

Une bonne communication est vitale pour les petits agriculteurs qui ont besoin d'accéder plus facilement au marché et de disposer d'une information fiable sur les prix, la qualité des produits et les conditions du marché. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC), en particulier l'Internet, peuvent-elles y contribuer? First Mile est un projet pilote de deux ans, appuyé par le Gouvernement de la Suisse et exécuté en collaboration avec le programme de développement des systèmes de commercialisation des produits agricoles du Gouvernement de la République-Unie de Tanzanie. L'assistance technique est assurée par l'association International Support Group.



Le projet First Mile

Juliana Raphael Kulaya, 45 ans, vit dans le village de Shiri Njoro, à proximité du mont Kilimandjaro, sur les hautes terres du nord de la Tanzanie. Ses six enfants étudient et travaillent loin de chez elle, et son mari est parti il y a quelques années, la laissant seule pour cultiver son demi-hectare de terrain.

Kulaya est pauvre, mais avec ce qu'elle gagne en vendant ses produits sur le marché de Mbuyuni, dans la ville voisine de Moshi, elle est parvenue à construire une demeure modeste. Kulaya n'a ni le téléphone ni la télévision et elle explique qu'elle n'a pas le temps d'écouter sa radio. Quand elle a besoin d'information, elle ne sait pas où aller et elle n'a pas vu un seul agent de la vulgarisation depuis des années. Quand elle va sur le marché, elle n'a aucune information sur les prix ni aucune idée de l'endroit où elle pourrait en trouver, aussi vend-elle ses produits au prix qu'on veut bien lui en donner.

Non loin de là vit Magdalena Lema, une enseignante âgée de 55 ans dont les quatre enfants ont étudié à l'université. Lema et son mari ont une exploitation de 10 hectares sur laquelle ils produisent des cultures vivrières et élèvent des vaches laitières. Chacun des membres de la famille possède un téléphone mobile, et l'ordinateur de la maison est connecté à l'Internet. En dépit de son aisance relative, Lema a le même problème que sa voisine – elle ne sait pas où aller ni à qui s'adresser pour obtenir des informations agricoles et des informations sur le marché.

"Je pourrais utiliser mon téléphone mobile pour obtenir des informations sur le marché, dit-elle, si je savais qui appeler."



Kulaya et Lema sont deux cas parmi tous les agriculteurs susceptibles de bénéficier du projet First Mile du FIDA, aujourd'hui mis en œuvre dans plusieurs districts de la Tanzanie. Le projet pilote aide les petits producteurs, les transformateurs, les commerçants et les autres acteurs de la filière commerciale à mieux communiquer, à former des partenariats et à apprendre les uns des autres, afin d'obtenir un meilleur accès aux informations commerciales et de négocier des échanges plus équitables dans un esprit de collaboration accru.

L'expression "first mile" se réfère à la mise en place du premier maillon de la chaîne de connectivité, dont l'absence isole un village sans électricité ni téléphone, de l'ordinateur en ligne le plus proche. Le projet place résolument les communautés rurales au point de départ de la connectivité et non à son extrémité.

Lié au programme de développement des systèmes de commercialisation des produits agricoles, financé par le FIDA, le projet First Mile s'attaque à deux problèmes: l'accès

**Le projet conjugue
les dimensions de
la communication
et de la
commercialisation**



des ruraux pauvres à l'information et aux savoirs ainsi qu'aux technologies de la communication telles que les téléphones mobiles, l'Internet et le courrier électronique; et leur accès aux autres opérateurs clés de la filière commerciale, notamment les commerçants, les transformateurs, voire les consommateurs. Clive Lightfoot, directeur du projet, explique: "Le projet conjugue les dimensions de la communication et de la commercialisation. La commercialisation est étroitement liée aux revenus immédiats et est très dépendante de l'information: non seulement l'information sur les prix, mais également celle qui concerne le marché, notamment la qualité des produits et les perspectives. Elle est fondée sur l'information. Nous avons conjugué cet aspect à la possibilité de tirer un revenu, voilà le fil directeur du projet."

Le problème immédiat pour le projet First Mile, pendant la période pilote de deux ans, consiste à déterminer comment les petits agriculteurs peuvent se connecter à l'Internet, par le biais d'intermédiaires, pour obtenir des informations commerciales et communiquer avec d'autres groupements d'agriculteurs, avec les groupements de transformateurs et de commerçants, et directement avec les consommateurs, lorsqu'ils mettent sur pied leurs propres filières commerciales du producteur au consommateur.

