



Étude sur l'impact d'Internet sur le développement humain au Burkina Faso

Présentée par Philippe Massé
Stagiaire du Programme Cyberjeunes
Oxfam-Québec/Burkina Faso

Ouagadougou, Burkina Faso
Septembre 2002

REMERCIEMENTS

Oxfam-Québec et moi-même souhaitons, à travers ces quelques lignes, exprimer notre reconnaissance à toutes celles et ceux qui ont, de manière directe ou indirecte, contribué au succès de cette recherche.

Nous aimerions d'abord remercier toutes les organisations partenaires ayant participé à la recherche : Le Réseau de communication, d'information et de formation des femmes dans les ONG au Burkina Faso (RÉCIF/ONG-BF), l'Association Paga la Yiri, le Réseau Afrique Jeunesse, l'Association des veuves et orphelins du Burkina (AVOB), le Mouvement burkinabè des droits de l'Homme et des peuples (MBDHP), la Ligue des consommateurs du Burkina Faso (LCB), le Centre régional pour l'eau potable et l'assainissement (CREPA), l'Institut panafricain pour le développement/Afrique de l'Ouest et Sahel (IPD-AOS), la Fondation Entreprendre, le Point d'accès aux inforoutes pour les jeunes (PAJE) de la Commission nationale pour la Francophonie, le Secrétariat Permanent des ONG (SPONG), l'Établissement scolaire polyvalent Assomption Koudougou, l'Association Tin Tua, le Centre de formation en artisanat de Dédougou (CFAD) et l'Union des groupements de commercialisation des produits agricoles (UGCPA).

Nous tenons également à souligner l'implication essentielle des 45 répondants qui ont enrichi la recherche par leurs réflexions et leurs observations, ainsi que celle des collaborateurs des organisations partenaires qui ont participé aux différentes rencontres. Leur contribution nous a permis de mieux comprendre comment les organisations de développement utilisent Internet.

Au plan méthodologique, il importe de mentionner que les commentaires constructifs de Monsieur Sylvestre Ouédraogo, Président de l'Association Yam Pukri, ont permis d'améliorer notre questionnaire. Monsieur Amadou Diop, documentaliste à l'IPD-AOS, nous a pour sa part offert son appui méthodologique et de précieuses observations.

En mon nom personnel, je tiens à remercier toute l'équipe d'Oxfam-Québec/Burkina Faso pour son soutien tout au long de la réalisation de cette recherche. En terminant, merci au Programme Cyberjeunes sans qui la réalisation de cette étude n'aurait pas été possible.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX	iii
I. INTRODUCTION.....	1
1.1 Internet en Afrique et au Burkina Faso.....	1
1.2 Le milieu associatif et le développement humain.....	1
1.3 Internet et développement humain.....	2
II. ÉTUDE SUR L'IMPACT D'INTERNET SUR LE DÉVELOPPEMENT HUMAIN AU BURKINA FASO.....	4
2.1 Contexte de l'étude.....	4
2.2 Objectifs de la recherche.....	6
2.3 Hypothèses de recherche.....	6
2.4 Méthodologie.....	7
2.4.1 Étapes de recherche.....	7
2.4.2 Concepts clés.....	10
2.4.3 Validités interne et externe.....	11
2.5 Dimension culturelle.....	12
III. LES PARTENAIRES.....	13
3.1 Les organisations partenaires de l'étude et leurs domaines d'activités.....	13
3.2 Situation du matériel informatique et des outils de communication chez les partenaires de l'étude.....	14
3.3 Profil socio-démographique des répondants.....	15
IV. PRÉSENTATION ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE.....	17
4.1 La gestion de l'outil informatique et d'Internet.....	17
4.1.1 L'accès au parc informatique et à Internet.....	17
4.1.2 Politique interne des organisations relative à Internet.....	19
4.2 Coût d'Internet et rentabilité.....	19
4.3 Le coût de la non-utilisation d'Internet	21
4.4 La formation des utilisateurs.....	21
4.5 Les usages d'Internet.....	22
4.5.1 Le courrier électronique.....	23
4.5.2 La navigation.....	25
4.5.3 La production d'information.....	26
4.5.4 Internet : utilisation effective et potentielle.....	28
4.6 Les contributions d'Internet et les difficultés rencontrées.....	29
4.6.1 Les contributions de l'utilisation d'Internet par les organisations.....	29
4.6.2 Les difficultés rencontrées dans l'utilisation d'Internet.....	30
4.7 Internet et la mobilité.....	32
4.8 Impact du genre sur l'utilisation d'Internet.....	33
4.9 Internet : communications horizontales et verticales.....	35
4.9.1 Internet à la base.....	37
4.9.2 Internet et l'administration publique.....	38
4.9.3 Internet et le partenariat.....	38
4.9.4 Internet et la recherche de financement.....	39
V. RETOUR SUR LES HYPOTHÈSES DE RECHERCHE.....	41

VI. RECOMMANDATIONS.....	45
6.1Recommandations aux partenaires.....	45
6.2Recommandations à Oxfam-Québec.....	48
VII. CONCLUSION.....	51
Philippe Massé ♦ mai-octobre 2002.....	2
ANNEXE	

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX

F i g u r e s

3.2	Préférence (en pourcentage) des utilisateurs du choix d'un moyen de communication pour communiquer dans leur ville, dans une autre province ou à l'extérieur du pays	15
4.2	Estimation du coût mensuel moyen de l'utilisation d'Internet par les douze organisations connectées	20
4.5.1.1	Estimation du nombre de messages en provenance ou à destination du Burkina Faso, du reste de l'Afrique et de l'extérieur du continent	23
4.5.1.2	Répartition géographique des adresses de messagerie des carnets d'adresses de neuf organisations connectées à Internet	25
	
4.5.2	Types de sites web visités pour raisons professionnelles par vingt répondants ...	26
4.8.1	Ancienneté d'utilisation d'Internet par les utilisateurs en fonction du genre	33
4.8.2	Principales contributions de l'utilisation d'Internet par les organisations connectées selon les répondants en fonction du genre	34

.....

4.8.3	Principales causes des difficultés rencontrées lors de l'utilisation d'Internet par les organisations connectées selon les répondants en fonction du genre	35
-------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

T a b l e a u x

4.6.1	Contributions de l'utilisation d'Internet chez les partenaires connectés telles que perçues par les répondants	29
4.6.2	Causes des difficultés rencontrées lors de l'utilisation d'Internet chez les partenaires connectés telles que perçues par les répondants	31

I. INTRODUCTION

1.1 Internet en Afrique et au Burkina Faso

Internet, le réseau des réseaux, est devenu accessible au Burkina Faso en 1997. Au départ, en raison de son coût, cet outil était réservé aux organisations et aux individus aux moyens techniques et financiers importants. Graduellement – sans doute grâce à l'effet d'entraînement, à la réduction progressive des coûts d'utilisation et à sa disponibilité croissante sur le territoire burkinabè – Internet a pris de l'expansion et se retrouve maintenant dans plusieurs organisations de développement. De 1999 à 2001, le nombre d'abonnés au Burkina Faso est passé de 900 à 3 000¹. En Afrique, pour cette même période, on passait de 578 175 à 1 351 075 abonnés. L'Afrique du Sud, avec plus d'un million d'abonnés en 2001, est de très loin le pays le plus « connecté » du continent. Le reste de l'Afrique, qui rassemble plus de 94 % de la population, est quant à lui très peu connecté.

La Délégation Générale à l'Informatique (DELGI) évalue à 30 000 le nombre d'internautes au Burkina Faso. Ceux-ci peuvent naviguer sur Internet à partir d'un lieu de travail, d'une résidence, d'une institution, ou encore de l'un des 150 cybercafés que compte le pays. La DELGI estime à 15 000 le nombre d'ordinateurs au Burkina Faso, soit environ un ordinateur pour 787 habitants.

Internet offre de nombreuses applications allant du courrier électronique à la navigation, en passant par les forums de discussion et le téléchargement de logiciels. Le coût d'utilisation élevé, le manque de formation et divers facteurs font en sorte que le potentiel de l'outil – même lorsqu'il est disponible – est largement sous-exploité. Internet peut certainement apporter des réponses aux nombreux défis du développement auquel fait face le Burkina Faso. Quelles sont ces réponses et dans quelles conditions Internet peut-il stimuler le développement ?

1.2 Le milieu associatif et le développement humain

Au Burkina Faso, les associations et les organisations non-gouvernementales (ONG) occupent une place très importante parmi les acteurs du développement. Elles sont nombreuses et oeuvrent dans une multitude de secteurs, palliant ainsi en partie aux nombreux services que l'État ne parvient pas à offrir aux populations. Elles interviennent dans les domaines de la santé, de l'éducation, de la sécurité alimentaire, de l'environnement, des droits humains, de l'égalité entre les sexes, etc. Leur contribution, notamment en terme d'investissement humain, est considérable et très difficile à évaluer. En effet, comment calculer le temps que consacrent des dizaines de milliers de bénévoles au sein des organisations paysannes et des associations ?

¹ Information tirée du site web de Mike Jensen, consultant en informatique : www3.sn.apc.org/africa/index.html

Malgré la taille relativement petite du pays, certaines régions sont particulièrement isolées et dotées de très peu d'infrastructures. Dans toutes ces régions, à l'initiative des populations locales, des groupements ont été créés pour œuvrer au développement. Le besoin de se rassembler est reconnu. Comme le dit un dicton mossi : « une seule main ne peut pas ramasser la farine ». Pour coordonner les actions de ces groupements et faciliter leur accès aux ressources, des associations intermédiaires ont été fondées. Ces structures disposent de plus de ressources humaines qualifiées, de contacts, de ressources matérielles, d'outils de communication, etc. Elles assurent le relais entre les partenaires techniques et financiers et les populations à la base. Pour ces organisations, la communication est extrêmement importante. En fonction de la personne ou de la structure à rejoindre, elles doivent choisir le meilleur moyen de transmettre leur message et d'obtenir une information. C'est dans ce contexte qu'apparaît Internet, la plus connue des technologies de l'information et de la communication (TIC).

1.3 Internet et développement humain

Si l'expansion d'Internet est indiscutable, l'utilité de l'outil à des fins de développement humain ne fait pas l'unanimité. Pour certains, Internet permettra aux pays en développement de faire le grand bond, de « brûler » certaines étapes intermédiaires pour entrer dans la société de l'information. Pour d'autres, Internet est davantage un produit de luxe et il vaut mieux maintenir l'attention sur les problèmes de base tels que l'éducation, la santé, les droits de la personne et l'autosuffisance alimentaire. Selon Olivier Sagna, Secrétaire Général de l'Observatoire des systèmes d'information, des réseaux et des inforoutes au Sénégal, les gens qui avancent que l'Afrique a d'autres problèmes à régler avant de s'intéresser à Internet sont souvent des citoyens des pays du Nord². Sagna ajoute que le besoin d'Internet est plus fort dans les pays en développement que dans ceux du Nord. Internet n'est pas qu'une manifestation du développement ou une fin en soi ; il constitue un outil additionnel pouvant appuyer de multiples initiatives de développement.

Internet n'a pas initialement été conçu comme un outil de développement humain. De plus en plus, le secteur privé se fait la locomotive d'Internet. Internet se développe principalement là où il peut rapporter. Sa vocation commerciale – la publicité omniprésente, les ventes en ligne, les sites payants, les logiciels à l'essai, etc. – est très forte. Toutefois, une fois le réseau développé, il est possible d'utiliser ses canaux de communication à d'autres fins. Internet offre les moyens, à qui sait et peut l'utiliser, de produire et d'accéder à une masse considérable d'informations. Pour les organisations de développement qui ont de grands besoins d'information, mais peu de moyens pour y accéder et les diffuser, Internet recèle un large potentiel.

Dans sa forme actuelle, le réseau Internet est surtout adapté aux besoins des pays du Nord qui sont les principaux producteurs et consommateurs d'information. Le contenant, c'est à dire l'ordinateur et tout ce

² "L'Afrique a-t-elle besoin d'Internet?" Interview d'Olivier Sagna réalisée par Stéphane Foucart et publiée dans le Monde interactif du 9 mai 2001.

qui l'accompagne, et le contenu (texte, image, son ou vidéo), l'information souvent à caractère ludique écrite en anglais, ne favorisent pas l'accès à Internet et son utilisation par les populations des pays en développement. Pour utiliser davantage les possibilités d'Internet en Afrique, l'appropriation de l'outil est nécessaire. La production de contenu répondant aux besoins des populations locales, le développement d'une interface accessible aux populations ne sachant pas toujours écrire, le développement de sites web légers qui se téléchargent rapidement et l'ouverture de lieux d'accès à coût modique peuvent faciliter l'accès au contenu d'Internet.

Bien sûr il y a le coût de la connexion et du matériel, les infrastructures de télécommunication, les politiques, ... mais certaines initiatives partent également des organisations qui utilisent Internet. Les organisations ayant des ordinateurs et une connexion Internet ont déjà, entre leurs mains, les moyens d'exploiter davantage Internet. Pour les organisations ne disposant pas de l'équipement requis, à défaut de pouvoir utiliser Internet dans leurs locaux, les cybercafés offrent un bon moyen de profiter des avantages de l'outil sans avoir à en assumer tous les coûts. Mais comment utilise-t-on présentement Internet au sein des organisations de développement ? Quel est son impact sur ces organisations ?

II. ÉTUDE SUR L'IMPACT D'INTERNET SUR LE DÉVELOPPEMENT HUMAIN AU BURKINA FASO

2.1 Contexte de l'étude

Dans le cadre du Programme Cyberjeunes d'Oxfam-Québec au Burkina Faso, j'ai été appelé à réaliser une étude sur l'impact d'Internet sur le développement humain au Burkina Faso. Oxfam-Québec s'intéresse depuis plusieurs années au potentiel des technologies de l'information et de la communication (TIC) comme outil de développement. Ces technologies offrent aux organisations de développement et à la société civile en général la possibilité de s'informer davantage, de mobiliser plus de gens plus rapidement, de partager des informations à faible coût, de faire connaître à un plus vaste public leurs positions sur les grands enjeux internationaux, etc. Elles constituent un excellent outil de réseautage pouvant faciliter certains contacts entre les acteurs du développement humain aux échelles locale, régionale, nationale et internationale. Les données concernant les TIC et les organisations de développement sont encore peu nombreuses. De surcroît, celles concernant les partenaires d'Oxfam-Québec au Burkina Faso n'ont encore jamais été recensées.

Ce rapport d'étude est destiné à Oxfam-Québec, à ses partenaires ainsi qu'à toutes les organisations intéressées par l'utilisation d'Internet comme outil de développement humain. Il se veut un outil pratique qui suggérera, à partir du résultat des nombreuses entrevues réalisées, des pistes concrètes pour utiliser Internet plus efficacement. Le rapport se veut accessible et cherchera autant que possible à refléter le point de vue du personnel travaillant chez les partenaires d'Oxfam-Québec ; à cette collecte d'informations, j'ajouterai mon interprétation ainsi que plusieurs recommandations. Ultérieurement, les données recueillies seront analysées de façon plus approfondie – notamment par traitement statistique – dans le cadre de mon projet de maîtrise en géographie humaine à l'Université du Québec à Montréal (UQAM).

Le sujet choisi, *L'impact d'Internet sur le développement humain au Burkina Faso*, est extrêmement vaste. Ainsi, il a fallu le traiter d'un angle bien déterminé. Le choix du milieu des organisations de développement est tout indiqué puisqu'il s'agit de l'environnement dans lequel œuvre Oxfam-Québec. Il sera peu question de l'État et du secteur privé dans l'étude. Non pas que leur rôle soit de second plan dans l'utilisation et la gestion d'Internet, mais tout simplement parce que la question était déjà de taille. Il est évident que l'État est un acteur incontournable pour faciliter l'utilisation d'Internet par les organisations de développement. Les tarifs douaniers sur le matériel informatique, le développement des infrastructures de télécommunication, les coûts de télécommunication et l'élaboration de politiques favorables au développement d'Internet affectent tous, à différents niveaux, l'utilisation d'Internet sur le territoire

burkinabè. Le secteur privé occupe aussi une place centrale, que ce soit comme fournisseur d'accès ou d'équipement, ou encore comme structure de formation des usagers.

Une importance particulière sera accordée à la question du réseautage : les liens qui unissent les organisations de développement à leurs membres, leurs partenaires, leurs clients, etc. Les réseaux sociaux existaient bien avant l'arrivée d'Internet, mais il devient plus que jamais possible de les étendre et les consolider. Les organisations rencontrées pour cette étude ont toutes un parc informatique et presque toutes un abonnement à Internet. Elles ont, pour ainsi dire, le matériel requis pour exploiter Internet. Si, à la fin de l'étude, les partenaires sont en mesure de mieux utiliser Internet et de voir en quoi il peut leur permettre de mieux atteindre leurs objectifs – sans pour autant nécessiter de grands investissements matériels ou financiers –, la recherche aura atteint son principal objectif. Comment mieux utiliser ce qui est déjà disponible ?

D'emblée, il faut reconnaître que ce rapport est teinté par la subjectivité. D'abord la mienne, celle d'un Canadien qui, malgré plusieurs séjours au Burkina Faso, perçoit et analyse l'environnement physique et humain en se basant sur ses référents culturels. Ensuite, celle des nombreux répondants qui ont, de diverses façons, apporté leur contribution à l'étude. L'utilisation d'Internet est difficilement observable ; nous avons surtout eu recours à la perception qu'ont les usagers de ce nouvel outil. Sur le plan scientifique, la subjectivité peut être vue comme une faiblesse : elle s'explique difficilement, elle est changeante, pas toujours rationnelle. Toutefois, elle reflète la position des utilisateurs, elle expose de manière plus ou moins directe les variables clés pouvant favoriser ou entraver le bon usage d'Internet. En plus des réponses explicites, plusieurs observations, réflexions ou hypothèses ont été évoquées par les différents répondants. Parfois, il fallait lire entre les lignes pour dégager certaines tendances. J'ai laissé une grande place à mon interprétation personnelle, basée sur mes connaissances théoriques et mon expérience sur le terrain. Ce point de vue peut diverger de celui d'autres acteurs travaillant dans le domaine, mais il peut certainement faire avancer la réflexion encore jeune sur l'impact d'Internet sur le développement humain au Burkina Faso. En ce sens, le choix d'étudier les organisations prises individuellement et leur personnel est particulièrement novateur.

Le plan du rapport sera le suivant. D'abord, les objectifs, les hypothèses, la méthodologie ainsi que la dimension culturelle de la recherche seront exposés. Nous poursuivrons en présentant les quinze partenaires ayant participé à la recherche. Ensuite, nous rapporterons les résultats et notre interprétation en regroupant les données par grands thèmes. Enfin, avant d'apporter nos recommandations (à l'égard d'Oxfam-Québec et des partenaires) et de conclure, nous reviendrons sur les hypothèses à la base de la recherche.

2.2 Objectifs de la recherche

Les objectifs de la recherche sont les suivants :

- Développer une meilleure connaissance de l'utilisation d'Internet par le milieu associatif ;
- Identifier les facteurs favorisant ou limitant l'accès à Internet par les organisations oeuvrant pour le développement ;
- Identifier les résultats liés à l'utilisation d'Internet comme outil de développement ;
- Outiller les organisations participant à l'étude de façon à ce qu'elles puissent profiter au maximum de l'utilisation d'Internet comme outil de développement ;
- Fournir à Oxfam-Québec des éléments d'information relatifs à Internet chez ses partenaires pouvant être utilisés dans la prochaine programmation.

