

Etude sur la mise en place de centres multimédias Communautaires au Mali

Etude commanditée par le Centre Technique de Coopération Agricole et Rurale



Août 2008

Etude réalisée par :
Jean Ernest OUEDRAOGO

REMERCIEMENTS

Au terme de cette étude portant la mise en place de centre multimédias communautaires au Mali, je tiens à remercier sincèrement tous ceux et toutes celles qui de façon directe ou indirecte ont contribué à la réalisation du présent document.

Ma pensée va principalement aux premiers acteurs de ces centres (membres des comités de gestion, gérants,) qui, souvent, en dépit des difficultés qu'ils rencontrent ont accepté de s'ouvrir à nous, pour nous apporter des réponses convenables à nos questions.

J'ai été très touché par la disponibilité des responsables des différentes associations rencontrées, de même que les communicateurs locaux, les institutions de financement des centres multimédias et tous les autres acteurs du secteur.

Ces remerciements vont également Monsieur Koda TRAORE responsable au niveau du CTA, chargé de la coordination de cette étude, pour sa disponibilité permanente dans l'accompagnement et pour l'importante documentation qu'il a mise à notre disposition.

LISTE DES SIGLES, ABREVIATIONS ET ACRONYMES

ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
AGETIC	Agence des Technologies de l'Information et de la Communication
AMADER	Agence Malienne pour le Développement de l'Energie Rurale
CLIC	Centre Local d'Information et de Communication
CMC	Centre Multimedia Communautaire
EDM	Energie Du Mali
FETEMA	Fédération des Télécentres Communautaires du Mali
IICD	People- ICT- Development
HKI	Helen Keller International
KFW	Coopération financière allemande
ONG	Organisation Non Gouvernementale
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture
USAID	Agence d'Aide des Etats Unis pour le Développement

1 euro = 655,957 FCFA

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	I
LISTE DES SIGLES, ABREVIATIONS ET ACRONYMES	II
1. INTRODUCTION	1
2. BREVE PRESENTATION DU MALI	1
3. PAYSAGE MEDIATIQUE.....	2
4. DESCRIPTION DE LA SITUATION DES INFRASTRUCTURES DES TIC ET DES RECENTS	2
DEVELOPPEMENTS DANS LE SECTEUR	2
5. METHODOLOGIE DE TRAVAIL	4
6. ETAT DES LIEUX DES CENTRES MULTIMEDIAS COMMUNAUTAIRES AU MALI.....	4
6.1 Les avantages	5
6.2 Les Contraintes	6
6.2.1 La Tutelle.....	6
6.2.2 Les ressources humaines et la formation	7
6.2.3 Les équipements	9
6.2.4 La Connexion	9
6.2.5 La source d'énergie:	10
6.2.6 Les services.....	11
6.2.7 La fréquentation des centres multimédias par les communautés de base	11
6.2.8 La faiblesse d'outils de gestion.....	12
7. LA VALORISATION DU SAVOIR LOCAL	13
8. LES RECENTES MUTATIONS DANS LE SECTEUR DES CENTRES MULTIMEDIA.....	14
9. LES PRINCIPAUX BESOINS EXPRIMES.....	15
10. LES PISTES DE REFLEXION POUR UNE PERENNISATION DES CENTRES MULTIMEDIAS	17
9. PISTES D'ACTION POUR LE CTA	19
10. CONCLUSION :	20
RECOMMANDATIONS :	21
1. Liste des personnes et Institutions contactées	I
2. Les résultats des questionnaires	IV
BIBLIOGRAPHIE	

1. INTRODUCTION

La création de centres d'information et/ou de communication au service des communautés rurales a connu un essor remarquable en Afrique au cours de ces dernières années. Des organismes de coopération bilatérale et multilatérale notamment le CRDI, la FAO, l'UNESCO, l'USAID ont accompagné ces processus d'installation dans plusieurs pays du continent.

Cependant, ces expériences ne semblent pas avoir couverts l'ensemble des besoins recensés. De plus, leur existence en l'absence d'appuis extérieurs semble très précaire avec pour conséquence le constat suivant :

- Les communautés rurales africaines ont toujours peu accès aux informations disponibles sur les activités socio-économiques et politiques à différents niveaux;
- Les expériences locales de développement sont très peu connues et donc peu valorisées;
- Les capacités en gestion de l'information et de la communication restent limitées au niveau local ;
- Un nombre relativement important de centres créés ne semble plus être fonctionnel après le départ des organismes d'appui

Dans ce contexte et tirant les leçons de ces expériences, le CTA souhaiterait savoir dans quelle mesure, il pourrait s'adosser sur ces expériences, en intégrant les approches et outils de communication traditionnels (radio, centres de lecture communautaire) et nouveaux (cyberespaces, site web communautaire) pour contribuer à combler les lacunes identifiées. L'objectif général de cette étude est de contribuer au développement socio-économique des communautés rurales.

2. BREVE PRESENTATION DU MALI

Le Mali couvre une superficie de 1 241 238 km carré soit environ 1/24 ème de la superficie totale de l'Afrique. Il partage 7000 Km de frontières avec sept (07) pays à savoir l'Algérie au Nord, le Niger à l'Est, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire et la Guinée au Sud, le Sénégal et la Mauritanie à l'Est.

Sur le plan administratif, le Mali est subdivisé comme suit :

- 1 District : Bamako, la capitale
- 8 régions
- 49 cercles
- 703 communes

- Population totale : 12, 7 millions en 2004 avec un taux de croissance de 2,6%
- Population rurale : Le secteur agricole au Mali occupe environ 9 912 460 personnes.

Le taux de croissance moyen de la production agricole est de 3,6% par an contre 2,6 % pour le taux de croissance de la population totale. La population agricole masculine est de 5 570 569 personnes, celle des femmes est de 4 341 891 personnes.

- Taux d'alphabétisation : Le taux d'alphabétisation de la population est assez faible, 46,4 %. Le taux d'alphabétisation des hommes qui est de 53,5% est supérieur à celui des femmes qui n'est que de 39,6%.

– Principales ethnies :

Mandé : 35%

Peuls : 17%

Soninké : 15%

Touaregs et maures : 10%

Sonrai : 10 %

– Principale langue : Le bambara est la langue nationale la plus parlée par la population, 80% de locuteurs.

Le français est la langue officielle

– Religion :

Musulmans : 95 %

Chrétiens et animistes : 5%

– Principales cultures : Le Mali cultive principalement des céréales (mil, maïs, sorgho, riz, fonio) qui occupent à elles seules 72% de la superficie totale agricole, les cultures industrielles 19% et les légumineuses 8%.

– Principaux produits d'exportation : l'or, le coton et le bétail

3. PAYSAGE MEDIATIQUE

– Presse écrite :

10 quotidiens et 20 hebdomadaires en français

4 publications en langues nationales (Jekabaara et kibarou en langue nationale bamanan, le Kabaaru, en Peul, le Xibaare en Soninké.

– Radios :

1 Radio nationale en français ;

1 radio rurale qui produit des émissions en langues nationales pour l'ensemble du pays ;

8 stations de radios régionales ;

210 radios privées (communautaires, associatives, commerciales) ;

- Télévision :

1 chaîne nationale ;

1 chaîne régionale, Africable

4. DESCRIPTION DE LA SITUATION DES INFRASTRUCTURES DES TIC ET DES RECENTS DEVELOPPEMENTS DANS LE SECTEUR

Le secteur des TIC au Mali a connu une forte croissance suite à la décision du Gouvernement d'adopter une politique d'ouverture progressive du secteur. La compétition a mené à une croissance exponentielle du parc d'abonnés aux compagnies de téléphones mobiles, une diversification des produits pour les utilisateurs et une baisse significative des prix. La densité globale du réseau téléphonique mobile a atteint 15% en juillet 2007, au-dessus de la moyenne de densité globale dans la sous région (12.8 %).

Pour le réseau fixe, le nombre de lignes fixes est passé de 65.834 en 2004 à 81.785 en juillet 2007 avec une concentration des lignes à Bamako qui regroupe les 2/3 des lignes facturées. La SOTELMA domine encore le marché du fixe. Malgré sa Licence globale, Orange Mali ne s'est intéressée au secteur du fixe que récemment, à travers son offre

convergente (internet + ligne fixe) utilisant la technologie WI-Max. Le nombre total d'abonnés fixe d'Orange s'élève à 2500.

Pour le réseau mobile, la concurrence est effective. Ce secteur du marché de télécommunication a connu une croissance hautement sensible dépassant les prévisions les plus optimistes grâce à une libéralisation réussie qui a drainé d'importants investissements privés. Au mois de juillet 2007, le nombre d'abonnés à la téléphonie mobile est passé de 45 974 abonnés en 2002 à près de 1 900 000 abonnés, soit un taux de croissance annuel moyen de 100%.

Orange Mali est l'opérateur largement dominant sur le marché avec environ 1,500 000 abonnés. Depuis décembre 2006, on note également une croissance significative du nombre d'abonnés de MALITEL liée à l'extension de la capacité de son réseau. MALITEL revendique aujourd'hui 460,000 abonnés et se propose d'augmenter sa capacité à 720,000 à la fin de 2007.

Le marché des TIC est caractérisé par une faible pénétration de l'Internet. L'Internet ne compte que 35 000 utilisateurs au Mali. Il y a plusieurs raisons à la modestie de ce taux, notamment la très faible pénétration des ordinateurs personnels 13 000 ordinateurs et le coût très élevé de l'accès local et des bandes passantes. Les cybercafés jouent par conséquent un rôle important pour l'accès à l'Internet. On en dénombre ainsi environ 300 situés principalement à Bamako.

A la fin de 2004, le nombre total de fournisseurs d'accès Internet s'élevaient 45 FAI actifs. Afribone et CEFIB sont les principaux fournisseurs et représentent 40 % du marché. Aujourd'hui le nombre s'est réduit à 5 opérateurs auxquels il faut ajouter SOTELMA et ORANGE offrant des services de large bande.

De nouveaux services numériques haut débit ont été introduits au Mali depuis 2004, offrant des accès à différents débits allant jusqu'à 2 mbits. IKATEL et la SOTELMA se sont récemment positionnés sur le marché de l'accès Internet, en souhaitant y jouer un rôle majeur. Les deux entreprises offrent donc une solution intégrée de communication " Données et Voix " et assurent la connexion haut débit par la Boucle Locale Radio, via WI-MAX, WI-FI. Le lancement du premier service à bande large d'IKATEL Ik@net et le service ADSL de la SOTELMA a déjà eu une incidence sur les forces qui régissent la concurrence sur le marché. Ciblant principalement les entreprises, ce service large bande fournit déjà plusieurs gros clients industriels au Mali. Malgré une importante réduction des prix des services large bande, le service est encore largement au-delà du pouvoir d'achat du citoyen moyen.

Le réseau de télécommunications est en cours de modernisation et la technologie de transmission par fibres optiques devrait se substituer à terme au système de faisceaux hertziens.

La capacité montante totale de la bande passante d'interconnexion du Mali à la dorsale de l'Internet s'est largement améliorée allant de 8 à 155 ces deux dernières années, suite aux investissements réalisés par SOTELMA et Orange Mali pour accéder au câble sous marin SAT- 3. Le secteur de télécommunications au Mali a connu une forte croissance suite à la décision du Gouvernement d'adopter une politique d'ouverture progressive du secteur. La compétition a mené à une croissance exponentielle du parc d'abonnés, une diversification des produits pour les utilisateurs et une baisse significative des prix.