Pendant la première phase du projet, de mai à juillet 2005, on a évalué l'accès actuel des populations locales aux TIC, et étudié dans quelle mesure elles souhaitaient travailler ensemble sur les filières commerciales. Les petits agriculteurs, les transformateurs et les commerçants qui ont participé à l'atelier initial, organisé à Arusha, en Tanzanie, début juin, ont examiné ensemble les défis qu'ils doivent relever en matière de commercialisation et ils ont réalisé qu'aucun d'entre eux ne connaissait véritablement les problèmes rencontrés par les autres opérateurs de la filière commerciale. Ils se sont montrés fortement intéressés par cette collaboration et ont reconnu qu'une meilleure coopération tout au long de la filière serait bénéfique pour tous. Des groupes d'apprentissage ont été formés, qui utiliseront à terme des technologies telles que le courrier électronique et l'Internet pour échanger l'information, l'expérience et les enseignements tirés.

Un deuxième atelier a permis de former 28 personnes à la mise en place de filières commerciales et aux façons d'appuyer l'apprentissage local comme moyen de resserrer les liens commerciaux. Leur rôle consiste désormais à répondre à la demande et à transmettre localement à d'autres personnes les mêmes compétences.

Pendant la deuxième phase, qui va durer jusqu'en décembre 2005, certains membres des groupes d'apprentissage seront formés à l'utilisation d'un service d'appui à l'apprentissage, utilisant l'Internet, baptisé Linking Local Learners et accessible à l'adresse <http://www.linkinglearners.net>. Leur rôle consistera, notamment, à faire en sorte que les groupes d'apprentissage soient capables d'utiliser le service, directement ou par le biais d'intermédiaires. Les évaluations qui seront conduites en décembre et début 2006 permettront de mesurer l'intérêt local et les avancées en matière de mise en place de filières commerciales, formation de groupes d'apprentissage et utilisation des TIC pour appuyer l'apprentissage.

Le chargé de programme du FIDA, Ides de Willebois, souligne l'importance de la participation locale dans le processus du projet First Mile. "Il doit répondre à la demande, estime M. de Willebois. Si les groupes d'apprentissage retirent un bénéfice de l'échange d'information et de savoirs et se déclarent désireux de continuer, alors le projet répondra. Les comportements devront changer pour que les petits agriculteurs, les transformateurs et les commerçants forment des partenariats afin de travailler et d'apprendre ensemble au lieu de se concurrencer les uns les autres, comme c'est le cas actuellement. Nous espérons que le projet First Mile contribuera à ce changement."

Les comportements devront changer pour que les petits agriculteurs, les transformateurs et les commerçants forment des partenariats afin de travailler et d'apprendre ensemble

Communication et apprentissage au service des filières commerciales

Les pauvres de Tanzanie vivent en majorité dans les zones rurales, et la plupart sont de petits agriculteurs pour lesquels l'agriculture représente la seule chance de sortir de la pauvreté. Mais les agriculteurs pauvres rencontrent de nombreuses difficultés pour commercialiser leurs produits. Ils sont souvent contraints de les vendre à bas prix, alors qu'ils achètent les intrants au prix fort, parce qu'ils ne peuvent guère choisir à qui les vendre, et à quel prix. Isolés des consommateurs et des hauts responsables, ils n'ont généralement aucun contrôle sur le transport, l'entreposage ou la transformation, tandis que leurs produits parcourent la filière commerciale. L'importance pour les ruraux pauvres de l'amélioration des systèmes de commercialisation des produits agricoles ne doit pas être sous-estimée.

Le programme de développement des systèmes de commercialisation des produits agricoles (AMSDP) du Gouvernement de Tanzanie est une initiative de grande ampleur qui vise à augmenter la sécurité alimentaire et les revenus des ruraux pauvres, en améliorant la structure et la performance des systèmes de commercialisation des produits végétaux dans le pays. Ce programme, d'une durée de sept ans et d'un coût de 42,3 millions de USD, partiellement financé par un prêt du FIDA d'un montant de 16,3 millions de USD, intervient principalement dans quatre domaines:

- élaboration de politiques relatives à la commercialisation des produits agricoles;
- renforcement du pouvoir d'action des petits producteurs, à travers l'amélioration de leur capacité d'entreprendre et de s'organiser, et leurs liens avec le marché;
- offre de services financiers liés à la commercialisation afin que les petits agriculteurs utilisant les entrepôts puissent bénéficier de prêts pour couvrir la période séparant la moisson de la vente;
- construction d'infrastructures de commercialisation dans les zones rurales, y compris les installations d'entreposage, les marchés et les routes.

