

# La communication sociale en nutrition à travers la vulgarisation agricole au Maroc

**M. Andrien, H. Aoussaf et A. Salhi**

Michel Andrien est coordonnateur du CERES, Centre d'enseignement et de recherche en éducation pour la santé de l'Université de Liège (Belgique). Hsain Aoussaf et Aziza Salhi travaillent auprès de la Division de la vulgarisation agricole du Ministère de l'agriculture et de la mise en valeur agricole du Royaume du Maroc.

**L**e système public de vulgarisation agricole du Maroc comprend la Division de la vulgarisation agricole au niveau central et diverses structures décentralisées. Au niveau provincial, les Directions provinciales de l'agriculture couvrent les zones d'agriculture pluviale, alors que les Offices régionaux de mise en valeur agricole coiffent les périmètres irrigués. Les Centres de travaux et les Centres de mise en valeur agricole agissent au niveau local.

Outre les structures publiques de vulgarisation agricole, il existe des sociétés privées qui font de la publicité pour leurs produits agricoles, ainsi que des organisations professionnelles agricoles telles que chambres d'agriculture, associations professionnelles spécialisées par produits et coopératives agricoles.

Les programmes de vulgarisation agricole ont longtemps été orientés vers l'augmentation de la production végétale et animale. Ils répondaient à l'objectif principal de la politique agricole, à savoir: satisfaire aux besoins alimentaires du pays en produits de base (céréales, huiles, lait et sucre) et

améliorer les revenus des paysans. Ces programmes, essentiellement axés sur les aspects techniques de la vulgarisation agricole, se sont peu à peu étendus aux aspects liés à la qualité des aliments produits, à l'hygiène, à la nutrition et au planning familial, etc., grâce, en particulier, au recrutement de vulgarisatrices agricoles. Dès lors, la cible n'a plus été seulement l'homme, mais aussi la femme et la jeune fille.

Le Projet de coopération technique (PCT), dont il est question ici, est venu renforcer cette orientation et a permis de mettre au point un modèle d'intervention en matière de communication sociale en nutrition. Il a été réalisé dans le cadre de la coopération entre la FAO et le Ministère de l'agriculture et de la mise en valeur agricole. Il s'inscrivait dans le cadre du Plan national en faveur de la nutrition, tel que défini par le Gouvernement marocain en septembre 1993.

## OBJECTIFS DU PROJET

Ce projet avait à l'origine pour but de mettre au point du



*Rencontre de vulgarisateurs et de notables de la Province de Beni-Mellal*

M. Andrien

matériel didactique destiné aux vulgarisateurs agricoles pour l'éducation des populations rurales en matière d'alimentation et de nutrition et en matière d'hygiène et de qualité des aliments. (Le projet se proposait en outre de former les vulgarisateurs agricoles à l'utilisation de ce matériel didactique.)

Il est rapidement apparu à ses promoteurs que ce projet revêtait un caractère plus large car il supposait la mise en place d'une stratégie de communication. L'intention finale était en effet d'accroître la qualité de certains produits alimentaires locaux et, partant, d'améliorer l'état nutritionnel de la population locale. L'intervention devait mobiliser les vulgarisateurs et vulgarisatrices agricoles afin qu'ils diffusent des messages relatifs à la nutrition et à la qualité des aliments.

Cette intervention a été réalisée à titre pilote dans trois régions du pays: la province d'Azilal, région montagneuse, difficile d'accès, aux prises avec des conditions très défavorables à l'agriculture; le périmètre irrigué du Tadla, partie de la province de Beni-Mellal, voisine d'Azilal, mais bénéficiant de conditions très favorables à l'agriculture; et le reste de la province de Beni-Mellal, situé sur le piémont et connaissant, sur le plan du développement de l'agriculture, une situation intermédiaire.

Pour la Division de la vulgarisation agricole, ce projet était l'occasion de tester un mode de planification des interventions dans la communication sociale en nutrition et une méthode d'évaluation de ce type d'intervention. Les compétences acquises dans ces domaines étaient susceptibles de transfert vers d'autres projets et programmes de vulgarisation agricole.

## PLANIFICATION DE L'INTERVENTION DE COMMUNICATION

La planification d'une intervention de communication suit un schéma aujourd'hui bien connu des spécialistes de la communication sociale en nutrition (Andrien et Beghin, 1993; FAO, 1993; FAO, 1994).

**La phase de conception.** Celle-ci part d'un diagnostic de la situation permettant de définir les problèmes prioritaires, les causes de ces problèmes, les causes pouvant être modifiées par une approche éducative, les aspects déterminants des comportements sur lesquels on peut agir et les modes de communication utilisés dans le contexte considéré. Dans le cadre de ce projet, deux études diagnostiques ont été conduites par des experts nationaux, l'une sur la situation alimentaire et nutritionnelle locale, l'autre sur la qualité de certains aliments produits localement. L'identification et l'analyse des problèmes ont permis de poser un diagnostic de la situation.

**La phase de formulation.** Celle-ci débute par la détermination des objectifs de l'intervention dans la communication sociale.