La SOTELMA dispose aujourd'hui de deux liaisons au câble sous Marin SAT-3 qui lui permettra, d'une part, d'interconnecter le réseau de fibres optiques implanté sur les axes Bamako-Dakar, Bamako-Nouakchott et Bamako-Sikasso-Abidjan au câble sous-marin SAT-

3/WASC pour un accès haut débit au backbone Internet, et d'autre part, de mettre en œuvre une épine dorsale nationale à haut débit. Orange pour sa part a également investi pour se connecter directement au SAT-3 en passant par le Sénégal et la Côte d'Ivoire.

5. METHODOLOGIE DE TRAVAIL

Pour mener à bien cette étude, nous avons bénéficié d'un apport appréciable en documents que le CTA a bien voulu mettre à notre disposition. A cela, s'ajoute les informations que nous avons cherchées sur place, relatives non seulement au paysage audio visuel du Mali dans son ensemble, mais particulièrement, sur la situation des centres communautaires multimédias sous leurs différentes appellations.

Cette recherche documentaire nous a permis, d'élaborer des fiches et des guides d'entretien destinés aux responsables et gérants des centres, aux communicateurs locaux, aux partenaires techniques et financiers qui œuvrent dans ce domaine, aux associations de femmes, de jeunes, d'artisans....

Munis de ces outils de collecte de données, nous nous sommes rendus sur le terrain à la rencontre des acteurs. C'est ainsi que nous avons visité les localités suivantes : Fana, Niono, Markala, Douentza, Gao, Ansongo, Sikasso, Niéna, Bougouni, Ouéléssebouyou et Kati.

En plus des riches renseignements récoltés lors de cette tournée, nous nous sommes entretenus avec d'autres structures et avec des personnes ressources dont le rôle a une influence directe ou indirecte dans le bon fonctionnement des centres communautaires. On peut citer les responsables du ministère de la Communication et de la Nouvelle Technologie, les fournisseurs d'Internet, les responsables de l'Energie du Mali (EDM) etc.

C'est l'ensemble de toute cette démarche qui a produit les éléments contenus dans le présent rapport.

6. ETAT DES LIEUX DES CENTRES MULTIMEDIAS COMMUNAUTAIRES AU MALI

Il importe dans un premier temps de relever les différentes dénominations de ces structures qui, pourtant répondent au même objectif qui est celui d'offrir aux communautés de base, diverses prestations de services dont les principales sont : l'accès à internet, la formation à l'informatique, la photocopie des documents, les traitements de photo...



Le CLIC de Bougouni - Photo OJE

En plus des Centres Communautaires Multimédias (CMC) qui par vocation, sont implantés au sein des radios communautaires, il y a également les Télécentres communautaires, les Télécentres multimédias communautaires, des Centres locaux d'information et de communication (CLIC) et même d'autres dénominations en langue nationale Bambara comme le centre que nous avons visité à Sikasso qui porte le nom de «Séné Kunafoni Bulon » qui signifie « la maison de l'information agricole. La particularité de centre est qu'il pratique déjà le Système Question Réponse (SQR) au niveau local qui consiste à recevoir

des demandes d'informations sur les questions agricoles émanant de plusieurs structures (ONG, associations, groupements.) et de le leur fournir après de multiples recherches.

Pour ce faire, il utilise divers canaux de communication et l'outil Internet s'est révélé comme indispensable dans cette démarche, d'où sa prise en compte.

Dans notre développement, nous serons peut être amené à utiliser l'une ou l'autre dénomination qui, au demeurant ne présente aucune différence.

De création récente, (les premiers centres multimédias on vu le jour en 2002) ces structures sont essentiellement les produits de trois bailleurs de fonds que sont l'USAID, l'UNESCO, L'IICD.

L'USAID dans sa politique de mise en place de Centres communautaires multimédias s'est appuyé sur d'autres organisations à qui il a fourni les financements.

Ainsi, dans le cadre du projet communication pour le développement, financé par USAID et exécuté par Helen Keller International Mali, 19 centres multimédias communautaires (CMC) ont vu le jour, tous implantés au sein de radios communautaires. L'objectif étant non seulement de favoriser l'accès communautaire, mais aussi de permettre aux animateurs de la radio d'enrichir le contenu de leurs émissions par des informations tirées d'Internet. Il faut ajouter que le volet création et mise à jour de site Web pour certaines de ces radios a été pris en compte dans l'optique de valoriser le savoir local.

Les Centres locaux d'information et de communication ont été mis en place par Afriklinks qui auparavant était le Projet CLIC. Au total neuf (13) centres du genre ont vu le jour à travers tout le pays et implantés dans des lieux divers comme les mairies, les écoles, les ONG etc.

L'UNESCO, grâce principalement à l'appui financier de la coopération Suisse à crée vingt trois (23) centres communautaires multimédias, implantés également dans des radios communautaires.

L'IICD a contribué à la création de trois (3) Télécentres à Fana, à Koulikoro et à Kita...

La KFW, une institution allemande s'y est mise également en appuyant la réalisation d'un CMC à Nioro du sahel.

6.1 Les avantages

L'arrivée de ces structures dans le milieu rural a sans aucun doute entraîné une certaine modification dans les habitudes des populations. Elles qui, plutôt étaient habituées aux stations de radio. C'est donc dire, que l'arrivée des ordinateurs a provoqué d'abord de la curiosité, avec une certaine méfiance au départ pour beaucoup. Mais avec les actions de sensibilisation menées ça et là, petit à petit, la méfiance a fait place à un intéressement vis-à-vis de ces nouveaux outils de la part de ceux qui ont été convaincus. Dans plusieurs centres visités, de nombreux utilisateurs n'ont pas manqué de nous dire qu'ils avaient peur de l'ordinateur, pensant que c'était l'apanage des seuls intellectuels. Et depuis qu'ils s'y sont mis, l'outil a été démystifié et ils ne peuvent plus s'en passer. Malheureusement, ils ne sont pas nombreux par rapport à ceux qui marquent encore de la réticence. Mais nous pensons que cela constitue déjà un des gros avantages de la présence des centres multimédias dans les communautés rurales, car l'effet boule de neige fera le reste, avec le temps.

En attendant, si l'on se situe dans le camp des utilisateurs de l'outil Internet et des autres prestations qu'offrent les centres, il est heureux de constater les apports positifs qu'ils en tirent.

Nous avons vu des jeunes filles déscolarisées qui ont été initiées à l'Internet et à la bureautique. Elles étaient heureuses, car pour beaucoup d'entre elles, c'était la première fois dans leur vie, de posséder un diplôme qui leur ouvre les portes de l'emploi. A Fana, une d'elle a été déjà employée par une société de la place, les autres servent comme stagiaires dans le télécabine communautaire, en attendant leur tour.

A Gao, une association des femmes qui avait des difficultés à rédiger des projets de développement, a délégué trois de ces membres pour recevoir une formation en informatique (Word, Excel, Internet) et présentement, elles ne se font plus rédiger leurs projets par de tierces personnes, mais en plus, fréquentent régulièrement le centre à la recherche de partenaires à travers Internet.

A Sikasso, des producteurs de pommes de terre recevaient des semences sans fiches techniques. A travers des recherches sur Internet, non seulement ils ont pu obtenir les fiches correspondantes à leurs semences, mais plus, ils en ont découvert d'autres, plus adaptées à leurs conditions pédologiques, qu'ils n'ont pas hésité à commander en grosses quantités.

A Douentza, grâce à internet, des guides touristiques et de chasse ont créé leur propres sites Web à travers lesquels ils sont en relations permanentes avec des associations de touristes, des agences de voyages à travers le monde.

A Yanfolila, avant que la foudre ne s'abatte sur le CMC, l'hôpital de la ville bénéficiait des services d'Internet à travers le système de partage de la bande passante avec la radio. Par ce biais, le médecin de la localité traitait directement avec ses anciens professeurs en Belgique pour avoir leur avis sur le traitement de certaines pathologies.

Le système de partage de la bande passante permet à de nombreux services déconcentrés de disposer d'Internet à moindre coût et d'être plus efficaces dans leur fonctionnement.

Des radios renforcent le contenu de leurs émissions d'agriculture, de santé, de citoyenneté, de sport etc. par des nouvelles actuelles et riches, fruit de leurs recherches sur Internet, ceci pour le bonheur de milliers d'auditeurs.

Parler des avantages des centres multimédias, c'est parler aussi des autres services non moins importants qu'ils offrent aux populations comme la saisie et la photocopie des divers documents, le traitement des photos, la charge des batteries pour voiture et téléphones portables...

6.2 Les Contraintes

L'arbre ne doit pas cacher la forêt dit-on souvent. Les multiples avantages que les centres multimédias offrent aux populations ne doivent pas nous faire oublier les difficultés dans lesquelles ils évoluent et qui se situent à plusieurs niveaux :

6.2.1 La Tutelle

La majorité de ces centres ont pour instance dirigeante, des comités de gestion composés d'hommes et de femmes, issus de la localité dont le rôle est de permettre leur promotion et leur essor. Mais au contraire, ces comités de gestions se révèlent souvent comme des goulots d'étranglement.

La plus part des membres ne possède pas de culture informatique et n'ont pas de prise sur les réalités de fonctionnement des centres. Il nous a été signalé que des membres de comité de gestion ne rendent même pas une simple visite au centre dont ils ont la responsabilité. Et pourtant, souvent, par simple orgueil ou susceptibilité, ils leur arrivent de bloquer des initiatives parfois louables et visant à la promotion de la structure.

La politique s'est mêlée dans certaines localités où l'on constate la présence de deux comités de gestion distincts (pour la radio et pour le CMC). Alors que le principe est que le CMC implanté dans une radio est à sa disposition et doit être géré par la même instance.

Dans une des localités visitées, le comité de gestion qui était commun au départ aux deux entités a été infiltré par un des courants politiques pour enfin le démettre. Croyant qu'il pouvait faire du CMC, un outil de propagande. Résultat ledit CMC est dans l'impasse depuis des années. La seule activité qu'il peut offrir présentement est la formation en Word et Excel. Des cas similaires se présentent ailleurs comme dans cette autre localité où le CMC est logé dans la cour de la radio, mais, appartient à la mairie.

A noter enfin que certaines personnes se sont faites membres de comité de gestion espérant que les CMC allaient être pour elles des sources d'enrichissement immédiat, et comme c'est le contraire, on peut comprendre leur désintérêt pour la chose.

Il existe des situations où le centre a été créé sur la base d'un partenariat entre deux bailleurs de fond, par exemple, l'un d'eux a apporté les équipements, l'autre la connexion. Au cas où le centre connaît des difficultés, il ne sait pas à qui se référer, chacun des bailleurs estime que c'est à l'autre de résoudre le problème, en même temps ce centre figure en bonne place dans le bilan des ces deux bailleurs. C'est une situation qui met dans l'embarras des comités de gestion et qui porte préjudice au développement du centre.

6.2.2 Les ressources humaines et la formation

La majorité des gérants de centres que nous avons visités sont issus de leur milieu. Les hommes sont plus nombreux que les femmes de l'ordre du simple au double. Ce fait est également remarquable au niveau des différents comités de gestion, même si certains sont dirigés par des femmes comme celui de Niono. A part quelques uns qui ont le profil d'informaticiens, la majorité des gérants sont secrétaires, comptables, animateurs de radio enseignants.

Il y en a qui ont le statut de permanent, mais qui reçoivent souvent des salaires irréguliers, en fonction des recettes du centre. On dénombre également des contractuels, des bénévoles et des stagiaires.

Des personnes de qualité, il en existe dans la gérance des centres multimédias, mais suffisamment peu nombreux par rapport à celles qui présentent des insuffisances.