Cinq ans après l'arrivée d'Internet au Burkina Faso, les partenaires d'Oxfam-Québec ont pu – à différents niveaux – apprendre à mieux maîtriser l'outil. Cependant, il y a actuellement peu d'occasions pour partager ces informations entre acteurs du développement humain. L'expérience acquise par les organisations utilisant Internet depuis plusieurs années, qui serait très utile aux organisations récemment connectées à Internet, n'est que rarement partagée. Nous souhaitons ainsi recenser les informations, les traiter et les diffuser pour que l'expérience collective soit partagée.

2.3 Hypothèses de recherche

La question générale à la base de cette étude est la suivante : *Quels sont les impacts d'Internet sur le milieu associatif du Burkina Faso dans la réalisation de ses objectifs de développement ?*

La réponse à cette question, ou du moins la réponse prévue que la recherche vise à confirmer ou à infirmer, prend la forme d'une hypothèse générale : *L'utilisation efficace du réseau Internet par les organisations permet la création et la consolidation de réseaux de communication nationaux ; ces réseaux favorisent une meilleure utilisation des ressources et conséquemment, le développement humain durable du pays.* Cette hypothèse suggère qu'Internet, par l'échange d'information et d'expérience qu'il favorise, permet aux organisations de mieux utiliser les ressources existantes. Les erreurs étant évitées et les « bons coups » répétés grâce à l'expérience acquise de façon collective, cela favorise le développement du pays.

Pour mieux répondre à la question générale, trois hypothèses secondaires – ou réponses spécifiques – ont été proposées :

Premièrement, *les organisations utilisant Internet depuis au moins deux ans ont davantage étendu leur réseau de contacts que celles n'étant pas liées au réseau.* Cette hypothèse veut que le réseau Internet, par les avantages qu'il représente (économie de temps et d'argent, réduction de l'effet d'isolement géographique, visibilité accrue,

etc.), permette aux organisations connectées d'accroître le nombre de leurs partenaires (techniques, financiers, etc.) et la fréquence des contacts.

Deuxièmement, nous prévoyons que *les organisations faisant partie d'un réseau (regroupées en structures décentralisées autour d'une thématique commune) utilisent davantage Internet et y investissent plus de leurs ressources (matérielles, financières et humaines) que les organisations fonctionnant de manière autonome.* L'implantation et l'utilisation d'Internet représentent des coûts et les organisations en faisant usage doivent préalablement en voir la pertinence.

Troisièmement, *les organisations ayant bien intégré Internet à leurs outils de communication ont accès à davantage de ressources et d'informations (dans des délais plus courts), ce qui favorise l'atteinte de leurs objectifs de développement.* Nous chercherons à identifier les facteurs pouvant maximiser les effets positifs et réduire les effets négatifs liés à l'utilisation d'Internet. Nous devons tenir compte des différentes perceptions des utilisateurs au sein d'une même organisation : certains peuvent trouver en Internet un outil efficace alors que d'autres considèrent au contraire qu'il ne répond pas à leurs besoins.

2.4 Méthodologie

2.4.1 Étapes de recherche

La recherche s'est déroulée au Burkina Faso entre les mois de mai et septembre 2002. Sa réalisation s'est faite en huit grandes étapes :

1-Choix des partenaires d'étude :

Seize partenaires d'Oxfam-Québec choisis de façon non-aléatoire étaient recherchés pour participer à l'étude. Le choix s'est arrêté sur les partenaires avec qui Oxfam-Québec entretient des liens dans le cadre de différents programmes. Les organisations ont été contactées au début du mois de juin ; toutes ont accepté l'invitation. Les critères de sélection étaient les suivants :

- Toutes les organisations doivent avoir un siège fixe, un ou plusieurs employés salariés et au minimum un ordinateur ;
- Les organisations connectées – au nombre de 12 – doivent être abonnées à Internet depuis au moins deux ans ;
- Les organisations non-connectées – au nombre de 4 – doivent être situées dans une ville où Internet est accessible ;
- Au moins quatre organisations connectées et non-connectées doivent être basées dans une ville autre que Ouagadougou.

Les critères de sélection devaient permettre de limiter les différences entre les partenaires connectés et non-connectés. Le choix d'inclure des partenaires non-connectés visait à comprendre pourquoi ces

organisations n'ont pas d'abonnement à Internet, en dépit du fait qu'elles aient au moins un ordinateur. Nous souhaitons également vérifier si ces partenaires considèrent que le fait de ne pas être connectés a des répercussions négatives. Il a été difficile de trouver des partenaires disposant de matériel informatique sans abonnement à Internet. En fait, seuls trois partenaires – sur les quatre prévus initialement – ont pu participer à l'étude puisqu'un de ces partenaires s'est abonné dans les mois précédents. Un autre partenaire s'est connecté au tout début de la recherche ; nous l'avons quand même retenu car les effets de l'utilisation d'Internet n'ont pas encore pu survenir.

2-Élaboration du questionnaire d'entrevue individuelle :

En se référant aux hypothèses et objectifs de recherche, un questionnaire d'entrevue a été élaboré et testé auprès d'un partenaire en juin (voir questionnaire en Annexe I). Le test du questionnaire et les recommandations de certains collaborateurs ont permis d'apporter les changements suivants : premièrement, nous n'avons retenu qu'un seul questionnaire – au lieu de deux prévus – servant à la fois aux entrevues avec les partenaires connectés et non-connectés. Ceci facilitera les comparaisons lors de l'analyse des résultats. Deuxièmement, sept questions ont été retirées parce qu'elles étaient trop semblables à d'autres questions, ou manquaient tout simplement de pertinence.

Le questionnaire compte 85 questions réparties en douze sections. Il comporte 47 questions fermées et 38 questions ouvertes. Généralement, des précisions étaient demandées en plus des réponses fermées. Par exemple : « Pourquoi avez-vous indiqué oui ou non ? » Certaines questions, notamment celles visant à recenser le parc informatique, n'étaient posées qu'à un seul répondant par organisation. Les questions auxquelles le répondant n'apportait pas de réponses étaient notées *pas de réponse*. Lorsqu'il n'était pas nécessaire de poser une question (par exemple si un autre répondant a précédemment donné l'information), la mention *ne s'applique pas* était indiquée comme réponse.

3-Réalisation de la rencontre préparatoire à la recherche :

Une première rencontre d'information a été réalisée avec chacun des 15 partenaires. Cette rencontre visait à :

- Informer les participants sur les objectifs et la démarche de la recherche ;
- Clarifier la définition d'Internet ;
- Choisir les trois personnes qui participeront aux entrevues individuelles ;
- Présenter un résumé des questionnaires d'entrevues ;
- Fixer la date des entrevues individuelles.

Internet est un outil relativement récent et peu de partenaires ont jusqu'à présent réfléchi à son impact réel sur leurs activités. Avant de procéder aux entrevues individuelles, il était nécessaire d'introduire la

démarche auprès des participants. Le questionnaire a été sommairement présenté pour permettre aux participants d'entamer leur réflexion.

À Ouagadougou, les rencontres préparatoires se déroulaient en général au moins une semaine avant les entrevues individuelles chez un partenaire. Ce délai devait permettre à chacun de réfléchir à son utilisation d'Internet au travail. Par contre, pour les quatre partenaires situés en province, seuls quelques heures séparaient la première rencontre des entrevues. Des raisons logistiques, notamment le transport, expliquent ce choix.

Les répondants ont été désignés par les responsables de leur organisation. Nous avons demandé aux partenaires connectés d'identifier trois personnes utilisant personnellement Internet et travaillant pour l'organisation depuis au moins un an. Chez les partenaires non-connectés, les personnes désignées devaient travailler dans le domaine des communications ; la connaissance d'Internet n'était pas nécessaire dans leur cas. Dans chaque structure, au moins une femme devait participer aux entrevues.

4-Réalisation des entrevues individuelles :

Les entrevues individuelles ont débuté le 1^{er} juillet et se sont poursuivies jusqu'au 5 septembre. Au total, 45 personnes ont été rencontrées pour des entrevues d'une durée moyenne de 90 minutes chez les partenaires connectés et 60 minutes pour les partenaires non-connectés ; cet écart est dû au nombre réduit de questions destinées aux partenaires non-connectés. Les personnes interrogées étaient invitées à répondre aux questions alors que j'assurais personnellement la prise de note. Plusieurs entrevues ont été enregistrées pour compléter ultérieurement les réponses n'ayant pu être intégralement notées.

5-Réalisation des rencontres avec les collaborateurs des organisations connectées à Internet :

Après avoir sondé les personnes œuvrant directement chez les partenaires, il était nécessaire d'aller chercher le point de vue de leurs collaborateurs qui travaillent généralement plus près de la base. Le contenu de ces rencontres variait considérablement d'un partenaire à l'autre selon les domaines d'activités. Il s'agissait essentiellement de voir comment est présentement utilisé Internet, mais surtout, de discuter des possibilités futures qu'il peut offrir. Au moment de la rédaction du rapport, ces rencontres étaient toujours en cours.

6-Compilation, analyse et interprétation des résultats :

Les résultats ont été compilés au fur et à mesure. Les réponses quantitatives ont été calculées sous forme de moyenne pour chaque question ; les réponses qualitatives ont été rassemblées en catégories pour favoriser leur traitement. Une fois cette étape réalisée, certaines variables ont été croisées afin de voir leur répercussion sur les réponses. Le genre, l'âge, le niveau de scolarité et la connaissance d'Internet du répondant ; la localisation géographique, l'ancienneté, le nombre de partenaires et la disposition en réseau

de l'organisation ; le fait d'être connecté ou non à Internet ; ont ainsi été considérés lors de l'interprétation des réponses.

7-Rédaction et diffusion du rapport de recherche :

Le rapport de recherche a été rédigé du mois d'août au mois de septembre. Il a été remis à Oxfam-Québec, aux 15 partenaires ayant participé à l'étude, aux partenaires d'Oxfam-Québec ainsi qu'à quelques organisations intéressées par la question. Un résumé de l'étude sera produit et diffusé vers la même période.

8-Préparation et réalisation de la restitution de la recherche auprès des partenaires :

L'étude d'impact d'Internet sur le développement humain au Burkina Faso se veut d'abord un outil permettant de favoriser une utilisation plus efficace d'Internet. En plus de rédiger et diffuser le rapport, nous avons jugé utile de rassembler les partenaires pour une restitution. Cette rencontre visera à présenter de manière succincte les résultats de la recherche, à répondre aux questions des partenaires, à comparer l'analyse faite par les partenaires aux résultats de la recherche et à élaborer des stratégies d'action.

2.4.2 Concepts clés

Tout au long du rapport, certains concepts clés sont régulièrement utilisés et il importe de les préciser. Premièrement, le terme *développement* est central dans l'étude ; nous faisons référence plus précisément au développement humain durable que Philippe Tokpanou du PNUD de Yaoundé (Cameroun) qualifie ainsi³ :

Le développement humain durable ne se contente pas de générer la croissance mais distribue ses bénéfices équitablement, régénère l'environnement, renforce les pouvoirs de la population au lieu de les marginaliser, élargit leurs choix et opportunités et assure leur participation aux décisions qui affectent leur vie. Il met l'accent sur la croissance tenant compte de l'emploi, de l'environnement, du renforcement des pouvoirs et de l'équité.

Deuxièmement, l'*impact d'Internet* est défini comme le produit des extrants (résultats à court terme) et des effets (résultats à moyen terme) liés à l'utilisation d'Internet comme outil d'échange et de communication. Cette terminologie est basée sur la Gestion axée sur les résultats (GAR) de l'Agence canadienne de développement international (ACDI). L'impact constitue l'ultime résultat, celui qui se produit à long terme ; il est difficilement mesurable et nous nous contenterons de le projeter.

Troisièmement, nous ferons souvent référence aux *résultats*. Les résultats – que nous utiliserons comme changements quantitatifs ou qualitatifs positifs – de l'utilisation d'Internet se situent au niveau des individus et des organisations. Chez l'individu, le résultat de l'utilisation d'Internet se manifeste par une plus grande efficacité dans la réalisation de ses tâches professionnelles : meilleure gestion du temps et des ressources ; accès accru aux informations et diffusion des informations vers ses collègues de travail, vers

³ La définition peut être consultée au site suivant : www.sdnf.undp.org/sdnfcmr/fawecam/tokpano1.htm

les populations à la base et vers les partenaires ; etc. Dans l'organisation, les résultats se manifestent par l'accroissement de la capacité de celle-ci à atteindre ses objectifs de développement envers ses populations cibles.

Quatrièmement, les termes *partenaire* et *partenariat* ressortiront souvent. Le partenaire est une personne morale ou physique œuvrant – à divers degrés – pour la réalisation d'un objectif commun en collaboration avec une autre personne morale ou physique. Le partenariat, la relation entre deux partenaires, peut être perçu de manière plus ou moins souple. Pour certains, une simple prise de contact « déclenche » le partenariat tandis que pour d'autres, il n'existe qu'à partir du moment où l'on réalise conjointement un projet ou un programme. Une fois que l'élément déclencheur du partenariat cesse d'exister – par exemple dans le cas d'un projet complété – la relation de partenariat existe-t-elle toujours ? Si oui, pour combien de temps ? Toutes ces questions ne trouvent pas facilement de réponse. Lorsque les termes partenaire et partenariat seront évoqués, il faudra considérer que le sens que leur attribuent les répondants peut varier.

2.4.3 Validités interne et externe

Après avoir choisi le thème de la recherche – l'impact d'Internet sur le développement humain au Burkina Faso – il a fallu établir une approche de recherche. Nous exposerons quelques choix méthodologiques et les raisons qui les justifient. Nous soulignerons également les limites inhérentes à ces choix.

Internet est un phénomène relativement récent et peu d'organisations ont eu l'occasion d'évaluer son utilisation et son impact jusqu'à présent. Puisque la position des organisations envers Internet n'est pas encore clairement définie, nous avons choisi de recueillir les perceptions des individus travaillant au sein de ces structures. Ainsi, les éléments de réponses obtenus lors des entrevues ne représentent pas nécessairement la position des organisations où travaillent les répondants. La perception d'Internet et son niveau de maîtrise sont très variables d'une personne à l'autre. Au sein d'une même organisation, l'on retrouve souvent des gens qui utilisent couramment l'outil alors que d'autres ne s'en servent pas du tout.

Les partenaires d'Oxfam-Québec choisis pour l'étude ne représentent pas l'ensemble du mouvement associatif au Burkina Faso. Ils travaillent dans des domaines qui convergent vers les objectifs et les valeurs d'Oxfam-Québec et ont une taille suffisamment importante pour réaliser plusieurs projets en partenariat. La très grande majorité des organisations au Burkina Faso travaille sans ordinateur, parfois même sans siège. La validité interne de la recherche – ou sa capacité à représenter la réalité des organisations de développement du Burkina Faso – est conséquemment limitée. Également, puisque le contexte politique, économique et social du Burkina Faso est unique, la validité externe – ou la possibilité de généraliser les résultats hors du pays – est aussi limitée. Les résultats devront être utilisés en tenant compte de ces limites.

La nature des données recueillies est essentiellement qualitative. Ce facteur limite la possibilité de traiter statistiquement les données, notamment par corrélation, mais donne plus de place aux perceptions et opinions des répondants. Lorsque des données quantitatives étaient recueillies – par exemple l'augmentation en pourcentage des contacts avec les partenaires due à l'utilisation d'Internet –, elles reposaient sur la perception des répondants. Si une autre recherche est réalisée plus tard, il serait pertinent d'appuyer les réponses par des observations directes et des mesures précises.

2.5 Dimension culturelle

L'étude de l'utilisation d'Internet au Burkina Faso, ou en Afrique en général, doit se faire en considérant les spécificités culturelles. L'achat d'un ordinateur et l'abonnement à Internet à partir de la maison n'est possible que pour une infime partie de la population africaine. L'élargissement de l'accès passe nécessairement par une utilisation partagée du matériel. Mike Jensen estime qu'en Afrique une adresse de courrier électronique est utilisée par 3 à 5 personnes en moyenne. Olivier Sagna, dans le même article que nous avons cité en introduction, indiquait :

On a coutume de dire qu'en Afrique « Internet sera communautaire ou ne sera pas ». Les accès sont et resteront nécessairement collectifs. Le coût d'un ordinateur, d'un modem, d'un onduleur et d'une imprimante s'élève environ à 15 000 francs français. Au Sénégal, le salaire mensuel minimum est d'environ 350 francs, et un professeur d'université gagne 2 500 francs par mois. Il est illusoire de penser que d'ici dix, vingt ou même cinquante ans, l'Afrique peut rattraper son retard par rapport à l'Europe en termes de taux d'équipement des foyers. Il faut donc développer des points d'accès publics au Réseau, par le biais d'actions associatives, ou encore proposer un service public en ce sens. Cette tradition communautaire est d'ailleurs fortement ancrée en Afrique, et les utilisations de la télévision, du téléphone ou même de la presse écrite ne sont pas différentes.

François Ossama, auteur d'un livre intitulé *Les nouvelles technologies de l'information : Enjeux pour l'Afrique subsaharienne*⁴, souligne la valeur de la connaissance et la manière dont elle se transmet en Afrique :

Il existe un obstacle culturel non négligeable. Il tient d'abord du mode de diffusion de l'information dans la société africaine depuis des temps immémoriaux : l'oralité. L'inscription ou le stockage de la connaissance sur des supports physiques (autres que la mémoire humaine) n'a pas été développé par la plupart des sociétés traditionnelles africaines. La connaissance est restée attachée à la mémoire individuelle qui la diffuse de manière orale. L'autre aspect est la valeur de la connaissance. Les sociétés africaines ont probablement plus vite que d'autres réalisé que l'information est le pouvoir, tant la connaissance est initiatique et généralement transmise dans les cercles d'initiés. De ces deux aspects, il découle que le processus d'acquisition de la connaissance est plus complexe et l'étendue de sa diffusion plus faible. Le mode d'organisation et de vie de la société ne favorise pas une diffusion étendue de la connaissance.

À toutes les étapes de la recherche, autant dans l'interprétation des résultats que dans l'élaboration des recommandations, la dimension culturelle sera prise en compte.

⁴ L'ouvrage est paru aux Éditions de l'Harmattan : Études africaines. La citation est de la page 71.

III. LES PARTENAIRES

3.1 Les organisations partenaires de l'étude et leurs domaines d'activités

Quinze partenaires ont participé à la recherche. De ce nombre, deux sont localisés à Dédougou (Mouhoun), un à Koudougou (Boulkiemdé), un à Fada N’Gourma (Gourma) et onze à Ouagadougou (Kadiogo). Au début de la recherche, 13 organisations étaient en partenariat avec Oxfam-Québec ; ceci dans le cadre de différents programmes : le Programme de développement institutionnel (PDI), le Programme de financement de projets de développement durable (PFDD), les programmes de stage Action Jeunesse et Cyberjeunes, le Programme de coopération volontaire, le Programme de l’Agenda social de l’Agence canadienne de développement international, etc. Dans le cas de l’Association Paga la Yiri et de l’Association des veuves et orphelins du Burkina Faso (AVOB), le contact a été rendu possible par la collaboration du RÉCIF/ONG-BF qui compte Oxfam-Québec et ces deux organisations parmi ses membres.

Les partenaires ayant participé à la recherche sont les suivants :

- À Ouagadougou :
 - ❖ Le Réseau de communication, d’information et de formation des femmes dans les ONG au Burkina Faso (RÉCIF/ONG-BF) ;
 - ❖ l’Association Paga la Yiri ;
 - ❖ le Réseau Afrique Jeunesse ;
 - ❖ l’Association des veuves et orphelins du Burkina (AVOB) ;
 - ❖ le Mouvement burkinabè des droits de l’Homme et des peuples (MBDHP) ;
 - ❖ la Ligue des consommateurs du Burkina Faso (LCB) ;
 - ❖ le Centre régional pour l’eau potable et l’assainissement (CREPA) ;
 - ❖ l’Institut panafricain pour le développement/Afrique de l’Ouest et Sahel (IPD-AOS) ;
 - ❖ la Fondation Entreprendre ;
 - ❖ le Point d’accès aux inforoutes pour les jeunes (PAJE) de la Commission nationale pour la Francophonie et
 - ❖ le Secrétariat Permanent des ONG (SPONG).