Comme le coordinateur du programme, Nathaniel Katinila, le dit simplement: "Le programme est conçu pour améliorer les systèmes de commercialisation afin que les échanges commerciaux soient parfaitement équitables. Pour simplifier, à la fin de la journée, tant le vendeur que l'acheteur doit être satisfait lorsqu'il rentre chez lui.

En d'autres termes, tout le monde fait de bonnes affaires et personne n'est perdant."

Le programme travaille avec un millier de groupements de producteurs dans le nord et le sud du pays: les régions du Kilimandjaro, de Tanga, d'Arusha et de Manyara dans le Nord, et d'Iringa, de Mbeya, de Ruvuma et de Rukwa dans le Sud. L'objectif est d'aider les groupements de producteurs à acquérir plus de poids sur le marché, en renforçant leur capacité d'identifier les créneaux commerciaux, de négocier les prix de vente et d'achat, et de faire entendre leur voix au niveau des politiques.

Le programme aide également les groupements de producteurs à prendre contact avec d'autres organisations de la base, les transformateurs, les commerçants et les autres opérateurs de la filière, sans oublier les exportateurs.

L'AMSDP a identifié le travail en réseau comme un élément déterminant du succès de ces activités et a demandé au FIDA de l'aider à sonder l'intérêt des populations locales pour un apprentissage entre pairs comme moyen d'améliorer les réseaux de commercialisation et de communication, en particulier grâce à l'échange d'information sur l'Internet. Le projet First Mile s'efforce de répondre à cette demande. Il s'attaque aux problèmes de l'accès au marché et de l'accès à l'information. Il part du principe que des liens commerciaux plus étroits sont bénéfiques pour tous les opérateurs de la filière commerciale. Or, un meilleur accès à l'information commerciale est l'une des clés de l'amélioration des liens commerciaux.



Selon une étude, la qualité de la communication et des réseaux dépend des utilisateurs et non de la technologie

Le projet First Mile a pour objectif principal d'améliorer l'accès des populations rurales aux TIC pour renforcer la communication et l'apprentissage

Ce projet étudie la façon dont les TIC telles que le téléphone mobile, le courrier électronique et l'Internet peuvent aider les petits agriculteurs, transformateurs, commerçants et autres acteurs de la filière commerciale à apprendre à travailler et à penser dans un esprit de collaboration et non de compétition, afin de nouer des relations commerciales plus équitables et plus efficaces. D'emblée il est apparu clairement que la clé de la réussite ne résidait pas dans les TIC elles-mêmes, mais plutôt dans la bonne volonté des populations locales à travailler ensemble pour partager les enseignements et l'information sur les marchés.

Une étude réalisée en juin 2005, au cours de la phase exploratoire du projet, a révélé qu'il n'y avait aucune raison technique que les producteurs et les autres acteurs clés de la filière commerciale ne communiquent pas régulièrement entre eux grâce au téléphone mobile pour appeler ou envoyer des messages, ou dans une moindre mesure, au courrier électronique. Le principal problème n'est pas l'accès à la technologie, qui est plus immédiat et plus facile qu'il ne semblerait à première vue, mais la conviction que l'échange d'informations est suffisamment utile pour en justifier le coût.

Selon cette étude, en Tanzanie, la population rurale découvre que les TIC, comme le courrier électronique et l'Internet, ne sont pas hors de leur portée et souhaite les utiliser pour communiquer à distance. C'est toutefois la qualité de l'information, et particulièrement sa pertinence et son utilité, qui est le facteur crucial. Les personnes interrogées lors de l'étude ont déclaré qu'elles n'étaient pas disposées à sacrifier du temps, et encore moins de l'argent, pour utiliser la technologie à moins que l'information communiquée n'en vaille vraiment la peine.

