



<http://www.burkina-ntic.net>

 **1^{er} Forum Régional 2009**
TIC & @griculture

Nouvelles technologies et organisations paysannes : l'état
des lieux au Burkina Faso.



Novembre 2009

Avec l'appui de l'Institut International pour la Communication et le développement

Sommaire

Sommaire	2
Liste des acronymes	4
Avertissement.....	5
Remerciements	6
Résumé	7
Introduction.....	8
1.1 Méthode de travail	9
1.1.1 L'exploitation des données secondaires	9
1.1.2 Les enquêtes en ligne et par courriel	9
1.1.3 Les organisations faitières	9
1.1.4 Les organisations étatiques et paras étatiques	10
1.1.5 Canevas de recherche de sites webs des organisations.	10
1.1.6 Autres expériences dans la sous région.....	10
1.2 Qu'est-ce que les TIC signifient pour le monde agricole ?	10
2 Les TIC au Burkina : carte d'identité.....	15
2.1 Au niveau de la téléphonie fixe et mobile	15
2.2 Au niveau de l'internet,	16
2.3 Au niveau des radios et de la télévision.	17
2.4 Secteur de l'informatique	18
D'une manière séquentielle, nous pouvons montrer l'évolution du secteur de l'informatique avec les étapes suivantes	18
Le secteur de l'information a connu un dynamisme ces dernières années dues à certaines mesures prises à savoir :	18
2.5 Les initiatives locales en matière de vulgarisation des TIC	19
2.6 Les contraintes et insuffisances	19
3 Les usages des TIC dans les OP au Burkina et quelques expériences en Afrique de l'Ouest Francophone.	21
3.1 Les systèmes d'information sur les prix et les stocks agricoles	22
3.1.1 La SONAGESS à l'heure des TIC	23
3.1.1.1 Applications utilisées	24
3.1.1.2 Méthode de collecte et publication des données.....	25
3.1.2 Le Bulletin électronique d'Afrique Verte	26
3.1.3 TV KOODO ou les prix agricoles à la télévision nationale et sur le web.....	26
3.1.4 La recherche des opportunités d'affaires au Burkina avec le trade point de l'ONAC28	
3.1.5 La chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat du Burkina et son projet m business de dissémination d'information commerciale par SMS	30
3.1.5.1 <i>Affaires mobiles</i> pour renforcer l'utilisation du téléphone portable dans les affaires.	30
3.1.6 Les initiatives régionales de diffusion de l'information sur les prix agricoles. .	31
3.1.7 MANOBI ou la créativité dans les services à valeur ajoutée à travers des plateformes TIC multiples.....	32
3.1.8 La Maison de l'Entreprise et la plateforme Affaires mobiles	33
3.1.9 La plate forme IZF	34
3.2 Visibilité & marketing des produits : des efforts, mais beaucoup reste à faire	36
3.2.1 Plaidoyer sur la commercialisation paysanne, l'action du Service d'édition en langues nationales du Burkina Faso	38
3.3 Traçabilité & certification des produits	39
3.3.1 Songtaab Yalgré et le web.....	39
3.3.1.1 La tracabilité des produits de Songtaaba.	40
3.3.2 D'autres initiatives dans la promotion des produits agricoles transformés.....	40
3.3.2.1 Mise en place de la solution Fresh Food Trace de FRUILEMA	41

3.3.3	L'INERA et le RAILS : Système régional d'information et de formation agricole	43
4	Conclusion et recommandations	46
4.1	Les observations	46
4.1.1	La pluralité des expériences, leurs méconnaissances et sous utilisation par les acteurs.	46
4.1.2	Le risque de changement de rôle avec les opportunités qui s'offrent aux organisations.	47
4.1.3	La recherche de la pérennité des systèmes : entre services publics et monde des affaires.	47
4.1.4	Les projets à approches top down et bottom up : capitaliser les projets réussis	47
4.2	Recommandations	48
4.2.1	Harmonisation des mécanismes d'interventions et la définition claire du rôle de chaque acteur.	48
4.2.2	Informé largement le public concerné par des campagnes web, journaux...	49
4.2.3	Renforcer le plaidoyer sur les TIC et agricultures dans le monde rural.	49
	Références documentaires	50
5	Annexes	51

Liste des acronymes

AcSSA	: Actions pour la Sécurité et la Souveraineté alimentaires au Niger
AMASSA	: Association Malienne pour la Sécurité et la Souveraineté Alimentaires
AMRC	: Accès multiple par répartition en code
APROSSA	: Association pour la Promotion de la Sécurité et de la Souveraineté Alimentaires au Burkina
ARCE	: Autorité de régulation des communications électronique, Burkina Faso
ARTEL	: Autorité de Régulation des Télécommunications, Burkina Faso
BCEAO	: Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest
BM	: Banque Mondiale
BOAD	: Banque Ouest Africaine de développement
CDMA	: Code division multiple accès en français AMRC
CILSS,	: Comité Permanent Inter Etats de Lutte contre la Sécheresse dans le Sahel
CINU	: Centre d'information des Nations Unies
CRS	: Catholic Relief Services
CSC	: Conseil Supérieur de la Communication
CSI	: Conseil Supérieur de l'Information
DGPSA	: Direction générale des Prévisions et des Statistiques Agricoles
F CFA	: Franc de la Communauté Financière Africaine
FEPPASI,	: Federation provincial des Professionnels Agricoles de la Sissili
GPRS	: General Packet Radio Service
HCR	: Haut Commissaire aux Réfugiés
IABER	: Institut africain de biotechnologie
IFDC,	: International Center for Soil Fertility and Agricultural Development
IICD	: International Institute for Communication and Development
INSD	: Institut National de la Statistique et de la Démographie
IUT	: International Communication Union
MPTIC	: Ministère des Postes et des Technologies de l'Information et de la communication
ONEA	: Office National de l'Eau et de l'Assainissement
ONG	: Organisation Non Gouvernemental
OP	: organisations paysanne ou organisation de producteurs agricoles
PAM	: Programme Alimentaire Mondial
RECIF ONG	: Réseau de Communication et d'Information des Femmes
RESIMAO	: Réseau des Systèmes d'Information des Marchés en Afrique de l'Ouest
ROPPA,	: Réseau des Organisations paysannes et de Producteurs de l'Afrique de l'Ouest
RTC	: Réseau Téléphonique Commuté
SE-CNSA,	: Secretariat Permanent du Conseil National de Sécurité Alimentaire
SIGASPSE	: Le Système Intégré de Gestion Administrative et Salariale du Personnel de l'Etat
SIM	: Système d'Information sur les Marchés.
SIM	: Système d'Information sur les Marchés.
SONAGESS	: Société Nationale de Gestion du Stock de Sécurité Alimentaire
SP/CPC	: Secrétariat Permanent de la Coordination de la Politique Céréalière
SYDONIA	: SYstème DOuaNIer Automatisé
TELECEL	: Opérateur télécommunications,
TELMOB,	: Telecommunications Mobiles du Burkina
TIC	: Technologies de l'information et de la communication
UEMOA	: Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UEMOA	: Union économique et monétaire ouest-africaine
UGCPA/BM	: L'Union des groupements pour la commercialisation des produits agricoles de la Boucle du Mouhoun
UGPPK	: Union des Groupements de Productrices de Produits de Karité)
ZAIN	: ex CELTEL

Avertissement

Bien que précisé dans la partie méthodes de recherches, nous tenons à rappeler aux lecteurs que nous avons effectués un choix raisonné dans la sélection des expériences des TIC pour le monde rural sur le volet commercialisation des produits agricoles. Nous nous sommes concentrés sur les expériences au niveau des organisations faitières et de certaines institutions nationales et régionales afin d'avoir plus une diversité de cas plutôt qu'une évaluation exhaustive des pratiques.

Les idées et opinions avancées dans le document n'engagent que les contributeurs et non obligatoirement leurs organisations.

Le coordonnateur de l'étude

Sylvestre ouédraogo

Remerciements

L'étude sur l'état des lieux des technologies de l'information et de la communication au niveau des organisations paysannes a été réalisée entre août et octobre 2009. Elle vise à préparer le forum régional sur les TIC et l'agriculture qui se tiendra du 23 au 25 novembre 2009 à Ouagadougou.

Le présent document est le fruit de tout le monde, particulièrement toutes les personnes physiques ou morales qui ont bien accepté collaborer et témoigner de leurs expériences sur les multiples usages des TIC dans le monde agricole.

Nous tenons à remercier sincèrement les acteurs du monde rural qui malgré leurs multiples occupations nous ont consacré pleinement de leurs temps. Nos remerciements vont également à Francois Laureys et Miep Lenoir de l'Institut International pour la Communication et le Développement dont les précieux conseils et suggestions ont permis d'améliorer qualitativement le présent rapport.

Coordonnateur de l'étude.
Sylvestre Ouédrogo
Yam Pukri

Assistants de recherche

Sawadogo Franceline
Lankoandé Dieudonné
Yam Pukri

Résumé

Le développement exponentiel des nouvelles technologies et ses usages tous azimuts n'ont pas échappé au monde agricole qui s'en est emparé avec juste raison dans des domaines multiples pour améliorer son univers. Que ce soit l'usage des ordinateurs, du téléphone mobile ou encore de l'Internet, les nouvelles technologies sont utilisées par les organisations paysannes, les paysans et des structures oeuvrant pour le compte du monde rural.

La multiplicité des expériences sur le terrain et le besoin de tirer des leçons des expériences passées et présentes pour envisager l'avenir avec sérénité dans le domaine des TIC pour le monde agricole ont milité en faveur d'une telle étude focalisée sur les aspects de commercialisation de produits agricoles, clé de voute du système agraire pour qu'une bonne commercialisation permettrait d'améliorer les revenus et de réduire la pauvreté.

Trois questions clés ont été

- Quels sont les moyens de communication utilisés dans les OP au Burkina ?
- Quels sont les usages dans le domaine des prix, de la visibilité et marketing des produits, de leur traçabilité, des techniques de production dans le monde agricole ?
- Quels sont les défis et les recommandations pour une meilleure insertion des TIC dans le monde agricole surtout dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles ?

Pour répondre à ces questions, quatre axes ont été définis et passés au peigne fin des enquêtes terrains et de l'analyse des données secondaires.

- Les systèmes d'information sur les prix/stock
- La visibilité & marketing des produits
- La traçabilité & certification des produits
- Les techniques de production et de transformation

Il ressort des analyses qu'il existe des expériences très enrichissantes dans tous ces volets et que le mieux est de travailler à une meilleure convergence des plateformes existantes, une meilleure information sur les technologies existantes et mieux, à travailler pour une connaissance des marchés locaux et internationaux afin de capter des opportunités. Des rôles clairs devront être définis pour que le producteur, les spécialistes des plates-formes électroniques, les partenaires techniques et financiers puissent parler de la même voix et booster l'usage des TIC dans le monde agricole. Des solutions techniques moins onéreuses ainsi qu'un plaidoyer fort pour une bonne connectivité vont également aider à faciliter le travail surtout dans un environnement dominé par le manque d'électricité et d'équipements alliés à des coûts de connexions onéreux quand celles-ci existent.

Introduction

Introduites depuis le début des années 1970, les TIC ont commencé à se développer au Burkina Faso à la lueur de l'internet grand public en 1998 avec les connexions RTC de l'ONATEL.

Que ce soit les structures de l'Etat, le privé ou le monde des ONG, l'insertion des nouvelles technologies dans les usages a été plus ou moins une contrainte. En effet les partenaires techniques et financiers des pays développés souhaitaient que leur partenaire du sud utilise ce procédé de communication afin d'être en phase. On a donc vu se développer des usages multiformes en fonction de la nature des canaux TIC utilisés.

Dans le domaine de l'Internet, de l'informatique et de la téléphonie mobile, les organisations paysannes faitières au Burkina Faso comptent parmi les utilisatrices de ces nouveaux modes de moyens de communication. Il est de plus en plus répandu aujourd'hui et il commence à être normal que des organisations de ce type les utilisent. Pourtant, les usages faits et les applications utilisées restent méconnus. Les projets impliquant les OP restent souvent limités à la simple disposition d'ordinateurs dans une salle pour la formation ou la connexion Internet. On avait vite pensé que l'existence de l'outil allait créer le besoin et que les choses allaient naturellement évoluer dans le sens d'un usage judicieux des TIC pour le développement.

Il manque le plus souvent un référentiel qui montre le niveau d'usage et les projets impliquant les TIC pour les OP. Les nouveaux projets à composante TIC ont alors tendance à faire du copier-coller sans voir ce qui se passe réellement sur le terrain et surtout les succès et les échecs rencontrés par certaines OP.

Le document présent va essayer de répondre à un certain nombre de questions orientées vers les usages des TIC pour le développement dans le monde agricole.

- Quels sont les moyens de communication utilisés dans les OP au Burkina ?
- Quels sont les usages dans le domaine des prix, de la visibilité et marketing des produits, de leur traçabilité, des techniques de production dans le monde agricole ?
- Quels sont les défis et les recommandations pour une meilleure insertion des TIC dans le monde agricole surtout dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles ?

1.1 Méthode de travail

Afin de répondre à nos questions, plusieurs techniques seront utilisées dont :

1. L'utilisation des documents secondaires
2. Les enquêtes en ligne avec un guide simplifié.
3. Les entretiens sur le terrain (OP, Etat, institutions...)
4. L'exploitation de sites web

1.1.1 L'exploitation des données secondaires

Un groupe d'organisation dont le ROPPA, IFDC, IICD et Agriterra¹ a fait un état des TIC dans les OP au Burkina et au Mali (mai 2008) et le rapport reste actuel au vu de l'évolution de la dynamique. Nous allons donc exploiter ce document afin de ne pas aller poser les mêmes questions auprès des mêmes organisations.

Nous utiliserons également des documents du MPTIC² sur les orientations actuelles du gouvernement en matière de TIC pour le développement. Les entretiens de terrain viendront compléter et mettre à jour l'étude OP TIC ci-dessus citée.

La base de données de Burkina-ntic.net qui recense des expériences depuis plus de 7 ans sera également exploitée pour enrichir le document.

1.1.2 Les enquêtes en ligne et par courriel

Le temps et les moyens dont on dispose ne nous permettent pas de couvrir l'ensemble des OP et c'est pour cela que des informations seront demandées à certains par courriels et par téléphone. Plusieurs organisations possèdent des sites web et on va exploiter certaines afin d'en connaître les contenus.