- À Koudougou :
 - ❖ l’Établissement Scolaire Polyvalent Assomption Koudougou (anciennement le Collège Technique Assomption).

- À Fada N’Gourma :
 - ❖ l’Association Tin Tua.

- À Dédougou :
 - ❖ le Centre de formation en artisanat de Dédougou (CFAD) et
 - ❖ l’Union des groupements de commercialisation des produits agricoles – UGCPA (anciennement l’Union des groupements villageois de la Boucle du Mouhoun – UGVBM).

Ces structures œuvrent toutes pour le développement du Burkina Faso et travaillent dans plusieurs secteurs. Voici, regroupés en six grands domaines d'activités, les partenaires s'y rattachant. Nous n'indiquons qu'un domaine pour chaque partenaire. L'aspect Genre et Développement (GED), au cœur des activités de plusieurs partenaires, ne constitue pas un domaine en raison de sa nature transversale.

- La promotion de la femme : l'Association Paga la Yiri.
- Les droits humains : la Ligue des consommateurs, le Mouvement burkinabè des droits de l'Homme et des peuples et l'Association des veuves et orphelins du Burkina.
- L'appui aux entreprises et aux activités économiques : la Fondation Entreprendre et l'Union des groupements de commercialisation des produits agricoles.
- L'environnement : Le Centre régional pour l'eau potable et l'assainissement.
- L'éducation et la formation : Le Centre de formation en artisanat de Dédougou, l'Institut panafricain pour le développement – Afrique de l'Ouest et Sahel, l'Association Tin Tua, l'Établissement scolaire polyvalent Assomption Koudougou et le Projet PAJE de la Francophonie
- Les cadres de concertation et d'échange : Le Réseau de communication, d'information et de formation des femmes dans les ONG du Burkina Faso, le Secrétariat permanent des ONG et le Réseau Afrique Jeunesse.

3.2 Situation du matériel informatique et des outils de communication chez les partenaires de l'étude

Les partenaires rencontrés ont en moyenne 11 ordinateurs fonctionnels à leur disposition. L'écart est cependant énorme : le partenaire le moins équipé a un ordinateur alors que le plus équipé dispose de 46 appareils. Dans tous les cas observés, les partenaires ayant plus de 10 ordinateurs les ont liés en réseau ; sur l'ensemble, 53 % des partenaires gèrent un réseau qui relie une partie ou la totalité des postes informatiques.

Au début de la recherche, 12 partenaires étaient abonnés à Internet ; un partenaire s'est connecté au cours de la réalisation de l'étude. La grande majorité (85 %) des partenaires connectés bénéficient des services du fournisseur d'accès public Fasonet ; les 15 % restant souscrivent à Cenatrin, un autre fournisseur public. Les partenaires ont pour la plupart pris une connexion Internet avant ou au cours de l'année 2000 ; 11 partenaires (sur 13 connectés) se sont connectés entre 1997 et 2000. Le fait que les partenaires soient souvent abonnés depuis plus de deux ans explique sans doute en partie pourquoi le choix de Fasonet est aussi prédominant. En effet, ce fournisseur est le plus ancien et le seul offrant des services hors de la capitale. Un partenaire envisage de changer de fournisseur mais cela implique un changement d'adresse électronique, ce qui demande plusieurs ajustements. Dix partenaires ont une connexion illimitée, un bénéficie d'un abonnement de 10 heures mensuellement et deux n'étaient pas en mesure d'apporter cette précision.

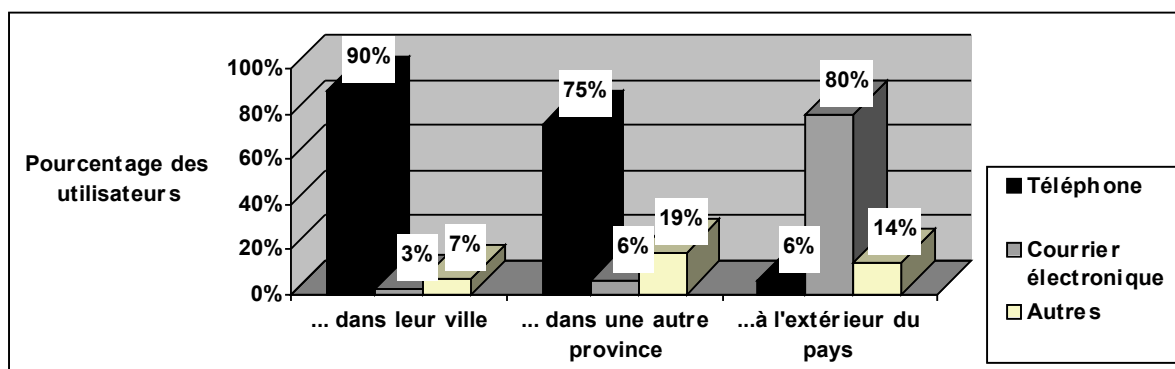
La majorité des partenaires de l'étude – soit 53 % – n'ont qu'une seule ligne téléphonique. Celle-ci est alors partagée entre le téléphone, le télécopieur et Internet. Près de la moitié des organisations (47 %) a en

plus du téléphone fixe de un à sept téléphones cellulaires. Ce choix est souvent dû – du moins en partie – au long délai précédant l’acquisition d’une nouvelle ligne téléphonique fixe. Onze partenaires – ou 73 % – utilisent un fax à partir de leur bureau. Deux partenaires reçoivent leurs fax sous-couvert (chez un autre partenaire) alors que les deux autres ne s’en servent pas. L’utilisation des services d’un coursier est répandue ; 93 % des partenaires en compte un dans leur personnel.

Pour communiquer à l’intérieur de leur ville, 90 % des répondants utilisent davantage le téléphone contre seulement 3 % pour le courrier électronique. Quelques personnes se déplacent elles-mêmes, surtout si elles sont situées à l’extérieur de la capitale. Lorsque le correspondant est situé dans une autre province, 75 % des répondants préfèrent utiliser le téléphone et 6 % le courrier électronique. L’envoi de courrier par les transporteurs (compagnies d’autobus) et le télécopieur sont, chez quelques répondants, davantage utilisés dans ces cas. Les échanges entre provinces peuvent nécessiter une combinaison de plusieurs moyens de communication. Par exemple, pour envoyer une lettre par un transporteur, il faut préalablement envoyer le coursier déposer la lettre au point de départ, puis téléphoner au correspondant pour lui indiquer où et quand récupérer l’envoi. Au niveau des communications internationales, l’utilisation du courrier électronique est très répandue : 80 % des répondants l’utilisent principalement contre seulement 6 % pour le téléphone. Le téléphone ressort comme l’outil utilisé en priorité ; ce n’est que lorsque son coût devient trop élevé – par exemple pour les communications internationales – que l’on préfère d’autres moyens de communication.

Figure 3.2

Préférence (en pourcentage) des utilisateurs du choix d’un moyen de communication pour communiquer dans leur ville, dans une autre province ou à l’extérieur du pays



3.3 Profil socio-démographique des répondants

Au total, quarante-cinq personnes ont répondu au questionnaire. Les femmes représentaient 53 % du groupe. La majorité du groupe – soit 51 % – est âgée dans la trentaine alors que 16 % est dans la

vingtaine, 26 % dans la quarantaine et 7 % a 50 ans et plus. Les répondants ont généralement plus de deux ans d'ancienneté auprès de leur organisation ; seul 16 % comptent moins de 24 mois de service.

Les répondants ont dans 75 % des cas complété au minimum le BEP ou le Bac. Seul 16 % n'ont pas obtenu le BEPC, alors que 64 % détiennent un diplôme universitaire. Les domaines d'étude sont variés : informatique de gestion, psychologie, géographie, secrétariat, journalisme, droit, allemand, administration, management, élevage, etc. Soixante-quatre pour cent des répondants utilisent Internet depuis plus de deux ans et 16 % ne l'utilisent pas. On observe un lien entre la scolarité et l'ancienneté d'utilisation d'Internet : 55 % des répondants ayant au plus le niveau BEPC n'utilisent pas Internet contre seulement 3 % des gens qui détiennent au moins le BEP ou le Bac. Il faut cependant souligner que la majorité des répondants de niveau BEPC ou moins travaillent dans l'une des trois organisations sans abonnement Internet ; ils y ont moins accès et cela peut en partie expliquer pourquoi ils l'utilisent moins.

IV. PRÉSENTATION ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

Les résultats de l'étude sont essentiellement les réponses des 45 répondants lors des entrevues individuelles, ainsi que les commentaires recueillis lors des rencontres avec les collaborateurs et les membres des 12 organisations connectées. Les résultats ont été compilés et traités sous forme de moyennes et de fréquences, lorsque leur nature le permettait. La présentation des résultats et leur interprétation seront exposées ensemble. Lorsque des résultats seront présentés – de nature qualitative ou quantitative –, nous indiquerons explicitement s'ils proviennent des répondants ou des collaborateurs des différentes organisations. Si la source n'est pas précisée, il s'agira d'observations personnelles et de l'interprétation des résultats.

Cette section sera divisée en neuf thèmes, eux-mêmes parfois sous-divisés : La gestion de l'outil informatique et d'Internet, le coût d'Internet et sa rentabilité, le coût de la non-utilisation d'Internet, la formation des utilisateurs, les usages d'Internet, les contributions d'Internet et les difficultés affectant son utilisation, Internet et la mobilité, Impact du genre sur l'utilisation d'Internet, en enfin, Internet : communications horizontales et verticales.

4.1 La gestion de l'outil informatique et d'Internet

Bien que 11 organisations sur 13 connectées (85 %) aient accès à Internet depuis au moins deux ans, Internet demeure un outil très peu géré jusqu'à présent. À l'exception du contrôle du temps de connexion à Internet, et dans certains cas de l'accès limité à certaines personnes, peu d'organisations ont élaboré des outils ou stratégies de suivi. À titre d'exemple, la quasi-totalité des partenaires n'étaient pas en mesure de préciser combien lui coûte Internet par mois ; au mieux, elle pouvait en faire un estimé. Nous allons traiter en deux points la gestion de l'outil informatique et d'Internet : l'accès à Internet et les politiques internes d'utilisation d'Internet.

4.1.1 L'accès au parc informatique et à Internet

L'accès à Internet est perçu différemment au sein des organisations. Officiellement, dans la plupart des cas, Internet est accessible à presque tous les agents. Dans la pratique, plusieurs facteurs restreignent l'accès à l'outil. Premièrement, la localisation du ou des ordinateurs connectés – ou l'accès physique – tient un rôle important. Dans plusieurs cas, l'ordinateur connecté se trouve dans le bureau personnel d'un employé. Ainsi, pour utiliser Internet, il faut souvent « déranger » quelqu'un en occupant son poste de travail. Deuxièmement, le manque de formation ne permet pas à plusieurs utilisateurs potentiels de se servir d'Internet. On peut permettre dans certains cas aux employés qui maîtrisent l'outil de l'utiliser, mais on offre rarement à l'interne des formations à l'utilisation d'Internet au personnel. Il y a donc, comme c'est le cas avec les organisations, les employés « connectés » et les « non-connectés ».

Chez les partenaires abonnés à Internet, 86 % des répondants disent y avoir accès alors que 78 % l'utilisent effectivement à partir des bureaux de l'organisation. Six des quarante-cinq répondants – souvent des membres du Conseil d'administration ou du Bureau exécutif – ne travaillent pas physiquement dans les locaux de l'organisation à laquelle ils sont rattachés ; ceux-ci ont généralement moins accès aux ordinateurs et à Internet en raison de leur éloignement géographique et de leurs obligations professionnelles. Si l'on exclut ce groupe, 93 % des répondants travaillant physiquement dans une organisation connectée considèrent avoir accès à Internet. Il faut noter que les personnes recherchées pour participer à l'étude devaient préférentiellement être des utilisateurs d'Internet. Même dans les structures connectées à Internet, plusieurs employés n'utilisent pas l'outil. Ainsi, l'échantillon de l'étude n'est pas représentatif de l'ensemble du personnel des organisations concernées.

L'utilisation d'Internet à l'extérieur des bureaux de l'organisation est effective – allant de plusieurs séances de navigation par semaine à une séance chaque deux ou trois mois – chez 62 % des répondants ; toutefois, seuls 22 % des répondants travaillant auprès d'une structure sans abonnement à Internet l'utilisent à l'extérieur. Il est probable que le premier contact entre l'utilisateur et Internet se fasse au travail. Sur l'ensemble des répondants, 44 % ont plus d'ancienneté au travail que dans l'utilisation d'Internet et inversement, seuls 20 % utilisaient déjà Internet avant de travailler pour l'organisation. La question « à quel endroit avez-vous utilisé Internet pour la première fois ? » aurait pu être posée pour établir un lien direct. Onze pour cent des répondants ont précisé qu'ils utilisaient occasionnellement Internet à la maison.

Chez les partenaires connectés, 58 % indiquent que l'accès est possible pour tous les employés, 25 % qu'il dépend de la fonction de l'employé et de ses besoins et 17 % qu'il est offert à ceux qui maîtrisent l'outil. Dans certains cas, Internet est aussi accessible aux membres. Sur les douze organisations connectées rencontrées, onze ont des membres, des clients ou des élèves. Ceux-ci ont, dans 36 % des cas, accès gratuitement à Internet à partir des locaux de l'organisation. Dans la même proportion, ils peuvent utiliser le service moyennant certains frais. Pour les 28 % restant, le service n'est pas offert. Pour quelques partenaires, l'offre du service Internet aux membres ou aux clients fait partie d'une stratégie d'autofinancement.

La crainte de voir Internet utilisé à des fins non-professionnelles évoquée par quelques répondants peut expliquer, du moins partiellement, la faible disposition des ordinateurs connectés en réseau. D'autres répondants soulignent le risque de transmission de virus. Un partenaire a récemment réduit de quatre à deux le nombre de postes connectés à Internet en réseau, car il jugeait que les sites visités n'étaient pas toujours liés au travail. Ainsi, l'on peut penser qu'en plaçant Internet dans une pièce passante (telle que le secrétariat) ou dans un bureau partagé, l'utilisateur se servira mieux d'Internet.

Quatre partenaires sur les douze connectés au début de la recherche ont rendu Internet accessible en réseau. Trois autres partenaires ont des ordinateurs en réseau sans qu'Internet y soit partagé. Pour 8 des 12 partenaires connectés, l'utilisation d'Internet se fait à partir d'un seul ordinateur à la fois. Tous ces partenaires ont pourtant au moins deux ordinateurs. Certaines raisons financières et techniques peuvent expliquer l'absence d'une connexion partagée à Internet, mais l'accès se trouve grandement restreint. À défaut de disposer de moyens pour contrôler le contenu des sites visités et des applications utilisées, le contrôle est parfois exercé sur l'accès physique aux ordinateurs connectés : ils sont peu nombreux, situés dans un endroit passant ou dans le bureau d'une personne qui supervise, connectés plus ou moins longtemps chaque jour, etc.

4.1.2 Politique interne des organisations relative à Internet

Un seul partenaire a une politique écrite sur l'utilisation d'Internet. Celle-ci vise à préciser les conditions d'utilisation d'Internet, telles que la durée des séances de navigation, les types de sites à visiter (et à ne pas visiter...), l'entretien du matériel, etc. Bien que l'utilité d'Internet soit généralement reconnue, du moins dans le discours, très peu de répondants ont vu l'utilisation d'Internet intégrée à leur définition de tâches. Internet est encore du ressort de l'initiative personnelle. Avec la charge de travail de nombreux employés des organisations rencontrées, il est difficile de dégager du temps pour naviguer sur Internet, surtout si cette recherche n'est pas explicitement reconnue et encouragée par les responsables.

L'utilisation effective d'Internet, au-delà de la messagerie électronique, est peu valorisée par les organisations. Ceci peut être expliqué par le fait que de nombreux répondants parviennent difficilement à expliquer en quoi Internet leur permet de mieux faire leur travail : les résultats réels liés à l'utilisation d'Internet, à l'exception de la messagerie électronique, restent à démontrer. On ne dispose pas encore d'outils pouvant favoriser une utilisation efficace d'Internet et permettre concrètement d'en évaluer les retombées. Certains répondants ont rapporté qu'Internet est fréquemment utilisé pour des raisons personnelles, ce qui coûte en temps et en argent aux organisations.

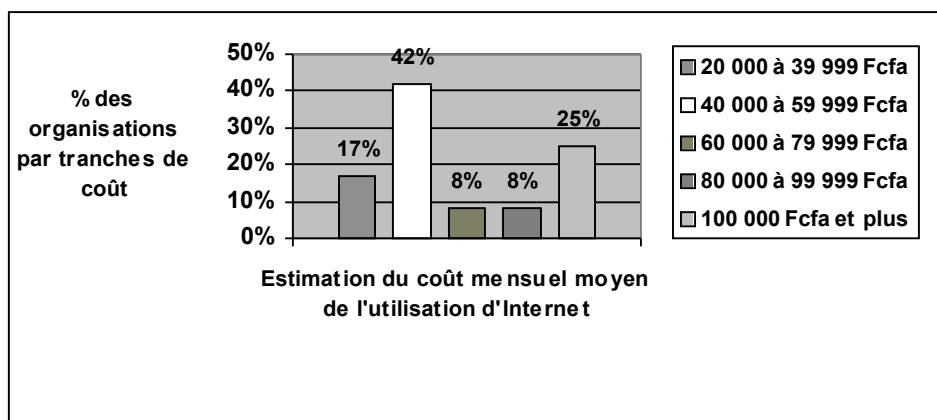
4.2 Coût d'Internet et rentabilité

Les 45 répondants considèrent tous pour diverses raisons qu'Internet est un outil rentable. Parmi les arguments évoqués pour appuyer cette réponse, l'on retrouve : la rapidité (20 réponses) ; le coût abordable (19 réponses) ; l'accès à l'information (7 réponses) ; l'étendue géographique des communications possibles (4 réponses) ; le nombre de contacts et la réduction des déplacements (3 réponses) ; la fiabilité, le volume d'information traité, la réduction de l'utilisation du papier et la possibilité de vendre ses produits (2 réponses chacune), etc. Chaque répondant a donné plusieurs réponses.

Comme nous l'avons mentionné précédemment, les partenaires ne savent pas précisément ce que leur coûte Internet. L'estimation des coûts selon le temps d'utilisation est la suivante : 17 % des partenaires dépensent entre 20 000 et 39 999 Fcfa⁵ mensuellement, 42 % entre 40 000 et 59 999 Fcfa, 8 % entre 60 000 et 79 999 Fcfa, 8 % entre 80 000 et 99 999 Fcfa, et enfin, 25 % plus de 100 000 Fcfa. Ces coûts comprennent les frais d'abonnement, autour de 15 000 Fcfa par mois, et les communications locales où l'impulsion de 3 minutes s'élève à 60 Fcfa. Ces estimations sont certainement en dessous de la réalité pour deux raisons. Premièrement, les problèmes de connexion font en sorte que chaque tentative ratée où le serveur du fournisseur d'accès répond coûte 60 Fcfa. Deuxièmement, la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) de 18 % s'applique aux factures de téléphone mais n'a pas été prise en compte dans les calculs. Rappelons que pour les abonnés de Fasonet, les détails du temps de connexion ne figurent pas sur la facture téléphonique détaillée.