L'étude a fait ressortir qu'il ne suffit pas de poser des câbles, de construire des pylônes et d'ouvrir des cybercafés pour que la communication soit efficace. Il faut créer des réseaux entre les personnes qui ont des informations pertinentes à partager. Comme le fait observer Ides de Willebois, chargé de programme du FIDA pour la Tanzanie, la communication elle-même est beaucoup plus importante que les TIC. Les ruraux, qui collaborent pour accéder à des informations locales pertinentes et à jour et les partager, conditionnent la réussite de ce projet.

Selon Clive Lightfoot, directeur du projet, on ne saurait sous-estimer l'importance de l'accès à des informations locales pertinentes. "Les connaissances locales sont des connaissances pertinentes" déclare-t-il. "Les ruraux veulent avoir des informations sur les réussites exemplaires et savoir ce qui est utile aux populations locales qui vivent dans les mêmes conditions et rencontrent les mêmes problèmes qu'eux. Le projet First Mile représente une tentative d'utilisation des TIC visant à recueillir ces connaissances et ces informations et à les partager plus largement.

Le diagnostic des TIC a porté sur le contexte national, et notamment sur la politique des pouvoirs publics en matière de communications, le cadre réglementaire et l'état actuel du secteur des télécommunications. Il a également englobé l'accès aux TIC en milieu rural. Des groupes et des individus ont été interrogés dans plusieurs villages des districts de Hai et Babati dans le nord, ainsi que des membres de groupements du district de Mbeya dans le sud, afin de mieux comprendre comment les personnes communiquent actuellement, ce qu'elles ont à communiquer, et quel accès elles ont aux technologies de la communication, telles que téléphone mobile, téléphone fixe, télécopieur, ordinateur, courrier électronique, Internet, radio, télévision et presse écrite.

Les principales conclusions auxquelles ce diagnostic a abouti sont les suivantes:

- le téléphone mobile est utilisé de plus en plus fréquemment et de plus en plus largement en milieu rural à mesure que la couverture progresse dans le pays,
- il y a plus d'utilisateurs que de propriétaires de téléphones mobiles: le partage d'un même téléphone et le recours à des services commerciaux payants sont courants,
- la radio est largement utilisée comme source d'information et de distraction, mais nombreux sont ceux qui estiment qu'elle ne fournit pas d'informations suffisantes sur l'agriculture et les marchés,
- la plupart des gens ont déjà vu un ordinateur mais n'en ont jamais utilisé,
- nombreux sont ceux qui ont entendu parler du courrier électronique et de l'Internet, mais ne les ont jamais utilisés.

Téléphonie mobile

L'étude a confirmé l'évolution rapide du secteur des télécommunications en Tanzanie. La plupart des personnes interrogées n'ont commencé à utiliser le téléphone mobile que depuis 12 à 18 mois. Toutefois, la concurrence est vive et l'amélioration continue de la couverture des zones rurales par les compagnies de téléphone mobile font que certains utilisateurs ruraux du téléphone mobile n'ont peut-être jamais utilisé un téléphone fixe. Mais, l'avènement du GPRS, qui permettra bientôt la réception du courrier électronique sur le téléphone mobile, pourrait éliminer la nécessité de recourir à l'ordinateur pour envoyer des e-mails avant que la plupart des gens aient eu l'occasion de voir un ordinateur.

Environ 90 pour cent des membres des groupes soumis à l'enquête dans les districts du nord ont déclaré utiliser le téléphone mobile. Dans le district de Mbeya, où la couverture rurale est moins étendue, ils n'étaient que 50 pour cent environ.

Les propriétaires de téléphones mobiles sont peu nombreux: ils ne représentent que 2,5 pour cent environ de la population. Mais les utilisateurs, qu'il s'agisse d'amis, de parents ou de clients d'offices locales atteignent 70 pour cent dans de nombreux endroits. "Un très grand nombre de personnes ont au moins utilisé le téléphone mobile" déclare Jonathan Cook, spécialiste des communications qui a établi le diagnostic des TIC. "Le nombre des propriétaires de téléphones mobiles est en réalité beaucoup plus faible, mais il y a beaucoup plus d'utilisateurs que de propriétaires".