1.1.3 Les organisations faitières

Au Burkina Faso compte plus de 20.000 organisations dont 80 % travaillent dans le milieu rural. On dénombre en revanche quelques organisations faitières qui regroupent des dizaines d'autres et nous allons nous concentrer sur ce public cible pour des soucis d'efficacité et de

¹ OP-TIC : organisations paysannes et technologies de l'information et de la communication, mission prospective (Mali et Burkina Faso)

² <http://www.mptic.gov.bf/>

pertinence. En effet, les organisations faitières sont mieux organisées et comportent en leur sein des personnes capables d'utiliser les TIC. Elles travaillent également avec plusieurs autres organisations au Burkina ou ailleurs d'où la nécessité des TIC. On va donc mettre l'accent sur les pratiques au niveau des organisations faitières.

1.1.4 Les organisations étatiques et paras étatiques

Les organisations étatiques ou paras étatiques travaillant dans le domaine du monde rural seront abordées pour voir soit les projets en cours, soit les expériences qu'elles ont eues avec des organisations paysannes. Il en sera de même avec des organisations privées que nous jugerons utile au fil des discussions.

Le canevas de récoltes de données va mettre l'accent sur les initiatives TIC au sein des organisations, les projets en cours et les expériences qui en ressortent. On mettra un accent particulier sur les histoires et les anecdotes qui permettent de mieux s'imprégner des actions ou phénomènes.

1.1.5 Canevas de recherche de sites webs des organisations.

Pour la recherche de sites web des organisations, nous allons mettre l'accent sur le type de sites web (dynamique, statique) le nombre de liens internes (sites webs OP burkinabés) et externes — (OP et institutions extérieures) le mode de gestion (gestion en interne par un webmaster ou une personne institution externe), les mises à jour...

1.1.6 Autres expériences dans la sous région

Le présent rapport va également montrer des expériences TIC dans certains pays de l'Afrique de l'Ouest au niveau des OP ou impliquant des OP.

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il est important de donner une définition des TIC, les applications possibles en nous intéressant plus particulièrement au domaine des plateformes de commercialisation utilisant les TIC.

1.2 Qu'est-ce que les TIC signifient pour le monde agricole ?

Les NTIC ou encore TIC représentent la fusion entre plusieurs sciences : les sciences de l'informatique, des télécommunications, et des communications. Avant l'utilisation du système numérique, les 3 domaines étaient cloisonnés et il était presque impossible de passer de l'un à l'autre.

Le domaine fédérateur est l'utilisation du numérique, le code numérique est formé de deux chiffres, le 1 et le 0. En combinant le 1 et le 0, on peut obtenir des textes, du son et des images. En changeant de séquence numérique, il est facile alors de convertir du son en textes et inversement. Il est alors possible de stocker les informations son, textes et images fixes et animées (vidéos) sous des formats numériques et sur des supports microscopiques.

Les avantages sont nombreux :

- Rapidité de transfert des informations d'un point à un autre
- Facilité de stockage
- Baisse des coûts
- Possibilité de travail à distance et de travailler à plusieurs
- Grande interactivité et disparition de la notion de l'espace physique

Le schéma suivant fait une synthèse des TIC ainsi que des applications possibles dans le monde agricole.

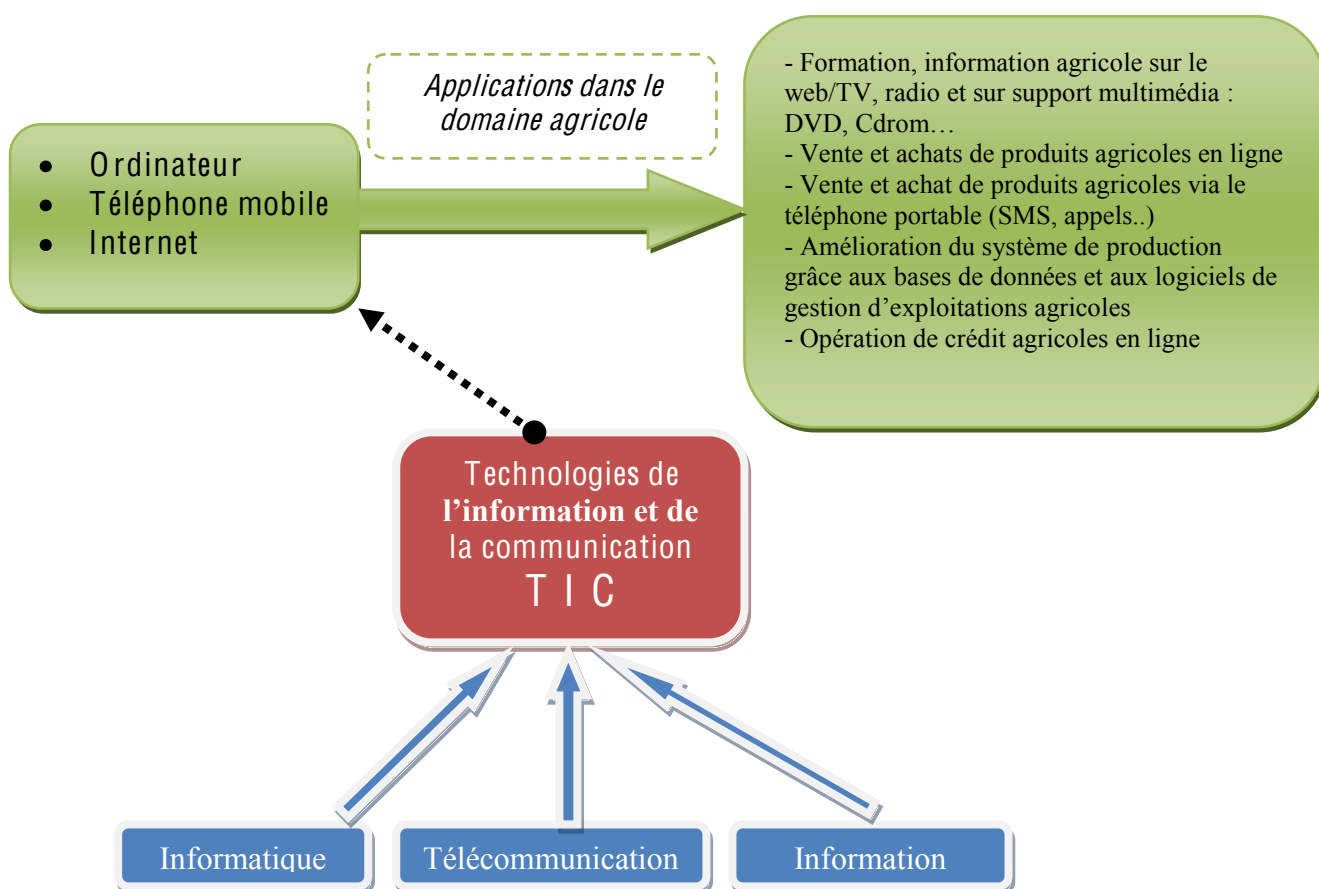


Schéma 1 : aperçu synthétique des TIC

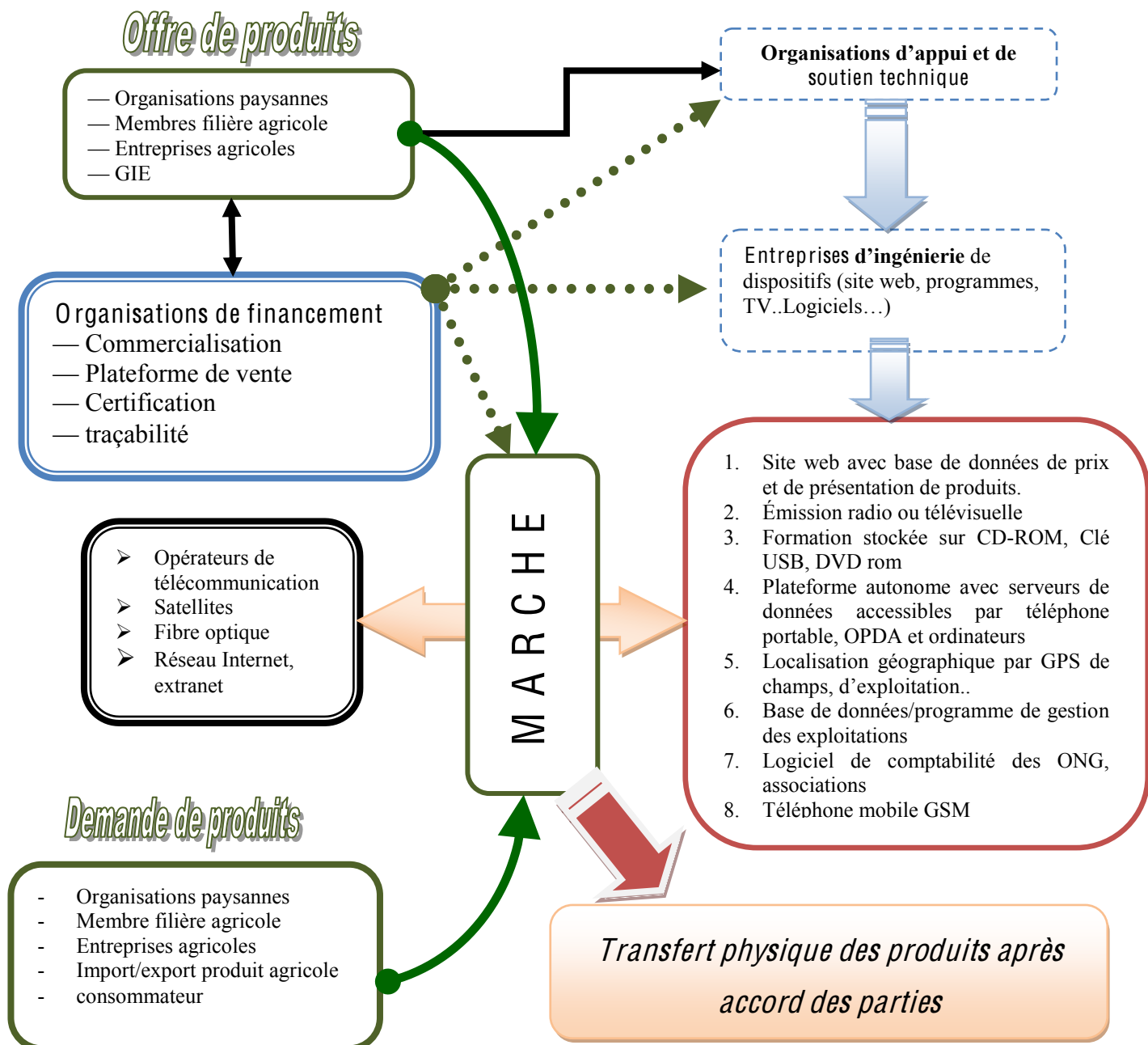
Au vu des nombreuses applications possibles des TIC, nous voyons bien que les enjeux sont très importants pour les économies du Sud qui enregistrent un retard sur bien de plans.

En effet, dans le cadre des politiques de lutte contre la pauvreté, politiques dont une large part concerne le monde agricole, l'amélioration des revenus agricoles est un point important. Cette amélioration peut se faire grâce à une meilleure commercialisation des produits qui va stimuler la production par la suite.

Dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles, des expériences fort intéressantes dont nous examinerons dans les pages qui suivent donne la possibilité à des producteurs de vendre leurs produits en utilisant les TIC et d'obtenir de meilleures informations à temps pour prendre de bonnes décisions, également grâce aux outils TIC.

Comme le schéma le montre, les TIC ne se limitent pas seulement à l'Internet et surtout dans des milieux dominés par l'analphabétisme et la grande mobilité, le téléphone mobile a trouvé ses lettres de noblesse en s'imposant comme outils incontournables pour les échanges, l'obtention d'informations agricoles et même la commercialisation de produits agricoles.

Souvent seules et souvent accompagnées de partenaires techniques, des organisations paysannes expérimentent actuellement toute une panoplie d'instruments utilisant comme support la téléphonie mobile pour répondre à leurs besoins pressants en informations décisionnelles.



Schème 2 : le principe de la commercialisation numérique

Un dispositif de commercialisation de produits agricoles utilisant les TIC peut être représenté par le schéma simple ci-dessus. D'une façon classique, l'offre et la demande de produits agricoles se fait sur un marché physique. Du moment où le marché physique est limitatif et vu les avantages du marché virtuel, on peut passer par un organisme d'appui et de conseil pour voir quel dispositif mettre en place (site web, téléphone portable...) Il arrive donc qu'après ciblage du dispositif, un organisme financier soit appelé à financer le projet. Du moment où le dispositif permet aux offreurs et aux demandeurs d'avoir des informations, ils peuvent passer à la cession des produits en utilisant en partie la voie classique pour transférer physiquement le produit.

Les TIC en tant qu'outils véhiculent également un ensemble de facteurs néfastes dont nous n'allons pas trop nous étaler dans ce document. Il s'agit de la cybercriminalité notamment qui gangrène le réseau Internet surtout et dont des mesures doivent être prises pour réduire le phénomène. Les TIC ne sont pas à l'origine de ces comportements criminels, mais elles facilitent grandement sa diffusion et son expansion. Si hier on pouvait arnaquer une personne à la fois, aujourd'hui on peut le faire à des milliers de personnes simultanément sans presque rien dépenser. Une bonne stratégie d'information permettra de mieux sensibiliser les usagers surtout néophytes qui se laissent prendre au piège.

2 Les TIC au Burkina : carte d'identité

On aime lier l'avancée des TIC avec le vent de la libéralisation dans les années 1990. En effet, un ensemble de circonstances a favorisé le développement des nouvelles technologies en Afrique et au Burkina

Le secteur des télécommunications

Différentes mesures ont été prises dans le domaine des télécommunications à partir de l'année 1998 afin de booster le secteur au Burkina Faso. Parmi ces mesures, on peut retenir :

- l'adoption en 1998 d'une déclaration de politique sectorielle ;
- l'adoption en 1998 d'une loi portant réforme du secteur ;
- la mise en place en 2000 d'un organe de régulation du secteur ;
- la libéralisation du segment de la téléphonie mobile avec l'octroi en 2000 de deux licences GSM, en plus de celle de l'opérateur historique ;
- l'adoption en mars 2003 d'une stratégie de développement du service universel des télécommunications et au lancement de la mise en œuvre de cette stratégie en décembre 2005,
- la privatisation partielle de l'opérateur historique en décembre 2006 pour lui permettre d'être plus compétitif ;
- l'ouverture complète du secteur à la concurrence le 1er janvier 2006.

À la suite de cette réforme et du 2e plan directeur informatique national 1996-2000, le Gouvernement a initié un processus participatif qui a abouti à la prise en compte des TIC dans le Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté comme un principe directeur et transversal et à l'adoption en octobre 2004 d'une cyberstratégie nationale globale et intégrée. L'ambition de cette cyberstratégie nationale est de favoriser la convergence des politiques de développement des télécommunications, de l'informatique et de l'audiovisuel, et de garantir une large diffusion des TIC dans la société, leur accessibilité et leur appropriation par toutes les couches sociales et la mobilisation de leur potentiel au profit des stratégies nationales de développement.