Figure 4.2

Estimation du coût mensuel moyen de l'utilisation d'Internet par les douze organisations connectées



Paradoxalement, bien que tous considèrent qu'Internet est rentable, on dit aussi qu'il coûte cher. Comment expliquer cette ambivalence ? Si Internet est très rentable, c'est à certaines conditions que les partenaires ne parviennent pas toujours à rassembler : bonne formation des utilisateurs, temps suffisant pour explorer l'outil, navigation sur des sites pertinents pour le travail, réduction des problèmes de connexion, bonne gestion de la ressource, etc. Aussi, la rentabilité d'Internet n'est pas toujours immédiate : il s'agit souvent d'un investissement à moyen ou long terme.

À la lumière de ces observations, il apparaît nécessaire de se doter d'outils pour mieux gérer Internet. Que coûte Internet et que rapporte-t-il ? L'utilisation d'Internet doit être encouragée et facilitée, mais l'utilisateur formé doit de faire la preuve qu'Internet lui est utile dans son travail. L'organisation qui paie le

⁵ Un dollar canadien s'échange environ à 410 Fcfa en septembre 2002.

salaire de l'employé et la connexion à Internet devrait s'assurer – et faire en sorte – que son investissement favorise l'atteinte de ses résultats.

4.3 Le coût de la non-utilisation d'Internet

Nous avons demandé aux répondants des organisations non-connectées si le fait de ne pas utiliser ou avoir accès à Internet pouvait avoir des effets négatifs sur leur organisation. Huit répondants sur 9 ont répondu par l'affirmative. Les effets suivants ont été évoqués : ils ont moins de clients pour acheter les produits, ils sont moins connus des partenaires, les bailleurs de fonds leur demandent une adresse e-mail, l'organisation est difficile à rejoindre, il faut faire plus de déplacements pour aller chercher l'information et l'essence est chère, ils risquent de rater des opportunités s'ils ne font pas partie du « réseau », etc.

Malgré ces effets négatifs perçus, aucun des neuf répondants n'utilise Internet dans les cybercafés. Pourtant, deux répondants utilisent Internet pour des raisons personnelles. Chez ces partenaires et dans les structures régionales des organisations, les cybercafés sont sous-utilisés. Or, le coût d'une heure de navigation dans un cybercafé de Ouagadougou est inférieur à celui que l'on défraie en naviguant de son lieu de travail (si un seul ordinateur est connecté). La connexion partagée des cybercafés est plus lente, mais elle offre l'occasion d'appriivoiser l'outil avant de réaliser les investissements requis pour naviguer à partir de l'organisation.

Les trois organisations non-connectées ont toutes plus de huit ans d'existence. Elles ont cependant acquis tardivement leur matériel informatique et les répondants espèrent tous avoir une connexion d'ici un an. Les trois organisations comptent notamment utiliser Internet pour vendre leurs produits. Une organisation en particulier a beaucoup de difficulté à écouler sa production et cherche à développer de nouveaux marchés.

4.4 La formation des utilisateurs

Sur les quarante-cinq répondants rencontrés, neuf n'ont jamais reçu de formation en informatique. Ces personnes ont appris par elles-mêmes ou ne se servent tout simplement pas d'un ordinateur. Puisque la recherche visait à rencontrer des répondants en lien avec l'informatique et Internet, il n'est pas surprenant de voir que la formation soit aussi répandue : 80 % des répondants en ont bénéficié. Toutefois, lorsque l'on interroge les répondants sur l'origine des formations, l'on constate qu'elles ont souvent été données par des gens de l'extérieur : stagiaires, formateurs engagés par un projet, etc. Même dans les organisations où travaille un responsable de l'informatique, très peu de formations ont été organisées à l'interne. Un seul répondant a explicitement mentionné avoir reçu une formation d'un collègue.

Le manque de formation est évoqué par 51 % des répondants (19 personnes sur 37) comme l'une des causes des difficultés rencontrées dans l'utilisation d'Internet. Selon les répondants, cette lacune entraîne une augmentation des coûts. D'une part, les organisations doivent rester connectées plus longtemps pour arriver à un résultat (rédaction des messages en étant connectés, lenteur des recherches à l'aide d'un moteur, lecture des pages web en ligne plutôt que téléchargées, etc.). D'autre part, les employés qui utilisent Internet de manière peu efficace – donc plus longtemps – ont moins de temps pour réaliser leurs autres tâches. Le manque de formation crée aussi une sous-utilisation de l'outil par rapport à son potentiel ; l'utilisateur ne peut utiliser que ce qu'il connaît, même si d'autres applications répondraient mieux à ses besoins.

Certains répondants ont observé que les personnes ayant suivi les formations n'étaient pas toujours les mieux indiquées. Ainsi, des formations ont parfois été offertes aux membres d'un conseil d'administration ou d'un Bureau exécutif, alors que le personnel travaillant au siège n'était lui-même pas formé. La formation du personnel utilisant les logiciels et Internet quotidiennement – et pouvant à son tour restituer les formations – devrait être jugée prioritaire.

L'auto-formation (l'apprentissage autodidacte) ne semble pas fréquente. Tous les logiciels comportent une rubrique d'aide qui peut accompagner l'utilisateur. Toutefois, on estime souvent que la formation doit venir de quelqu'un d'autre. Une fois formé, on s'attend plus tard à un recyclage, comme si les apprentissages se perdaient toujours avec le temps. Pourtant, si la formation répond à un besoin réel et que l'individu qui en bénéficie peut réellement l'appliquer, celui-ci devrait se perfectionner et non oublier la matière.

Le transfert des connaissances au sein des organisations ne se fait pas toujours facilement. Il est surprenant de voir que très peu de personnel a été formé par un collègue de travail. La distance hiérarchique peut faire en sorte qu'un employé hésite à demander l'aide d'un subalterne, même s'il sait que cette personne peut résoudre son problème. La rétention des informations et des connaissances peut aussi entraver la formation et le support technique. Certains employés peuvent préférer conserver pour eux leurs connaissances afin d'être irremplaçables dans l'organisation. Les organisations doivent parfois aller chercher à l'extérieur des connaissances qu'elles détiennent au sein de leur personnel.

4.5 Les usages d'Internet

L'utilisation d'Internet offre de nombreuses possibilités. Toutefois, il ressort des 45 entretiens individuelles que les usagers se limitent très souvent à la messagerie et à la navigation. Après avoir traité

de ces deux usages, nous aborderons la production d'information. Nous terminerons cette section en comparant l'utilisation effective et potentielle d'Internet.

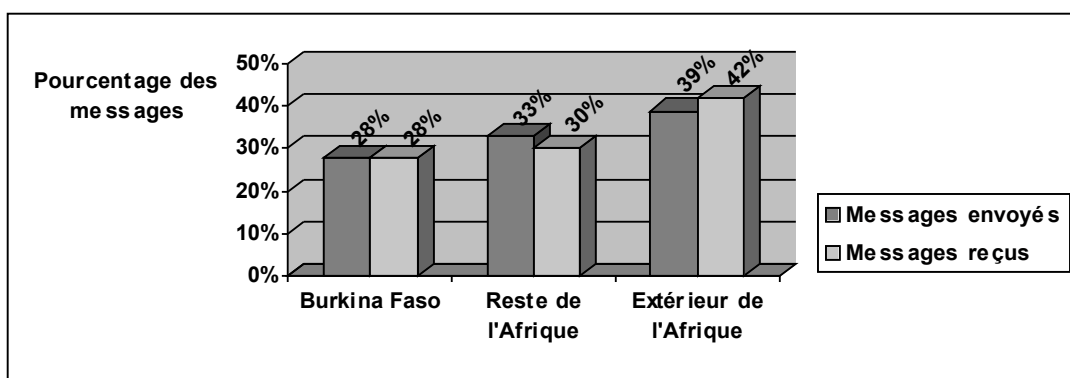
4.5.1 Le courrier électronique

Le courrier électronique est de loin l'application d'Internet la plus utilisée chez les partenaires rencontrés. Il s'agit souvent du premier contact entre l'utilisateur et Internet, les premiers pas de l'internaute. Sa rapidité, le temps de connexion relativement court qu'il requiert et sa simplicité d'utilisation en font un outil de communication techniquement remarquable. Mais s'il permet en un temps record d'échanger rapports et informations avec les grandes structures et les partenaires financiers, il demeurera longtemps inaccessible aux populations de la base. Pour arriver jusqu'à la base, l'information, même lorsqu'elle provient d'Internet, doit impérativement passer par un autre vecteur (animateur, émission de radio communautaire, théâtre populaire, etc.).

Interrogés sur la localisation géographique des correspondants avec qui leur organisation échange des courriers électroniques, les répondants ont donné les estimations suivantes : en moyenne 28 % des messages envoyés sont destinés au Burkina Faso, 33 % à un autre pays africain et 39 % à l'extérieur du continent. Pour les messages reçus, hormis les courriers non-sollicités, ils proviennent dans 28 % des cas du Burkina Faso, dans 30 % des cas d'un autre pays africain et dans 42 % de l'extérieur du continent. Pour dix messages envoyés ou reçus, l'on estime que plus de sept impliqueront un correspondant situé hors du Burkina Faso. Ces estimations ont généralement été réalisées par le répondant assurant la gestion de la messagerie chez chaque partenaire connecté. Pour plus d'exactitude, il serait pertinent de noter l'origine et la destination des courriers électroniques entrant et sortant sur une période d'au moins un mois. De plus, le volume de courrier envoyé et reçu peut substantiellement varier selon les mois de l'année : il y a des périodes calmes et d'autres de travail intense.

Figure 4.5.1.1

Estimation du nombre de messages en provenance ou à destination du Burkina Faso, du reste de l'Afrique et de l'extérieur du continent



Dans 67 % des cas, les répondants ont cité les partenaires techniques et financiers parmi les structures avec lesquelles ils correspondent régulièrement par courrier électronique. Les clients sont évoqués par 21 % des répondants, alors que seulement 13 % mentionnent les échanges avec leurs membres ou organisations membres (dans le cas des réseaux). Le courrier électronique apparaît comme un outil de communication davantage orienté vers l'extérieur des organisations, voire hors du Burkina Faso.

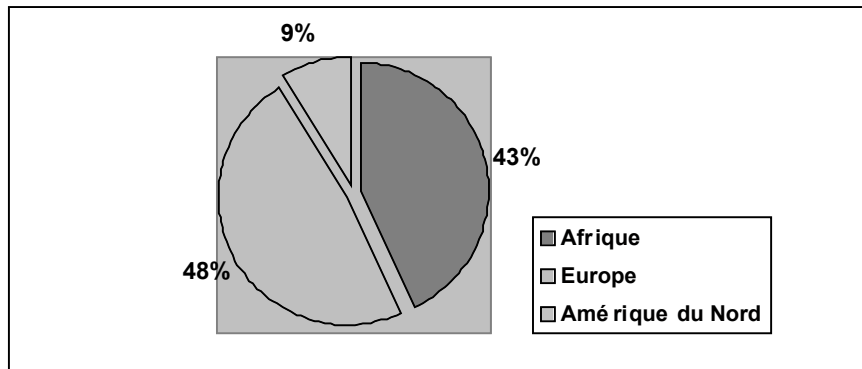
Le courrier électronique est assez centralisé au sein des organisations. Même chez les partenaires partageant une connexion en réseau, le courrier institutionnel est géré sur un seul ordinateur. Cette pratique est due en partie aux difficultés techniques liées à la gestion partagée de la messagerie. Dans 42 % des cas, deux personnes assurent la gestion de la messagerie, par exemple une de la direction et une du secrétariat. Ailleurs, cette tâche est confiée : au directeur, à une secrétaire, à une assistante administrative ou au responsable de l'informatique. Selon certains répondants, pour éviter de devoir passer par un intermédiaire pour envoyer et recevoir un message, certains employés choisissent le téléphone. Ainsi, ils n'ont pas à faire connaître aux autres employés le contenu de leurs communications. Dans la plupart des cas, le courrier électronique reçu est imprimé et traité comme une lettre ordinaire : il est envoyé à la direction qui l'achemine à la personne indiquée.

Nous avons eu accès à neuf carnets d'adresses des partenaires connectés. Au total, 944 adresses ont été recensées, soit une moyenne de 105 adresses par organisation. Le plus petit carnet compte 17 adresses alors que le plus garni en rassemble 323. Soixante-six pour cent des carnets contiennent moins de 100 adresses. Les adresses ne sont pas systématiquement inscrites dans les carnets, ce qui rend la liste non-exhaustive. De plus, certaines adresses sont celles de correspondants personnels n'entretenant pas de lien avec l'organisation : il n'était pas possible de les départager.

Pour chaque adresse, nous n'avons retenu que la séquence suivant le dernier point (ex. : XXXX@XXXX.com) qui permet dans certains cas de localiser géographiquement le correspondant. Sur l'ensemble des adresses, 46 % ne sont pas localisables. Il s'agit des .com, .org, .net et .int. Les .com sont les plus fréquents : 27 % de l'ensemble. En excluant les adresses non-localisables, 48 % des adresses proviennent d'Europe, 43 % d'Afrique et 9 % d'Amérique du Nord. En Europe, l'on retrouve des adresses de 11 pays (surtout d'Europe occidentale), avec en premier plan la France (69 % des adresses d'Europe), suivie des Pays-Bas et de la Belgique (9 % chacun). Il faut noter que plusieurs adresses de France sont hébergées par Yahoo.fr. Les utilisateurs de ces adresses ne sont pas tous en France, ce qui tend à surestimer les correspondants de ce pays. Les adresses africaines sont hébergées dans 19 pays. Le Burkina Faso représente 58 % des adresses africaines, suivi du Sénégal (17 %) et du Togo (4 %). En Amérique du Nord, les adresses proviennent du Canada et du gouvernement des États-Unis. Les

organisations états-uniennes utilisent cependant beaucoup plus les .com et les .org. Enfin, aucune des adresses recensées ne provenait d'Asie, d'Amérique Centrale ou du Sud, ou de l'Océanie.

Figure 4.5.1.2
Répartition géographique des adresses de messagerie des carnets d'adresses de neuf organisations connectées à Internet



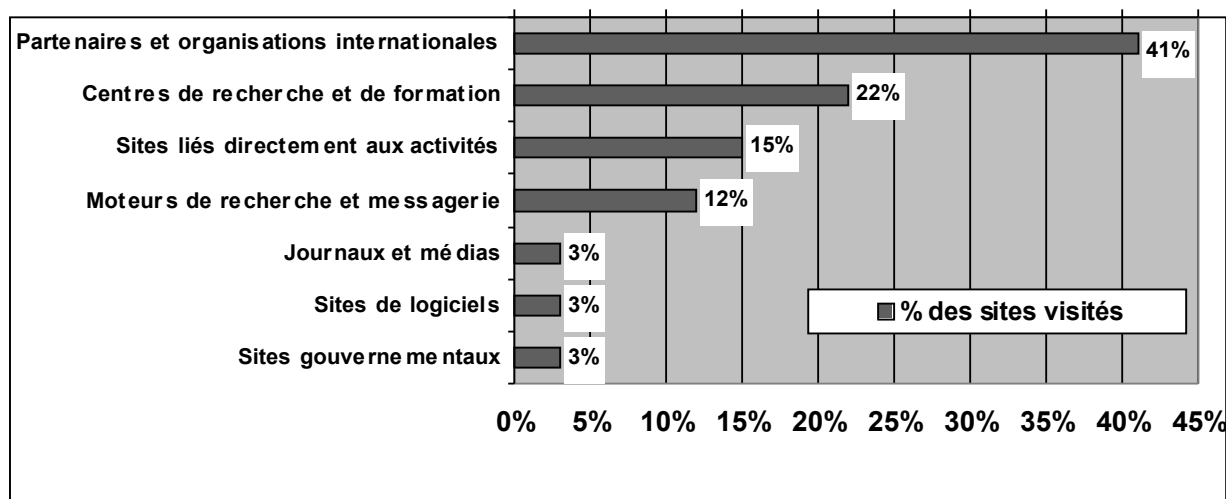
4.5.2 La navigation

Chez chacun des douze partenaires connectés, au moins une personne navigue sur Internet pour des raisons professionnelles. La navigation vise généralement à rechercher des informations en lien avec les domaines d'activités des partenaires : jeunesse, environnement, droits de la personne, etc. En plus, les organisations recherchent des financements, des partenaires techniques, des documents didactiques, etc. Pour illustrer des projets ou activités ayant bénéficié de l'utilisation d'Internet, les initiatives suivantes ont été rapportées (pour un total de 27 réponses) : préparer un atelier, une formation ou une activité (6 réponses) ; soutenir l'élaboration d'un projet (4 réponses) ; informer et sensibiliser son public cible (4 réponses) ; développer un nouveau marché (4 réponses) ; etc.

Les secteurs d'activité bénéficiant le plus de l'utilisation d'Internet chez les partenaires selon les répondants sont (pour 33 réponses) : l'information (7 réponses), la formation (6 réponses) ; l'administration (5 réponses) ; la communication (4 réponses) ; la commercialisation (3 réponses) ; etc. À l'opposé, ceux qui profitent le moins d'Internet sont (pour 30 réponses) : la formation et l'éducation (7 réponses) ; la recherche-action (3 réponses) ; la défense des droits humains sur le terrain (2 réponses) ; la comptabilité et l'administration (2 réponses) ; l'initiation de base à l'informatique (2 réponses) ; etc. Ces réponses sont très évocatrices. Un secteur – tel que la formation – peut bénéficier grandement d'Internet chez un partenaire et très peu chez un autre. Comme l'ont souligné plusieurs répondants, les secteurs qui bénéficient le plus de l'utilisation d'Internet sont ceux où les employés sont le mieux formés. À cela, l'on peut ajouter ceux ayant le plus grand accès au matériel informatique et à la connexion.

Vingt répondants ont donné des adresses de sites web visités par leur organisation. Au total, 74 sites ont été identifiés. Un même site pouvait être mentionné par plusieurs répondants. Les sites les plus fréquemment visités sont ceux des partenaires et des organisations internationales (41 % des sites identifiés). Viennent ensuite les sites de centres de recherche et de formation (22 %), les sites liés directement aux domaines d'activités des organisations tels que ceux sur la consommation ou les droits humains (15 %), les moteurs de recherche et sites de messagerie (12 %), les journaux et médias (3 %), les sites de logiciels (3 %), les sites gouvernementaux (3 %), etc. Sur l'ensemble, 12 % sont des sites bukinabès hébergés au pays ou à l'extérieur. Bien entendu, il s'agit des sites visités pour des raisons professionnelles.

Figure 4.5.2
Types de sites web visités pour raisons professionnelles par vingt répondants



Le contrôle de la navigation est laborieux. D'une part, il est difficile de suivre les habitudes de navigation du personnel ; d'autre part, on ne peut clairement définir la frontière qui sépare les sites pertinents pour le travail et ceux qui relèvent du domaine du ludique. La disposition des ordinateurs connectés – dans un lieu passant comme un secrétariat ou dans un bureau fermé – affecte certainement les habitudes d'utilisation des usagers. Le fait de naviguer dans un endroit ouvert, et de surcroît s'il faut utiliser l'ordinateur d'un autre employé, crée une pression sur l'utilisateur. Il navigue moins longtemps et se limite aux sites dont la pertinence est indiscutable. Quelques répondants ont indiqué que le fait de naviguer peut donner l'impression aux collègues que l'on a rien d'autre à faire. Ainsi, pour certaines personnes, la navigation – quel qu'en soit le motif – n'est pas considérée comme une activité en lien avec le travail.