Elle se poursuit par la formulation des messages. Ceux-ci doivent être prétestés sur le terrain afin de déterminer: s'ils correspondent bien à un problème vécu localement; s'ils proposent des solutions acceptables culturellement et réalisables économiquement; s'ils sont bien compris par le public auquel ils s'adressent; et s'ils suscitent l'intérêt de ce public par la façon dont ils sont formulés. La phase de formulation se poursuit par le choix des voies de communication, et par la conception des supports qui requiert la collaboration de l'équipe de conception du programme et d'artistes affectés à l'élaboration des supports considérés (graphistes, vidéastes, ingénieurs du son, etc.). Ces supports doivent aussi faire l'objet d'une préenquête auprès du public auquel ils sont destinés.

Les objectifs de l'intervention de communication ont été définis en relation avec le diagnostic établi auparavant. Les messages formulés sur cette base et les supports de communication ont été prétestés localement. Il s'agissait d'affiches, de bandes sonores et de bandes vidéo réalisées par des professionnels des médias et destinées aux agriculteurs et aux agricultrices, ainsi que d'aide-mémoire pour les vulgarisateurs eux-mêmes.

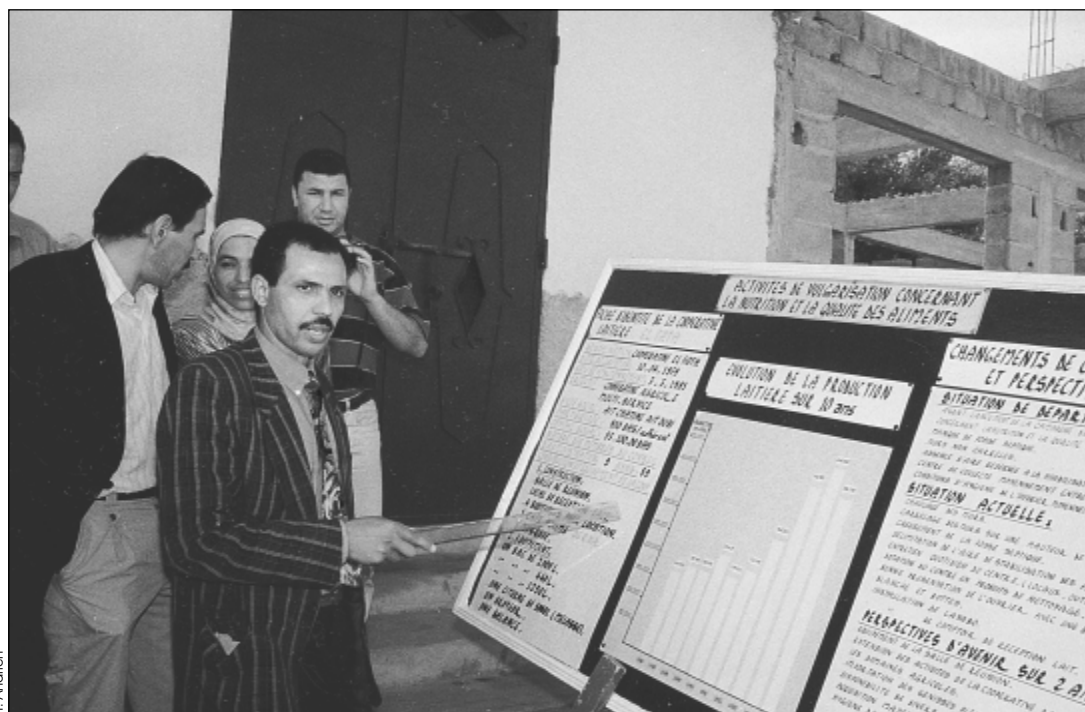
**La phase de mise en œuvre.** Celle-ci inclut trois étapes: la production des supports (à partir des maquettes réalisées lors de la phase de formulation); la formation des intervenants (ici, en particulier les vulgarisateurs et les vulgarisatrices agricoles); et la communication proprement dite avec la population.

Au terme des prétests et des corrections apportées à la suite de ceux-ci, la production a été engagée, ainsi que la formation de ceux qui allaient communiquer les messages (les intervenants). Les actions de communication ont pu ensuite être lancées vers la population.

Dans sa fonction formative, l'évaluation accompagne les processus en cours d'exécution, dans la perspective de réguler ceux-ci. Dans sa fonction sommative, l'évaluation permet de dresser un bilan au terme d'un cycle du projet (De Landsheere, 1979). L'évaluation a démarré dès que le projet est entré dans sa phase de formulation, selon une proposition méthodologique décrite plus loin.

## ANALYSE DES PROBLÈMES PRIORITAIRES

Un groupe pluridisciplinaire provenant de divers départements ministériels (vulgarisation agricole, répression des fraudes alimentaires, santé maternelle et infantile, alphabétisation, etc.) a été chargé de réaliser l'analyse des problèmes nutritionnels et des problèmes de qualité des aliments, sur la base de deux études effectuées dans les provinces considérées (Jelloun, 1994; Hamimaz, 1994).



Réunion d'évaluation  
à la coopérative  
El Fath

Les problèmes à aborder en priorité dans le cadre de ce projet pilote ont été définis comme suit:

- Le déséquilibre de la consommation alimentaire des familles, notamment:
  - la faiblesse de l'autoconsommation;
  - le manque de diversification des préparations alimentaires;
  - la faible consommation de poisson, en particulier dans la province d'Azilal;
  - la faible consommation de fruits et de légumes.
- La qualité insuffisante de l'huile d'olive produite dans les *maasras* (unité artisanale d'extraction d'huile d'olives);
  - la qualité médiocre de la matière première;
  - le transport et le stockage de la matière première dans de mauvaises conditions;
  - le prétraitement défectueux;
  - le graissage de la vis de la presse avec de l'huile de moteur;
  - l'emballage inapproprié;
  - le manque d'hygiène du bâtiment.
- Le manque d'hygiène dans les centres de collecte du lait.