L'adoption de ces différentes mesures a permis d'obtenir de résultats considérables dans le domaine des télécommunications dans le pays qui peuvent se résumer comme suit :

2.1 Au niveau de la téléphonie fixe et mobile

L'accroissement exponentiel de la télédensité (fixe et mobile) qui est passée de 0,41 téléphone pour 100 habitants en 1998 à 5,5 téléphones pour 100 habitants au 31 décembre 2005, à 8,5 (téléphones pour 100 habitants au 31 décembre 2006) et à 14,38 (téléphones pour 100 habitants au 31 décembre 2007) ;

Il faut noter que la téléphonie mobile a été d'un apport considérable dans l'accroissement de la télédensité. En effet le nombre d'abonnés tout réseau confondu est passé de 1 016 605 en décembre 2006 à 1 858 039 en décembre 2007 soit une croissance de 82.77 %. Il se caractérise par son important dynamisme favorisé par une rude concurrence avec des offres de plus en plus diversifiées. La part de télécentre privé quant à lui est passée de 12491 en décembre 2006 à 14183 télécentres en 2007 soit un taux de croissance de 13.54. Le nombre de lignes fixe est passé de 94758 abonnés en 2006 à 116746 abonnés en 2007 soit une croissance de 21.20 %.

La couverture de 308 localités par la téléphonie fixe

L'ONATEL est à ce jour le seul opérateur autorisé à offrir ses prestations sur ce marché. L'opérateur historique ONATEL suite à sa privatisation partielle en décembre 2006 dispose d'une autorisation assortie d'un cahier des charges. Le cahier des charges prévoit l'extension du réseau fixe à soixante et un (61) chefs lieux de communes au plus tard en juin 2008 et à quatre-vingts et cinq (85) chefs-lieux de communes au plus tard en décembre 2009.

La couverture de 85 % du territoire national par la téléphonie mobile ;

Le boom de la téléphonie mobile à booster le domaine des télécommunications, au Burkina Faso. Le dynamisme de ce secteur est dû à la réforme des télécommunications que le pays a engagée, depuis 1998. En mai 2000, l'arrêté n° 2000-025, autorisant l'établissement et l'exploitation d'un réseau de téléphonie mobile cellulaire GSM, ouvre la voie aux opérateurs privés. Fin décembre de la même année, deux d'entre eux, Celtel (maintenant Zain) et Telecel, entrent en scène aux côtés de l'Office national des télécommunications (ONATEL) qui était, jusque-là, le seul opérateur de ce secteur. Les licences GSM autorisent les bénéficiaires à établir et exploiter sur le territoire national, pour une durée de dix ans renouvelable, des réseaux de téléphonie mobile cellulaire de type GSM 900

— le développement de services à valeurs ajoutées notamment au niveau du mobile,

2.2 Au niveau de l'internet,

- le raccordement du réseau national par fibre optique à la Côte d'Ivoire, au Mali, au Togo, avec un accès à la fibre optique sous marine via la Côte d'Ivoire et le Sénégal ;
- le passage de 128 kilobits par seconde en 1998, à 352 Mégabits/S dans le sens montant et 370Mégabits/S dans le sens descendant de la bande passante de la connexion internationale à internet de l'opérateur historique ;

- la réalisation de 6412 connexions ADSL pour l'accès à l'internet haut débit à Ouagadougou et Bobo Dioulasso ;
- l'introduction des technologies EDGE/GPRS et CDMA permettant l'accès à internet en zone rurale.

Les types de connexion utilisés au Burkina sont le Dial up ou la connexion RTC, l'ADSL le BLR ou la connexion par ondes radio, le Wimax, le VSAT, la Fibre optique, utilisée par l'ONATEL et le Wi-Fi.

Au 31 décembre 2007, l'ARTEL enregistre une trentaine de fournisseurs d'accès Internet (FAI) déclarés sur le marché de l'Internet. Treize de ces FAI sont actifs dont Fasonet, la division Internet de l'ONATEL, qui occupe une position dominante sur ce marché. Le nombre des Fournisseurs d'accès Internet est passé de 25 en fin décembre 2006 à 30 au 31 décembre 2007 soit une croissance de 12 % en six mois. Cette situation se justifie entre autres par l'ouverture totale du secteur à la concurrence permettant des connexions par VSAT et de la baisse significative des tarifs des liaisons louées et de la connexion ADSL de l'ONATEL.

Certains fournisseurs ont arrêté de fournir le service Internet en raison de difficultés de tout ordre dont l'une les plus cités est la concurrence déloyale menée par l'opérateur historique qui est l'ONATEL. La DELGI qui gère en même temps les noms de domaines bf a un serveur utilisé pour l'administration et l'Université de Ouagadougou utilise son serveur pour le milieu de l'enseignement et de la recherche à travers le réseau RENER (réseau éducation Recherche).

Parmi les fournisseurs privés, FASONET en situation de quasi-monopole est la seule qui a l'opportunité d'offrir des connexions sur tout le territoire national, les autres étant obligés de se contenter de la seule capitale. Il faut signaler ici que des initiatives telles que le RENER, le Trade Point le RESINA, le SIGASPE, le système douanier informatisé SYDONIA, l'ARTEL, le centre des guichets uniques, les constructions de sites webs des ministères, le projet info routes communales sont à mettre au compte de l'Etat qui grâce à la politique de bonne gouvernance tente de moderniser son administration et rapprocher qualitativement l'administration des administrés.

2.3 Au niveau des radios et de la télévision.

Le Burkina Faso fait partie des pays en Afrique de l'Ouest qui s'est soucié très tôt au monde rural d'où la mise sur pied de la radio rurale en 1969. Elle est devenue en 1992 une Direction à part entière après avoir été pendant des années sous la tutelle de la Radio nationale. Elle

occupe la même fréquence que la radio nationale et produit 37 % des programmes diffusés par la chaîne³.

Actuellement, avec ses démembrements, la radio nationale couvre presque l'entièreté du Burkina Faso. En ajoutant les radios privés et les radios communautaires, le ciel du Burkina compte plus de 70 radios.

En dehors de la télévision nationale qui émet sur satellite et qui couvre tout le pays actuellement, on a quelques télévisions privées qui proposent des émissions multiples.

2.4 Secteur de l'informatique

D'une manière séquentielle, nous pouvons montrer l'évolution du secteur de l'informatique avec les étapes suivantes

Le secteur de l'information a connu un dynamisme ces dernières années dues à certaines mesures prises à savoir :

- la création en 1990, d'une délégation générale à l'informatique rattachée au premier ministre ;
- l'adoption et l'exécution du 1er plan directeur informatique national 1990-1995 et du 2e plan directeur informatique national 1996-2000 avec comme objectif la réalisation de projets pilotes ;
- La création de la Semaine Nationale de l'Internet (S N I) en 2003 avec pour objectif global de promouvoir et de vulgariser l'Internet et les autres technologies de l'information et de la communication.
- La création d'un ministère des Postes et des technologies de l'information en 2006

Grâce à ces différentes mesures des avancées notables ont été constatées dans le secteur dont les plus importantes sont :

- la généralisation de l'utilisation des outils bureautiques dans l'administration ;
- le déploiement d'un intranet gouvernemental qui relie Ouagadougou par lignes spécialisées à 12 trésoreries principales et au moyen d'un réseau d'accès distant à tous les autres services de l'administration sur le territoire national ;
- la possibilité à Ouagadougou d'interconnecter par fibre optique et au moyen d'un réseau d'accès wimax, tout site de l'administration situé dans un rayon de 15 km, y compris les écoles, les collèges, les lycées, les formations sanitaires, les mairies, les postes de police, etc

³ http://www.cnpress-zongo.org/media_bf/repertoires/radio_etat.htm

- la réalisation réussie de projets pilotes dans différents secteurs d'activités (administration financière, administration des collectivités territoriales, administration judiciaire, système éducatif, système sanitaire, gestion de l'environnement et des ressources naturelles valorisation des potentialités économiques et culturelles, mise en ligne de l'administration, informatisation et mise en ligne du fichier électoral, carte d'identité électronique à authentification biométrique, etc.)

2.5 Les initiatives locales en matière de vulgarisation des TIC

Des initiatives de mise en place de centres polyvalents multimédias à vocation sociale existent, mais sont concentrées dans la capitale. Le Réseau des PAJE, point accès aux inforoutes pour la jeunesse (11) Réseau ADEN Appui au désenclavement numérique (16) Réseau IICD (5 : Pag La Yiri, Songtaaba, Sahel Solidarité, IABER, FEPPASI), Cyber Jeunesse Oxfam Québec D'autres initiatives existent aussi : RECIF ONG, TIN TUA... Les maisons de TV5 On constate une vraie prolifération de ces types d'accès dans les ONG et associations. Association Yam Pukri (5 centres).

L'étude faite par Ouédraogo Sylvestre (2002) sur les comportements des usagers Internet au Burkina montre que ses usages de l'Internet sont essentiellement orientés sur la messagerie électronique. La cherté des connexions, la faiblesse de formation, la qualité médiocre des débits Internet, l'analphabétisme le manque de contenus et de services intéressants les internautes Burkinabé peuvent expliquer cet état de fait ;

L'amélioration de la connectivité ces dernières années et la diversification des sources de connexion (WIFI, WIMAX, CDMA...) ont permis de renforcer actuellement le dispositif. Il est désormais possible de se connecter avec un débit suffisant et les connexions RTC à faible débit commencent à disparaître.

Les initiatives locales en matière de vulgarisation des NTIC font légion et l'une d'entre elle dénommée Burkina-NTIC (<http://www.burkina-ntic.net>) constitue la plateforme la plus dynamique et la plus vue. Après quelques années de pratique le réseau, d'accompagnement des structures de la société civile et de production de contenus TIC le réseau Burkina NTIC est toujours sur la quête de la performance. Le réseau a su asseoir sa force dans le domaine de la production des contenus en étant à l'affût de tous les événements TIC au Burkina.

2.6 Les contraintes et insuffisances

Malgré les progrès significatifs réalisés, les insuffisances suivantes demeurent :

- quelques contradictions entre l'Autorité Nationale de Régulation et sa tutelle technique et l'absence d'organes consultatifs au sein de cette Autorité avec comme conséquence un

manque de concertation, de transparence, de cohérence et d'efficacité dans l'encadrement du secteur,

- les difficultés que rencontre l'Autorité Nationale de Régulation pour s'imposer auprès des opérateurs se traduisant par un non-respect des obligations des cahiers des charges, des mises en demeure restées sans suite et la non-sanction de ces manquements,
- la forte demande de services de télécommunications non satisfaite,
- le taux de pénétration téléphonique qui figure parmi les plus faibles de la sous région avec une disparité prononcée entre les zones urbaines et les zones rurales,
- l'inadéquation des infrastructures existantes au regard des nouveaux usages des TIC,
- le coût relativement élevé des services de télécommunications par rapport au revenu moyen des citoyens et à certains pays de la sous région,
- l'absence de concurrence sur le réseau fixe et la faible concurrence sur les réseaux mobiles,
- le faible niveau des investissements pour le déploiement des réseaux fixes et mobiles,
- la très faible participation des opérateurs économiques nationaux aux investissements réalisés dans le secteur,
- la quasi-inexistence de contenus et de services adaptés aux besoins locaux,
- le faible niveau de développement de l'expertise locale,
- le faible niveau d'appropriation des TIC par les individus, les entreprises et l'Administration.

Au plan des contraintes pour le développement du secteur, on peut citer entre autres :

- la très faible concentration des populations des zones rurales et le faible revenu de ces populations,
- le faible niveau de scolarisation (60,2 % en 2005) et d'alphabétisation (30,5 % en 2005),
- le taux élevé des taxes fiscales et douanières appliqué aux équipements de base et aux ordinateurs,
- la très faible pénétration de l'électricité en zones rurales,
- l'accroissement des actes de vandalisme sur les installations techniques des opérateurs de télécommunications.

3 Les usages des TIC dans les OP au Burkina et quelques expériences en Afrique de l'Ouest Francophone.

Il existe plusieurs expériences d'utilisation des TIC dans le domaine agricole. Vu que le sujet est très vaste, nous allons nous focaliser sur les expériences dans le domaine de la commercialisation des produits. Ce thème cadre avec le thème du forum TIC et agriculture qui se révèle pertinent au vu du rôle joué par la commercialisation des produits agricoles au Burkina Faso.

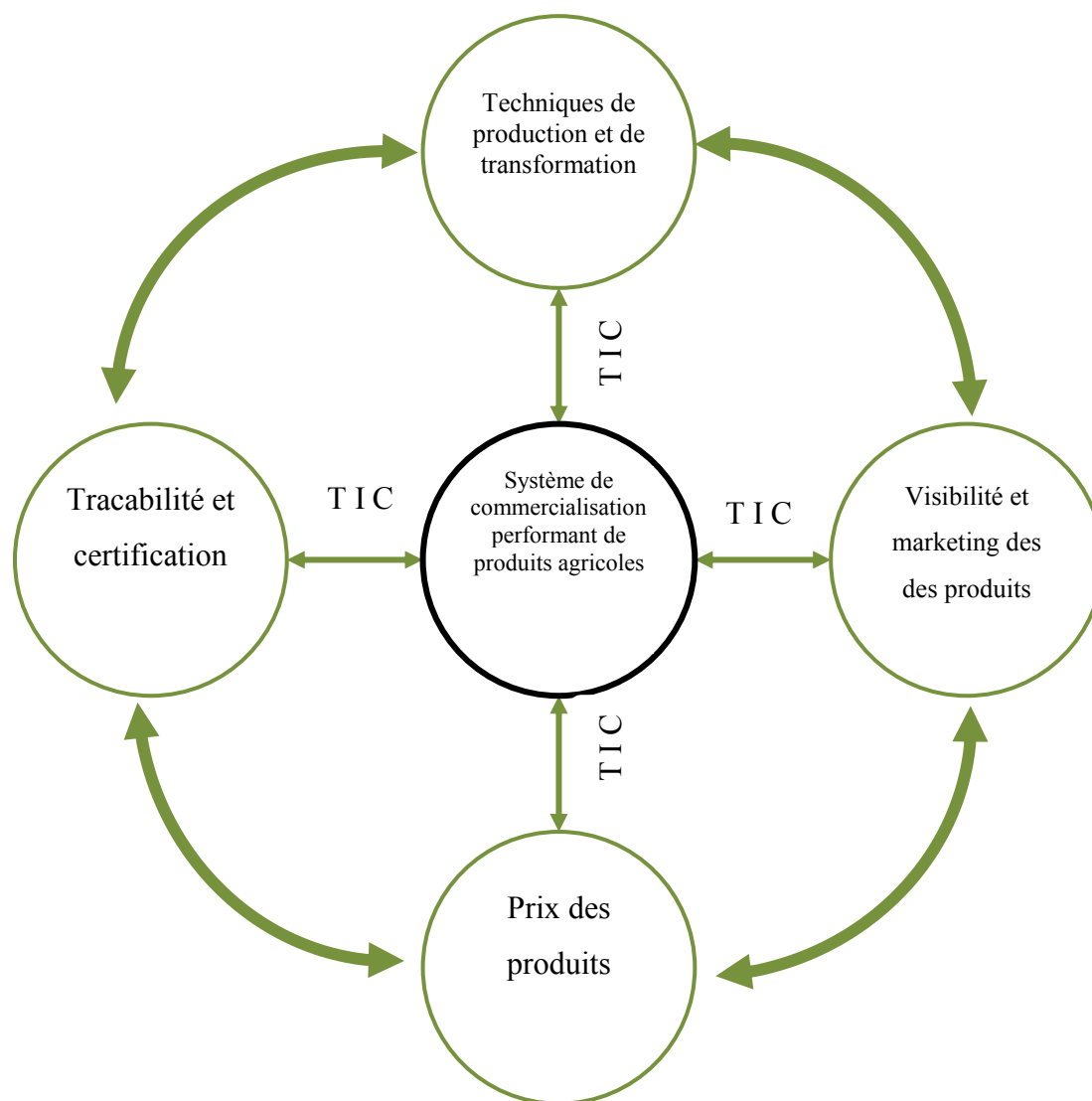
La commercialisation des produits agricoles est une source d'entrée de revenus pour les populations rurales et on constate que dans la lutte contre la pauvreté, l'accès au revenu est un point important. La plupart des projets se focalise pourtant sur la production et les conditions d'amélioration de la qualité des produits locaux. On s'imagine que naturellement, l'offre va créer sa propre demande, ce qui n'est toujours évident non seulement pour les produits destinés à être vendus localement, mais également les produits dont les débouchés à l'exportation peuvent générer plus de valeurs ajoutées.