4.5.3 La production d'information

La moitié des douze organisations disposant d'un abonnement à Internet ont un site web en ligne. Les sites ont été conçus par des stagiaires, des employés ou des consultants externes. De façon générale, les

mises à jour sont espacées et irrégulières. Le partenaire effectuant les mises à jour les plus régulières les réalisent, en moyenne, chaque trois à six mois. Certains sites n'ont pas été modifiés depuis plus d'un an. Le fait que les mises à jour ne soient pas trop anciennes est sans doute souvent dû à la conception récente de plusieurs sites. La majorité des partenaires ne disposent pas des capacités à l'interne pour mettre eux-mêmes le site à jour. Un des répondants a indiqué que le fait d'avoir un site web dont la mise à jour remonte à longtemps peut avoir des effets négatifs sur l'organisation : un site contenant des informations périmées peut donner une mauvaise image.

De par leur nature, certains sites n'ont pas besoin de fréquentes mises à jour. Par exemple, l'on peut une fois l'an actualiser la présentation de l'organisation et ses domaines d'activités. Toutefois, si l'on souhaite y inclure des informations ponctuelles (activités, commentaires sur l'actualité, invitation, etc.), un « nettoyage » fréquent s'impose. Même si l'information est toujours valide, il est souhaitable de vérifier le site régulièrement et d'actualiser la date de mise à jour. Lorsque la date de la dernière modification remonte à longtemps, au même titre qu'un produit de consommation périssable, le site perd de son attrait.

Les sites web peuvent remplir plusieurs fonctions : faire connaître l'organisation, établir des contacts avec de nouveaux partenaires, vendre ses produits et services, partager son expertise, etc. Ils sont généralement destinés à toutes personnes ou structures intéressées par les activités de l'organisation. Il semble que les organisations s'attendent davantage à ce que leur site soit visité par des gens de l'extérieur du Burkina Faso. En exposant les informations générales sur le site web, les organisations espèrent se faire mieux connaître par d'éventuels partenaires. Pour certains, l'existence du site web allège la tâche des secrétaires qui ont moins d'informations à donner au téléphone et moins de courrier à envoyer (programmes de formation, dépliant d'information sur l'organisation, journal mensuel, etc.).

Pour les structures offrant des services, le site web peut s'avérer un excellent support. Cependant, si l'on souhaite vendre son expertise ou ses services, il faut éviter de trop en donner sur le site web. Autrement dit, il ne faut pas donner plus que le « leigna⁶ ». Ensuite, le client intéressé devra payer pour un service complet. La formation à distance peut élargir l'éventail des services offerts. Pour certains répondants, l'utilisation d'Internet comme outil de formation met l'organisation en « compétition » avec les structures offrant un service semblable. Elle permet de mieux connaître le marché ; elle incite également les organisations à se dépasser et à mieux répondre aux besoins de leurs membres.

Interrogée sur la pertinence de mettre des informations provenant des populations à la base sur Internet, la totalité des 45 répondants a répondu par l'affirmative. La création d'un site web ou la conception de

⁶ Le leigna est un échantillon gratuit. Par exemple, on offre le leigna au client d'un cabaret de dolo afin qu'il goûte le produit. Si le produit le satisfait, il paiera ensuite sa consommation.

pages web représente, pour 60 % des répondants, un moyen de partager les connaissances issues de la base. Toutefois, si la pertinence des informations issues de la base est reconnue, on l'observe peu dans la pratique. Peu de sites web laissent une place à l'expérience des populations cibles. Nous y reviendrons à la section 4.9.1.

4.5.4 Internet : utilisation effective et potentielle

Pour diverses raisons, Internet demeure un outil largement sous-utilisé chez les partenaires rencontrés dans le cadre de la recherche ; peu d'employés l'utilisent, même lorsqu'il est « accessible », et seules quelques fonctions servent. Le temps de connexion limité, le manque de matériel, les difficultés de connexion, l'insuffisance de la formation et la faible promotion de l'utilisation d'Internet par la direction peuvent en partie expliquer l'écart entre l'utilisation effective et l'utilisation potentielle d'Internet.

L'utilisation du courrier électronique est assez fréquente, surtout pour recevoir des informations. Quotidiennement, les partenaires connectés évaluent en moyenne à 5,4 le nombre de messages envoyés et à 8,2 le nombre de messages reçus. Sur les 12 organisations connectées, 9 considèrent qu'elles reçoivent plus de messages (sans compter les messages non-sollicités) qu'elles en envoient et trois évaluent que le nombre de messages envoyés et reçus s'équivalent. Aucun partenaire ne considère envoyer plus de messages qu'il n'en reçoit.

La navigation pour des raisons professionnelles n'est pas très fréquente chez les partenaires. Même chez ceux qui disposent d'un accès à Internet en réseau, une minorité du personnel semble effectivement naviguer ; et lorsqu'elle le fait, ce n'est pas toujours en lien avec le travail. Chez certains partenaires, on encourage les employés à se créer une boîte de messagerie ; on veut ainsi développer le réflexe de l'utilisation d'Internet en espérant qu'il soit graduellement intégré aux outils de travail. Plusieurs répondants ont indiqué qu'ils visitaient surtout des sites référés par des partenaires. La recherche d'informations – notamment à l'aide de moteurs recherche – n'est pas maîtrisée par un bon nombre de répondants. Ainsi, il faut plus de temps et l'information recherchée n'est pas toujours trouvée. De façon générale, Internet est beaucoup plus perçu par les répondants comme un outil pour rechercher des informations que pour en produire ou en diffuser.

Internet offre beaucoup plus de possibilités que la navigation ou la messagerie. Les applications telles que les groupes de discussion, le *chat*, la téléphonie par Internet ou le téléchargement de logiciels sont peu répandues. Sur les 36 répondants des 12 organisations connectées, 10 (de 6 organisations) ont indiqué qu'ils participaient ou souhaiteraient participer à des forums de discussion. Sur les six partenaires ayant un site web en ligne, un seul a indiqué avoir déjà géré un forum de discussion. Un répondant a indiqué avoir participé à une vidéo-conférence sur Internet.

Lors des entrevues avec les répondants, de nombreux projets d'utilisation d'Internet ont été évoqués : site web, formations à distance, publication de résultats de recherche, partage d'expériences, forums de discussion, publication d'un journal électronique, vente en ligne, etc. Le potentiel d'Internet est connu. Cependant, les projets peuvent être difficiles à mettre en œuvre. Si les résultats de l'utilisation du courrier électronique ne laissent aucun doute – réduction du coût de la facture du téléphone, rapidité des échanges, augmentation du nombre de communications –, ceux liés aux autres applications peuvent mettre plus de temps à apparaître. Ainsi, bien que l'on perçoive la valeur d'un site web, on est souvent réticent à investir des ressources financières et humaines pour sa conception, sa mise en ligne et sa mise à jour. Enfin, ajoutons que les responsables des organisations appelés à prendre les décisions importantes relatives à Internet maîtrisent parfois très peu cette technologie.

4.6 Les contributions d'Internet et les difficultés rencontrées

4.6.1 Les contributions de l'utilisation d'Internet par les organisations

Nous avons demandé aux répondants des organisations connectées d'indiquer les trois principales contributions de l'utilisation d'Internet chez eux. Au total, 34 personnes ont répondu en donnant d'une à quatre contributions ; les 100 réponses obtenues ont été regroupées en 19 catégories figurant dans le tableau suivant :

Tableau 4.6.1
Contributions de l'utilisation d'Internet chez les partenaires connectés telles que perçues par les répondants

Rang	Catégorie de contributions évoquées	Nombre de réponses (sur un total de 99)
1	Rapidité, efficacité et gain de temps	16
2	Accès à l'information – possibilité de diffusion	15
3	Communication et messagerie à moindre coût	13
4	Contacts (nombre et fréquence) et nouvelles opportunités	12
5	Visibilité et ouverture sur l'extérieur accrues	10
6	Communication plus directe	9
7	Utilisation du courrier électronique	4
8	Élaboration et exécution de projet	3
	Collaboration en ligne et réduction du nombre de déplacements	3
	Mobilisation	3
9	Promotion et défense des droits	2
	Acquisition de logiciels	2
10	Possibilité d'Internet comme outil de formation	1
	Économie de papier (documents électroniques)	1
	Diffusion de résultats de recherche par l'organisation	1
	Facilité d'utilisation (sans intermédiaire)	1
	Volume accru d'information traitée et échangée	1
	Initiative accrue aux secrétaires (documents sans signature à apposer)	1
	Bonne ambiance au travail	1

Les contributions d'Internet sont nombreuses. Elles dépendent grandement des besoins des organisations, mais aussi de l'aptitude du personnel à l'exploiter efficacement. La rapidité, l'efficacité et le gain de temps figurent en première place des contributions d'Internet. Il est maintenant possible d'envoyer un rapport à un partenaire situé à l'autre extrémité du pays – voire hors du Burkina Faso – et de recevoir, le jour même, ses commentaires. En réduisant le nombre de déplacements et en permettant de trouver rapidement une information, Internet fait gagner du temps.

L'accès à l'information est considéré comme la deuxième contribution. La plupart des organisations disposent de relativement peu de documentation en comparaison à leurs besoins ; lorsqu'elles ont des documents, ceux-ci peuvent dater de plusieurs années. Plusieurs répondants ont observé que les organisations n'ont souvent pas de « culture d'archive ». Les documents ne sont pas toujours conservés et lorsqu'ils le sont, leur classement ne permet pas de les retrouver facilement. En utilisant Internet, elles peuvent chercher elles-mêmes des informations et s'en faire envoyer par leurs partenaires. À l'exception d'un partenaire, aucune structure rencontrée n'a indiqué qu'elle accédait à des informations payantes sur Internet.

En troisième place, la communication/messagerie à moindre coût est appréciée des répondants. Elle permet aux organisations d'échanger plus souvent, surtout avec leurs partenaires éloignés.

4.6.2 Les difficultés rencontrées dans l'utilisation d'Internet

À la question *En ordre d'importance, donnez les trois principales difficultés liées à l'utilisation d'Internet dans votre organisation*, 37 personnes ont souligné entre une et quatre difficultés. Celles-ci sont regroupées en 18 catégories dans le tableau qui suit. Le total des réponses s'élève à 97.

Tableau 4.6.2

Causes des difficultés rencontrées lors de l'utilisation d'Internet chez les partenaires connectés telles que perçues par les répondants

Rang	Catégorie de difficultés évoquées	Nombre de réponses (sur un total de 97)
1	Manque de formation – besoin de formation	19
2	Difficulté de connexion	16
3	Coût d'utilisation de l'outil et du matériel	15
4	Manque de ligne téléphonique – ligne occupée pendant la navigation	12
5	Problème d'accès – lieu d'accès – réseau insuffisant ou inexistant	9
6	Manque d'ordinateur ou vétusté du parc informatique	8
7	Manque de temps pour utiliser Internet – manque de ressource humaine	5
8	Gestion du temps de connexion et de l'utilisation d'Internet	2
	Utilisation de l'outil à des fins non-professionnelles	2
9	Manque de confiance en Internet (préférence pour courrier ou téléphone)	1
	Manque de confiance envers les employés (on ne leur permet pas toujours d'utiliser l'ordinateur)	1
	Mauvaise maîtrise de la langue anglaise prédominante sur Internet	1
	Manque de cybercafé dans les provinces	1
	Site Internet de l'organisation non-hébergé	1
	Pas de personne responsable d'Internet dans l'organisation	1
	Dépense de papier (un e-mail destiné à 4 personnes est imprimé 4 fois)	1
	Crainte de briser le matériel informatique et de se faire blâmer	1
	Virus	1

Les difficultés perçues peuvent grandement varier au sein d'une même organisation. En effet, le niveau de formation, l'accès réel à un ordinateur (et à Internet) ainsi que la possibilité de choisir le moment de la connexion varient beaucoup d'un individu à l'autre ; ces différences peuvent se répercuter sur la perception individuelle des difficultés que rencontre l'organisation dans l'utilisation d'Internet. En revanche, certaines difficultés affectent sans distinction tous les utilisateurs. Chez deux partenaires abonnés à Internet sur trois hors de la capitale, tous les répondants ont indiqué que la connexion à Internet était souvent difficile à établir et de mauvaise qualité. La localisation géographique des partenaires influe sur certaines difficultés rencontrées.

Comme indiqué à la section 4.4, le manque de formation ressort comme la cause principale des difficultés rencontrées en utilisant Internet. Toutefois, plusieurs répondants ont indiqué avoir reçu des formations, mais le manque de pratique leur a fait perdre des notions. Formation, utilisation effective et accès à Internet sont étroitement liés. Sans ces trois éléments, la capacité de l'utilisateur à bien exploiter Internet diminue.

En second lieu, les problèmes de connexion sont évoqués parmi les difficultés rencontrées. Plusieurs répondants ont souligné la difficulté de se connecter à certaines périodes, l'interruption fréquente de la connexion et la lenteur du débit. Ces problèmes se répercutent sur les coûts d'utilisation, sur le temps où la ligne téléphonique est occupée et sur le rendement de l'utilisation d'Internet.

En troisième lieu, selon les répondants, le coût de la connexion et du matériel informatique affecte l'utilisation d'Internet. Les coûts élevés d'Internet sont en partie liés aux problèmes de connexion, puisque ceux-ci font augmenter la durée des séances de navigation pour arriver à un résultat. Le prix du matériel rend difficile l'acquisition de nouveaux ordinateurs, périphériques et logiciels ; une fois acquis, il faut aussi défrayer les coûts d'entretien du parc informatique existant.

4.7 Internet et la mobilité

Sur l'ensemble des répondants, 93 % considèrent que l'utilisation efficace d'Internet peut amener le personnel de leur organisation à moins se déplacer dans la ville, le pays ou à l'étranger. Par exemple, on indique que plusieurs problèmes peuvent se régler par Internet, un contact régulier par courrier électronique peut remplacer une mission de préparation, le coursier a moins de courrier à livrer, il n'est plus toujours nécessaire d'aller à la bibliothèque chercher un livre, une vente peut être préparée par Internet, etc.

Lorsqu'il s'agit de communiquer avec une autre personne ou structure, Internet doit être accessible aux deux correspondants pour que le déplacement puisse être évité. Ainsi, seuls certains types de déplacements peuvent être remplacés par l'utilisation efficace d'Internet. Plusieurs répondants ont indiqué que les déplacements dans leur ville étaient fréquents en dépit de l'accès à Internet. L'habitude de se déplacer est fortement ancrée dans le fonctionnement des organisations. Même lorsque des réseaux informatiques internes existent, plusieurs utilisateurs n'ont pas développé le réflexe d'envoyer leurs fichiers par le réseau ; avec leur disquette, ils se déplacent de bureau en bureau. Il importe de préciser que le courrier électronique est souvent perçu comme « froid » par ses utilisateurs. Ça ne vaut pas un contact et une bonne poignée de main. La préférence du contact physique peut reléguer l'utilisation du courrier électronique au second plan. Malgré tout, des répondants regrettaient que certains membres connectés les visitent moins souvent car ils peuvent maintenant obtenir les informations sans se déplacer.

Le contact avec les populations cibles requiert généralement des déplacements. Internet demeure un outil peu accessible pour les individus, et de surcroît pour les populations rurales et non-alphabétisées. Il doit être utilisé avec une multitude d'autres moyens de communication : il ne remplace pas, il complète.

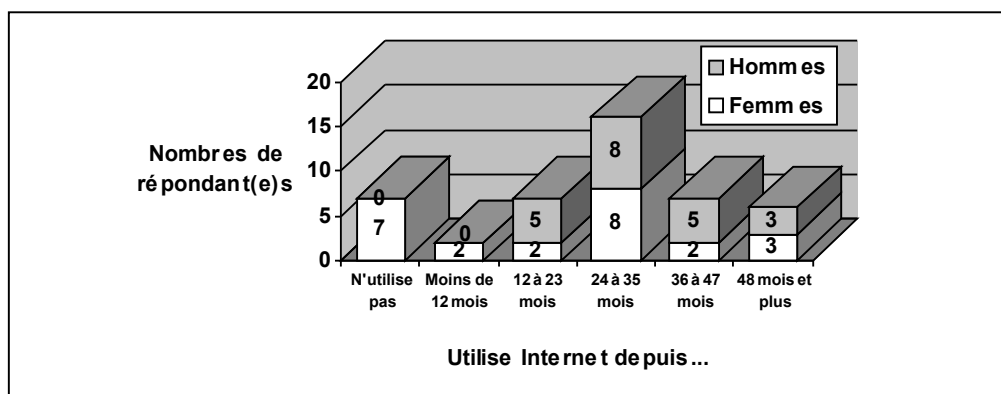
L'utilisation du téléphone, les déplacements physiques et l'envoi de courrier en province par les transporteurs seront toujours nécessaires.

Internet est-il plus utile à Ouagadougou ou en province ? De façon générale, 76 % des répondants considèrent qu'Internet – lorsque l'on peut y avoir accès – est aussi utile dans la capitale que dans les villes secondaires. La réponse « Internet est utile partout » est généralement expliquée par le grand besoin de s'informer pour quiconque où qu'il soit. Dix-huit pour cent sont d'avis qu'Internet est plus utile aux organisations en province. Pour justifier cette réponse, on mentionne : l'isolement géographique, l'accès à moins de moyens de communication et la nécessité d'accroître sa visibilité. Une répondante considère qu'Internet est plus utile en province car à Ouagadougou on peut envoyer le coursier si le correspondant n'est pas loin : Internet est alors perçu comme un second choix plutôt qu'un moyen de communication de premier plan. Enfin, 6 % des répondants croient que c'est à Ouagadougou qu'on peut le mieux en profiter : Internet y serait plus utile car il y a plus d'infrastructures et d'activités. Les répondants travaillant en province estiment qu'Internet peut leur être plus utile dans 25 % des cas, alors que 75 % ne voient pas de différence.

4.8 Impact du genre sur l'utilisation d'Internet

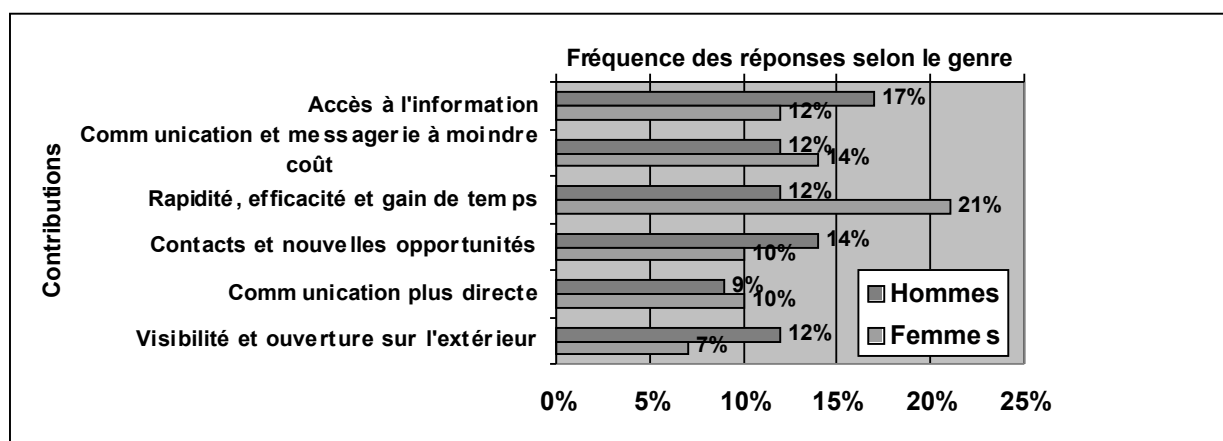
Observe-t-on des différences entre les hommes et les femmes dans l'utilisation d'Internet ? Sur l'ensemble des 45 répondants (24 femmes et 21 hommes), les 7 qui n'utilisent pas Internet sont des femmes (figure 4.8.1). Toutefois, ce chiffre est peu significatif puisque les trois organisations non-connectées à Internet sont des organisations féminines. Comme indiqué à la section 4.1.1, chez les hommes comme chez les femmes, les répondants n'ayant pas accès à Internet à partir des bureaux de l'organisation l'utilisent moins. Dans le cas des hommes et des femmes, le groupe le plus important dans l'échantillon est celui des répondants utilisant Internet depuis 24 à 35 mois : 8 hommes sur 21 et 8 femmes sur 24.