Chaque problème jugé prioritaire fit l'objet d'une analyse causale en arbre selon la méthode du diagnostic nutritionnel (Beghin, Cap et Dujardin, 1988).

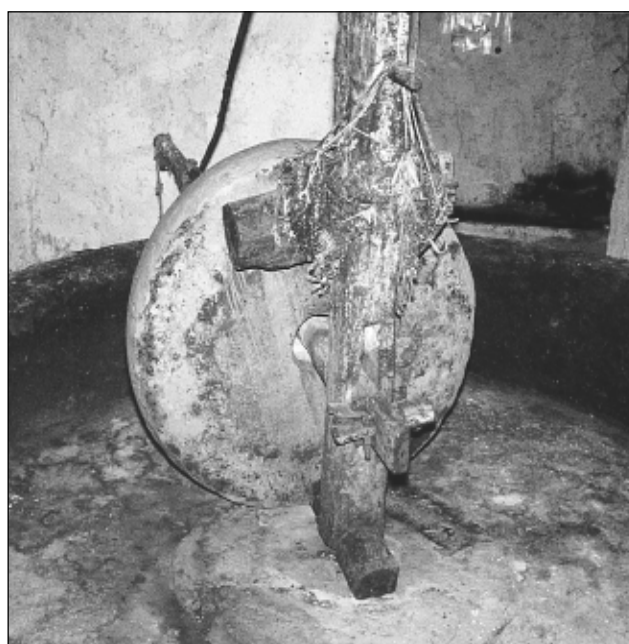
Pour chacun des trois problèmes évoqués plus haut, le groupe pluridisciplinaire a construit un arbre de causalité, ou «modèle hypothétique causal», devant servir de référence pour définir les objectifs de changement comportemental, concevoir les messages et évaluer le projet. Le modèle hypothétique causal permet non seulement d'identifier les facteurs sur

lesquels l'effort sera porté, mais aussi les facteurs qui constitueront des difficultés dans la progression vers les objectifs du projet (voir figure 1).

#### MODÈLES ET MÉTHODES DE L'ÉVALUATION

S'inscrivant dans une logique d'évaluation formative et non sommative, l'équipe d'encadrement a choisi une approche globale et participative de l'évaluation (Lefevre et Beghin, 1991).

Il s'agissait de réaliser une évaluation qui soit réellement utile aux acteurs du programme, davantage centrée sur les processus que sur les résultats et orientée vers des décisions



La meule d'une huilerie traditionnelle (maasra)

plutôt que vers des conclusions. Pour ce faire, il était souhaitable de répondre à quelques questions simples visant à améliorer les processus en cours: allons-nous dans la bonne direction? Faisons-nous correctement notre travail? Les activités prévues sont-elles réalisées et, si oui, le sont-elles de manière à satisfaire les principaux acteurs du projet? Ces activités donnent-elles les résultats escomptés? Progresse-t-on vers les objectifs à long terme du projet?

Dans le contexte de l'évaluation, le groupe pluridisciplinaire a construit un tableau dit «HIPPOPOC», résumant en quatre colonnes les intrants, les processus, les résultats et les effets du projet ou du programme. A partir de cette analyse des éléments constitutifs du projet, l'étape suivante de l'évaluation a amené l'équipe intersectorielle à élaborer un modèle dynamique de l'intervention. Ce modèle a permis aux participants de mieux comprendre la cohérence du projet et, partant, de mieux identifier quels pourraient être les indicateurs de son évaluation à court terme.