Les TIC sont utilisés dans le domaine agricole pour la réalisation de plusieurs types d'activités et particulièrement pour la commercialisation des produits agricoles. Une analyse sur ce sujet sera donc, faite à travers les 4 sous thèmes suivants :

- Les systèmes d'information sur les prix/stock
- La visibilité & marketing des produits
- La traçabilité & certification des produits
- Les techniques de production et de transformation

Ces quatre sous thèmes sont interdépendants et permettent de construire un système de commercialisation de produits agricoles performant. En effet, pour commercialiser des produits agricoles, il faut avoir avant tout une bonne production de qualité et orientée sur les besoins du marché, d'où le retour aux techniques nouvelles et l'intérêt des TIC. La conquête de marchés extérieurs impose un certain nombre de standards qu'il faut respecter pour les avoir. Les nouvelles technologies à ce niveau peuvent faciliter le travail de traçabilité et de certification des produits agricoles mieux que les voies classiques qui prennent plus de temps. Les entreprises agricoles parfois ont de bons produits et certifiés, mais pas de marchés. C'est pour cela le point sur la visibilité des produits est capital. Non seulement il faut les rendre visibles, en plus de cela, il faut les médiatiser et rechercher activement des marchés à conquérir.

Enfin, tout ce système ne tiendrait le coup s'il n'y avait pas une maîtrise des coûts de production et des prix de marché. Un mécanisme d'obtention des prix aide donc à la transparence du marché et à des prix intéressants. Nous allons passer en revue les différents aspects et montrer la situation au Burkina et dans la sous région.



Schema 3 TIC et univers de la commercialisation agricole.

3.1 Les systèmes d'information sur les prix et les stocks agricoles

Parmi les usages des TIC dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles, le prix est un élément très important. Dans les conférences, ateliers et séminaires, il ressort toujours que le prix est un facteur déterminant de l'offre et de la demande. Les offreurs sont intéressés par des prix élevés pour leurs produits et les demandeurs par des prix faibles. La

confrontation de l'offre et de la demande nous donne un prix d'équilibre, facteur qui satisfait l'offre et la demande pour la cession du bien.

Dans la pratique, il est difficile de trouver ce prix d'équilibre parce que nous n'avons une information parfaite du marché. On ne peut savoir où se trouve le prix du beurre de karité le moins cher et de bonne qualité en questionnant les commerçantes, les associations de productrices de bouches à oreille ou en se déplaçant. On peut obtenir des réponses bonnes, mais il sera très coûteux en temps et en moyens de déplacement, engagement de ressources humaines. C'est pour cela il est préférable d'avoir un système performant qui permet d'avoir les informations en temps réels pour décider.

Il existe quelques systèmes d'informations sur les prix et les stocks de produits agricoles au Burkina qui utilisent les TIC comme moyens de recherche de transparence du marché :

Il s'agit de :

1. La SONAGESS
2. Bulletin électronique Afrique Verte
3. L'initiative TV KOODO
4. Le tradepoint de l'ONAC
5. La plateforme mobile

Au niveau régional, nous avons les initiatives Tradenet, Manobi et MISTOWA.

L'Union Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) possède également un dispositif qui s'appelle système d'information agricole régional (SIAR) dans le cadre de la politique agricole de l'Union.

Basé sur le dispositif country stat de la FAO⁴, cette plateforme va permettre aux décideurs et acteurs dans les pays de l'UEMOA à prendre des décisions cohérentes au vu des informations des pays membres.

3.1.1 La SONAGESS à l'heure des TIC

⁴ <http://www.fao.org/newsroom/FR/news/2008/1000905/index.html>

CountrySTAT est un système intégré pour les statistiques nationales sur l'alimentation et l'agriculture. Développé par la FAO, il facilite, dans le cadre d'un partenariat, l'harmonisation et la mise en commun des données statistiques provenant de multiples sources et permet la formulation de politiques cohérentes et adaptées aux situations auxquelles doivent faire face, par exemple, les pays d'une région déterminée.

Le système d'information de la SONAGES utilise le mécanisme national de récolte de données sur les prix agricoles. Il existe depuis les années 1970 lors de la création de l'OFNACER qui a vu sa fin dans les années 1990 avec le vent de la libéralisation. Il a été créé la SONAGESS dont l'objectif est d'assurer la sécurité alimentaire en maintenant un stock national alimentaire en nature et en espèces. le dispositif appelé SIM (système d'information sur les marchés) est bien connu. Si au début l'Etat effectuait la vente par l'OFNACER en essayant d'encadrer les prix des céréales (prix plancher à l'achat au producteur et prix plafond à la vente), avec la nouvelle société SONAGESS, l'objectif n'est plus la commercialisation qui est du ressort du privé et des associations agricoles, mais la gestion du stock de sécurité et l'information sur les prix agricoles.

Selon le Président du conseil d'administration (PCA) de la SONAGESS, Dr Souleymane Ouédraogo, le SIM a pour objectif d'assurer la transparence du marché céréalier par la collecte, le traitement et la diffusion de l'information sur les prix des céréales. Le SIM contribue aussi au bon fonctionnement de la SONAGESS en fournissant des informations sur les marchés céréaliers nécessaires aux opérations de collecte. Il mène aussi des études pour une meilleure connaissance du marché céréalier. C'est un dispositif incontournable du Système d'information sur la sécurité alimentaire (SISA)⁵.

La SONAGESS n'a pas de site WEB propre à elle. Elle publie ces informations sur le site sous régional www.resimao.org. Elle dispose d'un code d'accès qui lui permet de mettre à jour ces informations sur le site.

Le site web de la SONAGESS est en construction et sera bientôt disponible selon les dires de la direction du SIM..

3.1.1.1 Applications utilisées

Un logiciel conçu par la SONAGESS à base de Microsoft ACCESS appelé AGRIOLOG est utilisé pour la saisie des données. L'analyse se fait à travers EXCEL, souvent SPSS et le logiciel ARCVIEW sont également utilisés pour certains travaux.

⁵ http://www.africatime.com/burkina/nouvelle.asp?no_nouvelle=469934&no_categorie=

3.1.1.2 Méthode de collecte et publication des données

La SONAGESS a conçu une maquette téléchargeable sur L'Internet qui permet à ses superviseurs et contrôleurs qui se trouvent un peu partout dans le pays d'envoyer facilement par courrier électronique les informations disponibles dans leur localité.

Après traitement avec les différents logiciels, les informations sont publiées à travers une liste de plus de 500 adresses électroniques, la radio, et bientôt la télévision et le SMS.

La liste est constituée des acteurs institutionnels nationaux (DG PSA , SP/CPC, INSD, SE-CNSA, ONEA) et internationaux (CILSS, AGRYMET, BCEAO, F DG PSAFAO, BM, UEMOA, ALG, HCR, CINU, IFDC, RESIMAO,), des acteurs de la sécurité alimentaire (ONG, CARITAS, CRS, FEWS net, Universités, PAM,...) et des opérateurs privés . (Commerçants, producteurs, transporteurs, Bureaux d'études....)

Pour faire partie de la liste, il suffit de s'inscrire sur la plate forme de la SONAGESS sur le site resimao.org.

Un projet de récolte et de publication des données par SMS via le portable est en cours avec le centre International du commerce (CTI).

En attendant la concrétisation de ce projet, la SONAGESS a essayé de commencer le projet en collaboration avec TELMOB mais un problème s'est posé en ce qui concerne le nombre de caractères (160) pour un SMS qui ne permet pas d'envoyer plus de 2 prix de marché. Cela pose un problème parce qu'il faudrait utiliser des codes alors qu'il n'est pas évident que tout le monde puisse déchiffrer ces codes. Les négociations sont toujours en cours.

Un chauffeur désœuvré à la SONAGESS avec l'arrivée du Net dans le service

Avant l'installation de l'Internet dans le service, le chauffeur envoyait les fiches dans les différentes localités pour la collecte des prix du marché. À présent avec l'internet le service n'a pas autant besoin de lui pour la collecte des données. Un jour il a fait la remarque en disant que c'était lui qui était leur Internet.

La dernière activité réalisée par la SONAGESS fut le séminaire de juillet 2009 où l'idée était de voir comment harmoniser les mécanismes de diffusion des prix à travers les TIC au Burkina. Il faut en effet signaler que la plupart des dispositifs utilisent le système du SIM comme référence, parce qu'étant la seule officielle et comptant pour des valeurs sûres.

Le système de récolte était demeuré traditionnel et au vu des possibilités offertes par les TIC, il sera plus facile aux collecteurs de transmettre les informations avec plus de rapidité et de fiabilité. Il reste que certaines zones ne disposent pas d'Internet et que la collecte reste toujours manuelle.

3.1.2 *Le Bulletin électronique d'Afrique Verte*

Afrique Verte internationale et ses associations locales APROSSA au Burkina (association pour la promotion de la sécurité et de la souveraineté alimentaire au Burkina) et AMASSA au Mali travaillent depuis deux décennies sur le terrain de la commercialisation des céréales au Burkina, Mali et Niger.

L'un des dispositifs innovants d'Afrique Verte a été la création d'une bourse de céréales en 1991. L'idée de base d'Afrique Verte est que les Africains sont capables de se nourrir eux-mêmes parce qu'il existe quelque part la saison des endroits où il y a de l'abondance, donc des stocks qui peuvent être vendus là où il y a des déficits. La bourse de céréales est un grand succès et elle permet à tous les acteurs de la filière de se rencontrer une fois par an physiquement pour échanger et lancer des opérations commerciales. D'une fois par an, elle est passée à deux fois par la suite, la prébourse entre octobre à novembre pour sentir le marché en terme de disponibilités jusqu'après la récolte et la bourse elle-même entre janvier et mars, période où les prix de céréales commencent à grimper. Il faut noter que tous les acteurs de la filière (transporteurs, producteurs, commerçants privés, ONG, bailleurs...) sont conviés à la bourse, même les chercheurs de l'Université de Ouagadougou

Afrique Verte dispose de son propre réseau d'animateurs qui travaillent sur le terrain pour informer et passer des avis en termes d'offre et de demande de céréales. Depuis 7 ans environ, un bulletin de situation des prix de céréales est diffusé par bulletin électronique⁶ aux acteurs de la filière de céréales régulièrement. Le document dénommé *Point sur la situation alimentaire* est un bulletin mensuel d'information technique donnant le prix des céréales sur les marchés de consommation, la campagne agricole et la situation alimentaire au Burkina, Mali et au Niger.

Les données sont relevées mensuellement par les équipes terrain d'AcSSA, AMASSA et APROSSA en collaboration avec les services nationaux.

3.1.3 *TV KOODO ou les prix agricoles à la télévision nationale et sur le web*

⁶ <http://www.afriqueverte.org/index.cfm?srub=59>

Grâce à un soutien technique et financier de IICD, IABER a renforcé et modernisé son dispositif de diffusion des produits agricoles en utilisant les nouvelles technologies (Site web (www.tvkoodo.bf) et la diffusion à la télévision nationale (www.tnb.bf))

IABER avait un dispositif de diffusion des prix au niveau des marchés avec de simples tableaux noirs où il était indiqué les prix des céréales dans les principaux marchés.

Le projet TVKODOO a permis de diffuser les prix officiels à la télévision nationale en mettant une touche d'innovation pour captiver le public avec une chèvre comme présentatrice. Les émissions ont été également faites par thème et la publication des prix a été un élément qui se déroulait vers la fin de l'émission. Voici quelques thèmes des émissions diffusées :

- TIC et Agriculture
- Accords de Partenariats économiques (APE)
- La santé du monde agricole
- L'insécurité foncière
- La transformation des produits locaux
- Les produits phytosanitaires
- L'aide peut-elle tuer l'aide ?
- Le crédit source de malheurs ou de bien-être social !
- Le commerce équitable
- Les systèmes d'information sur les marchés.

La diffusion des prix par ce canal a été un grand succès, la preuve est la diffusion répétée des émissions suite aux nombreuses demandes des téléspectateurs. Un problème rencontré suite à ce succès est que les prix ne sont pas actualisés avec les nombreuses rediffusions, ce qui n'est pas correct pour la vision en tant réel du marché.

Si le projet a été un vif succès, il est actuellement en recherches de repères pour une nouvelle phase avec d'autres innovations à la clé comme des émissions plus courtes et la possibilité de diffuser les prix de façon plus actualisée.

Il faut souligner également que sur le site TV koodo, les émissions télé ne sont pas disponibles, ce qui ne permet pas d'apprécier toute la portée du projet.

Un des goulots d'étranglement pour la suite du projet demeure son financement et le paradoxe est que la télévision nationale, si au début elle était réticente à diffuser les émissions était par la suite très intéressée et réclamait les émissions à IABER et à MANIVELLE production, chargée de la production de l'émission en collaboration avec une équipe professionnelle de marionnettistes.