Les mobiles servent presque toujours à la communication sociale (contacts avec la famille et les amis) et la plupart du temps dans les cas d'urgence. Toutefois, le téléphone mobile prouvant son utilité, nombreux sont ceux qui commencent à envisager la possibilité de s'en servir à d'autres fins, par exemple pour obtenir des informations régulières et à jour sur les cours des marchés locaux.

La couverture du réseau est déjà étendue en Tanzanie et elle progresse rapidement. Elle est plus dense dans les zones urbaines et à proximité, c'est-à-dire dans toutes les villes d'importance au niveau de la région, de la province ou du district, mais 60 pour cent des villages environ bénéficient d'un accès direct. Même dans les zones reculées, l'installation de relais permet d'étendre la couverture de 20 à 30 km à partir des pylônes téléphoniques les plus proches.

Les difficultés sont toutefois énormes. Malgré l'essor de l'utilisation du téléphone mobile, le nombre de clients des services de télécommunications dépasse tout juste les 2 millions dans un pays qui a une population de 35 millions d'habitants.

Courrier électronique et Internet

Les ruraux qui ont entendu parler du courrier électronique et d'Internet sont de plus en plus nombreux et un nombre surprenant d'entre eux ont assisté à leur utilisation. En revanche, le nombre réel des utilisateurs reste très faible. Toutefois, comme pour le téléphone mobile, la situation évolue vite. Dans un nombre croissant de chefs-lieux de districts, des cybercafés et même le bureau local de la poste aident leurs clients à ouvrir un compte, et à écrire et envoyer des courriels. Il est tout à fait courant de recourir à des intermédiaires pour envoyer un courriel ou télécharger des informations en provenance de l'Internet. À Babati, par exemple, Hadija Issa ne s'est jamais servie d'un ordinateur, mais elle a déjà envoyé un courriel. Au nom du groupe



féminin de transformateurs locaux auquel elle appartient, elle a apporté au bureau local de la poste un message manuscrit, qu'un employé a saisi sur l'ordinateur et envoyé à sa place.

La technologie est un outil

L'étude souligne les avantages du travail en groupe. Les petits exploitants qui sont membres de groupes locaux de producteurs ont plus de chances d'avoir régulièrement accès à des informations qui les aideront à améliorer leur production, à résoudre leurs problèmes et à se tenir au courant des cours sur le marché local. Ils partagent déjà informations et connaissances avec les autres producteurs de leur groupe et sont aussi davantage susceptibles d'utiliser le téléphone mobile. Certains groupes ont investi dans un téléphone mobile destiné à l'usage de leurs membres.

Pour que ces groupes croissent et se renforcent, il leur faut le temps nécessaire pour que se développe la familiarité, la confiance, ainsi qu'une forte motivation pour la collaboration. "Lorsque les gens découvrent qu'ils poursuivent le même but et souhaiteraient avoir plus d'informations qui présentent de l'intérêt pour le groupe, par exemple sur les cours des produits ou l'approvisionnement groupé en intrants, ils se mettent peu à peu à travailler ensemble" déclare Cook.

"Progressivement, en poursuivant un objectif clair et commun, ils prennent confiance, ce qui est extrêmement important pour le renforcement du groupe, et pour lui permettre de collaborer avec les autres groupes".

Pour Vincon Nyimbo, spécialiste de la commercialisation agricole et coordonnateur de la composante liens avec les marchés du Programme de développement des systèmes de commercialisation agricole, le résultat à long terme est la mise en place d'organisations d'agriculteurs fortes, capables de planifier et de créer de nouvelles entreprises plus rentables, grâce à une meilleure information sur les marchés et à la collaboration avec les autres acteurs de la filière commerciale. Selon Vincon Nyimbo, "Des ruraux mieux informés, et par conséquent moins pauvres, voilà l'objectif que nous poursuivons".

Progressivement, en poursuivant un objectif clair et commun, ils prennent confiance, ce qui est extrêmement important pour le renforcement du groupe, et pour lui permettre de collaborer avec les autres groupes

Le panneau d'affichage villageois: combiner des techniques simples et la haute technologie pour une meilleure communication

Les nouvelles technologies ne sont pas toujours les meilleures. Parfois des techniques de communication traditionnelles plus simples peuvent être la meilleure solution pour partager l'information.