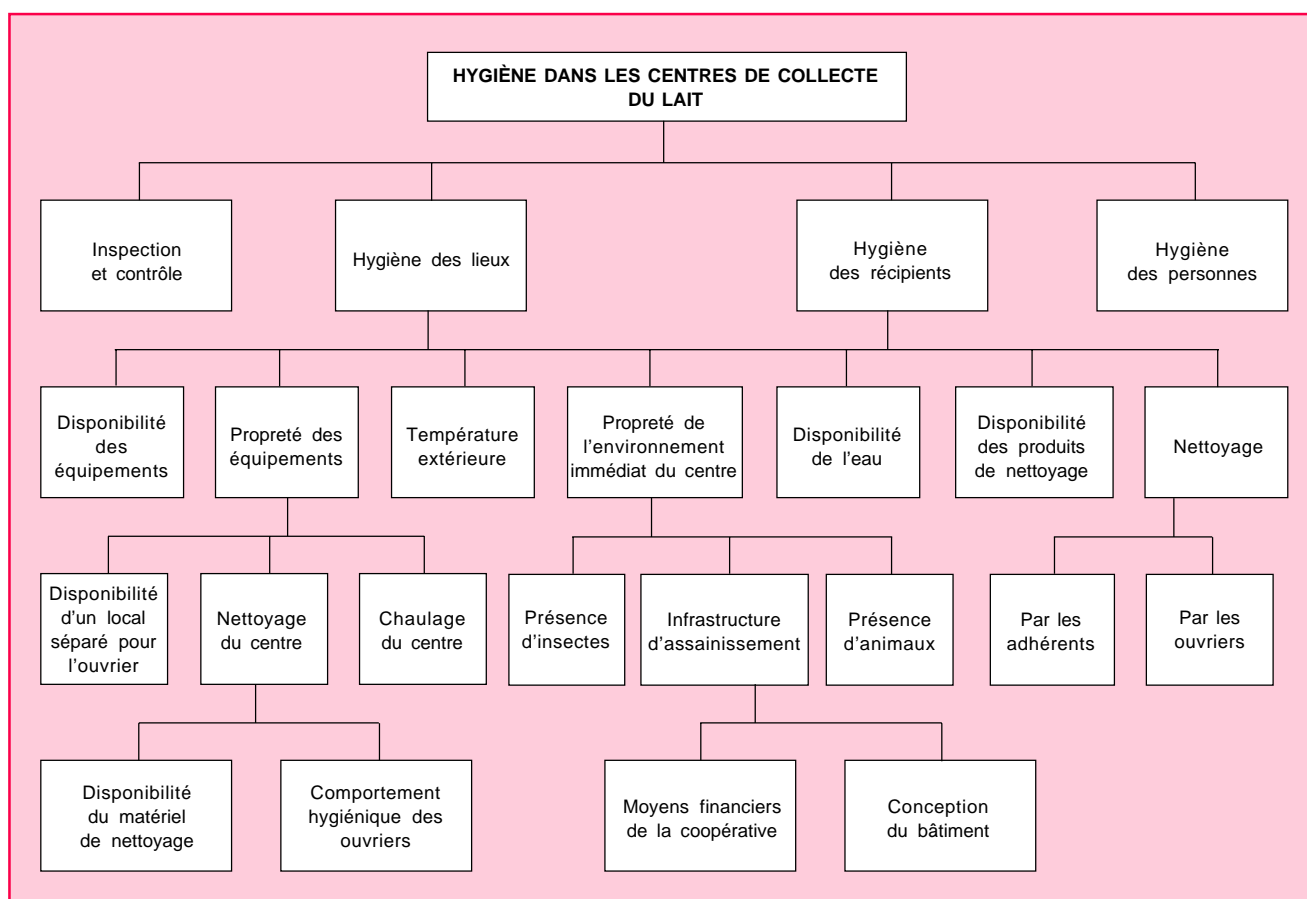
Le modèle dynamique organise en effet les éléments constitutifs du projet dans un ensemble cohérent et chronologiquement ordonné. C'est un outil de vision commune du projet et des enchaînements de ses activités pour l'équipe qui le réalise.

La figure 2 présente, en une version simplifiée, le modèle dynamique de cette intervention. Ce modèle dynamique raconte l'histoire passée, présente et future du projet. Sur la base de ce modèle dynamique, l'équipe intersectorielle définit des indicateurs de processus, de résultats et d'effets du projet, à récolter pendant la suite de son exécution.

### RÉSULTATS DE L'ÉVALUATION

Une série d'indicateurs ont été recueillis par les vulgarisateurs agricoles, puis regroupés à l'échelon provincial avant d'être traités par le service central chargé de l'exécution du projet. Les éléments d'évaluation disponibles après six mois de communication avec la population sont principalement des indicateurs quantitatifs et qualitatifs des processus et des résultats, ainsi que des données qualitatives sur les obstacles et les contraintes qui ont été rencontrés par ceux qui ont mis en œuvre le projet sur le terrain.