A ce niveau, la contrainte majeure est que ces ressources de qualité désertent chaque fois que les offres meilleures se présentent à elles. Nombreux sont les cas qui nous ont été signalés. C'est l'exemple à Niono où l'un des gérants qui a reçu plusieurs formations pour le compte du CMC et qui était performant, fut débauché par une structure de la même localité dans la quelle il est payé trois fois plus. Cela pose évidemment le problème de la rareté de la ressource humaine dans ce domaine, qui fait que chaque fois qu'une bonne opportunité se présente, les plus qualifiés n'hésitent point à aller monnayer leurs talents ailleurs.

Pendant, que certains gérants ont plus d'aptitude, de par leur profil et de par les diverses formations reçues, d'autres par contre sont à la traîne. Nous avons vu des centres où les gérants n'ont que des connaissances très limitées de l'exploitation de l'équipement existant, ne sachant pas comment faire une recherche sur un site ou éprouvant de difficultés à redémarrer un ordinateur suite à des pannes électriques. Ainsi le matériel est sous exploité et le client n'est pas satisfait. Résultat, il s'en suit parfois une désertion de la clientèle, s'il y a la possibilité d'aller voir ailleurs.

En matière de formation, de nombreuses séances ont été assurées soit par des structures spécialisées en la matière (Afriklinks, USAID, IICD, la coopération française etc.) soit par des personnes ressources indépendantes. Les modules développés sont relatifs aux techniques de gestion des télécentres, à la maintenance, aux techniques de recherches de sites Web, à la création et à la mise à jour des sites ... les bénéficiaires de ces différentes formations sont les membres des comités de gestion et gérants. Mais compte tenu du niveau disparate de ces acteurs, les résultats des formations varient, quant à leur impact, la capacité de compréhension n'étant pas la même.

Ces sessions de formation qui gagneraient à être approfondies sont handicapées par l'insuffisance des ressources, ne permettant pas de développer plus amplement chacun des modules et d'organiser des sessions de recyclage.

Pourtant, les besoins en la matière demeurent et les acteurs eux même n'ont pas manqué de nous l'exprimer. Ils vont de la formation en marketing, en maintenance, à la création et à l'actualisation des sites Web, aux installations des antis virus....

Tableau 1 : synthèse des principaux besoins exprimés

Besoins en formation	Besoins en équipement
Lutte anti virus	Renforcement du parc des ordinateurs
Identification des panne et maintenance des appareils (ordinateurs, photocopieurs)	Photocopieurs (couleur et noir blanc)
Technique de gestion des télécentres	Imprimantes en couleur et noir blanc
Marketing (principalement en techniques de recherche de marché et d'accueil de la clientèle	Equipement vidéo (camera, téléviseur, magnétoscope, table de montage)
Fabrication des câbles de branchement	Scanner
Identification des pannes	Connexion Internet
Création et mise à jour de site Web	
Techniques d'écriture journalistique	

6.2.3 Les équipements

Les équipements des centres multimédias se composent généralement :

- d'ordinateurs (une moyenne de 4 ordinateurs par centre)
- de photocopieuse,
- d'imprimante,
- de scanner,
- d'appareil photo numérique
- d'imprimantes

Le nombre et la qualité des appareils varient d'un centre à un autre.

En plus de ce matériel, commun à tous, certains centres comptent dans leur dispositif, des appareils vidéo (caméra, magnétoscope, téléviseur), d'imprimerie, de rétroprojecteur,

Dans certains centres, les équipements sont performants, mais dans la majorité des structures, on constate que la qualité du matériel est en deçà des normes requises. Si la majorité des appareils sont des Pentium 3, il en existe aussi des Pentium 2 et de surcroît des équipements de seconde main pour la majorité des appareils en présence. Les pannes sont fréquentes et le manque de compétences en matière de maintenance, ne facilite pas les choses.

Un autre handicap qu'il convient de mentionner est que les centres sont confrontés à de nombreuses difficultés quand il s'agit de renouveler le parc d'ordinateur ou d'acquérir de pièces de rechanges qui le plus souvent, ne sont pas disponibles sur place

On constate également, une insuffisance du nombre des appareils, principalement les ordinateurs, entraînant ainsi de longues attentes des clients et pour la navigation à Internet, et pour les séances de formation. Ce qui à n'en pas douter, est source de découragement et même de désaffection.

Le CLIC de Gao dispose de trois (3) ordinateurs fonctionnels. Pour assurer la formation de douze (12) personnes, il se voit obliger de les scinder en trois groupes et d'arrêter toute activité relative à Internet

6.2.4 La Connexion

Le choix de la technologie relative à la connectivité varie également d'un centre à l'autre. Cela va du VSAT à l'ADSL en passant par la ligne spécialisée, le Live Box etc....

Les coûts d'abonnement de ces technologies sont différents. Ainsi avec le VSAT le coût d'abonnement mensuel s'élève jusqu'à 400 000 FCFA (610 euros). Les seules prestations de services offertes ne pouvant permettre de supporter ce montant, le système de partage de la connexion se présente comme une solution. A Douentza la bande passante est partagée entre cinq structures en plus de la radio. Chacune d'elle paie mensuellement sa cote part, ce sur la base du nombre d'ordinateurs connectés. Ainsi la cote part la plus élevée est de 175 000 CFA (267 euros) par mois et la plus faible, 75000 CFA (114 euros)

Par contre, certaines technologies sont moins coûteuses comme l'ADSL et le Live Box dont la redevance mensuelle revient à 30 000 FCFA (46 euros) CFA. (Que certains centres multimédias ne parviennent pas à honorer). Ce sont les frais d'installation qui sont élevés. Le CMC de Kati, grâce à l'appui de la coopération Suisse a dû payer la somme de 359 000 FCA (547 euros) pour obtenir la connexion avec Live Box.

La plus part des utilisateurs se plaignent de la cherté des coûts de connexion et des frais mensuels d'abonnement. De ce fait, ils sont obligés d'imposer une tarification plus élevée à une clientèle dont le pouvoir d'achat est déjà faible.

L'un des facteurs de la fermeture du CLIC de Ouélésebougou est dû au coût élevé de sa connexion, sur des recettes mensuelles de 40 000 FCFA (61 euros) il devait honorer, pour la même période, une facture de 157 500 FCFA (240 euros)

La perturbation, la lenteur de la connectivité a été également mentionnée pour ce qui concerne principalement ADSL.

Dans le contexte où la bande passante est en partage, il survient assez fréquemment des pannes chez les autres abonnés. La panne peut les concerner tous au même moment, ou partiellement et les compétences locales font défaut pour y remédier.

6.2.5 La source d'énergie:

Quatre principales sources d'énergie sont utilisées dans l'alimentation des centres. Il s'agit de l'énergie thermique, hydraulique, solaire et des plates-formes multifonctionnelles.

L'énergie thermique et hydraulique est fournie par la nationale de l'électricité (Energie du Mali) et par l'Association malienne pour le développement de l'énergie rurale (AMADER). C'est une nouvelle politique du gouvernement d'accélérer le taux de couverture en électricité du milieu rural, en confiant cette responsabilité à des sociétés privées. Celles ci utilisent diverses sources comme le diesel.



La Plate-forme multifonctionnelle (source d'énergie du CMC et de la Radio KOUKIA de Ansongo)- Photo OJE

Une convention entre ses sociétés privées et l'EDM permet une harmonisation des tarifs.

Des centres multimédia existent dans des zones d'électrification de l'AMADER.

Les plateformes multifonctionnelles, sont des moulins qui fonctionnent sur la base de carburant qui permet de générer de l'électricité et d'alimenter ainsi certaines infrastructures.

L'UNESCO semble avoir opté, pour cette technique, comme source d'énergie pour ses CMC implantés dans les zones non électrifiées. Son objectif étant d'avoir une source commune pour la radio et le CMC.

L'intention est louable, mais c'est sans compter avec la capacité financière de ses structures qui doivent fréquemment fournir du gasoil et du lubrifiant à cette machine.

A Ansongo, le CMC a adapté sa durée de fonctionnement journalière à celle de la radio (le matin de 9h à 12h et le soir de 17h à 22h) soit huit heures par jour. Pour cette durée, il faut au moins 6 litres de gasoil qui coûte 3600 FCFA (5.48 euros). Il est des moments où, la photocopie qui est la principale activité du CMC ne lui rapporte même pas 1000 CFA (1.52 euros) dans la journée. Du coup ce sont les maigres recettes de la radio qui supportent les frais du carburant.

Tout le monde est unanime sur la cherté du coût de l'électricité. Le prix du kWh au Mali est un des plus élevés de la région ouest africaine. De ce fait le paiement des factures d'électricité constitue un des gros chapitres de dépenses des Télécentres.

En plus de sa cherté, il faut mentionner, les coupures intempestives. Elles perturbent fortement les activités des centres communautaires, si l'on sait qu'elles peuvent durer parfois

des heures. Ces coupures intempestives entraînent souvent des dégâts matériels comme on a pu le constater à Douentza.

En période de chaleur, certaines localités connaissent le délestage qui consiste à fournir de l'électricité à chaque partie de la ville par système de rotation. Par ce procédé, une partie de la ville peut être privée de source d'énergie pendant un, deux ou trois jours. C'est donc dire que durant ce temps, le centre multimédia qui se trouve dans la zone se voit contraint à un chômage technique.

6.2.6 Les services

Les services proposés par les centres multimédias sont presque les mêmes partout. Ils se résument aux services d'Internet (pour ceux qui ont la connexion), aux services de photocopie, de formation, de prise et de traitement de photo numérique, de scannage de documents, de reliure.

Pourtant, en raison de la cherté de la connectivité, des factures d'électricité, et d'autres comme le salaire des gérants, l'achat des consommables..., ces structures ne peuvent s'en sortir que si elles diversifient leur gamme de produits.

Les tarifs des services offerts dans les centres multimédias sont relativement plus élevés que ceux pratiqués en ville. A titre d'exemple, le tarif moyen de la connexion horaire en milieu rural et même dans certaines grandes localités du pays est de 1000FCFA (1.52 euros) contre 500 CFA (0.76 euros) à Bamako.

La photocopie d'une page dans les centres multimédias est de 100FCFA (0.15 euros) en moyenne, Bamako, elle se fait à moitié prix.

En terme de recettes, deux prestations procurent plus de revenus, l'internet et la photocopie.



Charge de téléphones portables au CMC de Niéna – Photo OJE

6.2.7 La fréquentation des centres multimédias par les communautés de base

Le niveau de fréquentation des centres multimédias est généralement plus sensible parmi les personnes qui ont un niveau d'instruction assez élevé. Ce sont les élèves, les étudiants, les fonctionnaires, les agents des ONG locales qui viennent principalement pour s'informer, faire des recherches, consulter leur boîte mail...

Le reste de la population fréquente les centres surtout pour les photocopies, les saisies de texte. A Fana, il nous a été signalé que les marabouts de la ville sont les premiers clients pour ce qui est de la photocopie.

La fréquentation des centres multimédia est plus masculine que féminine. En effet de tous les constats, les hommes sont plus abonnés aux centres que les femmes comme peut le démontrer le tableau ci-dessous.

Tableau 2 : fréquentation par sexe des CMC pour le mois d'avril 2006

N°	CMC	Fréquentations	
		Hommes	Femmes
1	Dioïla	276	54
2	Douentza	102	63
3	Gao	76	69
4	Kati	220	100
5	Koro	67	7
6	Markala	43	21
7	Niono	63	9
8	Ségou	212	198
9	Sikasso	216	40
10	Tombouctou	-	-

Source : USAID/HKI- Avril 2006

Cette différence de fréquentation pourrait avoir les raisons suivantes :

- En général, les tarifs des diverses prestations de services des centres multimédias en milieu rural sont élevés par rapport au pouvoir d'achat des populations qui y ont difficilement accès. A ce niveau les femmes, pour des raisons diverses, ont un pouvoir d'achat encore plus faible.
- L'analphabétisme constitue un de facteur clé de la faiblesse de fréquentation des centres multimédias. Il est démontré que le taux d'analphabétisme est encore plus élevé chez les femmes.
- Enfin, il est à souligné que c'est encore difficile pour une femme, dans beaucoup de contrées rurales d'être une abonnée individuelle d'un centre multimédia et de le fréquenter régulièrement, ceci en raison de ces charges domestiques et des pesanteurs sociologiques qui risquent de ne pas voir cela dans son sens positif.