Figure 4.8.1
Ancienneté d'utilisation d'Internet par les utilisateurs en fonction du genre



Les hommes et les femmes ont-ils la même perception des contributions que peut apporter Internet à leur organisation ? Les données du tableau 4.6.1 séparées par genre sont présentées à la figure 4.8.2. Celle-ci expose les principales contributions d'Internet telles que perçues par les hommes et les femmes. La taille de l'échantillon est peu significative (34 personnes ont répondu à cette question) mais certains éléments intéressants peuvent être relevés. Pour les femmes, la rapidité, l'efficacité et le gain de temps est la principale contribution (21 % contre 12 % chez les hommes). Viennent ensuite la communication et la messagerie à moindre coût (14 % contre 12 % chez les hommes) et l'accès à l'information (12 % contre 17 % chez les hommes). Ces différences peuvent avoir plusieurs explications. Il est possible qu'Internet, et surtout le courrier électronique, ait facilité de nombreuses tâches qui reviennent souvent aux femmes (notamment le secrétariat) : moins d'appels téléphoniques, moins de courrier à traiter, etc. Ceci pourrait expliquer pourquoi elles relèvent en premier plan l'avantage de la rapidité de l'outil.

Figure 4.8.2
Principales contributions de l'utilisation d'Internet par les organisations connectées selon les répondants en fonction du genre



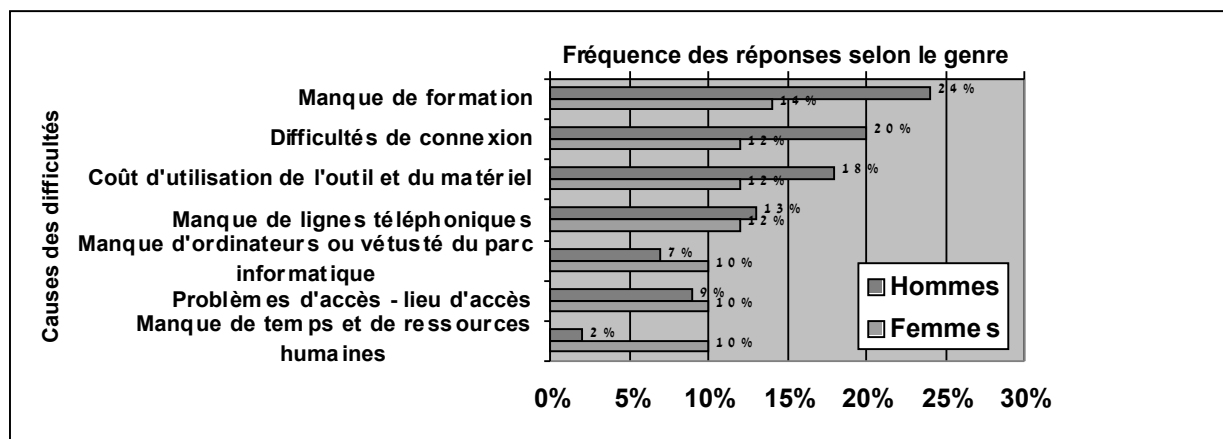
Les causes des difficultés perçues sont-elles les mêmes selon les hommes et les femmes ? Encore ici, il est possible que la répartition des tâches – qui peut varier selon le genre – affecte les problèmes rencontrés et perçus. Les causes des difficultés rencontrées lors de l'utilisation d'Internet (tableau 4.6.2) ont été séparées selon le genre. Les principales causes sont relevées dans la figure 4.8.3. Les différences entre les hommes et les femmes sont ici plus marquées que dans le cas des contributions. De façon générale, les hommes considèrent que le manque de formation, les difficultés de connexion et les coûts de l'utilisation de l'outil et du matériel expliquent 62 % des problèmes de l'utilisation d'Internet. Chez les femmes, ces facteurs ne justifient que 38 % des difficultés. Les femmes attribuent les difficultés à 16 causes, contre seulement 10 pour les hommes. Elles exposent des problèmes plus spécifiques à leur organisation.

Le manque de formation est identifié comme cause de difficultés par 24 % des hommes et 14 % des femmes. Le manque de temps et de ressources humaines est source de difficultés selon 10 % des femmes

et 2 % des hommes. Si l'on suppose que les gens évoquent particulièrement les difficultés qu'ils rencontrent eux-mêmes, l'on peut penser que les femmes se satisfont plus de leur niveau de maîtrise d'Internet que les hommes, mais que leur emploi du temps ne leur permet pas de bien l'exploiter. Le problème de l'accès à Internet touche presque autant les femmes (10 %) que les hommes (9 %).

Figure 4.8.3

Principales causes des difficultés rencontrées lors de l'utilisation d'Internet par les organisations connectées selon les répondants en fonction du genre



Idéalement, l'analyse selon le genre devrait être réalisée de manière transversale plutôt que de constituer une section spécifique. Nous n'avons traité que de quelques grands points ; ultérieurement, dans le cadre du projet de maîtrise, cette analyse sera approfondie. Les différences observées dans l'utilisation et la perception d'Internet chez les hommes et les femmes découlent sans doute du partage des tâches et des responsabilités dans le milieu de travail. Une organisation souhaitant élargir l'accès à Internet chez ses employés doit impérativement tenir compte de l'aspect genre. Si nous excluons les sept femmes n'utilisant pas Internet, seules 24 % des répondantes étaient en mesure de nommer des sites web fréquentés par leur organisation. Chez les hommes, la proportion monte à 76 %. Il semble que les femmes se limitent – ou sont limitées par différents facteurs – à l'utilisation du courrier électronique. Chez 66 % des partenaires connectés, au moins une femme participe à la gestion de la messagerie électronique. Pour bien intégrer Internet au sein des organisations de développement, il faut chercher à comprendre et réduire ces écarts.

4.9 Internet : communications horizontales et verticales

Le coût des communications affecte considérablement la nature et la fréquence des messages véhiculés. Une organisation ne défraiera pas un montant important d'argent – par exemple pour l'envoi d'un colis express à l'extérieur du pays – si la communication n'est pas jugée très importante. En fait, elle communique si elle a quelque chose à gagner. Les moyens de communication classiques – tels que la poste, le téléphone ou le déplacement physique – entraînent généralement des coûts proportionnels à la distance. Le courrier électronique offre maintenant un moyen d'envoyer et de recevoir des messages sans que l'éloignement n'affecte le prix. De plus, il offre la possibilité d'envoyer un même message à plusieurs personnes en un seul envoi (et au même coût). En réduisant les coûts inhérents aux communications, l'on peut graduellement s'attendre à observer :

- Une augmentation dans la fréquence des communications avec les partenaires réguliers ;
- la création de nouveaux contacts et de nouveaux partenariats – du moins avec les partenaires ayant accès à Internet – sans bénéfice immédiat ;
- le développement et la consolidation de réseaux impliquant des partenaires géographiquement éloignés ;
- une communication plus directe entre individus et structures (avec un accès à Internet) sans devoir passer par un intermédiaire.

Dans le Rapport sur le développement humain 2001 du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), on indique que la baisse des coûts de communication devrait favoriser les échanges horizontaux ; ces échanges sont ceux qui interviennent entre partenaires nationaux. La baisse des coûts de communication devrait permettre un accroissement des échanges qui n'avaient auparavant pas lieu en raison de leur coût trop élevé.

Jusqu'à présent, les entretiens réalisés avec le personnel et les collaborateurs suggèrent que l'on sous-estime souvent les capacités des partenaires nationaux dans l'utilisation d'Internet. Ainsi, surtout si le correspondant est localisé dans la même ville, on privilégiera le téléphone ou une lettre livrée par le coursier en se disant qu'ainsi le destinataire prendra connaissance du message plus rapidement. Même si le message électronique est envoyé en quelques secondes, il n'est réellement reçu qu'au moment où le correspondant l'ouvre et le lit, ce qui peut prendre du temps. On peut craindre que le partenaire ne prenne pas régulièrement ses messages, n'imprime pas les rapports ou les documents en attachement (surtout s'ils sont volumineux) par économie d'encre et de papier, ne fasse pas le suivi requis, etc.

Actuellement, les organisations rencontrées utilisent surtout Internet pour échanger avec leurs partenaires du Nord, qu'ils soient basés au Burkina Faso ou ailleurs dans le monde. Ce type de communications – que l'on peut qualifier de verticales – implique un partenaire financier qui collabore avec un partenaire national pour la réalisation de projets ou programmes.

Internet offre les moyens techniques pour échanger rapidement un grand volume d'information. Mais pour que ces échanges soient effectifs, il faut que le partage des renseignements soit une volonté réelle des organisations. L'information, surtout si elle est considérée comme stratégique, ne circulera pas plus avec l'utilisation d'Internet. Les organisations sont prêtes à partager des informations si cela ne leur est pas nuisible, mais aussi, si on leur envoie des informations en retour. Internet ne garantit pas l'échange des informations ; au mieux, il offre un moyen de le faire rapidement et à peu de frais.

4.9.1 Internet à la base

Malgré son potentiel, Internet demeure peu utile pour communiquer avec les populations à la base. Celles-ci sont parfois situées en zone rurale, sans accès à l'électricité et à un ordinateur, et de surcroît à Internet. Mais l'utilisation d'Internet par les organisations œuvrant pour le développement se manifeste-t-elle jusqu'à la base ? À la question *Vos membres bénéficient-ils des retombées positives (directes ou indirectes) de votre utilisation d'Internet ?*, 90 % des personnes interrogées ont répondu oui. Les retombées peuvent être directes, par exemple si une information recueillie sur Internet est restituée à la base dans le journal de l'association ou par des animateurs, ou encore indirectes : « Internet nous permet de mieux gérer les projets et ce sont les populations à la base qui en bénéficient. »

Invités à citer des projets où Internet a été utile (directement ou indirectement) aux populations à la base, les répondants ont, entre autres, apporté les exemples suivants :

- L'élaboration d'une formation sur les NTIC ;
- La recherche de nouveaux marchés pour les entrepreneurs ;
- La découverte d'information publiée ensuite dans le journal de l'association ;
- La résolution d'un problème lié à l'utilisation des pompes à eau à pédale en zone rurale ;
- La participation d'un membre à une mission en Europe grâce à un contact réalisé sur Internet ;
- La découverte d'un produit pour lutter contre les sauterelles qui détruisent les récoltes ;
- La commercialisation de certains produits des paysans locaux en Europe.

Dans l'ensemble, il semblait difficile aux répondants d'illustrer l'impact d'Internet à la base. Jusqu'à présent, peu d'entre eux se sont interrogés à ce sujet. Les retombées sont certainement plus grandes que ce que les répondants ont rapporté.

Si les organisations puisent des informations intéressantes sur Internet, elles ne les transmettent que rarement vers les populations à la base. C'est du moins ce qui ressort des rencontres réalisées auprès des collaborateurs des partenaires connectés ayant participé à l'étude. Soit l'information est transmise mais la source n'est pas indiquée, soit elle ne circule pas. Pour rejoindre les populations à la base, les organisations passent généralement par les animateurs ou les responsables d'organisations paysannes. Ces personnes relais, vecteurs des informations qui circulent entre l'organisation et la base, connaissent à peine Internet et

n'y ont que très rarement accès. La séparation des tâches agents de bureau/agents de terrain ne permet pas toujours les échanges d'information. D'ailleurs, certains agents terrains ont indiqué qu'on leur faisait sentir que leur place n'était pas devant un ordinateur, mais plutôt quelque part en brousse. Il va de soi que ces personnes relais doivent avoir accès à Internet – ou aux informations qui se trouvent sur le réseau – pour pouvoir les restituer à la base.

Les structures ayant des sections en province utilisent peu Internet dans leurs communications internes. Ces dernières n'ont souvent pas de matériel informatique, parfois même pas de siège. Sur les quinze partenaires ayant participé à l'étude, six disposent d'une ou de plusieurs sections provinciales. Les communications avec celles-ci se font essentiellement par téléphone et par l'échange de courrier via les transporteurs (service courrier par autobus).

Plusieurs répondants ont soulevé la nécessité de connecter leurs sections provinciales pour accroître le nombre de contacts et le volume d'information échangé. Toutefois, il semble que leur utilisation des cybercafés et cybercentres dans les villes secondaires – lorsqu'ils existent – soit faible. Certains répondants évoquent le manque de confidentialité pour expliquer la faible utilisation des cybercentres par leurs sections et membres. Certes, le cybercafé peut ne pas être le meilleur endroit pour envoyer ou consulter certains types d'information, mais les accès du secteur privé sont encore largement sous-utilisés. Avant d'installer un ordinateur et une connexion Internet dans une section, il faut s'assurer qu'elle saurait bien l'exploiter.

4.9.2 Internet et l'administration publique

Lorsque nous avons demandé aux répondants avec qui leur organisation échangeait le plus de messages électroniques, personne n'a mentionné un service de l'administration publique. Les démarches officielles nécessitent très souvent un déplacement pour amener un document signé et estampé. La plupart des partenaires n'utilisent pas Internet pour communiquer avec l'administration. Le fait que l'envoi d'un courrier électronique n'offre pas de confirmation – l'équivalent d'une signature dans un cahier de transmission – peut aussi limiter son utilisation : l'on peut douter de sa fiabilité et, advenant un litige, la preuve que le message a été acheminé est difficile à établir.

4.9.3 Internet et le partenariat

La totalité des répondants considère qu'Internet est un outil efficace pour développer et consolider les partenariats. L'utilisation d'Internet permet, selon les répondants, de se faire connaître par plus d'organisations et d'échanger rapidement un grand volume d'information. L'acquisition d'Internet est dans 64 % des cas due à une initiative de l'organisation. Dans les autres cas, un partenaire a recommandé ou financé Internet. Deux structures disposent d'Internet depuis leur création.

Quatre-vingt huit pour cent des personnes interrogées considèrent important le fait qu'un partenaire potentiel soit connecté à Internet. Les partenaires qui n'accordent pas d'importance à ce facteur sont généralement ceux qui ne disposent pas d'une connexion. Certains répondants ont souligné le fait qu'il y ait désormais un espace pour inscrire l'adresse de courrier électronique sur les fiches de présence distribuées lors des réunions. Un répondant mentionnait qu'il regardait toujours sur les cartes de visite pour voir si l'adresse électronique y est inscrite. Enfin, pour certains, avoir un abonnement Internet fait « plus sérieux » lorsque l'on rencontre des partenaires.

Nous avons demandé à une personne par organisation d'identifier les cinq partenaires principaux et de préciser si ceux-ci ont un accès à Internet. Sur 83 réponses, on rapporte 69 partenaires connectés et 5 partenaires non-connectés. Dans neuf cas, on ignorait si le partenaire était abonné à Internet. Les 5 partenaires non-connectés sont basés au Burkina Faso et quatre d'entre eux sont du domaine public. Ces chiffres reflètent bien l'importance d'Internet dans le partenariat. Si les partenaires principaux sont connectés à plus de 80 %, il est judicieux de se doter d'un outil qui facilitera la communication avec eux.

Dans certaines conditions, 48 % des répondants croient qu'Internet peut – malgré son utilité – avoir des effets négatifs sur les relations de partenariat. Parmi ces effets, l'on relève : la « froideur » du courrier électronique, la transmission de virus, le mauvais suivi de la messagerie, la diffusion de fausses informations, l'appropriation d'information produite par d'autres structures, la réduction du nombre de contacts humains, la fuite d'information, etc. Quelques répondants ont évoqué qu'un accès à Internet donne l'impression que l'on peut instantanément envoyer l'information. Ainsi, des bailleurs de fonds demandent des précisions sur un projet « au plus tard aujourd'hui ». Si l'information peut être envoyée rapidement, cela ne signifie pas qu'elle est disponible immédiatement. Pour aller chercher une information à la base, pour exposer un point de vue représentatif de l'opinion des membres, il faut un peu de temps. Un répondant travaillant en province rapporte que certains de ses collaborateurs du Nord ont du mal à comprendre que l'on soit incapable de se connecter pendant deux jours, cela en raison des problèmes techniques chez le fournisseur d'accès. Le silence sur Internet peut être mal interprété.

4.9.4 Internet et la recherche de financement

Pour différentes raisons, l'idée qu'Internet permet de trouver facilement des financements est assez répandue. Il est vrai que l'on peut se faire connaître par plus de partenaires financiers grâce à Internet, mais cela n'est pas suffisant en soi pour obtenir un financement. Comme le disait un répondant en parlant des financements : « Internet aide à chercher, mais pas toujours à obtenir ». Une fois le contact établi, il faut faire ses preuves.

Dans le cadre de la recherche, nous n'avons pas eu l'occasion de rencontrer les partenaires financiers. Ceux-ci bénéficient sans doute grandement du fait que leurs partenaires sur le terrain aient accès à Internet. Par exemple, les rapports peuvent être envoyés plus rapidement, ce qui facilite la gestion des projets et les décaissements de fonds. Certaines organisations rencontrées dans le cadre de la recherche ont reçu du matériel informatique de leurs partenaires financiers conditionnellement à leur abonnement à Internet.

V. RETOUR SUR LES HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

Les hypothèses de recherche ont été élaborées dans le cadre d'un cours de méthodologie en géographie à l'Université du Québec à Montréal. Dès le début de la phase terrain de la recherche en mai 2002, nous avons pu constater qu'elles étaient plutôt ambitieuses et difficilement mesurables. Ambitieuses car elles supposaient que les organisations de développement impliquées aient réalisé – de manière plus ou moins formelle – une réflexion sur l'impact d'Internet sur leurs activités. Difficilement mesurables puisque les données recueillies sont surtout des perceptions individuelles difficiles à vérifier. Il faut aussi ajouter que les hypothèses se situent généralement au niveau des organisations, alors que les entrevues cherchaient à relever les positions des répondants ; les seconds ne partagent pas nécessairement la position des premières. Revoyons maintenant chacune des hypothèses en commençant par les secondaires :

Hypothèses secondaires :

1) Les organisations utilisant Internet depuis au moins deux ans ont davantage étendu leur réseau de contacts que celles n'étant pas liées au réseau.

Cette hypothèse est partiellement confirmée. En fait, il s'agit d'une question d'échelle. Les répondants issus des organisations connectées ont tous indiqué un accroissement du nombre de contacts, mais surtout à l'échelle internationale. Souvent, on précisait qu'au niveau local Internet était trop peu développé pour servir régulièrement. À l'échelle internationale, les changements sont sans doute plus importants pour les organisations qui ne contactaient presque jamais leurs partenaires internationaux – en raison du coût de communication, notamment le téléphone – avant l'arrivée d'Internet. Au niveau local, même lorsque Internet est accessible, on privilégie souvent d'autres moyens de communication.

Les trois structures non-connectées à Internet (ou les deux à ce stade-ci de la recherche puisqu'un partenaire s'est connecté entre-temps) n'ont pas d'abonnement pour des raisons essentiellement financières. Le manque de ressources financières peut avoir d'autres effets sur les organisations : nombre de déplacements réduit au minimum, appels téléphoniques limités à la ville d'origine, personnel moins nombreux et très occupé, faible visibilité, etc. Ces effets secondaires peuvent expliquer en partie pourquoi ces partenaires étendent moins leur réseau de contact. Ainsi, en plus de faciliter le développement des contacts (surtout internationaux), la présence d'Internet témoigne également que l'organisation dispose d'autres outils pour étendre son réseau de contact et se faire connaître.