Les petits exploitants recourent souvent aux tableaux d'affichage villageois pour s'informer sur les cours des produits. Les panneaux d'affichage des informations commerciales sont le résultat d'un effort local encouragé par le programme de développement des systèmes de commercialisation agricole, qui met l'information à la portée de tous. Il existe une variante tanzanienne, le dua-kali, terme swahili qui signifie "bureau sous le soleil", ou "endroit à l'abri du soleil". Les informations sont affichées sur les panneaux par les membres du conseil villageois, les responsables de groupes de producteurs et les enquêteurs sur les marchés, qui sont employés par le programme pour surveiller les prix et les activités sur les marchés de leur district.

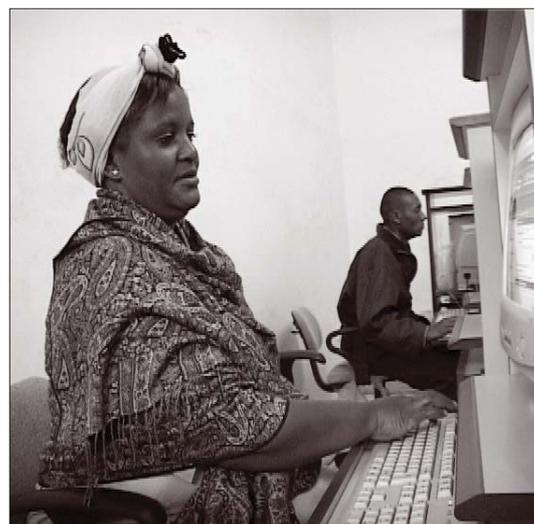
De nombreux producteurs se plaignent toutefois que les cours affichés sur les panneaux ne sont pas toujours tenus à jour. Les producteurs ont besoin de renseignements régulièrement mis à jour, idéalement une ou deux fois par jour, alors que la plupart des panneaux villageois ne le sont qu'une fois par semaine. Les panneaux d'affichage constituent néanmoins une importante source d'information dans beaucoup de villages et certains membres des groupes envisagent d'utiliser le téléphone mobile pour se renseigner sur les cours et les afficher sur les panneaux.

Twaha Abdullah Mweta est président du groupe de producteurs du village de Magadini dans le district de Hai. Il est chargé de mettre à jour les informations

commerciales sur le panneau d'affichage du village. "Il faut parfois du temps pour mettre à jour les informations parce que la communication est difficile mais nous y réussissons mieux aujourd'hui, spécialement avec le téléphone mobile" déclare Mweta. "Le panneau d'affichage est peut être rudimentaire mais avant son utilisation la plupart des gens n'étaient pas du tout informés sur les cours des produits".

Toutes les personnes interrogées dans le cadre du diagnostic des TIC ont déclaré qu'elles souhaitent de meilleures informations sur les marchés, et plus particulièrement des informations à jour sur les cours pratiqués sur les marchés locaux, ainsi que sur les autres marchés dans le reste du pays.

Les panneaux d'affichage villageois sont un important maillon de la chaîne de l'information qui finira peut-être par comprendre aussi le téléphone mobile, la radio, le courrier électronique et l'Internet.



Le service Linking Local Learners

Un élément central du projet First Mile est le service d'appui à l'apprentissage, utilisant l'Internet, qui permettra aux groupes d'apprentissage d'échanger l'information et les savoirs sur leurs réussites et leurs échecs, d'organiser des débats et de dresser leur propre inventaire des meilleures pratiques locales. Le service assure également une fonction de conseil en ligne.

Le service Linking Local Learners, accessible à l'adresse <http://www.linkinglearners.net>, permet à des groupes qui vivent éloignés les uns des autres et ont peu de contacts physiques, voire aucun, de débattre de leurs expériences et de leurs problèmes, et de partager leurs connaissances et leurs idées par le biais d'une communauté d'apprentissage des pratiques.

Le service est également ouvert au personnel de projet, aux partenaires, aux donateurs et à toute autre personne intéressée par l'apprentissage et les meilleures pratiques issus de l'interaction des petits producteurs, des transformateurs, des commerçants et des autres participants à l'initiative. Le partage de l'information peut, par exemple, concerner exclusivement des



agriculteurs ou bien des agriculteurs et des commerçants, ou encore des agriculteurs et des fonctionnaires. Le service leur permet de mettre leurs connaissances en commun afin qu'ils puissent tirer des enseignements de l'expérience des autres et transformer leurs savoirs en ressource collective.