En dehors de cet aspect, il demeure que de manière générale le niveau d'appropriation des centres multimédias par les communautés rurales demeure faible. Cela est lié au pouvoir d'achat, mais aussi à l'analphabétisme dont on faisait cas. Au Mali, le taux d'alphabétisation de la population est de 46,4 %. Le taux d'alphabétisation des hommes qui est de 53,5% est supérieur à celui des femmes qui n'est que de 39,6%.

Ce fait constitue donc un handicap majeur pour ce qui est de la fréquentation des centres multimédias, dotés pour la plus part d'équipements de genre nouveau pour le milieu. Il existe des contrées où par le biais des centres multimédia, l'ordinateur faisait son entrée pour la première fois.

Cette contrainte capitale, ne semble pas avoir été prise à sa juste valeur à travers de campagnes de sensibilisation sur les avantages que les populations sont en droit d'attendre de ce centre, à travers de séances de formation ... En un mot, un système d'accompagnement et de suivi conséquent a souvent fait défaut. On a pensé dans certains cas que le seul fait d'apporter l'équipement suffisait.

6.2.8 La faiblesse d'outils de gestion

Au cours de nos investigations, nous avons pu constater qu'il existe une contrainte en matière de gestion dans la majorité des centres. C'est à Kati que la gérante nous a indiqué la présence d'un logiciel de gestion qui lui permet d'avoir une maîtrise sur ces principales opérations (taux de fréquentation, dépenses, recettes, épuisement des stocks). C'est d'ailleurs l'un des CMC les plus performants en matière de gestion et qui génère des bénéfices.

Des modules de formation de gestion des centres multimédia ont été dispensés, mais les résultats sont peu appliqués sur le terrain soit par manque de réflexe, soit par non maîtrise des résultats de ces formations. Il va s'en dire que de grands efforts restent à faire dans ce domaine, en approfondissant les séances de formation et en généralisant les logiciels de gestion. Les centres multimédias doivent, au fil des temps être considérés comme des entreprises et par conséquent devront disposer de modèle de gestion conséquent.

7. LA VALORISATION DU SAVOIR LOCAL

Des efforts ont été entrepris pour la création de site web pour les radios. Au projet communication pour le développement de L'USAID, une dizaine de sites Web avaient été développés. L'objectif était de publier régulièrement des nouvelles locales faites, surtout d'expériences des populations sur divers aspects du développement.

Pour renforcer cet aspect, des hommes de radio ont reçu des formations sur la création et la mise à jour de sites Web. Mais le résultat attendu a été bien en deçà des attentes. Le nombre de publications faites sur les sites est rare sinon, inexistant.

Tableau 3 : nombre de publications sur les sites Web des radios d'avril à septembre 2006

CMC	Dioïla	Douentza	Gao	Kati	Koro	Koutiala	Markala	Niono	Ségou	Sikasso	Tombouctou
Nombre de pages Web publiées	0	1	0	2	0	3	0	0	0	0	0

Source : USAID/HKI- 2006

En février 2008, la coopération française à travers son projet Aden, a organisé une formation sur la création et la mise à jour de site Web pour les régions du nord Mali ((Tombouctou, Gao, Kidal). Cette formation dont ont bénéficié deux agents par CMC a été accompagnée par la création effective d'un site pour chacune de ces régions. L'objectif était également de les alimenter par des nouvelles du terroir. Mais le constat à ce jour est au pessimisme tant les résultats sont maigres. Sur un de ces sites, il n'y a même pas un seul mot d'écrit.

Les raisons principales sont :

- Le manque de la culture de l'écriture, les gens n'aiment pas écrire dit-on souvent. Et cet aspect est bien vérifié dans ce cas précis. Est ce parce nous évoluons dans une culture dominée par l'oralité ? Et pourtant, nombreuses sont les nouvelles et les expériences aussi intéressantes les unes que les autres à faire connaître, qui peuvent servir d'exemple à d'autres communautés.
- Des personnes formées ont peut être la volonté de faire quelque chose dans ce domaine, mais, elles sont souvent confrontées au manque et aux perturbations de la connexion, au manque de moyens de déplacement pour aller sur le terrain et à celui lié à aux appareils de collecte des informations. A Markala, nous avons rencontré un des gérants formés aux techniques de développement de Site Web, mais il avoue avoir perdu la main, à force de ne pouvoir pas appliquer ce qu'il a appris, compte tenu des contraintes que nous venons d'évoquées.
- Une troisième raison pourrait s'expliquer par la difficulté de gestion des sites Web. La gérante du CMC de Kati, pleine de bonne volonté, qui presque quotidiennement alimente son site par des nouvelles du terroir, éprouve des contraintes relatives à

l'hébergement du **son** site web. Au niveau de l'hébergement, il y a des ruptures fréquentes dont la durée peut atteindre un mois.

8. LES RECENTES MUTATIONS DANS LE SECTEUR DES CENTRES MULTIMEDIAS

La principale mutation que l'on peut noter est le regroupement des centres multimédias au-delà de toute dénomination dans une même structure, la Fédération des télécentres communautaires du Mali (FETEMA), créée en décembre 2006. C'est l'amorce d'un regroupement de ces centres qui tiennent déjà une place importante dans le développement. Le but étant de leur permettre d'avoir un cadre de concertation, d'échange d'expérience et surtout de parler d'une même voix auprès des différentes instances.

Cela est important, car au niveau de l'Etat, aucun texte officiel pour l'instant, ne consacre, ni ne régleme leur présence. Alors que le rôle de l'Etat est capital dans la promotion de ces centres qui peut se traduire, par des exonérations, par des appuis en formation, en équipements et même en terme de campagnes de sensibilisation en vue d'accroître l'engouement des communautés.

C'est à travers l'Agence des technologies de l'information et de la communication (AGETIC) que l'on note la présence étatique, principalement par le biais de son centre de ressources. Ce centre offre des facilités en matière de formation par l'octroi de salles et d'ordinateurs de nouvelle génération à des coûts très favorables.

Des mutations sont à noter aussi au niveau des bailleurs de fonds. Ainsi l'USAID qui a déjà mis fin à son projet de création de CLIC et de CMC, envisage également de mettre un terme à son appui en formation de ses structures en 2009.

En juillet 2008, elle a organisé un séminaire dont l'objectif était de savoir à qui restituer les CLIC et les CMC qu'elle a créés. De cette rencontre sont sorties plusieurs propositions à savoir le remettre soit à la radio, à la mairie, au comité de gestion ou à la communauté. La réflexion poursuit son cours et dans un futur proche, nous aurons un éclairage à ce sujet.

L'UNESCO, après avoir créé vingt trois (23) CMC, vient d'obtenir un autre financement de la coopération Suisse qui vise essentiellement au renforcement des CMC déjà existant dans le domaine de la connectivité, de la formation, de l'équipement.

La coopération française s'intéresse depuis peu au secteur des centres multimédia. Elle a organisé en février dernier une formation sur le développement du site pour les régions du nord, en plus une demande d'appui en matériel et en formation lui a été soumise par la FETEMA qui d'après nos sources a de chances de bon dénouement.

L'Etat malien à travers l'AGETIC a un projet de connexion des 703 communes du Mali. Ce projet qui est en cours a mis à la disposition de six (6) capitales régionales des infrastructures leur permettant d'avoir une bonne connexion Internet. Ces infrastructures s'étendront progressivement sur vers les cercles et les communes et permettront la connexion non seulement des mairies mais aussi d'écoles, de centres de santé etc.

La KFW, une institution allemande a aussi des projets de création de CMC, elle en a déjà créé un à Nioro du sahel envisage en trois autres dans les trois prochaines années à Mopti, Koulikoro, Tombouctou. Les CMC de la KFW seront implantés prioritairement dans les radios de la coopérative Jamana.

9. LES PRINCIPAUX BESOINS EXPRIMES

Les besoins exprimés sont variés et concernent les différents aspects concourant au bon fonctionnement d'un centre multimédia.

Ainsi, au plan de la connectivité, les besoins des acteurs se sont exprimés en fonction des réalités qui sont les leurs.

Ceux qui ont l'ADSL estiment qu'il n'est pas fiable et cher de surcroît, ils préfèrent de ce fait la ligne spécialisée, ceux qui ont la ligne spécialisée pensent le contraire.

Aussi surprenant que cela puisse paraître, L'ADSL connaît des lenteurs et selon les spécialistes que nous avons approchés, les raisons principales seront les suivantes :

- La faiblesse de la capacité totale de la bande passante dont dispose l'opérateur par rapport au nombre d'abonnés.
- La qualité du matériel dont dispose ce même opérateur
- Le manque de suivi et de service après vente.
- La faiblesse de la bande passante demandée par certains CMC et télécentres par rapport au nombre de leurs ordinateurs (128kbits/s pour plus de 5 ordinateurs)

Ce sont les quelques raisons qui peuvent expliquer et la lenteur et la perturbation que l'on constate au niveau de mode de connexion.

Les détenteurs du VSAT louent sa fiabilité, mais éprouvent des difficultés à supporter les redevances mensuelles d'abonnement, à moins que le système de partage, si cela est possible, ne vienne atténuer les charges.

Tout le monde est unanime pour une technologie qui est à la fois fiable et pas cher. Dans ce cas, une étude au cas par cas pourrait déterminer le type de technologie à adopter pour chaque zone en fonction de l'existant.

Une solution sur la cherté des coûts d'abonnement aurait pu être trouvée au niveau des fournisseurs internet, mais ce sont des entreprises dont l'objectif est de faire des bénéfices. Pour l'instant, des actions de faveur en direction des centres multimédias ne sont pas envisagées, sauf que la tendance générale est à la baisse des prix au fil des temps, ceci en raison de la concurrence et de l'avancée technologique. A ce niveau précis, le Mali est parmi les pays de la sous région Ouest africaine à avoir accompli des progrès sensibles. En effet, on constate des baisses sensibles et continues des tarifs de communication téléphonique et de l'accès à internet.

Tableau4 : Mode de connectivité – Tarifs (5- 10 PC) – 256 kbits/s

Mode de connexion	Zone couverte	Frais d'installation	Tarif d'abonnement mensuel
ADSL	Bamako, Kayes, Ségou, Sikasso	80 000 FCFA (121 euros)	100 000 FCFA (152 euros)
Ligne spécialisée	Zone de couverture de l'opérateur	Selon la distance entre le centre de raccordement et le CMC. Pour une distance de 2km : 125 000 CFA (190 euros)	200 000 FCFA (304 euros)
Live boxe	Bamako, Koulikoro, Koutiala, Sikasso, Ségou	228 000 CFA (347 euros)	39 000 FCFA (59 euros)

Source- Malitel- Orange

NB : Pour ce qui est du VSAT, l'installation obéit à plusieurs paramètres et ce, après une étude spécifique à chaque zone. Ce mode de connexion est de plus en plus déconseillé par les spécialistes en raison de son coût très élevé et du développement sensible des autres techniques de connexion.