2) Les organisations faisant partie d'un réseau (regroupées en structures décentralisées autour d'une thématique commune) utilisent davantage Internet et y investissent plus de leurs ressources (matérielles, financières et humaines) que les organisations fonctionnant de manière autonome.

Le choix que fait une organisation en venant s'installer dans une ville est souvent motivé par le besoin de développer des contacts avec différents partenaires. Ainsi, les partenaires rencontrés dans le cadre de la recherche fonctionnent presque tous en réseau. Pour réellement vérifier cette hypothèse, l'échantillon aurait dû comporter plus de structures « autonomes » ou locales. Il était difficile de trouver des structures autonomes disposant de matériel informatique et étant localisées dans une ville où Internet est accessible. Il est possible que les organisations fonctionnant de manière plus autonome le fasse tout simplement par manque de choix (et par manque de ressource).

Sur l'ensemble des organisations rencontrées, celles qui investissent le plus d'argent dans l'utilisation d'Internet sont généralement celles qui comptent le plus d'employés et disposent d'une connexion en réseau. Mais généralement, l'on peut dire sans trop de risque de se tromper que plus on a de partenaires, plus on gère un volume important d'activités ; et plus on gère un grand volume d'activités, plus on a les moyens de payer une facture mensuelle élevée d'Internet. Le coût de l'outil affecte considérablement son utilisation, aussi profitable soit-elle.

À la lumière de ces observations, nous ne pouvons confirmer ou infirmer l'hypothèse. Les groupes comparés ne sont pas suffisamment représentés dans l'échantillon et diffèrent sans doute sur de nombreux plans. Il serait pertinent, si cette recherche a des suites, de fonder une future hypothèse sur la comparaison entre les types de réseaux (par exemple national/international, selon le domaine d'activités ou selon la composition des réseaux : membres, partenaires techniques nationaux, partenaires des pays africains voisins, partenaires financiers, etc.).

3) Les organisations ayant bien intégré Internet à leurs outils de communication ont accès à davantage de ressources et d'informations (dans des délais plus courts), ce qui favorise l'atteinte de leurs objectifs de développement.

Jusqu'à présent, l'utilisation efficace d'Internet se limite souvent au courrier électronique. Seuls quelques membres du personnel des organisations utilisent des applications plus avancées. Il faut faire la distinction entre « avoir accès à » et « accéder à » Internet. Il est vrai que tous les partenaires connectés peuvent consulter une quantité astronomique de documents ; cependant, en dépit de ce potentiel et pour les raisons que nous avons vues, l'utilisation de l'outil se limite à quelques personnes et quelques applications. Plusieurs répondants ont affirmé surtout visiter des sites référés par leurs partenaires ; dans ces cas, il faut

connaître l'existence et la localisation d'une information avant d'y accéder. Une fois l'information recueillie, elle ne circule pas toujours entre les employés et encore moins jusqu'aux membres.

L'impact d'Internet sur le développement se fait surtout indirectement. Internet permet à certains employés – et conséquemment aux départements où ils sont affectés – de réaliser plus rapidement leur travail et d'accroître le volume d'information échangée dans un temps très court. Pour des raisons techniques évidentes, Internet est matériellement coupé de la base. Pourtant, les organisations pourraient exploiter d'autres moyens de communication pour restituer à la base l'information pertinente. Les connaissances à la base peuvent aussi être mieux exposées sur Internet, surtout pour les organisations ayant déjà un site web en ligne. Les organisations peuvent faire en sorte que l'on puisse produire et recevoir des informations par Internet sans nécessairement utiliser un ordinateur : elles peuvent assurer le rôle d'interface entre les populations à la base et Internet.

La troisième hypothèse, telle que formulée, n'est que partiellement confirmée. Elle supposait qu'Internet était « bien intégré » chez certains partenaires, ce qui n'a pas été observé chez la quasi-totalité d'entre eux. Présentement, l'intégration se fait davantage sur une base individuelle qu'organisationnelle. Les organisations ne profitent pas pleinement des compétences de leur personnel. Même chez les partenaires qui utilisent le plus Internet en terme d'heures de connexion/jour (parfois dix heures par jour), plusieurs répondants ont souligné que l'utilisation à des fins personnelles et la sous-utilisation limitaient l'impact positif sur l'organisation.

L'utilisation du courrier électronique est en bonne voie d'intégration. Les échanges accrues qu'il favorise se répercutent certainement sur l'atteinte des objectifs de développement : un rapport financier envoyé à temps permet un décaissement rapide, une mission est préparée par Internet, des partenaires sont informés régulièrement sur les activités, un document peut être amendé sans devoir être ressaisi, etc. La participation des membres à la base à ces échanges est toutefois encore très faible. Pour réellement faire d'Internet un outil de développement, il faudra que les populations à la base puissent trouver une place dans le réseau virtuel. Le partage d'expériences des populations géographiquement éloignées peut être très profitable à chacun.

Hypothèse générale :

L'utilisation efficace du réseau Internet par les organisations permet la création et la consolidation de réseaux de communication nationaux ; ces réseaux favorisent une meilleure utilisation des ressources et conséquemment, le développement humain durable du pays.

Au même titre que les hypothèses spécifiques, l'hypothèse générale n'est que partiellement démontrée. Il est vrai que l'utilisation du courrier électronique consolide les réseaux, mais surtout au niveau

international. Certaines organisations sont passées d'un contact téléphonique chaque deux mois à plusieurs communications hebdomadaires avec leurs partenaires situés ailleurs en Afrique. Plusieurs répondants ont affirmé qu'Internet réduit le coût unitaire des communications ; ainsi, il permet une meilleure utilisation des ressources financières et du temps lorsqu'il est bien utilisé.

Les réseaux nationaux utilisent peu Internet pour leurs communications. Pourquoi ? Premièrement, plusieurs partenaires du réseau ne sont pas connectés. Deuxièmement, l'on fait davantage confiance aux autres moyens de communication (téléphone, coursier, déplacement) qui offrent une confirmation de la réception du message. Troisièmement, Internet et la messagerie électronique sont beaucoup plus centralisés que le téléphone ; on peut choisir ce second outil – lorsque les coûts ne sont pas très élevés – pour éviter de passer par un intermédiaire. Quatrièmement, tous les employés ne sont pas prêts à changer leurs habitudes de travail et de communication.

Les réseaux nationaux sont composés d'organisations dont les objectifs convergent mais qui se trouvent parfois dans une dynamique de « compétition ». Les organisations de développement sont très nombreuses en comparaison aux fonds et aux ressources disponibles. L'utilisation d'Internet réduit les coûts de l'échange d'information. Mais au-delà du coût d'échange, l'information a une valeur. Quelles informations peut-on diffuser et à qui ? N'échange-t-on l'information qu'avec les structures qui nous fournissent d'autres informations ? Si nous diffusons « trop » d'informations, cela peut-il réduire la demande des services payants que nous offrons actuellement (résultats de recherche, formation, recensement de données, etc.) ?

La conception d'un site web permet de choisir le contenu mais non le public qui accédera à l'information. Une fois que l'information est diffusée, l'émetteur ne peut plus interrompre la course de l'information : elle pourra être relayée et sortir du réseau ciblé au départ. Si le courrier électronique est plus circonscrit, le web est par contre démesurément vaste. Il est possible que la production de certains types d'information soit entravée par le fait que les réseaux sur Internet ne sont pas clairement définis comme les réseaux sociaux. Mais cela n'explique pas tout.

Pour chacun des partenaires, de nombreuses informations auraient avantage à être largement diffusées : plaidoyer, offre de produits et de services, mobilisation, dénonciation de violations des droits, informations sur les membres et les activités, etc. Si ces informations ne sont pas ou peu diffusées, c'est sans doute dû au manque de ressources humaines formées pour mettre la formation en ligne. Également, la production d'information est à promouvoir au niveau des organisations de développement. Il est aussi possible que l'on doute du nombre de personnes ou d'organisations que peut rejoindre notre site web. Enfin, il est beaucoup plus simple de « consommer » des informations que d'en produire.

VI. RECOMMANDATIONS

L'un des objectifs de cette recherche (section 2.2) est d'*outiller les organisations participant à l'étude de façon à ce qu'elles puissent profiter au maximum de l'utilisation d'Internet comme outil de développement*. Après avoir dressé un état de la situation, nous synthétiserons ici les idées centrales du rapport qui prendront la forme de recommandations. Nous espérons que celles-ci fourniront aux organisations des éléments pour alimenter leur réflexion sur l'utilisation d'Internet et de son impact. Les organisations ont chacune leurs particularités ; il n'existe pas de solution toute faite pour exploiter pleinement et efficacement Internet. Il faut qu'une réflexion soit menée au sein de l'organisation, que les idées soient échangées et que des mesures concrètes soient élaborées et appliquées.

Les recommandations seront présentées séparément : les premières concerneront les partenaires tandis que les secondes sont destinées à Oxfam-Québec. Elles identifieront des éléments-clés sur lesquels les organisations concernées pourront appuyer leur analyse et orienter leurs actions.

6.1 Recommandations aux partenaires

Lorsqu'une organisation dispose d'au moins un ordinateur, une ligne téléphonique et quelques membres du personnel formés, l'abonnement à Internet devient relativement accessible. Au-delà de la connexion à Internet, de nombreuses mesures peuvent être prises par l'organisation afin de favoriser un meilleur usage d'Internet.

L'identification des besoins :

Avant de s'abonner à Internet, il est nécessaire de s'interroger sur les besoins auxquels celui-ci peut répondre. L'identification des besoins permettra de choisir qui aura accès et pour quelles tâches. Elle doit se faire de manière participative, en impliquant si possible tout le personnel concerné. Dans certains cas, surtout pour les non-initiés, il sera nécessaire de présenter Internet et d'expliquer à quoi il peut servir. En ce sens, l'échange entre partenaires est extrêmement constructif. Il offre des exemples concrets de réalisations possibles : « J'ai pu vendre tel produit en contactant un acheteur sur Internet », « j'ai trouvé l'information sur tel forum de discussion », « la comptable a suivi un module de formation sur Internet », etc.

Il n'est évidemment pas possible, sans avoir fréquemment utilisé Internet, de figurer précisément là où il peut être utile. Les besoins sont changeants, ils évoluent en même temps qu'Internet s'étend. Périodiquement, les besoins doivent être réévalués pour tenir compte de ces changements.

L'identification des résultats escomptés :

Une fois les besoins ciblés, il faut que l'organisation se dote des moyens d'évaluer l'impact d'Internet : Quels sont les résultats attendus ? Par exemple, dans l'élaboration d'un projet ou d'un programme, on peut indiquer au départ dans quelles activités Internet servira et de quelle façon : production d'information sur le site web, diffusion de certains types d'information vers les membres ou les partenaires, recensement des activités semblables réalisées ailleurs, offre de produits et services à une liste de clients ciblés, etc.

Les résultats attendus doivent autant que possible être mesurables : nombre de personnes à qui l'on envoie le bulletin d'information par courrier électronique, pourcentage de ventes réalisées par Internet, nombre de visiteurs sur le site web, fréquence des contacts avec les partenaires (nationaux ou internationaux) via Internet, etc. Bien entendu, en exploitant Internet, une foule de résultats non-prévus peuvent survenir : nouvelle idée pour réaliser un projet, résolution d'un problème spécifique, contact avec un nouveau partenaire, participation à un forum virtuel sur un thème en lien avec les activités de l'association, accroissement de la visibilité, voyage d'étude précédé par des échanges sur Internet, etc.

On ne peut pas départager clairement ce qui est dû à Internet et au reste des activités. Toutefois, à partir du moment où l'on développe ses attentes, la gestion de l'outil ne peut qu'être facilitée.

L'organisation du parc informatique et l'accès à Internet :

Où placer les ordinateurs connectés à Internet ? Qui doit pouvoir utiliser Internet pour son travail ? Cela dépend des besoins identifiés et des résultats attendus. Le personnel ayant à utiliser Internet doit avoir les moyens d'y accéder. L'employé doit pouvoir physiquement accéder à l'ordinateur connecté, ceci sans devoir déranger quelqu'un. Le moment de la connexion doit coïncider à ses disponibilités. Enfin, il doit avoir le temps de faire des recherches sur Internet. Comme nous le verrons ensuite, l'organisation doit reconnaître – si possible dans la description de tâches – que l'employé peut utiliser Internet dans le cadre de son travail. Pour les organisations ayant une seule ligne téléphonique, des plages horaires peuvent être ciblées pour la navigation. Bien entendu, il est souhaitable de choisir les moments où la ligne téléphonique est généralement la moins occupée.

La disposition des ordinateurs en réseau rentabilise grandement la connexion. À partir d'une seule ligne téléphonique, plusieurs utilisateurs peuvent naviguer en même temps. Dans ce cas, une personne peut être désignée pour gérer la connexion. Une plage horaire quotidienne peut être choisie pour la navigation et la messagerie.

La reconnaissance d'Internet comme outil de travail :

Comme nous l'avons souligné précédemment, l'utilisation d'Internet relève actuellement davantage des individus que de leur organisation. Des employés se font reprocher le temps qu'ils passent à naviguer sur Internet, parfois par les responsables de leur organisation. Pour qu'Internet soit bien utilisé, il faut que sa valeur soit reconnue, et si possible par écrit. La description de tâches du personnel ayant couramment à utiliser Internet n'inclut presque jamais cette nouvelle tâche. Cela constitue, en quelque sorte, un surplus de travail, et peu valorisé de surcroît. L'organisation souhaitant que certains membres du personnel exploitent efficacement Internet doit leur permettre de dégager du temps à cet effet. En retour, ceux qui travaillent avec l'outil doivent faire la preuve de son utilité. Ils doivent indiquer comment Internet a été utilisé et à quoi il a servi.

La formation et le transfert des connaissances :

Pour apprendre comment utiliser la boîte de messagerie, il n'est pas nécessaire de recevoir une formation d'un expert. Un employé qui utilise la messagerie couramment peut facilement, en l'espace de quelques heures, partager ses connaissances avec ses collègues. Le perfectionnement vient avec la pratique.

L'informatique a souvent un air mystique pour le profane. La crainte de briser du matériel valant plusieurs mois de salaire – voire plusieurs années – peut expliquer la réticence de certains à « expérimenter » par eux-mêmes. De plus, si l'organisation ne reconnaît pas explicitement que la fonction d'un employé peut nécessiter l'usage d'un ordinateur et d'Internet, celui-ci risque d'être à cours d'arguments si un problème technique survient lorsqu'il se sert de l'outil. L'utilisateur qui explore l'outil dans le but d'atteindre un résultat ciblé – apprendre comment maîtriser un logiciel ou une fonction – doit être encouragé. L'auto-formation est peu fréquente alors qu'elle garantit souvent la pérennité des acquis. L'apprenant ne se souvient pas seulement du résultat final, mais également de toute la démarche qui l'y a conduit.

Le transfert des connaissances entre membres du personnel, surtout dans le domaine de l'informatique et d'Internet, est peu fréquent. Alors que l'on parle d'Internet, du grand réseau mondial, l'on constate parfois que les réseaux internes (parfois deux bureaux voisins...) sont sous-utilisés. « Les gens sont trop occupés pour suivre des formations » est un argument souvent entendu lors des entrevues. La formation est un investissement à long terme, elle fait partie de la vision d'une organisation. Il faut permettre aux gens devant suivre ou réaliser des formations de se dégager du temps ; sans cela, la formation risque d'être constamment remise à plus tard.

Au cours de l'étude, nous n'avons pas traité la question de la résistance aux changements. Il est probable que des membres du personnel aient de la difficulté à changer leurs habitudes, notamment le choix des outils de communication. Certaines personnes peuvent refuser Internet pour diverses raisons.

L'intégration d'Internet se fait progressivement. C'est parfois en voyant agir leurs collègues que certains membres du personnel apprivoiseront cette technologie.

La promotion de l'outil au sein du personnel et des partenaires :

Une partie du personnel n'utilise pas Internet parce qu'elle ne connaît pas l'outil. En favorisant les échanges d'expérience, ces employés pourront apprendre à se servir d'Internet. Ils pourront aussi concrètement cibler les activités pouvant bénéficier de l'outil. Certains répondants ont mentionné que leur structure devrait nommer une personne responsable d'Internet ; cette décision peut grandement favoriser l'intégration d'Internet dans l'organisation.

Pour le moment, Internet est surtout un outil pour communiquer loin. Pourquoi deux partenaires connectés dans la même ville optent-ils si peu pour Internet lorsqu'ils communiquent entre-eux ? Le téléphone et les déplacements sont parfois nécessaires, mais le courrier électronique à l'échelle locale est encore largement sous-utilisé en dépit de ses avantages. Les organisations peuvent promouvoir Internet comme moyen de communication et d'échange auprès de leurs partenaires. Ils peuvent s'entendre sur le type d'échanges nécessitant un appel téléphonique, un déplacement ou un courrier électronique.

Les cybercafés offrent un accès à Internet relativement accessible pour les organisations ne pouvant pas défrayer le coût du matériel et de l'abonnement. Les organisations qui comptent des sections provinciales peuvent encourager celles-ci à utiliser Internet dans ces lieux d'accès à défaut de pouvoir leur fournir l'équipement. Bien entendu, cet « encouragement » doit se manifester par quelques moyens pour rendre l'accès effectif (formation, ressources financières, etc.).

Quelques organisations souhaitent ouvrir un cybercafé pour rendre Internet plus accessible à leurs membres. Pour qu'un tel projet soit possible, il est indispensable de disposer de plusieurs ordinateurs connectés en réseau. À Ouagadougou, les tarifs du secteur privé sont déjà très compétitifs ; il ne faut pas négliger la compétition dans ce domaine. Avant de réaliser une telle initiative, une sérieuse étude de marché s'impose. En attendant, les 150 cybercafés du Burkina Faso sont là.

6.2 Recommandations à Oxfam-Québec

Oxfam-Québec considère qu'Internet et les technologies de l'information et de la communication peuvent servir aux initiatives de développement. Dans l'ensemble, comme le démontre cette étude mais aussi plusieurs entretiens réalisés avec les partenaires, ce point de vue est partagé. Comment, de manière concrète, appuyer les partenaires dans l'utilisation efficace d'Internet ?

Appuyer les diagnostics internes de l'utilisation d'Internet par les partenaires :

Dans une perspective de renforcement des capacités, Oxfam-Québec peut épauler ses partenaires à réaliser un diagnostic de leur utilisation effective et potentielle d'Internet. Les recommandations aux partenaires que nous venons de présenter peuvent être approfondies, par exemple par de futurs stagiaires du Programme Cyberjeunes. Ainsi, les partenaires pourraient mieux cibler leurs priorités en matière d'Internet et voir quelle place lui attribuer dans leurs différentes activités. Des outils écrits, par exemple un guide de diagnostic, pourraient être conçus pour appuyer les partenaires réalisant seuls la démarche.

Favoriser les échanges relatifs à Internet entre ses partenaires :

Au-delà du domaine technique, il est toujours pertinent de savoir à quoi peut servir Internet ailleurs. Comment d'autres organisations travaillant dans le même domaine que nous utilise Internet ? Quels sites visitent-elles ? Un site web a d'ailleurs été conçu pour permettre aux organisations d'exprimer comment elles se servent d'Internet : l'Observatoire des usages d'Internet (www.oui.asso.fr). Dans le même ordre d'idée, Oxfam-Québec pourrait rassembler ce type d'information pour ces partenaires au Burkina Faso. Les partenaires complètent une fiche d'information (usage d'Internet, site web visité, information produite, astuces de recherche, etc.) à retourner à Oxfam-Québec (par courrier électronique bien entendu !). Une fois rassemblées, ces fiches sont organisées par thème (santé, éducation, droits de la personne, femmes et activités économiques, etc.) et redistribuées aux organisations intéressées. La responsabilité de la gestion de cette activité pourrait être partagée entre Oxfam-Québec et ses partenaires.