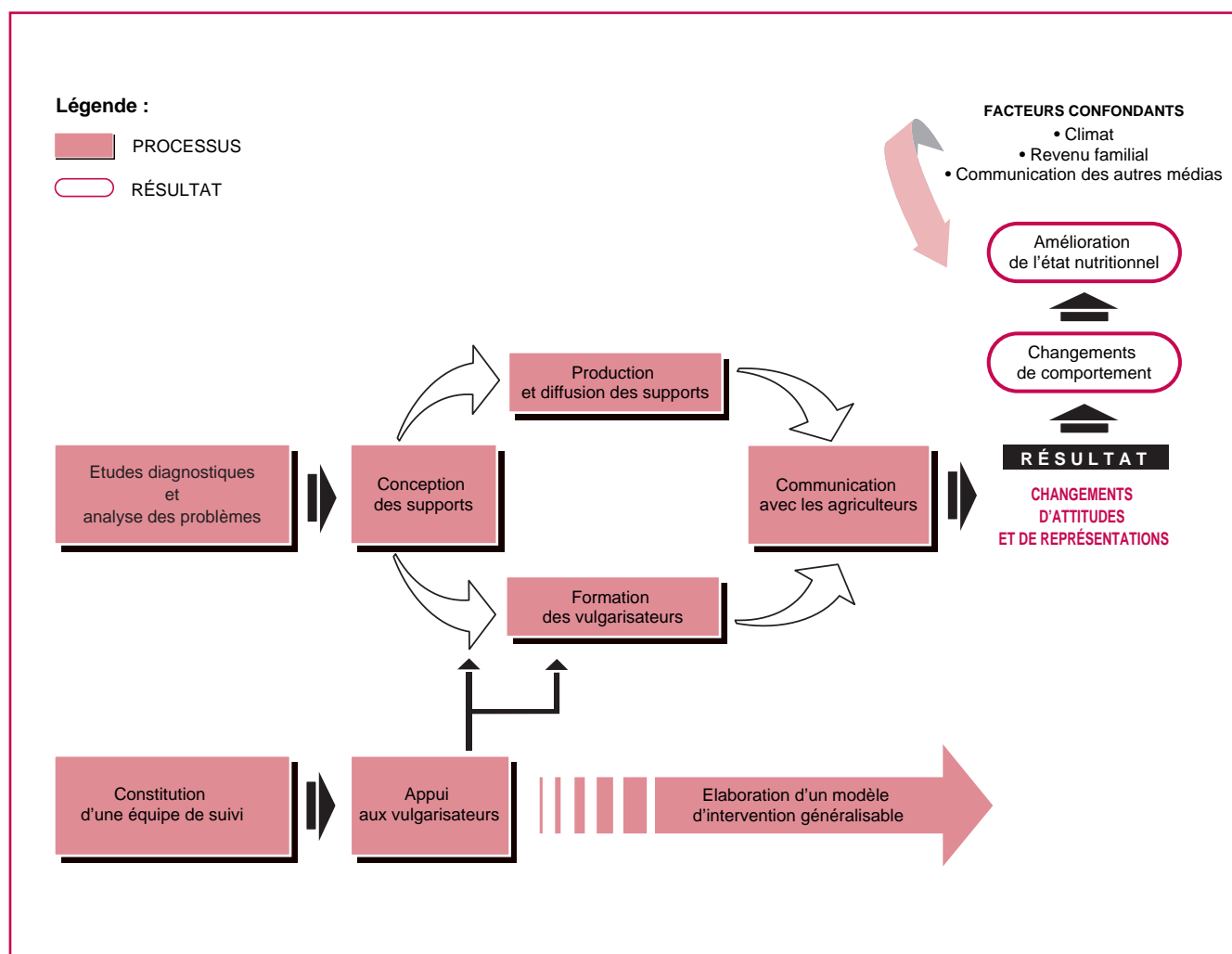
*Production de supports de formation et de communication.* Le projet a contribué à la formulation de messages clairs en matière de nutrition (diversification de la production et de la



1

Exemple de modèle hypothétique causal: l'hygiène dans les centres de collecte du lait





2

### Modèle dynamique simplifié de l'intervention

(production artisanale d'huile d'olive et hygiène de la collecte du lait). Ces messages ont fait l'objet d'une transcription sur des supports de formation des agents de terrain et sur des supports de communication avec la population. Ces supports ont été prétestés et adaptés aux publics visés.

Au total, le projet a permis de produire et de diffuser un aide-mémoire sur l'alimentation nutrition, un guide des bonnes pratiques dans les *maasras*, cinq affiches, une cassette audio incluant des conseils présentés sous forme de saynètes et de chansonnettes et une cassette vidéo sur la production d'huile d'olive dans les *maasras*.

**Formation de personnel.** Douze sessions de formation ont été organisées dans le cadre de ce PCT concernant les trois domaines suivants:

- la mise au point d'une stratégie de communication dans le domaine de la nutrition;
- l'inspection et le contrôle des aliments;
- l'inclusion des thèmes concernant la nutrition et la qualité des aliments dans les activités habituelles de

vulgarisation agricole, avec l'aide des supports produits dans le cadre du projet.

Soixante-trois personnes ont en outre participé à l'atelier final de présentation et de discussion des résultats du projet pilote.

**Communication avec la population.** La communication avec la population s'est déroulée durant les six derniers mois de l'exécution du projet. A Azilal, les cinq centres de travaux qui dépendent de la Direction provinciale ont été impliqués dans le projet. De même, à Beni-Mellal, les cinq centres de travaux se sont également investis dans le projet. Enfin, dans le Tadla, 27 centres de développement agricole sur les 32 centres qui dépendent de l'Office régional de mise en valeur agricole ont participé au projet.

Durant cette phase pilote, nombre d'agriculteurs, d'agricultrices et de responsables de *maasras* (centres de collecte du lait) ont été contactés individuellement ou par groupe par les vulgarisateurs et/ou les vulgarisatrices sur les objectifs du projet. Ainsi, 5 673 personnes (pour la plupart des hommes) ont été contactés à Azilal, 5 662 personnes (4 048

consommation des aliments) et de qualité des aliments (hommes et 1 614 femmes) à Beni-Mellal et 10 314 personnes

(8 240 hommes et 2 074 femmes) dans le Tadla. Le fait que moins de femmes ont été contactées (même si les thèmes abordés les concernent en priorité) s'explique en bonne partie par la faible représentation féminine au sein du personnel de vulgarisation agricole. Le cas extrême se présente à Azilal où, à l'heure actuelle, les services de vulgarisation agricole ne comptent aucune femme.

Les supports mis à la disposition des vulgarisateurs ont été utilisés pour soutenir leurs efforts de communication interpersonnelle. Une plus grande diversité de supports est souhaitée par les agents de terrain, qui aimeraient, par ailleurs, que leurs messages soient renforcés par les médias.

Plus de 90 pour cent des 65 personnes interrogées ont vu les affiches et ont reçu des explications d'un vulgarisateur ou du directeur d'un centre agricole, ou encore d'un autre agriculteur, voire même d'un autre agent de développement. Il est apparu très clairement que les affiches stimulent la communication sociale en matière de nutrition, dans la mesure où, une fois que les agriculteurs les voient, ils demandent qu'on leur en explique le contenu? Cela entraîne automatiquement une discussion, même informelle, au sujet de la nutrition ou au sujet de la qualité des aliments.

