

Sur la nouvelle place du

En combinant la radio de proximité avec Internet et d'autres technologies modernes, les Centres multimédia communautaires (CMC) réduisent la fracture numérique et contribuent au développement de régions isolées. À l'issue d'une phase pilote, la Suisse et l'Unesco ont décidé d'implanter ces structures à grande échelle dans trois pays d'Afrique.

La DDC engagée dès le début

La Suisse a été le premier pays donateur à soutenir le concept des CMC. Après une expérience réussie à Kothmale, au Sri Lanka, l'Unesco a décidé de lancer un programme pilote pour le développement de ce modèle sur trois continents. Avec une contribution de 1,5 million de francs, la DDC a financé plus de la moitié des 40 centres créés entre 2001 et 2003. Un montant identique a été investi dans la deuxième phase de ce programme (2004-2006), qui vise à élargir les centres pilotes et à développer de nouveaux services, comme l'enseignement à distance. Parallèlement, la DDC s'est associée à l'Unesco pour lancer le déploiement à grande échelle des CMC au Mali, au Mozambique et au Sénégal. Elle consacrera 3 millions de francs à cette initiative, qui a été annoncée en décembre 2003 à Genève, lors du Sommet mondial pour la société de l'information.



(ils) Le flash d'information de Radio Jamana est très attendu par les cultivateurs de coton et les éleveurs de Koutiala, ville située à 420 km de Bamako, la capitale malienne. Diffusé à 18h00 en minianka et à 18h30 en bambara, il leur fournit les dernières prévisions météorologiques, assorties de conseils agricoles. Chaque jour, ce bulletin est transmis de Bamako au Centre multimédia communautaire (CMC) de Koutiala par courrier électronique.

Comme les 40 autres CMC pilotes créés à ce jour par l'Unesco en Afrique, en Asie et dans les Caraïbes, celui de Koutiala réunit dans un même bâtiment une radio communautaire et un télécadre polyvalent doté de nombreux équipements: téléphones, ordinateurs raccordés à Internet, scanner, imprimante, fax, photocopieuse, graveur de CD, appareil de photo numérique, relieuse, etc. Selon

le concept imaginé par l'Unesco, le CMC s'appuie sur les radios de proximité pour introduire les nouvelles technologies de l'information et de la communication dans les régions isolées du Sud.

Services collectifs et individuels

Les journalistes enrichissent leurs émissions en puisant des informations sur Internet. À l'antenne, ils invitent leurs auditeurs à venir consulter sur place d'autres données. Le télécadre répond aux besoins du développement local, en organisant des cours d'alphabétisation ou en produisant des informations en langue locale. Ainsi, un télécadre du Mozambique a créé un CD-Rom sur la prévention du paludisme. En Ouganda, un CD-Rom présente aux femmes différentes activités génératrices de revenus.

La plupart des centres proposent en outre des ini-

village

tations à l'informatique. Ces formations sont généralement payantes, comme d'ailleurs les prestations individuelles, qui connaissent un grand succès. Les ordinateurs peuvent être loués pour naviguer sur Internet, envoyer des e-mails ou saisir des documents. De petites entreprises s'en servent pour établir leur comptabilité. D'autres clients viennent faire des photocopies, expédier un fax, relier un document, imprimer des cartes de visite ou des faire-part de mariage. Le scanner fait le bonheur de nombreux usagers qui veulent préserver d'anciennes photos.

«Les CMC sont des plates-formes de communication pour la communauté. Ces lieux très animés deviennent peu à peu la place du village. Quelques-uns ont même ouvert un petit restaurant», constate Stella Hughes, responsable de ce programme à l'Unesco.