Dans le domaine des ressources humaines et de la formation, le besoin est d'avoir des gérants ayant un certain niveau d'instruction qui puissent leur permettre de comprendre le système de fonctionnement de l'ordinateur, la maîtrise parfaite d'Internet, les bases fondamentales de la maintenance des appareils. Ils seront ainsi efficaces dans leur travail et pourront de ce fait, apporter appui et conseil à la clientèle en cas de nécessité.

En matière de formation, les souhaits sont divers, mais ils se résument à la maintenance, à l'installation des logiciels, aux techniques de lutte anti virus, à la création et la mise à jour des sites Web, aux techniques d'écriture journalistique, aux techniques de recherche de marchés...mais aussi aux techniques d'accueil de la clientèle.

Ces besoins exprimés s'expliquent principalement par la faiblesse des ressources humaines en la matière. Les Centres multimédias sont des structures nouvelles dans le monde rural, offrant des services de type nouveau, de manière générale. Aussi, il est difficile de trouver localement des personnes aptes à gérer ces structures avec toutes les exigences d'efficacité que cela exige. C'est pour cette raison, que l'on rencontre parmi les gérants des enseignants, des secrétaires, des animateurs radios, des comptables etc. Volontaires certes, mais souvent limités dans cette nouvelle fonction qu'ils exercent.

Pour se faire, un choix s'impose, ou l'on recrute localement une personne à qui l'on va commencer à enseigner les rudiments, ou l'on fait appel à des compétences venant d'ailleurs, (du pays et même d'autres pays). La majeure partie des gérants des centres multimédias sont autochtones.

Nous pensons qu'à terme, il faudra envisager des appels d'offres pour le recrutement des gérants des centres multimédias, selon des critères définis. Les centres ont une vocation communautaire, mais ils doivent aussi parvenir à l'auto financement à la fin de l'appui dont ils bénéficient, et s'adapter aux mutations internes et externes. A ce niveau le capital humain, en plus bien sûr d'autres facteurs seront déterminants.

Le problème de départ des agents compétents constitue également une contrainte. Ils sont prompts à partir si on leur offre d'autres opportunités plus attrayantes. Ce problème peut trouver solution dans un système de motivation de l'agent, Pour y parvenir, il faut que le centre soit performant et génère des ressources, ce qui est fort possible à travers une bonne gestion, un bon climat entre acteurs du centre (comité de gestion, gérant, clients, partenaires locaux ...) et des innovations permanentes, des coûts de connexion et d'électricité acceptables, des équipements performants et en quantité suffisante...D'autres solutions sont préconisées pour atténuer les conséquences relatives au départ des agents formés :

- Assurer la formation de deux agents par centres, avec le gros inconvénient que cela revient coûteux. Les ressources étant rares.
- Amener l'agent formé à faire bénéficier le centre de ses nouvelles connaissances durant un certain temps et à faire une restitution après chaque formation reçue.
- Choisir un animateur radio, comme gérant de CMC.
- Mettre en place une bonne politique de formation des formateurs

En matière d'équipements, les besoins se focalisent sur le remplacement des appareils en panne, le renforcement du parc d'ordinateurs, l'acquisition de photocopieuses, de scanner et d'imprimantes en noir blanc ou en couleur, d'appareil de montage vidéo, de transfert d'image vidéo à DVD, et de son des ordinateurs aux téléphones portables... et surtout la connexion internet pour ceux qui en sont privée

Même si on rencontre quelque fois des ordinateurs neufs dans certains centres multimédias, il y a lieu de reconnaître que généralement, les ordinateurs mis à la disposition des centres

sont de moindre qualité et insuffisants en nombre, qui nous le rappelons est 4 en moyenne par centre.

Si l'on sait que les pannes sont fréquentes, on imagine aisément le préjudice que cela porte dans leur fonctionnement

La qualité des appareils non plus, n'est pas à l'abri de tout reproche. Ce ne sont pas toujours des appareils de marques connues, mais souvent des assemblages.

Il faut louer toute fois, les efforts dans l'achat d'équipements sur ressources propres par certains centres multimédias

Dans le domaine de l'énergie, la source la plus demandée est l'énergie solaire, même dans les zones couvertes par le réseau électrique. L'énergie solaire est pérenne, elle n'exige pas de facture mensuelle. Ce qui constitue un avantage de taille pour les centres, confrontés qu'ils sont, aux charges d'électricité.

La principale contrainte se situe au niveau des coûts d'installation du système solaire qui est élevé. Selon les spécialistes que nous avons rencontrés, il faut 0.5 KW pour alimenter un ordinateur, donc, 5 KW pour 10 ordinateurs. Les frais d'installation coûtent 2 à 3 millions de FCFA (3048 à 4573 euros) par KW. Ce qui revient à un maximum de 15 millions FCFA (22 867 euros) pour l'alimentation de 10 ordinateurs.

Nous pensons pour notre part que la voie de l'énergie solaire est à privilégier dans l'implantation des centres multimédias.

Concernant les services, les besoins se résument au traitement des photos, aux montages et reportage de mariages et baptêmes.

Pour ce qui est des nouveaux produits à initier pour promouvoir davantage le centre, le constat général qui se dégage est que les acteurs n'ont pas assez d'initiatives dans ce sens et semblent ne pas s'y être préparés.

Si on leur pose la question de savoir quels types de nouveaux produits, faut il développer au regard des besoins exprimés par la clientèle qui ne sont pas satisfaits et par rapport à leurs propres observations, les réponses données sont généralement vagues. Et pourtant les opportunités existent qui demandent à être exploitées. Pour ce faire, il y a lieu de mettre l'accent sur la formation dans ce domaine en faisant ressortir les types de produits susceptibles d'être pris en compte, et également, procéder à une large diffusion des innovations réussies en la matière comme celle développée par le centre multimédia de Kita.

En partenariat avec les Pari mutuel urbain, les responsables du centre on mis en place un système permettant au parieur de cette localité située à 180km de Bamako de disposer des pronostics et de faire leur pari en même temps que les habitants de la capitale. Pour ce faire, ils ont commencé à utiliser les services du fax, ensuite l'internet, complété par les services de la photocopie. A travers ce partenariat le centre multimédia de Kita perçoit des redevances substantielles.

10. LES PISTES DE REFLEXION POUR UNE PERENNISATION DES CENTRES MULTIMEDIAS.

Au vu de ce qui précède, nous pensons que les points suivants sont nécessaires pour la mise en place, le bon fonctionnement, le suivi des centres multimédias dans l'optique d'assurer leur pérennisation. :

1. Dans un premier temps, nous insistons une fois de plus sur l'utilité de l'étude à faire avant la création de tout centre multimédia qui à notre avis constitue un préalable qui

est loin d'être négligé. Cette étude qui doit être spécifique à chaque zone doit avoir pour objectif d'apporter des réponses claires sur les aspects suivants :

- La tutelle : si c'est un comité de gestion qui doit diriger la structure, définir sa composition, ses tâches, son mode de fonctionnement (renouvellement des instances)
- Le choix de la technique de connexion en se basant sur sa fiabilité et sur son coût.
- Le choix du type de source d'alimentation
- La nature et le nombre de l'équipement à fournir
- Les nouveaux produits à développer
- Le lieu d'implantation du centre (si ce n'est pas un CMC).
- L'éventualité et la nature de la participation de la communauté dans l'édification du centre (contribution en nature ou en espèces).

Il convient de préciser que c'est dès la phase de l'étude que l'on doit définir la nature de nouveaux produits à prendre en compte dans le fonctionnement du centre et ce, en fonction des besoins actuels et potentiels relatifs à la spécificité de la zone pour assurer sa pérennité à la fin de l'appui dont il bénéficie.

Les résultats de cette étude pourront être obtenus à travers des fiches d'entretien destinés essentiellement aux différentes composantes de la population, mais aussi par le biais de réunions basées sur des guides d'entretien avec les leaders communautaires, la société civile, les services techniques, les ONG locales etc. La radio peut y apporter sa contribution par l'organisation de débats. On pourrait également requérir l'avis de personnes externes comme des spécialistes de l'informatique, des fournisseurs d'accès à Internet etc.

Cette étude devra être suivie par l'élaboration d'un cahier de charge dans lequel les engagements de chaque partie prenante seront consignés.

2. Assurer un accompagnement et un suivi du centre après leur création, le temps nécessaire qu'ils se prennent en charge. La durée de cet accompagnement sera déterminée, au vu des résultats de l'étude ci-dessus mentionnée

L'outil internet est nouveau dans l'environnement rural, il faut du temps pour que les populations locales puissent le découvrir et se l'approprier. Pour ce faire, il faut qu'elles sachent ce que cet outil peut leur procurer comme avantages, on ne mobilise quelqu'un que sur la base de ses intérêts dit-on. Ainsi il faut développer des stratégies d'approches en direction des associations, des coopératives, faites de campagnes de sensibilisation, de relations interpersonnelles, des opérations portes ouvertes....

3. La ressource humaine étant un élément capital dans la viabilité de centres multimédia, il y a lieu de confier sa gestion à quelqu'un qui a un niveau d'instruction acceptable, capable qu'il est, d'assimiler le contenu des diverses séances de formation et de les appliquer, de maîtriser l'exploitation régulière des appareils et assurer leur sécurité, de pouvoir apporter conseil et appui aux clients, si le besoin se fait sentir. Il est important en même temps de trouver un système de motivation pour cet agent, surtout s'il est performant.
4. Asseoir un plan de formation qui prendra en compte les besoins réels exprimés en la matière. Ces formations qui doivent s'adresser prioritairement aux membres des comités de gestion et aux gérants doivent être approfondies et non superficielles. Une restitution est nécessaire au retour de chaque séance de formation pour permettre aux autres d'en bénéficier.

5. Au plan local, il y a lieu de développer un partenariat avec les ONG, les services techniques, les élus locaux, l'administration, les leaders d'opinion pour définir ce que peut être l'apport de chacun dans le bon fonctionnement et dans la pérennisation du centre.
Ce partenariat pourrait s'étendre à l'échelon national en direction de structures suivantes :
 - l'Etat dans le but d'obtenir des exonérations sur l'importation des équipements, des subventions, des appuis en formation.
 - Les fournisseurs internet pour des traitements de faveurs en direction des centres multimédia, pour le développement et la prise en compte de produits nouveaux...
6. Favoriser l'appartenance du centre à des réseaux de télécentres tant au plan national qu'international. Le fait d'appartenir à un réseau comporte des avantages comme les échanges d'expériences, l'animation des sites Web, les opportunités dans le domaine des formations etc.
7. Mettre en place un cadre de concertation entre les partenaires qui œuvrent dans le domaine de centres multimédias pour une harmonisation des approches et pour éviter la concurrence et même parfois des conflits inutiles entre centres de même localité, mais de bailleurs différents.
8. Mettre en place un mécanisme de suivi régulier du fonctionnement du centre et principalement sur les rapports entre les différents acteurs (Comité de gestion, gérant, radio, clients...) le respect des engagements de chaque partie tels que mentionnés dans le cahier de charge, la gestion du centre...

Ce sont les pistes dont la prise en compte, assurera selon nous, un bon fonctionnement des centres multimédias et assureront leur pérennisation.

9. PISTES D'ACTION POUR LE CTA

Le CTA dans sa politique de développement de centres multimédias devra de manière générale, s'inspirer du cheminement que nous venons de proposer.

Mais, de manière spécifique, et tenant compte de la mission qui est la sienne à savoir l'élaboration et la fourniture de produits et de services qui améliorent l'accès de monde rural à l'information pour le développement, le renforcement, de ses capacités à produire, à échanger et à exploiter l'information agricole, nous pensons qu'il devra mettre l'accent sur la création des centres communautaires multimédias (CMC).