“Le développement s'accélère lorsque vous connectez des personnes vivant éloignées les unes des autres et n'ayant habituellement aucun contact entre elles, pour qu'elles échangent leurs innovations, leurs idées et leurs informations sur la façon dont elles surmontent leurs problèmes”, souligne le directeur de projet Clive Lightfoot.

Pendant les premières phases du projet First Mile, des membres des groupes d'apprentissage ont été formés à l'utilisation du service. Au fur et à mesure de la formation des groupes d'apprentissage, leur rôle consistera à aider les autres membres du groupe à utiliser le service et à en tirer parti – soit en y accédant directement, soit en recourant à des intermédiaires. Un programme informatique, spécifiquement mis au point pour le projet First Mile, aide les personnes ne disposant pas d'un accès direct à l'Internet à utiliser le service Linking Local Learners.

La radio: un média très utilisé

Malgré la révolution du téléphone mobile, la radio reste le moyen le plus utilisé dans la Tanzanie rurale pour accéder à l'information. Radio Tanzania, l'émetteur national, couvre 90 pour cent du pays. Toutes les personnes interrogées dans le cadre du diagnostic des TIC, quel que soit leur niveau de revenu, possédaient un poste de radio. Nombreux sont les auditeurs des programmes d'informations agricoles diffusés par Radio Tanzania. En revanche, beaucoup trouvent l'information sur les marchés insuffisante ou inadaptée à leurs besoins. La radio communautaire, qui permettrait aux agriculteurs de participer davantage au choix des contenus, est limitée en Tanzanie. Les stations privées de radio FM encouragent les auditeurs à exprimer leur avis, mais elles sont installées dans les villes grandes et moyennes et leur portée est limitée dans les zones rurales les plus reculées. Des licences de radiodiffusion sont maintenant disponibles au niveau des districts, où l'offre d'informations sur les marchés par les stations de radio locales est encore largement inexploitée.

Un puissant outil de développement rural

Organisme spécialisé des Nations Unies, le FIDA se consacre à la lutte contre la pauvreté rurale dans les pays en développement. On compte dans le monde 800 millions de femmes, enfants et hommes pauvres, dont 75 pour cent vivent dans les zones rurales et dépendent de l'agriculture et d'activités connexes pour assurer leur subsistance. Le FIDA accorde des prêts à faible taux d'intérêt et des dons, et travaille avec les



gouvernements pour élaborer et financer des programmes et projets destinés à permettre aux ruraux pauvres de se libérer eux-mêmes de la pauvreté. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont un puissant outil de développement rural. Pour qu'elles apportent une contribution significative à l'amélioration du sort des ruraux pauvres, il faut toutefois que certaines conditions soient réunies. Ces conditions sont l'appropriation, le contenu local, la langue, la culture et une technologie adaptée. L'accès aux TIC ne devient important que lorsqu'elles sont satisfaites. La démarche adoptée par le FIDA pour utiliser les TIC à l'appui des initiatives de développement est de privilégier l'être humain et non la technologie.

Une initiative d'apprentissage et de partage

Par la photo, la vidéo et le texte, la Division communications du FIDA illustre l'apprentissage et les changements qui ont lieu sous l'égide du projet First Mile.

L'enjeu est de capter, communiquer et enregistrer l'impact du projet d'une façon complète, significative et accessible à tous aussi bien au sein du FIDA qu'à l'extérieur. Une démarche thématique est utilisée pour se documenter sur les conditions préexistantes, les processus, les résultats et les enseignements tirés. Les thèmes retenus sont les suivants:

- les conditions générales d'une utilisation efficace des TIC par la population rurale pauvre
- l'isolement géographique, économique et culturel
- l'apprentissage et son impact sur les moyens d'existence de la population rurale pauvre
- l'aptitude à répondre à la demande des communautés.