On pourra se demander donc si c'est la multiplicité des acteurs dans le projet ou les problèmes de financement qui sont les causes profondes de sa mise en veille actuellement ?

En effet, dans le dispositif, nous avons la SONAGESS qui donne les prix officiels de céréales, MANIVELLE qui produit l'émission, le groupe WISGA qui joue les marionnettes, IABER qui coordonne et enfin, IICD, la seule structure qui a financé la première partie du projet de 2003 à 2007.

La nouvelle formule selon le responsable du projet Ferdinand Ouédraogo qui est en pleine négociation va être chapeauté par la CPF (Confédération Paysanne du Faso) qui est une organisation plus centrale et plus fédératrice pour porter le projet. La CPF anime déjà avec d'autres partenaires des émissions à la télévision nationale du Burkina.

Le projet possède déjà un grand capital d'expériences et de réalisations qui attendent) être médiatisée et connue de partout dans le monde (vidéos sur DVD sur les émissions notamment et l'approche de transparence à travers des marionnettes pour aiguïser les échanges et briser le silence par un plaidoyer subtil. C'est vrai qu'une chèvre impertinente peut dire ce qu'elle veut à un ministre de l'agriculture sans aller en prison !).

Pour terminer sur ce point ; il faut dire qu'il existe une multitude de canaux de récolte et de diffusion des prix au niveau local et telle n'est pas notre intention de les recenser toute dans ce travail, mais ce qu'il faut se dire c'est que les communautés développent des initiatives pour pallier au déficit d'informations sur les prix. Les marchés ruraux rotatifs sont des canaux privilégiés et les personnes qui les fréquentent transfèrent les informations de marché en marché. Associés avec le téléphone portable, ces marchés deviennent vite très connectés au reste du monde. Il faut dire que les OP au Burkina comme partout ailleurs ne manquent pas de génies. Certaines radios communautaires comme celle de PAG LA YIRI qui a été mis en place avec le soutien financier et technique de IICD utilisent leurs réseaux d'auditeurs pour collecter les prix des produits de leurs zones d'émission et ces derniers les transmettent les infos par SMS. Ces informations sont ensuite rediffusées en langue locale à destination des auditeurs.

3.1.4 La recherche des opportunités d'affaires au Burkina avec le tradepoint de l'ONAC

L'office national du commerce extérieur (ONAC) du Burkina Faso est un établissement public de l'Etat à caractère administratif, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Il est placé sous la tutelle technique du Ministère chargé du Commerce et sous la tutelle financière du Ministère chargé des Finances. L'une des missions principales de

l'ONAC est de promouvoir les échanges commerciaux entre le Burkina Faso et le reste du monde. À cet effet, il œuvre pour la croissance des exportations et la rationalisation des importations. L'ONAC a plusieurs fonctions comme la certification des produits locaux afin qu'ils répondent à des normes internationales, la recherche de marchés pour les produits destinés à l'exportation, la facilitation des transactions commerciales⁷...

L'Office National du Commerce (ONAC) a un site web (<http://www.onac.bf>) en plus de la plateforme Tradepoint (<http://www.tradepoint.bf>). Les deux noms de domaines sont redirigés vers le site web de la maison. Elle publie également ces informations sur le site sous régional www.resimao.org. Elle dispose d'un code d'accès qui lui permet de mettre à jour ces informations sur le site.

La plateforme Tradepoint Burkina (<http://www.tradepoint.bf>) a été officiellement lancée en 2002 dans l'objectif de permettre à toute personne physique ou morale de commercer avec le monde.

C'est un centre d'informations commerciales fournissant aux négociants des renseignements sur les créneaux et débouchés possibles sur les clients et les fournisseurs potentiels, sur les offres et les demandes d'opportunités d'affaires, sur les règles et les conditions du commerce en général. La plateforme s'adresse à l'ensemble des opérateurs économiques du Burkina Faso. Cependant, on note une plus grande utilisation de la plateforme par les opérateurs économiques évoluant dans le domaine de l'agriculture (agrobusiness).

La plateforme est assez dynamique, seulement il n'existe pas de statistiques fiables pour mesurer son apport dans le développement des affaires des opérateurs qui l'utilisent. Les responsables de la plateforme mettent en relation les deux parties (client et fournisseur) et se retirent. La conclusion effective de transaction reste à la seule discrétion des contractants et le retour d'information n'est pas garanti.

En termes de difficultés rencontrées, il ressort que peu d'opérateurs connaissent et utilisent les TIC au Burkina. Bien que le formulaire disponible sur la plateforme soit tout simple, son utilisation reste mitigée.

Pour pallier à ce problème, un autre projet dénommé Affaires Mobiles (affairesmobiles.info/burkina) exploitant un outil plus accessible et familier aux opérateurs

⁷ <http://www.tradepoint.bf/onac/missions.html>

économiques a été initié par l'Office National du Commerce (ONAC) avec l'appui d'autres partenaires.

3.1.5 La chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat du Burkina et son projet m business de dissémination d'information commerciale par SMS

La chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat après avoir fait une étude de l'état des lieux des TIC pour la commercialisation dans les PME PMI au Burkina en 2006 est en train de formuler un projet TIC.

L'étude⁸, en mettant l'accent sur le marché des fruits et légumes a montré que parmi les dispositifs existant actuellement qui fournissent les informations sur les marchés, on a que la situation des marchés locaux et régionaux. Il n'est pas possible pour les exportateurs à travers les plateformes mobiles de s'informer sur les marchés du Nord alors que ce volet intéresse à juste titre les producteurs de fruits et légumes et les exportateurs.

3.1.5.1 Affaires mobiles pour renforcer l'utilisation du téléphone portable dans les affaires.

Affaire Mobiles est un projet du Centre du commerce international (CCI), soutenu par le gouvernement Suisse pour sa phase de lancement et dont l'objectif est de mettre le téléphone mobile au service des affaires des exportateurs des pays en voie de développement économiques.

Le projet a commencé, fin 2006, à servir des exportateurs de produits agroalimentaires du Burkina Faso et du Mali. Le premier module d'Affaires Mobiles, "Prix de marché", consiste à fournir en temps réel, par SMS, des prix de produits sur les marchés internationaux.

Le deuxième module, "Alerte information sectorielle", vise à fournir des opportunités d'affaires, des contacts commerciaux ainsi que des informations sectorielles et repose sur le vaste réseau mondial d'institutions d'appui au commerce que le CCI tisse depuis plus de quarante ans. L'un des principaux objectifs d'Affaires Mobiles est de devenir un service autosuffisant et s'intégrant au mieux à la réalité de chaque pays où le service est lancé. De même, la gestion d'Affaires Mobiles sera transférée à des structures locales. Le CCI travaille actuellement à rendre cela possible.

⁸ Centre du Commerce International : évaluation du potentiel du m-business en Afrique Subsaharienne, le cas du Burkina Faso., mars 2006.

Affaires Mobiles est essentiellement destiné à servir d'outil d'information à différentes institutions burkinabè d'appui au commerce international. A ce jour, les institutions locales partenaires du projet sont :

- la Chambre de Commerce et d'Industrie et d'Artisanat du Burkina Faso ([CCIA-BF](#))
- la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso ([MEBF](#))
- l'Office National du Commerce Extérieur ([ONAC](#)), et
- la Société Burkinabè de Fruits et Légumes ([SOBFEL](#))

3.1.6 Les initiatives régionales de diffusion de l'information sur les prix agricoles.

Parmi les initiatives régionales de diffusion des prix agricoles, nous pouvons mentionner le RESIMAO, le MISTOWA et MANOBI.

Le RESIMAO ou Réseau des Systèmes d'Information des Marchés en Afrique de l'Ouest présente les statistiques des prix des agences officielles de l'Afrique de l'Ouest. c'est une base de départ pour qui s'intéresse aux produits agricoles en Afrique de l'Ouest et il existe des connexions avec d'autres projets utilisant le système de prix comme le MISTOWA que nous allons voir dans le point suivant :

Le RESIMAO est un réseau de systèmes d'information articulé autour du Bénin, du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire, de la Guinée, du Niger, du Mali, du Sénégal, du Togo et du Nigeria. Ensemble ils fournissent aux acteurs concernés, notamment ceux déjà enregistrés sur les marchés nationaux de la plateforme tradepoint des informations à jour et précises sur 400 produits de marchés agricoles urbains et ruraux. Le réseau surveille le développement du secteur agricole à travers la collecte et la publication de données s'appuyant sur des statistiques et des rapports d'analyses⁹.

MISTOWA est un projet financé par USAID à hauteur d'un million 600.000 dollars américains et concernait 15 pays, mais pratiquement, le projet a été actif au Nigeria au Mali au Burkina Faso au Sénégal, au Bénin, au Togo, en Côte d'Ivoire et au Niger avec des implications de partenaires en Guinée, en Gambie, et en Sierra Leone.

Pratiquement, le projet MISTOWA a permis de mettre en place une plateforme Busylab pour mettre en contact les acteurs intéressés à mettre en contact les producteurs et les vendeurs de produits. Il a également mis en place le portail www.tradenet.biz. qui permet aux acteurs d'avoir des informations. La plateforme web permet à plus de 300 produits sur 500 points de

⁹ <http://www.resimao.org/html/fr/region/network>

marchés d'échanger et de se partager des informations sur les produits, les prix. Les informations sont accessibles également par SMS. Bien que le projet est arrivé à son terme, IFDC continue sur le terrain les actions de mise en place du dispositif et vu les moyens importants qui ont été mobilisés pour le projet, il serait intéressant de réfléchir à des mécanismes d'appropriation locale au lieu de recommencer la roue. Nous voulons ici parler de la possibilité d'une réplique du projet dans le cadre de la CEDEAO ou de l'UEMOA alors que sa continuation aurait été intéressante.

3.1.7 MANOBI ou la créativité dans les services à valeur ajoutée à travers des plateformes TIC multiples.

Manobi¹⁰ est une société Franco-Sénégalaise dont le but premier est de proposer des services à valeur ajoutée. MANOBI grâce a ces services permet aux professionnels du secteur rural et de l'agro-industrie, aux entreprises étendues gérant des forces mobiles, aux opérateurs un ensemble de solutions leur permettant d'améliorer leurs performances, de réduire leurs coûts et de développer leur compétitivité.

Depuis la création de la société, des applications fort intéressantes ont été développées. Parmi ces applications, on peut noter la plateforme de commercialisation de produits locaux à travers le web et le téléphone portable ou les PDA¹¹.

Avec Xammarsé, on a un système d'information en temps réel sur la situation des marchés nationaux ou internationaux : - Prix au détail, gros, semi-gros des produits (type, variété, origine, conditionnement, ...) sur les marchés dakarois, régionaux et européens - Disponibilité des produits sur les marchés -Suivi des variations de prix d'un produit sur la journée, la semaine, le mois, l'année.

Le Təw Mi Təw est un espace de commercialisation et de mise en relation acheteur-vendeur : - Dépôt d'offres actualisées d'achat et de vente de produits agricoles - Optimisation des déplacements en fonction de la demande des marchés et de l'offre des sites de production - Mise en relation directe en multimode (Wap to Voix) - Suivi des transactions et bilan périodique.

Le T2M est un extranet d'information sur les prix des produits agricoles et de la mer

¹⁰ <http://www.manobi.sn/sites/sn/>

¹¹ <http://www.manobi.sn/sites/sn/?M=3&SM=8>

T2M permet aux professionnels du secteur aux structures privées ou publiques, des données de base pour connaître la situation des marchés, définir la politique et orienter la stratégie commerciale en se collant à la réalité des marchés.

D'autres applications sont possibles comme les *espaces de gestion* de l'exploitation agricole :
-Suivi de parcelles, de cultures -Choix des cultures les plus rentables sur les différents marchés de destination -Gestion des interventions agricoles, pilotage d'irrigation, ... --Gestion des investissements et coûts en intrants.

Espace de suivi et de *traçabilité des produits de qualité* : -Suivi des contrats de production - Gestion de la station de conditionnement -Extranet collaboratif de gestion de la chaîne du producteur à l'exportateur, à l'importateur, au distributeur -Suivi de la logistique d'exportation,...

Monobi bien qu'ayant eu des certificats de qualité pour le sérieux de son travail et la qualité des innovations attend toujours la masse critique pour rendre ses services efficaces pour le plus large public. Le dispositif existant n'a pas de frontières et attend à être installé et utilisé partout ou besoin sera. Mais tant que des milliers de personnes ne vont pas l'utiliser, il sera difficilement rentable au vu de la complexité et du niveau d'implication des opérateurs de téléphonie mobile qui s'intéressent à des produits de masse.

3.1.8 La Maison de l'Entreprise et la plateforme Affaires mobiles

La maison de l'entreprise est une association qui regroupe les opérateurs économiques du Burkina Faso. Elle a plus de 700 membres, enregistre plus de 400 entreprises qui se créent chaque année et conseille plus de 12 000 personnes. Ceci fait un grand nombre de personnes à gérer et il fallait trouver une stratégie de communication.

La maison de l'entreprise a ainsi conçu un site web qui est le www.me.bf et dispose d'un mailing liste qui permet d'informer les membres de la maison de l'entreprise lorsqu'il ya un voyage d'affaires ou une opportunité d'affaires.

S'étant rendu compte que les entrepreneurs Burkinabés n'utilisent pas assez internet, la maison de l'entreprise a mis en place et utilise en collaboration avec la chambre de commerce et l'ONAC la plateforme affaires mobiles.

La partie de la plateforme affaires mobile qu'utilise la maison de l'entreprise a une base de plus 10 000 numéros de téléphone. Les personnes enregistrées sur cette base sont des acteurs de différents secteurs d'activité (agrobusiness, service....). La base de données est organisée

par secteur d'activité. Selon l'information à transmettre, la maison de l'entreprise choisit le secteur d'activité concernée et envoie l'information au public cible.

Il faut noter que la maison de l'entreprise ne compte pas un grand nombre de membres du monde agricole. Ce n'est que ces dernières années que le monde agricole commence à utiliser les services de la maison de l'entreprise. Le public cible de la maison de l'entreprise est le secteur des services.

La maison de l'entreprise exploite la plateforme affaires mobiles pour deux volets : Alerte marché et prix marché.

L'aspect alerte marché permet à une dizaine d'exportateurs de recevoir les prix du haricot vert du Maroc et du Kenya chaque jour à 14h30. Une ouverture à d'autres produits tels que le sésame est envisagé pour le futur.

L'aspect prix de marché permet d'informer les membres sur les prix en vigueur sur le marché RINGESS l'un des plus grands marchés de produits en France.