Les CMC sont des structures implantées au sein des radios communautaires. Cela est un gros avantage à nos yeux, car c'est la combinaison de deux outils qui œuvrent efficacement dans la production et la diffusion de l'information. Ils peuvent s'enrichir mutuellement.

Les radios bénéficient des informations variées et actualisées pour enrichir le contenu de leurs émissions au profit de milliers d'auditeurs, la radio à son tour peut contribuer à la promotion du CMC et lui procurer des informations locales pour publication sur le Web.

La présence de ces deux entités peuvent être renforcée par d'autres initiatives comme un centre d'alphabétisation, un centre de documentation qui non seulement contiendra des publications en français, mais accordera une place de choix aux publications en langues nationales (journaux, fiches techniques, films de sensibilisation etc..).

Pour ce qui est du centre d'alphabétisation, l'on pourrait s'inspirer de l'exemple des épouses des travailleurs de la radio communautaire de Yanfolila. C'est femmes, sur la base d'une cotisation, ont pu se procurer d'un tableau noir, de la craie et ont bénéficié du concours d'un

moniteur en langue nationale bambara qui leur dispensait les cours au moins trois fois par semaine moyennant une prise en charge modeste dans un local mis à leur disposition par la radio.

Cette initiative a eu du succès à tel point que quelques mois après ce n'était plus seulement les femmes des travailleurs de la radio qui étaient intéressées par l'opération mais de nombreuses associations féminines de la localité.

A cela, on peut adjoindre (sous réserve des résultats de l'étude préalable que nous avons préconisée et que tout demandeur d'appui à l'implantation d'un CMC se doit d'effectuer) des services comme la mise à la disposition des populations des informations relatives aux prix des produits agricoles, aux intrants, aux équipements, à la météo ... Et développer à l'échelon local une sorte de SQR (service question réponse) qui à terme peut être monnayé dans l'optique de la pérennisation du centre).

Cet aspect figure en bonne partie dans le mécanisme à mettre en place pour une pérennisation de séné kunafoli bulon de Sikasso après l'appui de IICD dont il bénéficie présentement. Cela consiste à imposer une tarification sur toute demande d'information agricole ou autre adressée par une association, une ONG, une personne physique, une institution internationale. Le tarif variera selon le volume de l'information et le temps consacré à sa recherche. La réflexion se poursuit au niveau de ce centre et aboutira prochainement à des propositions concrètes.

La valorisation du savoir local doit figurer dans cette démarche. Pour ce faire, il y a lieu d'assurer la formation des communicateurs, surtout les hommes des radios bénéficiaires des CMC sur l'écriture journalistique, le développement et la mise à jour des sites web pour la publication d'informations sur les sites. Cette série de formation doit être assortie d'un engagement écrit pour chacun à publier des articles sur le site, le nombre et la périodicité de ces articles seront discutés de commun accord.

Il va s'en dire que le CTA pourrait aider à la création de site Web au profit des radios et aussi, assurer leur hébergement dans la mesure du possible.

Ces actions devront bénéficier d'un suivi à tous les échelons, cela peu se faire à travers des visites ponctuelles et des rapports d'activité ou même par une coordination qui sera mise en place à ce effet comme l'ont fait l'UNESCO et l'USAID

10. CONCLUSION :

Comme nous avons pu le percevoir à travers ce développement, la présence des centres multimédias en milieu rural comporte des avantages indéniables du simple fait, qu'ils contribuent à réduire la fracture numérique entre zone urbaine et rurale.

Ces centres contribuent déjà au développement des communautés par les différentes initiatives et expérience que nous avons relatées. Elles peuvent et doivent être davantage un facteur de développement pour les communautés. Pour ce faire, les différentes contraintes auxquelles ils font face doivent trouver une solution.

Sur la base des leçons apprises des expériences déjà en cours, nous sommes convaincus que l'on peut jeter les bases de création de centres multimédia d'un genre nouveau plus aptes à répondre aux besoins, déjà nombreux des populations, lesquels ne cesseront d'accroître au fil des temps. C'est ce que nous nous sommes attachés à faire par ce travail.

RECOMMANDATIONS :

1. Pour tout appui à la création du centre multimédia, examiner les résultats de l'étude préalablement menée par les demandeurs et qui doit être spécifique à la zone indiquée.
2. Elaborer un cahier de charge dans lequel les engagements de chaque partie prenante seront précisés.
3. Assurer un accompagnement du centre, le temps de lui permettre de créer un engouement des communautés vis-à-vis du centre et de parvenir à son auto financement. Ce temps sera défini sur la base des résultats de l'étude préconisée.
4. Contribuer à la mise en place d'un système de formation et de recyclage des acteurs des centres multimédias (gérants, membres de comités de gestions ...) sur des thèmes répondant à leurs besoins réels.
5. Aider à la création et à l'hébergement de sites Web au profit des radios
6. Créer un mécanisme de suivi du fonctionnement du centre en mettant l'accent sur les aspects suivants :
 - Le respect des engagements de chaque partie, tels que mentionnés dans le cahier de charge, la gestion du centre...
 - Les rapports entre les différents acteurs (Comité de gestion, gérant, radio, clients...)
 - La gestion du centre (fréquentation, recettes, dépenses, amortissement...)
7. Favoriser la création de réseaux de télécentres au plan national et international pour faciliter les échanges multiples entre les structures.
8. Contribuer à la mise en place au plan national d'un cadre de concertation regroupant les principaux acteurs des centres multimédia (les structures de formation, de financement, les associations de télécentres) en vue d'harmoniser les approches.

Tableau 5 : Récapitulatif des avantages, des contraintes et des principales actions de pérennisation des centres multimédia communautaires

Avantages	Contraintes	Pérennisation
<p>La présence des centres multimédias communautaires a permis une découverte et une appropriation progressive de l'outil Internet par les communautés rurales.</p>	<p>Des études approfondies ne sont pas toujours faites avant la création de chaque centre multimédia dans l'optique de faire une bonne option des différents aspects qui contribuent à son bon fonctionnement.</p>	<p>Avant toute création de centre multimédia, entreprendre une étude avec pour objectif d'avoir de parvenir à des choix judicieux sur les aspects suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La tutelle • Les services à offrir et les nouveaux produits à envisager dans le moyen et long terme • La nature, le nombre et la qualité de l'équipement. • Le type de connectivité • La source d'énergie • La nature et le niveau de participation des populations bénéficiaires (si nécessaire)
<p>Les centres multimédias contribuent sensiblement au renforcement de capacités des communautés de base à travers les séances de formation sur des modules comme la bureautique, l'Internet, la conception et l'élaboration de projet etc.</p>	<p>Les membres de comités de gestion et les gérants manquent souvent du minimum de connaissances en informatique et en gestion et les différentes formations faites en la matière dépassent rarement le stade de l'initiation.</p>	<p>Elaborer un cahier de charge dans lequel les responsabilités de chacune des parties prenantes (bailleurs, comité de gestion, gérants...) sont consignées.</p>
<p>Des associations agricoles améliorent leur production par l'acquisition de nouvelles techniques, obtenues à travers des recherches sur Internet.</p>	<p>La tutelle des centres multimédias n'est pas toujours bien définie. Ce qui constitue parfois des sources de conflits</p>	<p>Définir de commun accord d'une durée d'accompagnement du centre par l'instance financière, pour qu'il parvienne à l'auto financement et un système de suivi sur le respect des engagements de chaque partie</p>
<p>Des associations et groupements de métiers</p>	<p>Manque d'accompagnement et d'appuis</p>	<p>Recruter un gérant ayant un niveau</p>

<p>créent des sites Web par lesquels ils font la promotion de leurs produits et rentrent en contact avec des clients à travers le monde</p>	<p>suffisants des centres nouvellement créés fin de leur permettre de parvenir à l'auto prise en charge</p>	<p>d'instruction acceptable (Niveau bac) si possible, et de préférence possédant des notions en informatiques, cela lui permet entre autre d'être capable de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre et maîtriser l'exploitation de l'équipement • Comprendre et appliquer les résultats des différentes formations • Apporter assistance aux clients en cas de besoin
<p>Des radios communautaires enrichissent le contenu de leurs différentes émissions (Agriculture, santé, femme, environnement etc.) par des nouvelles actualisées provenant de Internet, ceci au bénéfice de milliers d'auditeurs</p>	<p>Manque de système de suivi régulier des centres pour s'assurer de leur bon fonctionnement et du respect des engagements de chacune des parties prenantes</p>	<p>- Participer et/ou organiser des séances de formation sur des thèmes relatifs au bon fonctionnement du centre</p>
<p>Le système de partage de la bande passante permet à des services techniques étatiques, à des ONG locales et à des associations de disposer de l'outil Internet et d'être plus efficaces et plus performants dans leurs activités.</p>	<p>Les équipements des centres sont pour la plus part insuffisants en nombre et moindres en qualité. Plus des assemblages que des marques déposées pour ce qui concerne les ordinateurs</p>	<p>- Favoriser l'appartenance du centre multimédia à des réseaux de télécentres tant au plan national qu'international</p>
<p>Les centres multimédia offrent des services divers aux populations locales qui leur font souvent défaut comme les saisies des documents, les photocopies, le traitement des photos, la conception de cartes de membres, de mariage, de baptême etc.</p>	<p>La connexion est coûteuse et non fiable dans plusieurs centres qui disposent encore de l'Internet. Nombreux sont ceux qui ne sont plus connectés en raison des charges élevées.</p>	<p>- Créer un cadre de concertation permanent entre d'une part les centres médias et d'autre part les structures ayant assuré le financement de centres multimédia dans une même localité.</p>
	<p>La source d'énergie (thermique) la plus utilisée par les centres est aussi coûteuse et connaît des coupures fréquentes.</p>	<p>Etablir un partenariat au plan local avec les structures étatiques, les ONG et autres association pour des transferts e services au profit des centres multimédia</p>

		(photopies des documents, maintenance...)
	<p>Les services offerts par les centres multimédia sont les mêmes un peu partout et les coûts sont relativement plus élevés que ceux pratiqués en ville. Les innovations demeurent faibles en la matière. Les différents acteurs (gérants et comité de gestion) ne semblent pas être préparés à la promotion de nouveaux produits.</p>	<p>Créer un cadre de concertation avec l'Etat et les Fournisseurs d'accès à Internet dans l'optique d'obtenir des faveurs sur l'achat des ordinateurs ou des pièce de rechange, l'assouplissement des tarifs d'abonnement, les appuis à des formations etc.</p>
	<p>La fréquentation des centres multimédia reste toujours l'apanage des hommes et des personnes ayant un certain niveau d'instruction. Et des hommes. Le niveau d'accès des femmes et des communautés de base reste toujours faible.</p>	
	<p>Le niveau de valorisation du savoir local n'est pas satisfaisant. Les sites Web créés ne sont pas alimentés par des nouvelles locales soit par manque de culture de l'écriture, soit par manque de connexion ou par défaut de moyens de déplacements pour collecter les informations sur le terrain.</p>	

ANNEXES

- ❶ Liste des personnes et Institutions contactées
- ❷ Résultats des questionnaires
- ❸ Bibliographie

