherchant et partageant de nouvelles informations



Des stocks de riz augmentés dans une maison du village vidéo Hosnabad, dans le nord-ouest du Bangladesh

Contact : Paul Van Mele | paul@agroinsight.com

POUR CITER L'ARTICLE :

Chowdhury, A.H., P. Van Mele & M. Hauser 2011 Contribution of farmer-to-farmer video to capital assets building: Evidence from Bangladesh. *Journal of Sustainable Agriculture* 35(4): 408-435.



AGRO insight
communicating agriculture

Résumé et
photos de Jeff
Bentley