Contacts

Ides de Willebois
Chargé de programme, Tanzanie
FIDA
Courriel: i.dewillebois@ifad.org

Clive Lightfoot
Directeur, Projet First Mile;
directeur exécutif, Groupe de
soutien international
Courriel:
clive.lightfoot@linkinglearners.net

Nathaniel Katinila
Coordonnateur, Programme de
développement des systèmes de
commercialisation agricole
Courriel: amsdp@cybernet.co.tz

Roxanna Samii
Administrateur web
FIDA
Courriel: r.samii@ifad.org

Helen Gillman
Administrateur, services éditoriaux
FIDA
Courriel: h.gillman@ifad.org

Liens

Projet First Mile
<http://www.firstmiletanzania.net/>

Lien apprentissage local
<http://www.linkinglearners.net/>

Le FIDA en Tanzanie
[http://www.ifad.org/english/
operations/pf/tza/index.htm](http://www.ifad.org/english/operations/pf/tza/index.htm)



Fonds international de
développement agricole
Via del Serafico 107,
00142 Rome, Italie
Téléphone: +39 06 54591
Courrier électronique: ifad@ifad.org
www.ifad.org

Le petit exploitant et l'Internet

Tumsifu Lema, 68 ans, se consacre à l'agriculture biologique dans le village de Shiri Njoro. Il pratique la polyculture sur son terrain d'un hectare où il cultive des légumes, du maïs, du tournesol et du café, et est constamment à l'affût de nouvelles techniques de culture biologique. Les parcelles expérimentales exploitées avec ses voisins sont une bonne source d'idées nouvelles. Lema voudrait entrer en contact avec un groupe d'agriculteurs biologiques d'Ouganda: il a appris qu'ils avaient réussi à mettre au point un engrais biologique à base de mélasse qu'ils utilisaient, mais il n'a aucun moyen de les contacter.

Si Lema a bien entendu parler du courrier électronique et de l'Internet, il ne les a jamais vus fonctionner ou utilisés lui-même, mais l'idée que le courrier électronique pourrait l'aider à communiquer à grande distance et à peu de frais avec des personnes telles que les agriculteurs biologiques ougandais lui plaît. "Peut-être que le courrier électronique nous aurait été très utile" déclare Lema. "Nous avons essayé de fabriquer des engrais biologiques à partir de la

mélasse, mais nous n'avons pas réussi. Il aurait fallu que nous puissions bénéficier de l'expérience des autres."

Tumsifu fait partie du nombre croissant d'agriculteurs pauvres de Tanzanie qui commencent à entrevoir les avantages potentiels des TIC. Beaucoup, comme Lema, utilisent déjà le téléphone mobile, même si c'est surtout pour communiquer avec leurs enfants ou avec d'autres membres de leur famille qui vivent au loin. Mais de plus en plus fréquemment, les gens utilisent leur téléphone mobile pour échanger des informations agricoles avec d'autres agriculteurs de leur groupe, entre les réunions, pour obtenir des renseignements à jour sur les marchés locaux. Dans des localités telles que Shiri Njoro, où pour la majorité des gens le panneau d'affichage reste la principale source d'informations, la perspective

d'une utilisation généralisée de l'ordinateur et de l'Internet pour la communication quotidienne pourrait sembler très lointaine.

Toutefois, les données préliminaires ressortissant du projet First Mile montrent que l'accès à la technologie n'est pas aussi éloigné qu'on pourrait le penser. "Si les gens n'ont pas directement accès au courrier électronique et à l'Internet, en réalité ils n'en sont pas très loin" déclare Jonathan Cook, qui a mené en juin 2005 une étude sur l'accès aux TIC en Tanzanie. "Ils peuvent utiliser Internet et le courrier électronique aujourd'hui en ayant recours à un ou deux intermédiaires. Même si le premier cybercafé peut se trouver à une centaine de kilomètres de distance, les gens voyagent constamment entre les villages les plus reculés et la ville la plus proche où existe un fournisseur de services Internet".

Pour Cook, une diffusion plus poussée du courrier électronique et de l'Internet dans les zones rurales de Tanzanie est prévisible dans un proche avenir. "Il est tout à fait réaliste de penser que l'utilisation d'Internet va croître, même dans les zones rurales les plus reculées, au fur et à mesure que des groupes comme les organisations d'agriculteurs, commenceront à utiliser cette forme de communication pour travailler, et partager des idées entre groupes et individus séparés par de grandes distances" déclare-t-il "Cela, grâce au coût très très faible de la technologie et au fait que l'on peut partager une quantité beaucoup plus grande d'informations que par sms."



Il est tout à fait réaliste de penser que l'utilisation d'Internet va croître, même dans les zones rurales les plus reculées