1. Liste des personnes et Institutions contactées

Nom – Prénoms	Fonctions	Lieu	Contacts
Adama Soumaré	Responsable du Télécentre Filaniso	Fana	BP 42 Tél : 00 223 225 32 85 Port : 00 223 614 83 93 Email : maffise@yahoo.fr
Traoré Babintou Sissoko	Chargée des relations extérieures de l'association féminine Nyéléni	Fana	Tél : 00 223 929 19 52 E.mail babintousissoko@yahoo.fr
Aminata Diallo	Présidente de l'association Benkadi TIC	Fana	Tel : 00 223 525 96 90 E.mail : benkaditic@yahoo.fr
Mme Coulibaly Koura Bagaya	Présidente du comité de gestion du CMC de Niono	Niono	Tél : 00 223 614 48 15
Bakary Coulibaly	Directeur de la radio Cesiri	Niono	Tél. : 00 223 235 21 52
Maïmouna Diarra	Gérance CMC	Markala	BP : 02 Tél. : 00 223 234 21 52
Bocoum Kombouro Koïta	Gérante CMC	Douentza	BP 09 Tél. : 00 223 245 20 43 E.mail : daddaande@yahoo.fr
Amadou Maïga	Directeur de la radio Daandé	Douentza	BP 09 Tél. : 00 223 245 20 43 Port : 00 223 616 12 90
Amadou Traoré	Membre de l'association des guides accompagnateurs du pays Dogon et du Gourma	Douentza	Tél : 00 223 604 16 62 E.mail : amoutra@yahoo.fr
Almahadi Traoré	Gérant CLIC	Gao	Tél. : 00 223 903 08 14 E.mail : tralma51@yahoo.fr
Ousmane Maïga	Responsable Télécentre Multimédia Communautaire	Gao	Tél. : 00 223 612 95 82 E.mail : maigabiga@yahoo.fr
Maïga Kadiatou Oumar Maïga	Chargée des relations extérieures de l'association Chat Aguena (Les gardiennes de la culture)	Gao	BP : 101 Tél. : 00 223 282 03 32 E.mail : alagmo2@yahoo.fr
Mahamadou Abidine	Responsable du	Ansongo	Tél. : 00 223 695 62 44

Maïga	CMC de Ansongo Directeur de la radio Koukia de Ansongo		
Cheick Kélétigui Berthé	Responsable de Séné Kunafoni bulon	Sikasso	BP09 Tél : 00 223 262 25 00 00 223 657 29 55 senebulon@yahoo.fr
Aly Sangaré	Gérant CMC	Sikasso	BP 139 Tél : 00 223 6105 78 76 sangaresaly@yahoo.fr www.kene.radio.org.ml
Diallo Hadizatou Maïga	Présidente de l'association des transformatrices de produits locaux.	Sikasso	Tel : 00 223 688 51 53 hmdiallo2007@yahoo.fr
Mohammed Diallo	Gérant CMC	Niéna	BP 18 Tél : 00 223 656 15 38 cmc_niena@yahoo.fr
Abdoulaye Coulibaly	Gérant CLIC	Bougouni	Tél : 00 223 614 39 02 coulyablo@yahoo.fr
Faguimba Sissoko	Président des Associations d'artisans	Bougouni	Tél : 00 223 601 34 78 Faguimba.sissoko@yahoo.fr
Jonathan Doumbia	Gérant CMC	Ouélessébougou	BP 40 Tél : 00 223 265 00 66 doumbialeblanc@yahoo.ca
Yattara Omou Sow	Ex gérante CLIC	Ouélessébougou	Tél. 00 265 00 61
Alima Traoré	Gérante CMC	Kati	BP 133A Tél : 00 223 227 28 84 00 223 676 15 35 alimetraorem@yahoo.fr
Hawoye Traoré	Responsable national du Centre de ressources TIC de l'AGETIC	Bamako	BP E 5467 Tél : 00 223 229 54 18 Fax : 00 223 229 94 13 Mail : dq@agetic.gov.ml Web : www.agetic.gov.ml
Fousseyni Sanogo	Journaliste- Formateur en TIC	Bamako	Tél : 00 223 628 03 93 Mail : sanogofousseyni@yahoo.fr

Aminata Maiga	Présidente Afriklinks	Bamako	03 BP 208 Tél : 00 223 228 22 29 amaiga@afriklinks.org www.afriklinks.org
Timothée Keita	Responsables des TIC Afriklinks	Bamako	03 BP 208 Tél : 00 223 228 22 29 www.afriklinks.org
Iam Mamadou Diallo	Conseiller du Ministre de la communication et des nouvelles technologies	Bamako	BP 141 Tél : 00 223 222 09 96 00 223 683 44 86 E.mail : diallo_iam@yahoo.com
Issa Ouattara	Chef de service énergie rurale Ministère des mines, de l'énergie et de l'eau	Bamako	BP 1909 Tél : 00 223 222 41 84
Ousmane Bamba	Coordinateur CMC de l'UNESCO	Bamako	BP E 1763 Tel : 00 223 223 34 92 00538 94 74 E.mail : o.bamba@unesco.org Web : www.unesco.org/

2. Les résultats des questionnaires

Télécentre Communautaire Filaniso - Fana
Date de création : 2002
Financement : IICD
Personnel : 2 permanents 1 contractuel Stagiaires (Filles formées en TIC à la recherche de travail) Profil : Spécialiste des télécommunications Secrétaire : Formation reçue : Gestion, maintenance, Bureautique Formateur : autoformation Besoin en formation du personnel : Maintenance- Marketing- Gestion
Equipement : 7 ordinateurs (3 en panne) 3 imprimantes (2 en couleur-1 en NB) 2 photocopieuses 1 imprimerie 1 reliure 1 scanner 1 appareil photo numérique Etat : passable Besoins en matériel : 4 Ordinateurs de marque avec grande capacité Caméra, Appareil de montage vidéo Appareil de transfert de film de cassette vidéo à DVD
Source d'énergie : Thermique Souhait : Energie solaire
Connectivité : Ligne spécialisée 128 Kbits Coût élevé Souhait : ADSL
Prestations de services : Internet Photocopie Formation Imprimerie Création de Blog Montage de projets pour création de GIE, Associations
Participation communautaire: Jeunes Hommes Marabouts Associations diverses
Tarifs horaire de la connexion : 600 FCFA (0.91euros)
Réseau : Fédération des télécentres communautaires du Mali- FETEMA Télécentre.org
Nouveaux produits souhaités : Montage vidéo Photos d'identité Centre de paiement (Pari mutuel, téléphone, électricité) Centre d'alphabétisation
Observations : le télécentre a formé 16 filles déscolarisées aux TIC, ce qui a permis à l'une d'elle d'avoir un travail. Les autres sont à la recherche de boulot. Mais en attendant elles appui le télécentre en tant que stagiaires

CMC - Niono
Date de création: 2003
Financement : UNESCO -
Personnel : 1 permanent Profil : Comptable Formation reçue : Word, Excel, PowerPoint, Quatro Pro Formateurs : Personnes ressources Besoin en formation : Maintenance- Marketing- Gestion
Equipement : 7 ordinateurs (5 en panne) 1 Fax 1 imprimante NB Etat de l'équipement: passable Besoins en matériel : Photocopieuse Connexion Internet Ordinateurs Imprimante en couleur Reliure
Source d'énergie : Energie hydraulique Souhait : Energie thermique ou solaire
Connectivité : Néant – (La connexion à existé durant une année seulement)
Prestations de services : Formation (Word, Excel)
Participation communautaire: faible
Tarifs horaire de la connexion : Néant
Réseau : Néant
Nouveaux produits souhaités : Néant
Observations : Scission entre radio et le CMC, chaque entité possède son comité de gestion. Le CMC a même quitté les locaux de la radio. Pour disposer des services du CMC la radio doit s'acquitter des frais prestations.

CMC Douentza
Date de création : 2005
Financement : USAID/ HKI
Personnel : 3 permanents Profil : Animateur et techniciens radio reconvertis Formation reçue : Gestion de site Web Installation anti virus Maintenance (initiation) Formateurs : Helen Keller International Mali Afrilinks Besoins en formation : <ul style="list-style-type: none"> -Reconfiguration des appareils pour la connexion, en cas de déconnexion - Maintenance - Détection des pannes - Fabrication des câbles de branchement des appareils - Réparation des pannes de connexion Internet, chez les partenaires qui partage la bande passante avec le CMC
Equipement : 3 ordinateurs 1 Photocopieuse (en panne) 1 imprimante NB (en panne) Contraintes : Panne de lecteur CD Manque de pièces de rechanges Besoins en matériel : 5 ordinateurs 2 imprimantes (Couleur et NB) 1 photocopieuse 1 scanner * Le CMC a acheté sur fonds propre un router
Source d'énergie : Energie thermique Contrainte : Coût élevé, coupures intempestives occasionnant des dégâts en matériel Souhait : Energie solaire
Connectivité : VSAT (Fiable- Coût d'abonnement élevé 400 000 FCFA / mois Bande passante : 128 kbits en partage avec d'autres partenaires de la localité
Prestations de services : Internet Saisie Formation <ul style="list-style-type: none"> • certaines demandes ne sont pas satisfaites, en raison de la non maîtrise de l'outil internet par les gérants du CMC
Participation communautaire: Touristes Fonctionnaires Elus locaux

Tarifs horaire de la connexion : 1000 FCFA (1.52 euros)
Réseau : Néant
Nouveaux produits souhaités : Création de site Web pour les associations de femmes, d'agriculteurs pour favoriser les contacts avec l'extérieur - Création de relais du CMC dans lieux de concentration des touristes - Agrandissement et traitement des vieilles photos
Observations : C'est un des CMC viables parce que situé dans une zone touristique. Cependant il comporte un handicap majeur, le très faible niveau informatique des gérants. A cela il faut peut être ajouter la difficulté de subvenir aux pannes qui se produisent chez le partenaire qui partage la bande passante avec le CMC. Ce partage constitue également une source de revenus sensible pour le CMC

CLIC- Gao
Date de création : 2004
Financement : USAID
Personnel : 2 permanents Profil : Techniciens en informatique Formation reçue : Création de site Web Maintenance Formateurs : USAID Helen Keller International Mali Afrilinks Besoins en formation : Lutte anti virus, maintenance, gestion
Equipement : 6 ordinateurs (2 en panne) 1 Scanner 1 imprimante couleur Equipement vidéo Contraintes au niveau des appareils : Les attaques de virus Besoins en matériel : 5 ordinateurs 1 imprimantes NB 1 photocopieuse
Source d'énergie : Energie thermique Contrainte : Coût élevé, coupures intempestives entraînant la perte de la clientèle Souhait : Energie solaire
Connectivité : VSAT (Fiable- Coût d'abonnement élevé) Bande passante : 100 kbits en partage avec d'autres partenaires de la localité

Prestations de services: Internet Formation (Word, Excel, PowerPoint)
Participation communautaire: Jeunes ONG
Tarifs horaire de la connexion : 600 FCFA (0.91 euros)
Réseau : FETEMA
Nouveaux produits souhaités : Cartes de visite Reportages divers (mariage, baptême ...)
Observations : Néant

Télécentre multimédia communautaire- Gao
Date de création : 16 février 2008
Financement : Union européenne
Personnel : 3 permanents Profil : Informaticien- Secrétariat de direction Formation reçue : Gestion de télé centre Collecte de contenu Formateurs : Helen Keller International Mali, Afriklinks Besoins en formation : Lutte anti virus
Equipement : 20 ordinateurs écrans plats 1 Scanner 2 imprimante couleur et NB 1 Scanner 1 caméscope 1 photocopieuse 1 ordinateur portable 1 cabine téléphonique * tout le matériel est neuf Contraintes au niveau des appareils : Difficultés d'installer Yathomessenger sur certains ordinateurs. - Démarrage très lent des ordinateurs en raison de problème de configuration Besoins en matériel : Ordinateurs marque DELL Windows XP professionnel
Source d'énergie : Energie thermique Contrainte : Coût élevé, coupures intempestives entraînant la perte de la clientèle Souhait : Energie solaire
Connectivité : ADSL Bande passante : 128 kbits

Technologie souhaitée : VSAT
Prestations de services : Formation : (Word, Excel, PowerPoint, Internet) Impression Internet Photocopies Cartes de visite et de mariage Dépliants Photos numériques
Participation communautaire: Jeunes Femmes Hommes Fonctionnaire Faible fréquentation des associations paysannes et des élus locaux
Tarifs horaire de la connexion : 750 FCFA (1.15 euros)
Réseau : FETEMA
Nouveaux produits souhaités : Reportages divers (mariage, baptême ...) Conversion des données analytiques sur support numérique.
Observations : la particularité de cette structure réside dans sa mode de gestion. Elle est financée par l'Union européenne au bénéfice de l'Assemblée régionale de Gao. Celle-ci a fait un appel d'offre en vue du recrutement d'une personne morale pour sa gestion. Sur la base d'un protocole d'accord provisoire pour l'instant, le matériel et le local sont ²²² mis à la disposition du gestionnaire, qui à son tour, s'engage à reverser mensuellement 50 % des bénéfices à l'Assemblée régionale. C'est une période d'essai de 6 mois et selon le niveau de fonctionnement du télécentre, les deux parties s'accorderont par la suite sur des nouvelles modalités de partenariat.