La plateforme affaires mobiles sert de moyen de communication assez utilisé pour l'exécution de la stratégie de communication de la maison de l'entreprise. La base de données sur cette plateforme permet ainsi d'informer plus rapidement et plus facilement les membres lorsqu'il ya une activité en vue. Le message qui coute 30FCFA était supporté par le centre international du commerce (ITC) dans la phase d'expérimentation. Maintenant avec la fin de cette phase, la maison de l'entreprise supporte les frais et est en train de voir comment les membres pourront participer aux frais.

Les informations envoyées par la maison de l'entreprise sont fiables à 100% et le message reçu par le membre est signé mebf.

La maison d'entreprise a un retour de 30 à 40% des informations qu'elle envoie à travers la plate forme.

3.1.9 La plate forme IZF

IZF.net a été créé en octobre 1998, à l'initiative des ministres de l'Économie et des Finances de la Zone Franc, pour combler un déficit : l'inexistence d'informations utiles et crédibles pouvant favoriser les investissements dans les pays de la Zone.

La plateforme izf.net propose gratuitement à ses Internauts des monographies pays, des données économiques et monétaires, des textes fiscaux juridiques et douaniers, ainsi que des opportunités d'affaires, des dépêches d'actualité, des annuaires pratiques et des fiches descriptives du rôle et du fonctionnement des principaux organismes et Institutions de la Zone

Franc CFA. En plus un outil télématique dédié aux entreprises, « l'Espace Entreprise », régulièrement mis à jour par un réseau de correspondants locaux positionnés dans les 14 pays de la Zone Franc.

Le site www.izf.net comporte cinq portails.

1- Espace « Général »

Informations générales sur les pays de la zone Franc et sur le fonctionnement de ses Institutions, des textes juridiques et fiscaux, des procédures, tarifs et règlements douaniers, ...etc.

Principales informations:

- *Les tarifs douaniers*
- *Les bulletins officiels de la CEMAC et de l'UEMOA*
- *Les fiches d'identité (pays, bailleurs, organismes, ...etc.)*
- *Les cartes et plans des pays/villes*
- *Les indicateurs économiques par pays*
- *Les guides pratiques des affaires par pays*
- *Les dépêches d'actualité de l'Agence France Presse*
- *Les annuaires utiles avec plus de 10 000 adresses, les opportunités d'affaires, ...etc.*

2- Espace « Entreprises »

Partie intégrante du site, l'espace Entreprise a pour vocation de mettre à la disposition des entreprises des informations de première main en vue de leur faciliter leurs prises de décision d'investir dans les pays de la Zone, l'objectif étant de créer une plate-forme de dialogues d'affaires entre les entreprises du nord et du Sud, et celles du Sud entre elles.

Principales informations:

Par pays

- La liste des entreprises, organisations professionnelles, banques, etc.
- Les démarches et procédures de création d'entreprise, code local d'investissement;
- Les lois de finances du pays;
- Les coordonnées des ministères et services rattachés;
- Les salons et manifestations
- Les principales matières premières;
- La liste des hôtels et restaurants classés par ville;
- Les services de déménagement, de transit et de douanes;
- Les sites touristiques;
- Etc.

3- Espace « Exportations » :

Informations destinées aux entreprises exportatrices et potentiellement exportatrices

Contenu en deux langues: français et anglais

Principales informations

-Informations commerciales spécifiques à chacun des 14 pays de la Zone Franc CFA (commerce extérieur, filières et créneaux d'exportation, les organismes d'appui à l'exportation, annuaire des exportateurs par pays, liste des organismes d'appui à l'exportation, etc.)

- Informations commerciales transversales à destination de l'ensemble des 14 pays de la Zone Franc CFA (règles régissant le commerce international, identification des produits porteurs et des marchés potentiels, statistiques des échanges internationaux entre notre zone et le reste du monde, etc.)

4- Base de données des entreprises de la Zone Franc :

Cette base de données est un outil d'appui au développement du secteur privé.

Elle permettra à tout investisseur ou toute personne intéressée de trouver le bon interlocuteur dans le pays de son choix. Elle permettra à tout visiteur de visualiser les informations complètes des entreprises inscrites et classées par secteur d'activité en présentant la taille de l'entreprise, ses coordonnées, ses produits et services avec photos, prix et commentaires, le chiffre d'affaires, l'effectif du personnel ainsi que des références client.

Une entreprise installée dans un des pays de la Zone Franc a la possibilité de s'enregistrer directement et gratuitement, mettre à jour elle-même ses informations avec un compte d'utilisateur et un mot de passe attribués pendant la création du compte.

La particularité de cette base est qu'elle est alimentée directement par les entreprises elles-mêmes.

5- Forum de discussion en ligne

Pour permettre aux opérateurs économiques d'avoir un lieu de rencontre et de dialogue, un forum de discussion a été créé sur le site IZF.net.

Ce forum permet aux chefs d'entreprises, opérateurs économiques et hommes d'affaires d'avoir des contacts avec les investisseurs du Nord comme du Sud pour discuter d'affaires et aussi de donner leurs points de vue sur des sujets d'actualité, par exemple l'assainissement économique de leur pays ou le développement de leurs activités.

3.2 Visibilité & marketing des produits : des efforts, mais beaucoup reste à faire

En matière de visibilité et de marketing des produits à travers les TIC, le Burkina comme la plupart des pays reflétant les mêmes physionomies sociales et économiques restent à la traîne pour plusieurs raisons : les acteurs sont très nouveaux sur le terrain des TIC ; il est coûteux de créer une plateforme web et l'expertise locale est rare.

On remarque en revanche que de plus en plus d'organisations construisent des sites webs, mais il existe beaucoup de lacunes dans la conception, le suivi des plateformes webs.

Comme la plupart des projets ; l'idée du site web vient de l'extérieur. Sa gestion et la mise des informations également.

L'association Yam Pukri spécialisée dans la formation, l'information et l'appui-conseils en TIC en ayant réalisé un certain nombre de sites webs peut en témoigner quelques anecdotes.

Certaines organisations oublient même jusqu'à l'URL de leur site web et le confondent à leur messagerie électronique de fois

Les sites webs sont financés par des partenaires extérieurs et le plus souvent, c'est eux qui gèrent la plateforme.

Parfois, ce sont des stagiaires qui ont réalisé le travail et repartent avec tous les paramètres d'accès, aucune possibilité de mise à jour n'est possible. Il arrive de fois que l'on ne sache même pas où est hébergé le site et les coûts d'hébergement et le nom de domaine sont parfois perdus. Il ya donc un éternel recommencement à ce niveau avec des adresses et des sites webs différents.

Au niveau de la réalisation du site web, on constate le même cas avec des organisations ou des entreprises. L'idée qui domine est de faire un site faisant les éloges du premier responsable avec sa photo sur la page d'accueil

Les organisations sont également parfois victimes de webmasters peu scrupuleux qui usent de leurs ignorances pour les arnaquer en augmentant le coût des services et la gestion des sites webs.

Dans les pages des sites webs, il est rare que l'on mentionne des liens internes se dirigeant vers d'autres sites locaux de même nature, en dehors du site du ou des partenaires principaux.

L'usurpation de titre sur le web, un danger à éviter.

Une fois, un individu mal intentionné a créé un site web pour une association de femmes et se plaçait comme seule répondant. Quand la responsable a su, elle a déposé une plainte à la Police et cette personne a décidé de supprimer le site. Mais en réalité, il a changé d'URL. Une fois, l'association a demandé de créer un site web et on leur a dit qu'elle possédait déjà un site ! à la grande surprise de la présidente. Nous avons pu heureusement désactiver le site web parce que nous connaissions les hébergeurs.

Il existe également des cas fréquents d'arnaques où le lien qui porte sur l'adresse de l'organisation revoit sur le contact du consultant ayant réalisé le site. celui ci intercepte tous les échanges et l'organisation ne reçoit rien.

Ces quelques situations montrent que le chemin est long et que des campagnes de sensibilisation doivent être menées sur le bien-fondé des sites web, les avantages et les précautions à prendre.

Il est également important que des dispositions soient prises pour syndiquer les sites webs des organisations sœurs et mettre en place un portail présentant les initiatives du secteur.

3.2.1 Plaidoyer sur la commercialisation paysanne, l'action du Service d'édition en langues nationales du Burkina Faso

Selon le site de l'organisation¹², Ce service est né en 1997 à l'initiative du P. Maurice OUDET, des Missionnaires d'Afrique, pour répondre aux besoins d'information et de formation du monde rural.

Il est installé dans les bâtiments de la Communauté des Missionnaires d'Afrique à Koudougou. Il abrite plusieurs bureaux, un service de reprographie et un magasin.

Pour son promoteur, les objectifs du SEDELAN cherchent avant tout à répondre aux besoins du monde rural et des organisations paysannes du Burkina Faso.

On peut résumer comme suit les objectifs :

- Publier des documents dans les langues nationales du Burkina Faso pour les mettre à la disposition de ceux qui ont fait l'effort d'apprendre à lire et à écrire... Il existe encore trop peu de documents : à quoi sert-il d'apprendre à lire dans une langue si le lecteur n'a rien à se mettre sous les yeux par la suite.
- Appuyer les organisations du monde rural pour leurs publications et leurs instruments de communication, et ainsi contribuer à la mise en réseau des organisations paysannes, les O.P., comme on dit ici.
- Diffuser et vulgariser l'information concernant le monde paysan, les agricultures du Sud et la souveraineté alimentaire.
- Participer à la réflexion commune avec les autres ONG et organismes sur toutes ces questions pour apporter une contribution positive à l'élaboration de politiques agricoles respectueuses des besoins alimentaires du pays, des agriculteurs et de l'environnement.

¹² <http://www.abcburkina.net/content/view/373/62/lang,fr/>

Le SEDELAN possède une liste de diffusion sur l'agriculture au Burkina et est très actif dans le domaine du plaidoyer pour une agriculture respectueuse du monde rural par l'acceptation de prix rémunérateurs aux paysans.

3.3 Traçabilité & certification des produits

Dans le domaine de la traçabilité des produits, il faut dire qu'il existe des expériences intéressantes au Burkina. Nous allons parler de deux expériences nationales et d'une autre au Mali en rapport avec l'entreprise Manobi dont nous avons abordé dans un point 3.1.5.

3.3.1 Songtaab Yalgré et le web.

L'association Song Taab Yalgré est une organisation de femmes spécialisée dans la production de produits à base d'oléagineux. Elles produisent du beurre de karité ordinaire et du beurre de karité biologique.

Les objectifs de MIPROKA

L'objectif général du projet est de renforcer la communication interne au sein de l'organisation Songtaab-Yalgré à travers l'utilisation des TIC, afin d'accroître la compétitivité et la rentabilité du karité au profit de l'ASY et de ses membres en particulier et des autres acteurs/actrices de la filière en général.

De façon spécifique, il vise à :

- Améliorer la communication interne et externe de l'ASY;
- Assurer une meilleure diffusion des informations sur le karité et le beurre;
- Favoriser l'accroissement des revenus des membres à travers des actions de promotion et de conquête de marchés;
- Promouvoir le karité et ses produits dérivés;
- Assurer la visibilité des activités de Songtaab-Yalgré et de la filière karité;
- Faire le lobbying du karité sur le plan national;

Objectif de développement du projet :

1. . Empowerment : le renforcement des capacités et des opportunités des femmes productrices de Karité pour améliorer leurs conditions de vie.
2. Gouvernance : le renforcement de l'organisation à travers une communication améliorée entre les membres et le siège de l'organisation songtaab-yalgré.
3. Sensibilisation : fournir des informations audiovisuelles sur le karité et ses produits dérivés au public, et ainsi vulgariser l'utilisation du beurre de karité et ses produits dérivés à travers les radios locales, et les marchés populaires.
4. Promotion : Ouverture des Maisons d'informations et de Promotion du karité(MIPROKA) dans les villages de Saponé, Boussé, Gampéla. Ces maisons sont équipées d'ordinateurs, d'outils multimédias, d'une vitrine de promotion des produits dérivés du karité et sont entièrement gérées par les femmes rurales qui ont été formées à l'utilisation des outils informations et multimédia.

L'association en partenariat avec IICD a monté un projet pour non seulement montrer ses produits sur le web, mais également commercialiser et aider à la traçabilité de ses produits grâce à l'utilisation du GPS.

Il faut dire qu'avant le projet MIPROKA (Maison de Promotion du Karité à travers les TIC), ASY possédait déjà un site web¹³¹⁴ grâce au concours d'autres partenaires. La plateforme a été renforcée.

3.3.1.1 La tracabilité des produits de Songtaaba.

Songtaaba fait du Karité biologique. La production du karité biologique est très contraignante surtout que nous avons à faire à un arbre sauvage. La production biologique demande que l'on puise, à partir du produit fini, remonter jusqu'aux fruits de l'arbre et à l'arbre lui-même. Il faut également délimiter un espace où des cultures utilisant des intrants chimiques sont proscrites. L'utilisation des intrants chimiques en effet pose des problèmes au niveau de l'absorption des arbres de karité qui voient leurs fruits et par conséquent le beurre être pollués d'agents chimiques.

Pour faciliter la traçabilité, l'utilisation de GPS est donc recommandée, ce que SONGTAABA entreprend avec des femmes productrices formées à cet effet.

L'association arrive grâce à cela à avoir la certification plus facilement de ses produits et à commercialiser à l'extérieur.

3.3.2 *D'autres initiatives dans la promotion des produits agricoles transformés*

Il existe actuellement plusieurs initiatives qui soutiennent les OP faitières transformatrices de produits comme nous avons vu l'expérience de SONGTAABA. Nous pouvons souligner le cas de UGPPK (Union des Groupements de Productrices de Produits de Karité) qui fédère 1200 productrices de beurre de karité des provinces de la Sissili et du Ziro au Burkina-Faso. Elles ont, avec l'aide de leurs partenaires s'afficher sur le web dans un sous domaine <http://zinzpiration.com/UGPPK/> qu'un bénévole leur a gratifié. Nous nous demandons jusqu'à quand cette aide va continuer.

¹³ <http://www.songtaaba.net/miproka/objectifs.html>

¹⁴ <http://www.songtaaba.net/>

Le site actuellement permet de se renseigner sur la production et de lancer même des commandes et de les suivre. Le bénévole a également formé les membres pour la gestion autonome du site web.

La Coopérative des Productrices de beurre de Karité de Zantiébougou COPROKAZAN au MALI travaille dans le domaine du karité depuis 1999 et couvre actuellement 28 villages et compte 608 femmes rurales. Sa mission consiste à améliorer le cadre et les conditions de vie de ses adhérentes à travers une exploitation juste et harmonieuse du karité.

L'activité est principalement axée sur la production et la commercialisation du beurre de karité amélioré. Des sous produits sont développés, comme la pommade, la crème à lèvres et le savon.