Une fois présentées par les vulgarisateurs au public-cible de l'intervention, les affiches sont bien comprises. La lecture que les personnes interviewées en font est conforme aux intentions de ceux qui les ont conçues. Un message supplémentaire est perçu, sans qu'il ait fait l'objet d'une intention explicite de la part des responsables du projet: le message de la planification familiale. Deux affiches présentent en effet une famille et, chaque fois, il s'agit d'une famille de taille réduite. On ne peut que se féliciter du message sous-jacent et non intentionnel porté par ces affiches, puisqu'il correspond à une volonté politique nationale de développer la planification familiale.

La cassette audio est elle-même bien perçue et très appréciée, puisque certains agriculteurs voudraient en recevoir un exemplaire. Presque toutes les personnes interrogées ont retenu les messages importants que cette cassette contient.

En résumé, l'enquête menée par l'équipe centrale a mis en évidence que les supports sont de bonne qualité, mais qu'ils doivent être présentés par les vulgarisateurs lors d'un «face-à-face» avec les agriculteurs pour que l'on puisse en espérer un impact.

**Changements de comportement.** Malgré la durée réduite de la phase de communication avec la population et malgré une

campagne agricole perturbée par une sécheresse inhabituelle, les agents de terrain ont noté chez les agriculteurs et les agricultrices un vif intérêt pour les thèmes abordés dans le cadre de ce projet. Les agriculteurs ont compris les messages qui leur étaient adressés et n'ont manifesté aucune opposition à leur contenu. Certains d'entre eux, producteurs ou consommateurs, ont même déjà modifié quelques-uns de leurs comportements.

Les messages relatifs à l'hygiène dans les centres de collecte du lait ont été jugés pertinents et certains responsables ont déclaré avoir déjà amélioré la situation. Cela a pu être vérifié sur place. La plupart des personnes interrogées ont dit appliquer les recommandations présentées sur les supports, même celles encourageant la consommation de poisson.

La durée de l'intervention sur le terrain (six mois), d'une part, et la sécheresse, d'autre part, ont été les principaux facteurs limitatifs de ce projet de communication, et c'est pourquoi il était hors de question d'attendre des effets significatifs sur les comportements des consommateurs comme des producteurs avant la fin du projet. D'une façon générale, les effets de programmes de communication sur les habitudes de production et de consommation alimentaires doivent être évalués sur le long terme.

## CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

L'introduction des questions afférentes à la nutrition et à la qualité des aliments dans la vulgarisation agricole est en route (elle a été effective pendant six mois à Azilal, Tadla et Beni-Mellal), et tous les partenaires du projet s'accordent pour dire que c'est un objectif réalisable. Certains estiment toutefois qu'un accroissement des ressources humaines et matérielles des structures de la vulgarisation agricole serait nécessaire pour inscrire cette innovation dans la routine.

La communication sociale en nutrition s'est incontestablement développée dans les trois zones du projet pendant les six mois de son exécution, et les principaux intéressés, agriculteurs et agricultrices, se sont déclarés vivement concernés par ces questions, et ont entamé un dialogue avec les vulgarisateurs et vulgarisatrices. Des changements positifs ont déjà pu être observés par les vulgarisateurs, tant au niveau de la consommation alimentaire (dans quelques ménages) qu'au niveau de l'aménagement des centres de collecte du lait et des *maasras*.

Le modèle d'intervention dans la communication sociale en nutrition a été en partie validé. Il est ainsi apparu possible d'introduire dans les activités de vulgarisation agricole des composantes ayant trait à la nutrition – domaine habituellement réservé au personnel sanitaire – et à la qualité des aliments – domaine traditionnellement réservé aux

inspecteurs de la répression des fraudes.

Cette innovation a pu suivre une démarche logique d'intervention dans la communication sociale, respectant les étapes d'analyse des problèmes, de formulation d'objectifs et de messages précis, de conception et de prétest des supports et de formation des agents, avant de se lancer dans la communication avec les populations. Pour être formative, l'évaluation d'une telle innovation peut emprunter des méthodes globales et participatives, telles que l'analyse causale qui permet d'avoir une vue d'ensemble des problèmes et de leurs déterminants, et la construction d'un modèle dynamique de l'intervention, qui permet de situer très précisément les processus par rapport à leurs intrants, résultats et effets.