CMC - Ansongo
Date de création : Avril 2007
Financement : Unesco
Personnel : 2 bénévoles Profil : Informaticien Comptable
Formation reçue : néant Besoin en formation : Gestion des CMC, maintenance, Exploitation des appareils...
Equipement : 4 ordinateurs 1 Scanneur 1 imprimante 1 Scanneur 1 photocopieuse * tout le matériel est neuf Contraintes au niveau des appareils : Vol d'une unité centrale. Une autre est en panne Besoins en matériel : 2 ordinateurs 1 unité centrale 1 photocopieuse 1 source d'énergie solaire avec des convertisseurs
Source d'énergie : Plateforme multifonctionnelle Contrainte : Très coûteux en carburant et en lubrifiant. Souhait : Energie solaire
Connectivité : Néant Technologie souhaitée : VSAT
Prestations de services : Impressions Photocopies Saisies Dépliants
Participation communautaire: Néant
Tarifs horaire de la connexion : 1500 CFA (2.28 euros) (quand la connexion était effective)
Réseau : Néant
Nouveaux produits souhaités : Néant
Observations : C'est un CMC qui a l'avantage de d'être seul dans la zone donc sans concurrent. Seulement il est dans des difficultés en raison d'un manque d'accompagnement à près sa création. On lui avait promis 6 moi de soutien, il n'en a bénéficié qu'un seul mois. En plus la source d'énergie dont il dispose est loin d'être un modèle tant il est gourmand en carburant et aussi bruyant.

CMC - Sikasso
Date de création : Janvier 2005
Financement : USAID/HKI
Personnel : 1 Profil : Comptable Formation reçue : Création et mise à jour de site Web Maintenance Gestion de télécentre Traitement d'images Ecriture journalistique Besoins en formation : recyclages sur les modules déjà reçues Formateurs : HKI, UNESCO, AFRILINKS, USAID, MISTOA
Equipement : 5 ordinateurs 1 Scanneur 2 imprimantes 1 photo numérique 2 photocopieuses * Etat du matériel passable Contraintes au niveau des appareils : -Problème de disque dure Manque d'anti virus Difficulté d'acquisition de cartouche d'encre pour l'imprimante et la photocopieuse. Besoins : Elargissement de la salle de formation pour pouvoir accueillir plus de clients
Source d'énergie : Thermique Contrainte : coupures intempestives
Connectivité : ADSL Technologie souhaitée : Ligne spécialisée
Prestation de services : Internet Formation Photocopie
Participation communautaire: Fonctionnaires Jeunes Femmes Elus locaux Associations paysannes Coopérants Porteurs d'uniforme Contraintes rencontrées : manque de salle d'attente Salle non climatisée
Tarifs horaire de la connexion : 500 CFA (0.76 euros)
Réseau : FETEMA
Nouveaux produits souhaités : matériel de montage de film et de clips pour les artistes
Observations : Néant

Séné Kunafoni bulon
Date de création : 2006
Financement : IICD jusqu'en décembre 2008
Personnel : 3 permanents Profil : Informaticien communicateur secrétaire Formation reçue : Réseautage Maintenance Multimédia de base Recherche sur internet Formation des formateurs
Formateurs : IICD
Equipement : 5 ordinateurs 1 Scanneur 1 imprimantes 1 photo numérique 1 photocopieuses 4 cameras numériques 1 Retro projecteur * Etat du matériel passable Contraintes au niveau des appareils : - Panne d'un ordinateur Besoins en matériel : 4 ordinateurs 1 imprimante en couleurs
Source d'énergie : Thermique
Connectivité : ADSL Contrainte : Perturbation de la connexion à partir de 10 h le matin Technologie souhaitée : Ligne spécialisée
Prestation de services : Informations agricoles Formation sur l'utilisation des TIC Saisies des rapports Recherche sur Internet Photo numérique * Pour les analphabètes, possibilité d'utiliser l'ordinateur en langue Bambara grâce à un logiciel installé à cet effet.
Participation communautaire: Exclusivement réservé aux organisations paysannes
Tarifs horaire de la connexion : Gratuit
Réseau : FETEMA
Observations : Ce centre est original. Trois organisations paysannes et une structure de recherche sont à la base de sa création. L'objectif étant fournir l'information agricole à ses membres à travers divers canaux. C'est ainsi que l'outil internet s'est imposé comme une source importante. Et son accès est gratuit non seulement pour les membres des 3 associations fondatrices mais aussi pour tout membre d'une association paysanne. Son originalité réside également dans le fait que son fonctionnement est assuré à 10 % par les organisations paysanne et 90% par IICD. Dans presque tous les cercles de la région de Sikasso, le centre assure la connexion d'un ordinateur qui lui sert de relais. La participation communautaire est à son apogée. L'appui de IICD prend fin en décembre 2008. Le centre est en négociation pour une prolongation de cet appui, le temps de lui permettre la mise en place de mécanisme visant à une auto prise en charge à moyen terme

CMC Niéna
Date de création : 20 septembre 2005
Financement : UNESCO
Personnel : 2 permanents Profil : Secrétaire de Direction Comptable Formation reçue : Gestion des CMC à l'intention du comité de Gestion du CMC Initiation à l'informatique Formateurs : IDC formation Besoins en formation : Maintenance
Equipement : 4 ordinateurs écrans plats 1 Scanneur 2 imprimantes 1 photo numérique 1 photocopieuses * Etat du matériel passable Contraintes au niveau des appareils : - Lenteur des machines - Problème d'alimentation des ordinateurs Besoins en matériel : 1 photocopieuse Des claviers en arabe pour les 44 medersas (écoles arabes) de la ville Ordinateurs plus performants
Source d'énergie : plateformes multifonctionnelles Contrainte : Pannes imprévues, forte consommation en carburant
Connectivité : Néant Technologie souhaitée : VSAT
Participation communautaire: Fonctionnaires Jeunes Femmes Elus locaux Associations paysannes Marabouts
Prestations de services : Photocopie Saisie Formation Charge de batterie 5 voiture et téléphone portable)
Tarifs horaire de la connexion : Néant (pas de connexion)
Réseau : FETEMA
Nouveaux produits souhaités : Logiciel permettant le transfert des clips de l'ordinateurs aux portables
Observations : Séparation entre le CMC et la radio. Chacun disposant d'un comité de gestion

CLIC - Bougouni
Date de création : 5 mai 2004
Financement : USAID
Personnel : 3 permanents- 1 stagiaire Profil : Secrétaire de Direction Comptable Enseignant Formation reçue : Gestion des CMC Création de site Web Maintenance Bureautique Initiation à l'informatique Formateurs : Afriklinks Besoins en formation : Lutte contre les virus
Equipement : 7 ordinateurs 1 Scanneur 2 imprimantes (couleur- Nb) 1 photo numérique (mauvais état) 1 photocopieuses 1 magnétoscope 1 téléviseur * Etat du matériel passable Contraintes au niveau des appareils : - Pannes diverses - Attaque de virus Besoins en matériel : 1 photocopieuse Vidéo projecteur Compléments d'ordinateurs
Source d'énergie : Thermique
Connectivité : VSAT Technologie souhaitée : ADSL, LIVE BOX
Participation communautaire: Fonctionnaires Jeunes Femmes Elus locaux Associations paysannes ONG
Prestations de services : Photocopie Saisie Formation Impression Gravure Transfert des sons et images dans les téléphones portables
Tarifs horaire de la connexion : 1000 CFA (1.50 euros)
Réseau : FETEMA
Nouveaux produits souhaités : photocopies Skype Webcam
Observations : Néant

CMC- Ouéléssebougou
Date de création : 2006
Financement : USAID
Personnel : 3 bénévoles Profil : Sociologue Pasteur informaticien Formation reçue : Gestion des CMC Maintenance Formateurs : Afriklinks, HKI
Equipement : 2 ordinateurs 1 Scanneur (nb) 2 imprimantes (Nb) 1 photocopieuse * Etat du matériel passable Contraintes au niveau des appareils : - 1 clavier en panne Besoins en matériel : 1 appareil numérique photo Imprimante en couleur Ordinateurs Connexion Internet
Source d'énergie : Thermique
Connectivité : Néant
Participation communautaire: Associations paysannes (principalement pour les photocopies) Jeunes fonctionnaires
Prestations de services : Photocopie Saisie Formation (Word, Excel) Impression
Tarifs horaire de la connexion : Néant
Réseau : FETEMA
Nouveaux produits souhaités : Gravure des CD Reportages des mariages sur CD
Observations : Ce CMC n'a jamais bénéficié d'une connexion internet depuis sa création

CMC- Kati
Date de création : 2005
Financement : USAID/ Coopération Suisse
Personnel : 4 Permanents- 1 stagiaire Profil : Secrétaire de Direction Comptables Formation reçue : Création et gestion de Site Web Maintenance Formateurs : Afriklinks, HKIn Geeckorps, radio Besoin en formation : Recyclage
Equipement : 8 ordinateurs 1 Scanneur (nb) 2 imprimantes (Nb) 1 photocopieuse 10 Webcam 1 coupe papier 1 appareil pour reliure 1 appareil photo numérique * Etat du matériel passable Contraintes au niveau des appareils : - L'appareil photo numérique en panne Besoins en matériel : 8 ordinateurs écrans plats 1 Climatiseur 1 imprimante en couleur 1 photocopieuse en couleur
Source d'énergie : Thermique – coupure fréquente Souhait : Disposer de l'énergie solaire pour pallier aux insuffisances de l'énergie thermique
Connectivité : Live BOX
Participation communautaire: Elèves Associations paysannes (formation en saisie des textes) fonctionnaires
Prestations de services : Internet Photocopie Scanneur Carte de mariage, de membres Bureautique Formation
Tarifs horaire de la connexion : 400 FCFA (0.60 euros)
Réseau : FETEMA
Nouveaux produits souhaités : Photocopie et imprimante couleur
Observations : C'est un des rares CMC performant dans sa gestion. Il possède un logiciel en la matière.

BIBLIOGRAPHIE

- Telecentre in Mozambique : Authors : Michael DAAMEN, Sarah GROENNEDIJIK, Adinda MBARGA, Shepedn ICONS – June 2008
 - Etude d'avant projet sur les centres multimédia communautaires (Cas du Sénégal) auteurs: Jean Pierre ILBOUDO, Koda TRAORE – Août 2007
 - Evaluation des centres multimédias communautaires au Mali : Jean Pierre ILBOUDO- Juillet – Août 2007
 - L'heure du télécentre n°1 Novembre 2007- Février 2008
 - L'heure du télécentre N°2 mars – juin 2008
-
-