La coopérative possède également un site web¹⁵ qui présente ses activités, ses produits et surtout les signes du sérieux de son travail en présentant ses partenaires et les organisations qui certifient la qualité de ses produits. Il n'est pas possible de faire une commande en ligne, mais on peut entrer en contact avec les responsables.

Un programme en matière de renforcement des capacités avec les TIC a été engagé avec IICD et les membres de la coopérative, projet qui a abouti d'ailleurs à la mise en place du site web, l'amélioration du système de gestion comptable, et d'une base de données sur la production.

3.3.2.1 Mise en place de la solution Fresh Food Trace de FRUILEMA

Avec le soutien de IICD, FRUILEMA, une GIE fruitière au Mali a pu bénéficier des services de Manobi pour améliorer la gestion et la traçabilité de leurs produits destinés à l'exportation.

Fruilema est un GIE d'exportateurs, de producteurs et de pisteurs engagés collectivement dans une démarche qualité de fruits et légumes destinés à l'export. FRUILEMA est la première organisation d'agriculteurs et d'exportateurs ouest-africains mettant en œuvre une solution complète de traçabilité de leurs produits pour répondre à la fois aux besoins de la grande distribution et des consommateurs des pays européens et américains¹⁶

à partir d'une base de données détaillée. il est possible à partir d'un carton de fruit ou d'un seul fruit à remonter jusqu'au producteur et à la zone de récolte, tant de données très

¹⁵ <http://www.coprokazan.org/>

¹⁶ <http://www.fruilema.com/>

importantes dans le cadre de produits destinés à l'exportation où les clients sont très exigeants sur la qualité, mais difficiles à capitaliser avec des moyens classiques.

Fruilema est un groupement de professionnels maliens spécialisés dans la production et l'exportation de fruits et légumes frais et certifiés Eurepgap. Fruilema regroupe 5 exportateurs encadrant 790 producteurs et 121 pisteurs collecteurs :

La Fruitière du Lotio, qui est une société à responsabilité limitée (S.A.R.L.) au capital de 1.500.000 F.CFA,

La Compagnie Fruitière du Mali » est une société anonyme au capital de 10.000.000 F.CFA, sise à la Cité du Niger à Bamako créée le 12 janvier 2004,

Mali Primeurs société à responsabilité limitée (S.A.R.L.) au capital de 3.500.000 F.CFA créée le 18 avril 1992 ;

Fruits et Légumes d'Exportation du Mali (FLEX-Mali) » société unipersonnelle à responsabilité limitée (S.U.A.R.L.) au capital de 1.000.000 F.CFA créée le 3 mars 1994 ;

I.B. Négoce » société unipersonnelle à responsabilité limitée (S.U.A.R.L.) au capital de 1.000.000 F.CFA créée le 22 janvier 2001 ;

La plateforme mise en place permet donc de faciliter la traçabilité des produits commercialisés à travers une base de données.

L'un des problèmes rencontrés dans ce type de procédé est la familiarisation avec les bases de données détaillées où il faut entrer de multiples informations. Il faut du temps pour s'y habituer ou même spécialiser une équipe à cette tâche. Une fois entrée, la base est intéressante à utiliser, mais le processus d'introduction des données est très complexe.

1.1 Techniques de production & transformation

Au niveau des techniques de production et de transformation, il existe des expériences intéressantes, mais souvent difficiles à attribuer comme seule contribution des TIC ou que les TIC ont été l'élément catalyseur. Il faut également que ces organisations reconnaissent la bonne foi d'où est venu le succès ou la créativité à un certain moment. Nous allons donc nous contenter de cas avérés où les TIC ont été utilisés comme outil dans une dynamique d'accroissement de la production ou d'amélioration de la transformation. En effet, nous avons une multitude de situations où les TIC, en tant que dispositif permettant d'accéder à l'information aident des organisations à travers le web à trouver de meilleures techniques de production ou de transformation de produits. En ce moment, les TIC en tant que dispositif d'accès à l'information agricole peuvent contribuer à l'efficacité des systèmes cultureux, mais les témoignages sont parfois rares. En revanche, les TIC en tant que dispositif explicite dans un projet sont des expériences plus faciles à retracer. Nous retiendrons ici le cas de la

FEPPASI¹⁷, une fédération des organisations paysannes dans la Sissili, région située à environ 200 km de la capitale qui grâce au dispositif TIC du projet TIC et agriculture formulé avec le soutien technique et financier de IICD a pu conjuguer formation et techniques de production des paysans et nouvelles technologies.

Traditionnellement, la formation prodiguée aux paysans avec des moyens de bord manquait de réalisme et de vivacité. Il était également difficile d'expliquer à un ingénieur agronome quels ont été l'évolution des semis et le suivi réel des itinéraires techniques de production que l'on leur a demandé de suivre. Munis de simples appareils photo numériques, les paysans formés dans le cadre du projet peuvent prendre des images et les stocker dans leurs ordinateurs.

Le dispositif a en effet permis de faciliter les formations en les rendant intéressantes et attractives (utilisation de PowerPoint avec vidéo projection) et plus vivantes (utilisation des images locales et récentes).

Il permet également de faciliter le travail des ingénieurs de l'INERA qui arrivent à suivre plus facilement les itinéraires techniques de production avec les banques de données de photos numériques.

3.3.3 L'INERA et le RAILS : Système régional d'information et de formation agricole

L'INERA est un des quatre instituts de recherche du Centre National de la Recherche Scientifique et technologique (CNRST). C'est une structure publique spécialisée et officiellement mandatée pour assurer la formulation, l'exécution et la coordination des recherches environnementales et agricoles au Burkina.

En tant que structure de recherche, l'INERA se devait de se mettre à la page des nouvelles technologies de l'information et de la communication. C'est ainsi qu'en 2002 -2003 l'INERA a créé un site web statique (www.inera.bf) géré par ZCP. Jusqu'à nos jours c'est ZCP qui gère le site, au sein de l'équipe de l'INERA il ya un informaticien, mais il ne s'occupe pas de la gestion du site.

Lors de la création du site, des fiches techniques sous format pdf avaient été mises en ligne sur le site de l'INERA. Une fiche technique est en fait le résumé du travail d'un chercheur sur un thème précis. L'objectif étant de montrer au grand public les différents résultats

¹⁷ <http://www.feppasi.org/>

obtenus par les chercheurs de l'INERA. Mais malheureusement, des individus ont commencé à télécharger les fiches techniques, à les signer de leur propre nom et à les revendre sur le marché. Ces pratiques ont conduit à la protection de l'accès aux fiches techniques.

Le site étant un site statique l'INERA envisage la dynamisation du site et a défaut l'actualisation du site pour les années à venir.

L'INERA est également le point focal du RAILS (Système régional d'information et de formation agricole) au Burkina Faso. L'objectif du RAILS est de permettre le partage d'informations agricoles disponibles. Le RAILS regroupe des structures agricoles réunies en réseau. C'est un projet financé par la BAD et il est prévu l'acquisition d'un serveur pour faciliter la communication entre les membres du système de recherche agricole qui regroupe aussi bien les agriculteurs, les ONG, les chercheurs que les consommateurs. Le problème qui se pose est que le serveur est bloqué à la douane. Étant acquis d'un financement de la BAD le serveur doit normalement être exonéré, mais les douaniers ne sont pas d'accord sur ce fait. Des démarches sont donc présentement entreprises pour faire sortir le serveur de la douane.

Un serveur de messagerie avait également été mis en place pour les chercheurs de l'INERA. Mais après une brève période d'utilisation, les chercheurs ont commencé à abandonner le serveur par manque de confiance due au fait que l'administrateur qui gère le serveur a la possibilité de lire tous les messages qui y passaient.

Le mail est beaucoup utilisé au sein de l'INERA aussi bien pour le partage d'informations générales que pour la rédaction d'article et de revue en partenariat avec plusieurs chercheurs. Et également les invitations entre chercheurs se font par mail et tout est géré facilement à l'avance souvent on a même plus besoin du téléphone. Grâce au mail il ya un gain énorme en temps et en coût

Les travaux de recherche sur le net permettent aux chercheurs de l'INERA d'actualiser leur bibliographie et d'être plus rapide dans leurs travaux de recherche. Ainsi au lieu de réinventer la roue les chercheurs utilisent les progrès déjà accomplis dans le domaine pour avancer plus rapidement.

Il ya aussi le domaine de la gestion des données. Grâce à différents programmes disponibles, les chercheurs gèrent plus facilement leurs données et ces données sont bien sécurisées.

Mais il faut reconnaître que beaucoup de chercheurs d'une certaine génération ont encore du mal à s'adapter à l'utilisation des TIC.

Dans le domaine de la production agricole, il y a l'aspect vulgarisation des technologies qui permet aux producteurs d'accroître leur rendement. Sur cet aspect l'INERA avait noté qu'il y avait un déficit de communication sur les nouvelles semences disponibles. C'est ainsi qu'une foire de semence a été organisée pour mieux faire connaître les semences de l'INERA au grand public. Tous les médias de la place ont été invités à savoir les radio, la presse écrite, la télévision nationale et une télévision privée un publi-reportage a également été réalisé afin que l'information puisse être diffusée à un large public. Cette activité a eu un impact considérable, car les semences n'ont pas suffi et les gens en redemandaient. Beaucoup se sont même intéressés à l'agriculture après cette foire.

4 Conclusion et recommandations

Les expériences tant au Burkina Faso que dans la sous région montrent une diversité de situation et de niveau d'utilisation des TIC dans le domaine agricole.

À travers les diverses expériences, nous avons vu que les thèses classiques ont été battues en brèche : en effet, on met en avant l'analphabétisme, le manque de moyens matériels et humain les problèmes de connectivité comme des freins à l'usage des TIC dans le domaine agricole. Il est intéressant de mettre ces hypothèses de côté et de partir du moment où ces facteurs ne sont plus des freins afin d'aller en profondeur dans le sujet parce que ce sont des facteurs transversaux qui touchent également tous les domaines du développement.

L'examen des différentes expériences dans le rapport nous oriente vers quelques observations de base

1. La pluralité des expériences, leurs méconnaissances et sous utilisation par les acteurs.
2. Le risque de changement de rôle avec les opportunités qui s'offrent aux organisations.
3. L'absence d'une véritable coordination entre toutes ces expériences et ces projets d'où des pertes énormes de ressources.
4. La recherche de la pérennité des systèmes : entre services publics et monde des affaires.

4.1 Les observations

4.1.1 La pluralité des expériences, leurs méconnaissances et sous utilisation par les acteurs.

Nous avons constaté que les acteurs sont toujours étonnés d'apprendre que telle et telle approche existe et que la technologie est ouverte et éprouvée. Beaucoup pensent qu'il faut faire partie d'un réseau ou d'un groupe donné pour pouvoir utiliser certaines plateformes et en cas de l'existence de plusieurs, on se demande laquelle est habilitée à répondre à ses besoins.

L'absence d'une véritable coordination entre toutes ces expériences et ces projets d'où des pertes énormes de ressources.

Il n'existe pas une organisation qui centralise ou qui fédère toutes les expériences afin de donner une conduite claire aux O P. chacun reste plus ou moins confiné dans son espace projet.

Beaucoup de sites web des OP poussent comme des champignons au gré des financements et ferment quand le bailleur arrête. Il existe donc des problèmes sérieux en terme d'appropriation et nous pensons qu'un site portail fédérateur permettra aux OP de réduire leurs dépenses en gestion de sites webs et plateformes dynamiques et en plus de pouvoir plus

partager et échanger leurs informations dans un même endroit. Il est possible par exemple de prendre un domaine www.agri.bf et à partir de là, créer des sous domaines pour donner des noms de domaines aux OP du Burkina.

4.1.2 Le risque de changement de rôle avec les opportunités qui s'offrent aux organisations.

Nous remarquons que les producteurs de données comme la SIM de la SONAGESS veulent passer à la vitesse supérieure avec la création de leurs plateformes propres. On constate en effet que les entreprises ou les projets spécifiques exploitent leurs informations dans la pratique, ce qui est normal. On se demande si le cumul des rôles et des tâches ne va pas poser des problèmes à la longue. N'est-il pas mieux que l'on appuie les collecteurs et producteurs de données à améliorer leur travail et laisser le domaine du e-business à d'autres acteurs spécialisés ?

4.1.3 La recherche de la pérennité des systèmes : entre services publics et monde des affaires.

Donner de l'information vitale au monde rural peut s'apparenter à un devoir de service public, surtout quand on vante le fait que l'information qui vient à temps peut aider à résoudre des problèmes et faire avancer le développement. La stratégie d'accès au fonds de service universel toujours en voie de réalisation au Burkina met surtout l'accent sur l'accès aux moyens de communication partout sur tout le territoire. On ne mentionne pas le cas des contenus ni des services embarqués pour aider la population agricole dans le domaine de la commercialisation.

Pour le moment, on attend que le projet de fonds de service universel voie le jour pour améliorer la connectivité des zones rurales.