Un tel processus d'évaluation permet d'unir les responsables chargés du projet autour de modèles de référence communs, modèles conceptuels construits sur la base de l'expérience des divers acteurs intervenant dans cette innovation. ♦

## RÉFÉRENCES

- Andrien, M. et Beghin, I.** 1993. *Nutrition et communication: de l'éducation nutritionnelle conventionnelle à la communication sociale en nutrition*. L'Harmattan, Paris.
- Beghin, I., CAP, M. et Dujardin, B.** 1988. *Guide pour le diagnostic nutritionnel*. OMS, Genève.
- Ben Jelloun, S.B.** 1994. *Consommation et comportement alimentaires dans trois régions rurales marocaines*. Ministère de l'agriculture et de la mise en valeur agricole, Rabat.
- De Landsheere, G.** 1979. *Dictionnaire de l'évaluation et de la recherche en éducation*. PUF, Paris.
- FAO.** 1993. *Guide méthodologique des interventions dans la communication sociale en nutrition*, par M. Andrien. Rome
- FAO.** 1994. Les interventions dans la communication sociale en nutrition, par M. Andrien. *Alimentation, nutrition et agriculture*, 10: 9-17. Rome.
- Hamimaz, A.** 1994. *Diagnostic sur la qualité des aliments dans les régions de Beni-Mellal, Tedla et Azilal*. Ministère de l'agriculture et de la mise en valeur agricole, Rabat.
- Lefevre, P. et Beghin, I.** 1991. *Guide to comprehensive evaluation of the nutritional aspects of projects and programmes*. Institut de médecine tropicale, Anvers, Belgique. ♦

**La communication sociale en nutrition à travers la vulgarisation agricole au Maroc**

Le système public de vulgarisation agricole du Maroc comprend la Division de la vulgarisation agricole au niveau central et diverses structures décentralisées. Les programmes de vulgarisation agricole ont pendant longtemps été orientés vers l'augmentation de la production végétale et animale. Ils répondaient à l'objectif principal de la politique agricole, à savoir: satisfaire aux besoins alimentaires du pays en produits de base (céréales, huiles, lait et sucre) et améliorer les revenus des paysans. Ces programmes, qui étaient essentiellement axés sur les aspects techniques de la vulgarisation agricoles, se sont peu à peu étendus aux aspects liés à la qualité des aliments produits, à l'hygiène, à la nutrition et au planning familial et ce, grâce en particulier, au recrutement de vulgarisatrices agricoles.

Le Projet de coopération technique, dont il est question ici, a été réalisé dans le cadre de la coopération entre la FAO et le Ministère de l'agriculture et de la mise en valeur agricole. Il s'inscrivait dans le cadre du Plan national en faveur de la nutrition, tel que défini par le Gouvernement marocain en septembre 1993.

Ce projet avait à l'origine pour but de mettre au point du matériel didactique destiné aux vulgarisateurs agricoles pour l'éducation des populations rurales en matière d'alimentation et de nutrition et en matière d'hygiène et de qualité des aliments.

Il est rapidement apparu à ses promoteurs que ce projet revêtait un caractère plus large car il supposait la mise en place d'une stratégie de communication. L'intention finale était en effet d'accroître la qualité de certains produits alimentaires locaux et, partant, l'état nutritionnel de la population locale. L'intervention devait mobiliser les vulgarisateurs et vulgarisatrices agricoles afin qu'ils diffusent des messages relatifs à la nutrition et à la qualité des aliments. Pour la Division de la vulgarisation agricole, ce projet était l'occasion de tester un mode de planification des interventions dans la communication sociale en nutrition et une méthode d'évaluation de ce type d'intervention. La communication sociale en nutrition s'est incontestablement développée dans les trois zones du projet (Azilal, Tadla et Beni-Mellal) pendant les six mois de son exécution et les principaux intéressés, agriculteurs et agricultrices, se sont dits vivement concernés par ces questions, et ont entamé un dialogue à ce sujet avec les vulgarisateurs et les vulgarisatrices.

Des changements positifs ont déjà pu être observés par les vulgarisateurs, tant au niveau de la consommation alimentaire (dans quelques ménages) qu'au niveau de l'aménagement des centres de collecte du lait et des *maasras*. Le modèle d'intervention dans la communication sociale en nutrition a été en partie validé. Il est ainsi apparu possible d'introduire dans les activités de vulgarisation agricole des composantes ayant trait à la nutrition – domaine habituellement réservé au personnel sanitaire – et à la qualité des aliments – domaine traditionnellement réservé aux inspecteurs de la répression des fraudes.

Cette innovation a pu suivre une démarche logique d'intervention dans la communication sociale, respectant les étapes d'analyse des problèmes, de formulation d'objectifs et de messages précis, de conception et de prétest des supports et de formation des agents, avant de se lancer dans la communication avec les populations. Pour être formative, l'évaluation d'une telle innovation peut emprunter des méthodes globales et participatives, telles que l'analyse causale qui permet d'avoir une vue d'ensemble des problèmes et de leurs déterminants, et la construction d'un modèle dynamique de l'intervention, qui permet de situer très précisément les processus par rapport à leurs intrants, résultats et effets. Un tel processus d'évaluation permet d'unir les responsables du projet autour de modèles de référence communs, modèles conceptuels construits sur la base de l'expérience des divers acteurs intervenant dans cette innovation.

**Social communication on nutrition through agricultural extension in Morocco**

The State agricultural extension system in Morocco has a Department of Agricultural Extension at the central level and a number of decentralized structures. For a long time agricultural extension programmes were directed at increasing crop and animal production to match the overriding objective of agricultural policy, which was to cover the country's staple food needs (cereals, vegetable oils, milk and sugar) and raise farmers' income. These programmes, which essentially centred on technical aspects of agricultural extension, have gradually broadened to include concerns such as food quality, hygiene, nutrition and family planning, largely thanks to the recruitment of women extensionists.

A technical cooperation project was carried out under a framework of cooperation between FAO and the



Ministry of Agriculture and Agricultural Development, as an integral component of the National Plan of Nutrition which the Government of Morocco drew up in September 1993. The initial project objective was to develop teaching materials to help agricultural extensionists educate rural populations on subjects related to food and nutrition and food hygiene and quality.