Création de 150 nouveaux centres

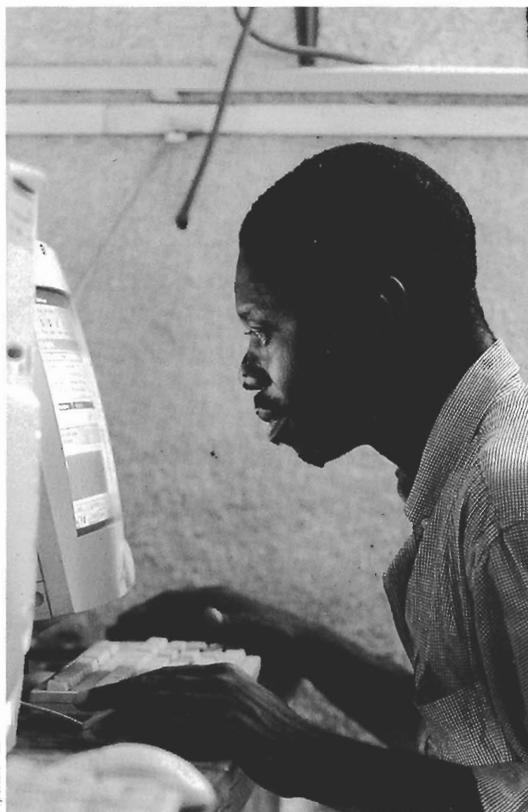
Fin 2003, la Suisse et l'Unesco ont lancé une initiative pour le développement à plus large échelle des CMC en Afrique. La première étape concerne le Mali, le Mozambique et le Sénégal. Il est prévu d'implanter 50 centres par pays. «Pour exercer un impact réel sur le développement, il faut un réseau assez dense, car les CMC ont une portée très locale. Les centres pilotes joueront le rôle de grands frères», précise M^{me} Hughes. Les initiateurs entendent mobiliser un consortium de partenaires nationaux et internationaux autour de ce défi. La contribution suisse permettra de réaliser une vingtaine de CMC par pays.

L'achat des équipements ne représente qu'une petite partie de l'investissement nécessaire. Durant la phase d'accompagnement, qui dure au moins 18 mois, les bailleurs de fonds assurent la formation du personnel, les coûts de fonctionnement et la production de matériel informatique. Ensuite, d'autres sources de financement doivent assurer la pérennité du site. Si les prestations payantes couvrent une partie des frais, les services liés au développement, eux, ne sont guère rémunérateurs pour le CMC. «Il faudra subventionner ces activités, dont les communautés marginalisées ont un besoin crucial», souligne Stella Hughes.

Connexions perturbées

Les émissions de «radio-surf» seront un autre élément central du passage à grande échelle. Il s'agit d'une technique qui se pratique surtout dans les CMC d'Asie: le journaliste consulte des sites Internet en direct pour répondre aux questions posées par les auditeurs; il est assisté par un spécialiste local, qui vérifie et commente les informations glanées sur la Toile. Cette formule n'a pas encore

percé dans les CMC africains, où la mauvaise qualité des lignes téléphoniques entrave souvent la consultation d'Internet. Ainsi, Radio Jamana n'a pu diffuser jusqu'ici que deux émissions de radio-surf, l'une sur le sida, l'autre sur l'excision des filles. «Notre souci numéro un, c'est la connexion Internet, qui est très lente et souffre de fréquentes interruptions», remarque Mamadou Lamine Sylla, directeur du CMC de Koutiala. Les animateurs de



Reporters / lat

Radio Jamana profitent d'effectuer une recherche lorsque la liaison est bonne, afin de répondre en différé aux questions des auditeurs. «Des leaders communautaires nous téléphonent fréquemment pour connaître le prix des céréales sur les marchés des pays voisins, le cours du coton, ou encore pour se renseigner sur des techniques culturelles», explique M. Sylla. ■

Analphabètes, mais branchés

Les personnes qui fréquentent les télécentres sont pour la plupart alphabétisées. Ce sont des enseignants, des élèves, des religieux, des commerçants ou encore des fonctionnaires. Mais les CMC veulent aussi mettre les nouvelles technologies à la portée des populations rurales, qui sont en grande partie analphabètes. Ainsi, un paysan qui souhaite communiquer avec son fils émigré a la possibilité de dicter son message électronique à l'animateur du centre. Quand la réponse arrive, celui-ci en fait la lecture au client. L'animateur peut aussi effectuer des recherches sur Internet ou d'autres opérations à la demande d'usagers qui, tout en sachant lire et écrire, n'ont pas de connaissances en informatique.