4.1.4 Les projets à approches top down et bottom up : capitaliser les projets réussis

Nous constatons que les expériences réussies semblent s'orienter vers les cas où les projets ont pris corps à partir d'une analyse des pratiques et des besoins des populations et non à partir d'idées venant d'en haut et pensant que les TIC sont la solution à un problème donné. Nous revenons ici à la problématique de départ entre les projets formulés par le haut et les projets qui partent des constats et des initiatives locales pour construire des dispositifs qui peuvent être ont des insuffisances (sur le plan technique, tout est perfectible, mais pas nécessaire en terme de rationalité et en terme de nécessité paysanne) mais sont supportables et acceptables par les populations. Nous constatons qu'une grande partie des succès des projets

soutenus par IICD sont partis de ce principe : *partir des réalités du terrain et travailler avec les populations pour améliorer leurs vécus au lieu de les proposer de modèles toutes faites.*

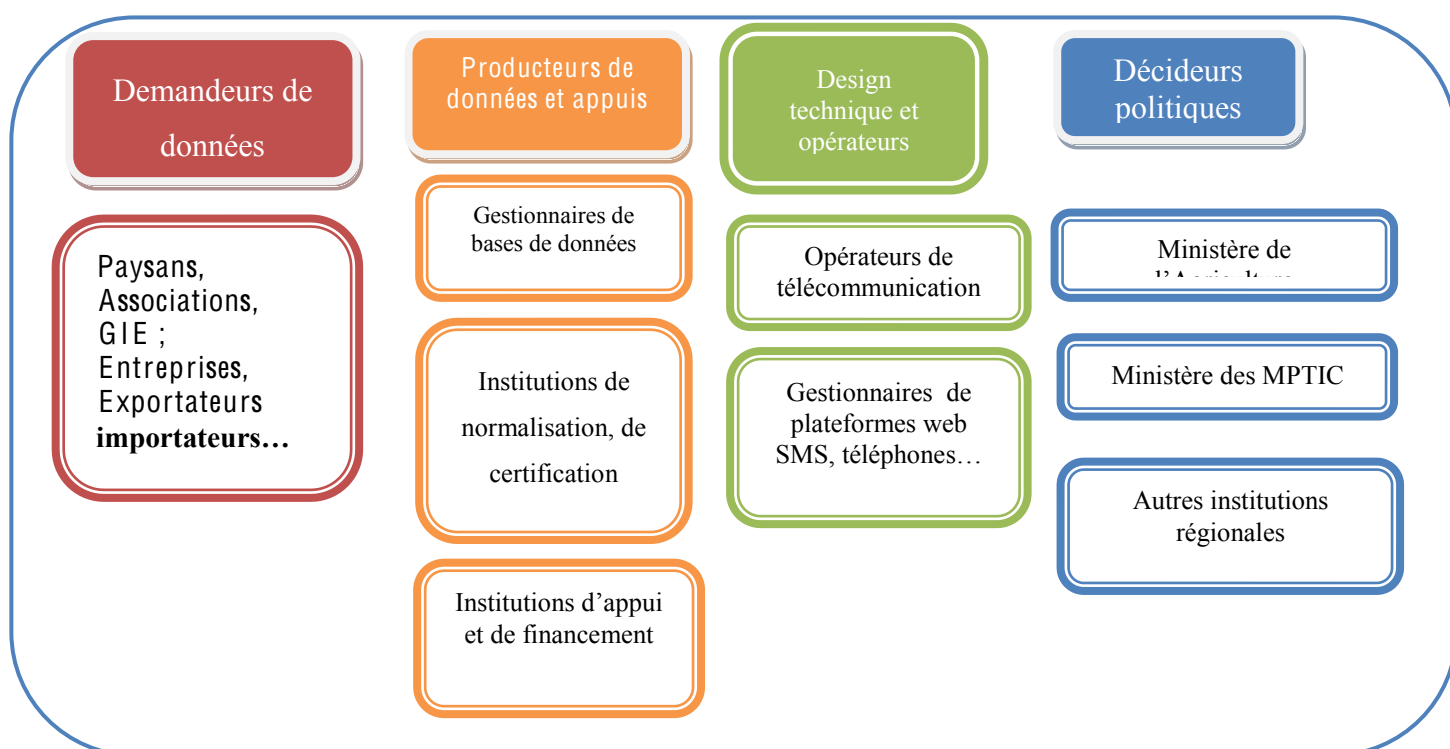
Il est donc préférable de penser à la répliquabilité de certains projets ou dispositifs en commençant toujours à un niveau micro et compréhensible par la population.

4.2 Recommandations

Un certain nombre de recommandations peuvent être formulées pour que les TIC dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles deviennent un instrument effectif à tous les niveaux de la sphère paysanne. Nous allons retenir l’harmonisation des mécanismes, l’information sur les dispositifs en place et le travail sur un plaidoyer orienté sur les TIC dans le domaine de la commercialisation agricole.

4.2.1 Harmonisation des mécanismes d’interventions et la définition claire du rôle de chaque acteur

Il est opportun au vu de la pluralité des expériences qu’un consensus soit trouvé afin que les plateformes existantes soient connues et utilisées au lieu de recommencer la roue. Le rôle des acteurs devrait être clairement défini afin d’éviter les mélanges et le manque de spécialisation. A ce niveau, la définition de service public pour certaines tâches permettra de stabiliser la production des informations de base, sources premières de données dont la qualité des opérations subséquentes dépendra.



Schema 4 :Segmentation des rôles dans le cadre d’un système efficace

4.2.2 Informer largement le public concerné par des campagnes web, journaux...

Une campagne de sensibilisation devra être menée par voie de web, affiches, radio ou à la télévision nationale afin de présenter les mécanismes existants. Des séances d'information et de formation devront avoir lieu au niveau des organisations faitières afin d'avoir plus d'impact.

4.2.3 Renforcer le plaidoyer sur les TIC et agricultures dans le monde rural

L'importance donnée à la commercialisation agricole au Burkina s'est manifestée avec la création des interprofessions et des chambres régionales d'agriculture. Nous avons en effet le Comité interprofessionnel des céréales du Burkina qui réunit de façon transversale tous les acteurs de la filière riz, le comité interprofessionnel du riz ainsi que bien d'autres organisations faitières ayant la charge de faciliter les opérations de commercialisation paysanne comme les coopératives de commercialisation membres de la FEPPASI et L'Union des groupements pour la commercialisation des produits agricoles de la Boucle du Mouhoun (*UGCPA/BM*) et bien d'autres.

Le travail entrepris par le réseau de veille sur la commercialisation de céréales (RVCC) ces dernières années avec le concours de la coopération Suisse a permis aux OP de donner un message clair et bien argumenté pour défendre le domaine de la commercialisation agricole lors des revues du cadre stratégique de lutte contre la pauvreté. À travers toute une logistique dont un site web et une base de données, le RVCC a su exploiter judicieusement les ressources numériques pour préparer son plaidoyer, ce qui fut un grand succès.

La bataille pour une utilisation efficiente des TIC dans le monde rural est donc lancée et toutes les expériences déjà menées serviront de base pour créer des dynamiques pérennes.

Références documentaires

ARTEL, Résultats de l'étude de faisabilité de la zone pilote (2005), INTELECON et MC CARTY TETRAULT, Ministère du Commerce, de la promotion de l'entreprise et de l'Artisanat., projet d'appui à la compétitivité et au développement de l'entreprise.(PACDE).

Burkina Faso, (2004) document de stratégie de développement rural à l'horizon 2015,

Cadre stratégique de lutte contre la pauvreté, 2004, pp104

Centre du Commerce International, CNUCED/OMC, (mars 2006) Evaluation du potentiel m-business en Afrique Subsaharienne : le cas du Burkina Faso

Décret N° 2000- 155/PRES/PM/MC portant concession à l'ONATEL des réseaux et services sous droits exclusifs de l'État.

Décret N° 2003-176/PRES/PM/MPT portant adoption de la stratégie de développement du service universel en matière de télécommunications. Mars 2003, Burkina Faso

Ouédraogo Karidja, Sylvestre Ouédraogo. (2008) Connectivité et énergie au Burkina Faso, aperçu quelques expériences en zone rurale, IICD, Burkina Ntic.

Ministere de l'agriculture, secretariat permanent de la coordination des politiques sectorielles agricoles plan d'actions sur les céréales (mil, sorgho, maïs), mars 2002

OUEDRAOGO Sylvestre (2001) : problématique de développement des nouvelles technologies et performances associatives, l'exemple de Yam Pukri au Burkina Faso.

OUEDRAOGO Sylvestre (2002) Promotion des technologies de l'information et de la communication pour le développement humain du Burkina Faso (2002-2005) : Formulation d'une stratégie d'appui aux Télécentres Polyvalents Communautaires, PNUD, Burkina Faso. Novembre 2002.

OUEDRAOGO Sylvestre (2003) Les technologies de l'information au Burkina Faso, une course de fond, Annuaire Suisse de Politique de Développement. (Page 77, 79), IUED, Genève.

OUEDRAOGO Sylvestre (2000) : Etude sur le comportement des usagers Internet au Burkina Faso, site Internet <http://www.yam-pukri.org>.

OUEDRAOGO Sylvestre(2002) :Les réseaux et associations de développement dans la dynamique de l'appropriation des Technologies de l'Information et de la Communication. Une analyse de la situation au Burkina Faso, Yam Pukri IICD, Ouagadougou

OUEDRAOGO Sylvestre(2005) , La fracture numérique de genre au Burkina Faso, Rapport national, Yam Pukri/ENDA Dakar 2005

OUEDRAOGO Sylvestre, Panos, Afrique de l'Ouest (2004) Copying with poverty, in Panos report N° 48, Completing the revolution, the challenge in rural Telephony in Africa, Panos Institute, London.(www.panos.org.uk)

Ousmane Barké Diallo, Ibrahim Kouayaté, Francois Laureys, Omar Ouédraogo, Ted Schrader, Salif Sissokto (2008) Organisations paysannes et Technologies de l'Information et de la Communication, études de cas, mission conjointe Mali et Burkina Faso. ROPPA, IFDC, IICD OP-TIC,

Ousmane Barké Diallo, Ibrahim Kouayaté, Francois Laureys, Omar Ouédraogo, Ted Schrader, Salif Sissokto (2008) Organisations paysannes et Technologies de l'Information et de la Communication, rapport final, mission conjointe Mali et Burkina Faso. ROPPA, IFDC, IICD OP-TIC,

Plan de développement de l'infrastructure nationale d'information et de communication du Burkina Faso 2001 - 2005 Elaboré avec le concours de la CEA et du CRDI

Premier Ministère, Délégation Générale à l'Informatique (mars 2004) "Projet de stratégie d'opérationnalisation du plan de développement de l'infrastructure nationale d'information et de communication". 2004 2006,

5 Annexes

Tableau N°1 : Canevas d'entretien organisation paysanne et institutions partenaires

1. Nom organisation	
2. Domaine d'intervention	
3. Brève description	
4. Site web	
	<i>Site statique</i>
	<i>Site dynamique</i>
	<i>Existence d'un webmaster</i>
	<i>Alimentation par :</i>
5. Applications utilisées	Si oui, préciser
	<i>Bureautique</i>
	<i>Programme gestion</i>
	<i>Base de données</i>
	<i>Bulletin électronique</i>
6. Équipements informatiques	
7. Êtes-vous impliqué dans un projet à composante TIC ou en avez-vous ?	
8. Si oui, expliquez-vous ?	
9. Quels ont été les points forts du projet et quels enseignements pouvez-vous en tirer ?	
10. En quoi les TIC changent t-elle votre manière de travailler ?	
	<i>Ordinateur,</i> <i>Internet</i> <i>Téléphone mobile</i>
11. Racontez une anecdote liée au TIC	
12. Si vous avez l'opportunité, quel projet TIC souhaitez vous mener et pourquoi ?	
	<i>Projet renforcement de capacités</i>
	<i>Projet utilisation des TIC dans un domaine spécifique : à préciser.</i>

Liste des FAI au Burkina

	Nom de société	Situation entreprise ISP
1	A-LINK	Actif
2	ALLIEU SHAW	Inactif
3	ASD	Inactif
4	BBTEL	Actif
5	BRINGCOM	Actif
6	CANADA IMPORT EXPORT	suspendu
7	CENATRIN	Inactif
8	CFAO TECHNOLOGIE	Inactif
9	CTELCOM	Inactif
10	DATASYS	Actif
11	DELGI	Actif
12	EPROCESS	Inactif
13	FASO COPIE	Inactif
14	FASOTEL	suspendu
15	GIGANET	Actif
16	GROUPE SOYAF	Inactif
17	IPSYS	Actif
18	MOBILTECH	Inactif
19	NET ACCESS	Inactif
20	online solution	Actif
21	GROUPE SOYAF	suspendu
22	IPSYS	Actif
23	MOBILTECH	actif
24	NET ACCESS	Inactif
25	online solution	actif
26	Neo Faso	inactif
27	Connecteo burkina	actif
28	fasonet	actif
29	Faso connecting	inactif
30	Phil telecom	inactif
31	DADSOFT	inactif
32	TELE8	inactif
33	lformatis	inactif

Organisations paysannes faitières et institutions intervenant dans le monde agricole possédant de sites webs au Burkina Faso

Dénomination	Site web	Contact	Observations
Réseau des organisations paysannes et de producteurs de l'Afrique de l'Ouest (ROPPA)	http://www.roppa.info	roppa@roppa-ao.org	Site web dynamique régulièrement mis à jour avec un e-forum
Groupement Professionnel des Industriels du Burkina	www.gpi.bf/	gpi@fasonet.bf	Site web statique
Association des Professionnels de l'Irrigation Privée et des Activités connexes	www.apipac.bf		Ne marche plus
Confédération Paysanne du Faso	www.cpf.bf		
Fédération Nationale des Industries agro alimentaires et de transformation	http://www.faso-ong.org/fiab/index.html	fiab@cenatrin.bf	Site web sous hébergé et pas à jour
Fédération Nationale des Organisations Paysannes	www.fenop.org	fenop@cenatrin.bf	Site web dynamique et mis à jour
FEPPASI	http://www.feppasi.org/	sissilivakou@fasonet.bf	Site web dynamique mis à jour avec base de données
RVCC	www.plaidoyer-bf.net/rvcc	rvcc.burkina@yahoo.fr.	Site web dynamique et régulièrement mis à jour
Union des Groupements de Productrices de Produits de Karité (UGPPK)	http://zinzpiration.com/UGPPK/	tagnanaboudradin@ugppk.com	Site web assez dynamique avec possibilité de passer une commande avec une explication claire de la procédure. Toutefois, le site web est sous hébergé
Union Nationale des Mini laiteries et des Producteurs de lait du Burkina Faso.	http://www.burkinalait.org	contact@burkinalait.org	Site web dynamique et mis à jour (dernier article le 3 juin 2009)
APROSSA - Afrique Verte	http://www.afriqueverte.org	afriqueverte@wanadoo.fr	Site web dynamique et régulièrement mis à jour
Plateforme Tradepoint	http://www.tradepoint.bf/	info@onac.bf	Régulièrement mise à jour, mais peu utilisée par les opérateurs économiques
Plateforme Affaires mobiles	http://www.tradehand.info/burkina/	info@onac.bf	Plateforme pas assez connue des opérateurs économiques
Réseau des Systèmes d'Information des Marchés en Afrique de l'Ouest	http://www.resimao.org/html/fr/Burkina		Plateforme dynamique et régulièrement mise à jour
Comité interprofessionnel des filières «céréales et niébé» du Burkina Faso (CIC-B)	http://www.cicburkina.org	cicb@fasonet.bf	site web en cours de conception
Institut de l'environnement et de recherche Agricole	http://www.inera.bf/	inera.direction@fasonet.bf	Site statique et non mis à jour

Association Song Taaba Yalgré	http://www.songtaaba.net		Site statique, mais possibilité de demander des informations en ligne
Plateforme de l'association IZF	http://www.izf.net/	contactizf@izf.net	Portail assez dynamique avec base de données sur les entreprises de la zone franc et un forum de discussion en ligne.
Fédération des professionnels agricoles de la Sissili	http://www.feppasi.org/	damimif@yahoo.fr	Site dynamique avec mise à jour régulière
Service d'édition en langues nationales du Burkina Faso	http://www.abcburkina.net/	sedelan@abcburkina.net	Site dynamique mis à jour régulièrement
Ministère de l'Agriculture et des Ressources halieutiques	http://www.agriculture.gov.bf/		Site web dynamique mis à jour régulièrement

NB : nous avons essayé de prendre les organisations possédant leur propre nom de domaines en dehors de quelques structures qui sont en sous domaine.