It soon became apparent to the project's promoters that the project was broader in scope and that a communication strategy was needed. To meet the ultimate aim of enhancing the quality of certain locally produced foods, and accordingly the nutritional status of the local population, the intervention would have to mobilize agricultural extensionists to disseminate messages on nutrition and food quality. This project gave the Department of Agricultural Extension an opportunity to test methods of planning and evaluating activities for social communication on nutrition. Social communication on nutrition was manifestly promoted in the three project areas (Azilal, Tadla and Beni-Mellal) during the six months of the project's execution, and the key protagonists, the men and women farmers, expressed an interest in these matters and were ready to engage in dialogue with the extension workers.

Positive changes have already been noted, both in food consumption (in some households) and in the running of milk collection centres and processing mills. The model for social communication on nutrition was at least partially validated, showing that agricultural extension could also include elements of nutrition and food quality, traditionally the respective domains of health officials and food inspectors.

This innovatory process followed a logical step-by-step sequence – analysis of the problems, formulation of objectives and precise messages, design and pre-testing of support materials, training of field agents – before actual message delivery. To be instructive, evaluation of such innovation can be based on global, participatory methods (e.g. causal analysis) which permit an overview of the problems and their determining factors and the building of a dynamic model of intervention that will keep procedures closely aligned with inputs, results and outcomes. Such an evaluative approach can help unite the project team around common reference models, conceptual models based on the experience of all parties involved in the innovatory process.

**La comunicación social en materia de nutrición mediante la extensión agrícola en Marruecos**

El sistema público de extensión agrícola de Marruecos está integrado por una Dirección de Extensión Agrícola en el ámbito de la administración central y de diversas estructuras descentralizadas. Los programas de extensión se han orientado desde hace largo tiempo al aumento de la producción vegetal y animal. Respondían al objetivo principal de la política agrícola, que es satisfacer las necesidades alimentarias del país en productos básicos (cereales, aceites, leche y azúcar) y mejorar los ingresos de los campesinos. El temario de la extensión agrícola, que era fundamentalmente técnico, se ha ampliado a los aspectos relacionados con la calidad de los alimentos producidos, la higiene, la nutrición, la planificación familiar, todo ello gracias a la contratación de extensionistas agrícolas. De ahí que el objetivo no sea ya solamente el hombre, sino también la mujer, incluida la joven.

Este proyecto de cooperación técnica se ha insertado en la cooperación entre la FAO y el Ministerio de Agricultura y Fomento Agropecuario. Se engloba en el ámbito del Plan nacional en favor de la nutrición, tal como lo definió el Gobierno de Marruecos en septiembre de 1993. En un principio, el proyecto tenía por objetivo preparar el material didáctico destinado a los extensionistas agrícolas para la enseñanza de las poblaciones rurales en materia de alimentación y nutrición, así como de higiene y calidad de los alimentos.

Tenía también por objeto formar a los extensionistas agrícolas en el empleo de ese material didáctico. A sus promotores les pareció pronto que el proyecto revestía un carácter más amplio, que incluía el establecimiento de una estrategia de comunicación. En efecto, la intención final era mejorar el consumo alimentario y la calidad de algunos productos alimenticios del lugar y, de esa forma, el estado nutricional de la población local. Se trataba de movilizar a los extensionistas y a los agentes agrícolas para difundir mensajes sobre nutrición y calidad de los alimentos. El proyecto constituía la ocasión para la Dirección de Extensión Agrícola de experimentar una forma de planificación de las intervenciones en materia de nutrición y un método de evaluación de ese tipo de actuaciones. En las tres zonas del proyecto (Azilal, Tadla, y Beni-Mellal) durante los seis meses de ejecución del proyecto ha tenido lugar la comunicación

social en nutrición. Los principales interesados, agricultores de ambos sexos, se han mostrado interesados por estos temas y han entablado un diálogo con los extensionistas. Estos últimos han podido ya observar cambios positivos, tanto en el plano del consumo alimentario (en algunos hogares) como en el ámbito de gestión de las centrales lecheras y de las almazaras. El modelo de actuación en comunicación social nutricional ha sido válido, al menos en parte. También se ha visto la posibilidad de introducir en las actividades de extensión agrícola componentes que guardan relación con la nutrición, campo que habitualmente está reservado al personal sanitario, y con la calidad de los alimentos, terreno tradicionalmente propio de los inspectores para represión de fraudes.

Esta innovación ha podido seguir una trayectoria lógica de actuación en comunicación social, respetando las etapas del análisis de los problemas, de la formulación de objetivos y de mensajes concretos, de la concepción y preevaluación de los apoyos, y de la capacitación de los agentes antes de emprender la labor de comunicación con la gente. Para que la evaluación sea formativa, se pueden emplear métodos globales y participativos, como el análisis de causa-efecto, que permite tener una visión de conjunto de los problemas y de sus factores determinantes, y elaborar modelos dinámicos de intervención que sitúan con bastante precisión los procesos en función de los insumos, productos y resultados. Este tipo de evaluación permite unir al grupo encargado del proyecto en torno a patrones de referencia comunes, elaborados sobre la base de la experiencia de las distintas personas que intervienen en esta práctica innovadora. ♦