Appuyer les activités de formation :

Depuis l'année 2000, une quarantaine de stagiaires est venue au Burkina Faso dans le cadre du Programme Cyberjeunes avec Oxfam-Québec. Essentiellement, ces stagiaires ont formé le personnel et les membres des organisations partenaires à l'utilisation de certains logiciels et applications : Internet, Word, Excel, PowerPoint, Access, etc. En raison de plusieurs facteurs – le manque de disponibilité en premier plan – il est difficile de former le personnel des organisations. Oxfam-Québec devrait poursuivre ses efforts de formation, mais en accordant une attention particulière à la pérennité.

Soutenir l'acquisition de matériel informatique :

Comme nous l'avons vu, le parc informatique varie grandement d'une organisation à l'autre. Celui de certains partenaires est très ancien, ce qui peut affecter l'efficacité de l'organisation. Il est pertinent d'envisager un volet « acquisition de matériel informatique » dans la réalisation d'un programme important, surtout si l'état initial du parc peut affecter la capacité du partenaire à bien réaliser le projet. Toutefois, on ne règle pas tout en modernisant les ordinateurs. L'acquisition de matériel informatique dans le cadre d'un programme/projet devrait toujours se faire à la suite d'une étude de besoins. Avant de fournir du matériel informatique à un partenaire, il faut aussi s'assurer que celui-ci est en mesure de bien

l'utiliser (compétence) et qu'il pourra en assurer l'entretien. Quoi de plus regrettable que de voir un ordinateur neuf qui ne sert pas, ou une imprimante remise parce que l'organisation n'a pas les moyens d'acheter une cartouche d'encre...

Encourager la production d'information :

Oxfam-Québec, de même que la plupart des partenaires du Nord travaillant au Burkina Faso, profite grandement du fait que ses partenaires utilisent Internet. La messagerie électronique s'avère très utile. Toutefois, il ne faut pas s'en contenter. La production d'information est essentielle pour que les populations locales s'approprient l'outil, pour qu'elles y trouvent des informations répondant à leurs besoins spécifiques. Il faut encourager les partenaires ayant un site web en ligne, leur dire pourquoi on le visite, faire des recommandations, le référer à d'autres. Enfin, il serait pertinent pour Oxfam-Québec/Burkina Faso de créer un site web et d'y inclure des liens vers les sites de ses partenaires.

VII. CONCLUSION

Internet est un phénomène très répandu aujourd'hui. Au moment où cette technologie se développe, il est pertinent de s'interroger sur la contribution réelle qu'elle peut apporter aux pays en développement. Dans ce sens, l'étude d'impact sur le développement humain au Burkina Faso arrive à point. En fait même, elle arrive peut-être trop tôt. Cette recherche a certes présenté quelques résultats atteints grâce à l'utilisation d'Internet, mais ceux-ci sont moins nombreux que prévus. Ces résultats existent certainement, mais leur collecte doit nécessiter plusieurs mesures réalisées à différents moments. Nous avons dressé un état des lieux de l'utilisation d'Internet dans les organisations de développement. Dans quelques années, il serait intéressant de réaliser une seconde étude pour voir comment les choses ont évolué. Entre temps, à la lumière des conclusions de ce rapport, nous espérons que les partenaires et Oxfam-Québec auront de quoi alimenter leurs réflexions sur l'utilisation d'Internet dans le cadre de leurs activités.

Malgré son potentiel, Internet a ses limites. Il est encore peu accessible, surtout pour les populations cibles des organisations de développement. Comme nous l'avons vu, il redéfinit la distance qui sépare deux correspondants : il peut être plus facile de contacter un partenaire à Paris ou à New York qu'un responsable de groupement situé dans un village à cinquante kilomètres. Internet, technologie de l'information et de la communication, doit s'insérer dans une stratégie globale de communication des organisations. La combinaison de plusieurs outils – téléphone, déplacements physiques, poste, courrier électronique – est nécessaire pour rejoindre efficacement les partenaires et les membres.

Les organisations de développement travaillent souvent avec très peu de ressources financières et matérielles. L'autofinancement figure désormais comme une préoccupation des organisations et de leurs partenaires financiers. Dans ce contexte, Internet, s'il est bien géré et utilisé, peut offrir à la fois les moyens de réduire les coûts et de générer des revenus à l'organisation qui l'utilise : les frais liés à *certaines* communications sont réduits ; les coûts d'accès et de diffusion de *certaines* informations sont moindres ; les contacts accrus favorisent la vente de produits et services ainsi que la recherche d'opportunités.

L'amélioration des conditions de vie des populations cibles est le fondement du travail des organisations de développement. Internet, comme toute autre TIC, devrait toujours être utilisé en ce sens. Les associations ont les moyens, en leur sein et avec l'appui de leurs partenaires, de mieux l'exploiter. Elles peuvent favoriser la formation, promouvoir Internet, diffuser des informations, l'intégrer de façon ciblée dans leurs programmes et activités, etc. Elles peuvent jouer le rôle d'interface entre Internet et leurs populations cibles, et partager leurs expériences avec leurs partenaires. C'est dans cette dynamique de réseau, à l'interne comme à l'externe, qu'Internet peut s'avérer efficace pour renforcer l'impact des organisations de développement.

ANNEXE I

Questionnaire d'entrevue avec les organisations partenaires
Impact d'Internet sur le développement au Burkina Faso
Philippe Massé ♦ mai-octobre 2002

Numéro du questionnaire :

I- Personne interrogée :

1.1 Nom de la personne :

1.2 Fonction dans l'organisation :

1.3 Genre :

Masculin Féminin

1.4 Âge :

<input type="checkbox"/>	Moins de 20 ans
<input type="checkbox"/>	20 à 29 ans
<input type="checkbox"/>	30 à 39 ans
<input type="checkbox"/>	40 à 49 ans
<input type="checkbox"/>	50 ans et plus
<input type="checkbox"/>	Pas de réponse

1.5 Dernier diplôme obtenu :

1.6 Quelles formations avez-vous suivies (notamment en informatique) ?

1.7 Depuis combien de temps travaillez-vous dans l'organisation ?

<input type="checkbox"/>	Moins de 12 mois
<input type="checkbox"/>	12 mois à 23 mois
<input type="checkbox"/>	24 mois à 35 mois
<input type="checkbox"/>	36 mois à 47 mois
<input type="checkbox"/>	48 mois et plus
<input type="checkbox"/>	Pas de réponse

1.8 Avez-vous personnellement accès à Internet au travail ?

<input type="checkbox"/>	Oui
<input type="checkbox"/>	Non
<input type="checkbox"/>	Pas de réponse

1.9 Utilisez-vous personnellement Internet au travail pour des raisons professionnelles ?

<input type="checkbox"/>	Oui
<input type="checkbox"/>	Non
<input type="checkbox"/>	Pas de réponse

1.10 Utilisez-vous Internet ailleurs qu'au travail ? Si oui, indiquez où et pour quel usage.

<input type="checkbox"/>	Oui : _____
<input type="checkbox"/>	Non
<input type="checkbox"/>	Pas de réponse

1.11 Depuis combien de temps utilisez-vous personnellement Internet ?

<input type="checkbox"/>	Moins de 12 mois
<input type="checkbox"/>	12 mois à 23 mois
<input type="checkbox"/>	24 mois à 35 mois
<input type="checkbox"/>	36 mois à 47 mois
<input type="checkbox"/>	48 mois et plus
<input type="checkbox"/>	N'utilise pas personnellement Internet
<input type="checkbox"/>	Pas de réponse

II- Organisation :

2.1 Nom de l'organisation :

2.2 Depuis quand l'organisation existe-t-elle ?

- Moins de 2 ans
 ≥ 2 ans et < 4 ans
 ≥ 4 ans et < 6 ans
 ≥ 6 ans et < 8 ans
 ≥ 8 ans
 Pas de réponse

2.3 Mission de l'organisation :

2.4 Localisation géographique du siège :

2.5 Combien l'organisation compte-t-elle de membres et d'employés ?

- Pas de réponse
_____ membres
_____ employés

2.6 L'organisation compte-t-elle des bureaux dans d'autres villes ? Si oui, où et combien ?

- Oui : _____
 Non
 Pas de réponse

2.7 L'organisation est-elle membre d'un réseau ? Si oui le(s)quel(s) ?

- Oui : _____
 Non
 Pas de réponse

2.8 Qui sont les principaux partenaires actuels (financiers, techniques, etc.) de l'organisation et où se trouvent-ils ?

2.9 Quels sont les grands secteurs d'intervention (alphabétisation, droits de la femme, micro-crédit, etc.) de l'organisation ?

III- Communication et équipements :

3.1 L'organisation a-t-elle un parc informatique ?

- Oui
 Non
 Pas de réponse
Si oui combien d'ordinateurs, de quel type ?
_____ ordinateurs

3.2 Les ordinateurs sont-ils reliés à un réseau ?

- Oui
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse
Si oui, combien de postes sont reliés ?
_____ postes

3.3 L'organisation souscrit-elle à un abonnement Internet ?

- Oui
 Non

- Pas de réponse
Si oui depuis quand, quel forfait, avec quel ISP ?
- 3.4 Pourquoi votre organisation ne souscrit-elle pas à un abonnement Internet ?
 Ne s'applique pas Pas de réponse

3.5 Avez-vous déjà eu un abonnement Internet ? Détaillez.

- Oui
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

3.6 L'organisation a-t-elle une adresse e-mail ? Laquelle ?

- Oui : _____
 Non
 Pas de réponse

3.7 L'organisation a-t-elle le téléphone (nombre de lignes) Oui Non Pas de réponse
le téléphone cellulaire Oui Non Pas de réponse
ou le fax ? Oui Non Pas de réponse

3.8 L'organisation a-t-elle un coursier (planton) pour l'envoi de documents sur courte distance ?

- Oui
 Non
 Pas de réponse

IV- Informations générales sur les outils de communication :

4.1 Quel outil de communication utilisez-vous le plus souvent pour communiquer _____. Pourquoi ?
Ne cocher qu'une case par colonne.

	...dans votre ville	...dans une autre province du Burkina Faso	...à l'extérieur du pays
Téléphone	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fax	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Déplacement physique personnel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Coursier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poste recommandée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre : _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pas de réponse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.2 Depuis l'arrivée d'Internet (si l'organisation est branchée), y a-t-il des changements au niveau de l'utilisation de ces outils de communication ? Si oui lesquels ?

- Oui : _____
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

V- Accès à Internet dans l'organisation :

5.1 Combien de personnes ont accès à Internet dans votre organisation ?

- _____ personne(s)
 Pas de réponse

5.2 Qui sont ces personnes (fonction, âge, genre, etc.) ?

- Ne s'applique pas Pas de réponse
Personne 1 :
Personne 2 :

Personne 3 :

Personne 4 :

5.3 Quels facteurs font en sorte que des employés ou membres aient accès à Internet et d'autres non ?

5.4 Vos membres ont-ils accès à Internet à partir de vos infrastructures ? Si oui l'accès est-il payant ?

Accès ? Oui Non Ne s'applique pas Pas de réponse

Payant ? Oui Non Ne s'applique pas Pas de réponse

5.5 Votre organisation a-t-elle offert des formations en informatique ou à l'utilisation d'Internet à ses employés et membres ? Détaillez.

Oui : _____

Non

Pas de réponse

VI- Coûts d'Internet, avantages et inconvénients :

6.1 Votre organisation a-t-elle une politique écrite concernant l'utilisation d'Internet ? Si oui laquelle ?

Oui : _____

Non

Ne s'applique pas

Pas de réponse

6.2 Combien dépensez-vous environ par mois pour l'utilisation d'Internet à partir de vos bureaux (communications locales + abonnement) ?

Moins de 20 000 Fcfa 20 000 à 39 999 Fcfa

40 000 à 59 999 Fcfa 60 000 à 79 999 Fcfa

80 000 à 99 999 Fcfa 100 000 Fcfa et plus

Ne s'applique pas Pas de réponse

6.3 Votre organisation utilise-t-elle Internet dans les cybercentres ou autres services ? Si oui combien en coûte-t-il environ chaque mois ?

Oui Non Pas de réponse

Moins de 5 000 Fcfa

5 000 à 9 999 Fcfa

10 000 Fcfa à 14 499 Fcfa

15 000 Fcfa et plus

6.4 Selon vous, Internet est-il un outil de communication rentable ? Pourquoi ?

Oui : _____

Non : _____

Pas de réponse

6.5 Selon vous, compte tenu du contexte du milieu associatif, est-il pertinent d'investir dans le développement d'Internet ? Pourquoi ?

Oui : _____

Non : _____

Pas de réponse

6.6 Comment avez-vous financé votre connexion à Internet ? Un partenaire a-t-il appuyé le projet ?

Oui Non

Ne s'applique pas Pas de réponse

6.7 Avez-vous déjà demandé un financement pour un abonnement Internet ? Détaillez.

Oui : _____

Non

Ne s'applique pas

Pas de réponse

6.8 Selon vous, le fait de ne pas avoir accès à Internet à partir de vos bureaux a-t-il des effets négatifs sur votre organisation ? Si oui lesquels ?

- Oui : _____
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

6.9 Selon vous, le fait de ne pas utiliser Internet a-t-il des effets négatifs sur votre organisation ?

Si oui lesquels ?

- Oui : _____
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

6.10 Pensez-vous que votre organisation aura accès à Internet d'ici un an ? Expliquez.

- Oui
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

6.11 L'utilisation d'Internet peut-elle entraîner des effets négatifs sur votre organisation ? Si oui lesquels ?

- Oui : _____
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

VII- Utilisation du courrier électronique :

7.1 Qui a la responsabilité d'envoyer et de recevoir les messages e-mail dans votre organisation ?

- Ne s'applique pas Pas de réponse

7.2 Comment les messages e-mail sont-ils distribués lorsqu'ils arrivent dans votre organisation ?

- Ne s'applique pas Pas de réponse

7.3 Combien de messages envoyez-vous en moyenne chaque jour ? Indiquez quel pourcentage de vos correspondants est au Burkina Faso, ailleurs en Afrique et hors de l'Afrique. Détails sur les pays ou régions d'origine des correspondants.

- _____ messages envoyés Sur 100 % :
 Ne s'applique pas _____ % Burkina Faso
 Pas de réponse _____ % Ailleurs en Afrique
_____ % Extérieur du continent

Pays ou régions d'origine des correspondants :

7.4 Combien de messages recevez-vous en moyenne chaque jour ? Indiquez quel pourcentage de vos correspondants est au Burkina Faso, ailleurs en Afrique et hors de l'Afrique. Détails sur les pays ou régions d'origine des correspondants.

- _____ messages reçus Sur 100 % :
 Ne s'applique pas _____ % Burkina Faso
 Pas de réponse _____ % Ailleurs en Afrique
_____ % Extérieur du continent

Pays ou régions d'origine des correspondants :

7.5 Quel genre d'informations échangez-vous par e-mail (attachement, photo, texte, etc.) ?

- Ne s'applique pas Pas de réponse

7.6 Avec qui communiquez-vous le plus souvent par e-mail ? Pourquoi ?

Ne s'applique pas Pas de réponse

7.7 Dans votre carnet d'adresses lié au travail de votre organisation...

Combien y a-t-il d'adresses et comment se terminent-elles (.bf, .com, .ca, .fr, etc.) ?

VIII- Recherche et production d'informations sur Internet :

8.1 Votre organisation navigue-t-elle sur Internet ? Si oui, quel type d'information allez-vous chercher ?

Oui : _____
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

8.2 Quels sont les cinq sites web que vous visitez le plus souvent ? Pourquoi ?

Ne s'applique pas Pas de réponse

1-
2-
3-
4-
5-

8.3 Produisez-vous de l'information sur Internet ? Partagez-vous votre expertise sur un site web, dans des forums de discussion, sur des listes de diffusion, etc. ? Détaillez.

Oui
 Non
 Pas de réponse

8.4 Votre organisation a-t-elle un site web ?

Oui
 Non
 Pas de réponse

Si oui depuis quand, qui l'a conçu, qui le met à jour, quelles informations s'y trouvent, à qui est-il destiné ?

Si non, est-il prévu d'en concevoir un ? Qui le fera et quand ?

IX- Internet dans l'organisation :

9.1 Quels secteurs de vos activités bénéficient le plus de l'utilisation d'Internet ? Pourquoi ?

Ne s'applique pas Pas de réponse

9.2 Quels secteurs de vos activités bénéficient le moins de l'utilisation d'Internet ? Pourquoi ?

Ne s'applique pas Pas de réponse

9.3 En ordre d'importance, donnez les trois principales contributions de l'utilisation d'Internet dans votre organisation. Illustrez à l'aide d'exemples.

Ne s'applique pas Pas de réponse

1-
2-
3-

9.4 En ordre d'importance, donnez les trois principales difficultés liées à l'utilisation d'Internet dans votre organisation. Illustrez à l'aide d'exemples.

Ne s'applique pas Pas de réponse

1-

2-

3-

9.5 Selon vous, Internet représente-t-il un outil important pour accroître l'efficacité de votre organisation ? Pourquoi?

Oui : _____

Non : _____

Ne s'applique pas

Pas de réponse

9.6 Que pouvez-vous faire personnellement et que peut faire votre organisation pour profiter plus efficacement d'Internet ? Expliquez.

Ne s'applique pas

Pas de réponse

X- Internet à la base :

10.1 Quel type d'informations sur Internet peut servir aux populations à la base ? Pourquoi ?

Pas de réponse

10.2 Donnez quelques exemples parmi vos projets où Internet a été particulièrement utile – directement ou indirectement – aux populations de la base.

Ne s'applique pas

Pas de réponse

10.3 Donnez quelques exemples de projets où Internet ne peut pas être utile aux populations de la base.

Ne s'applique pas

Pas de réponse

10.4 Vos membres bénéficient-ils des retombées positives (directes ou indirectes) de votre utilisation d'Internet ? Expliquez.

Oui

Non

Ne s'applique pas

Pas de réponse

10.5 Vos membres peuvent-ils être affectés par des retombées négatives (directes ou indirectes) liées à votre utilisation d'Internet ? Expliquez.

Oui

Non

Ne s'applique pas

Pas de réponse

10.6 Que peut faire votre organisation pour augmenter les répercussions positives d'Internet sur vos populations cibles ?

Ne s'applique pas

Pas de réponse

10.7 Est-il ou serait-il pertinent de partager les connaissances des populations à la base et des membres de votre organisation sur Internet ? Pourquoi ?

Oui

Non

Pas de réponse

10.8 S'il est pertinent de partager les connaissances des populations à la base, comment cela peut-il se faire concrètement ?

- Ne s'applique pas
 Pas de réponse

XI- Le travail en réseau (partenariat):

11.1 Quels sont les cinq organisations ou personnes avec lesquelles vous communiquez le plus souvent par courrier électronique ? Pourquoi ?

- Ne s'applique pas Pas de réponse

- 1-
2-
3-
4-
5-

11.2 Combien de communications (téléphone, e-mail, coursier, etc.) avez-vous en moyenne chaque jour avec vos partenaires:

- Moins de 5
 5 à 9
 10 à 14
 15 à 19
 20 et plus

11.3 Depuis que vous utilisez Internet, le nombre de contacts avec vos partenaires a-t-il augmenté ? Si oui estimez l'augmentation en pourcentage.

- Oui : Augmentation d'environ ____ % de contacts par semaine.
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

11.4 Dresser la liste de vos partenaires principaux et indiquez lesquels ont accès à Internet.

- Pas de réponse

Partenaires	Accès à Internet	
1-	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
2-	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
3-	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
4-	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
5-	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non

11.5 Votre organisation a-t-elle pris un abonnement Internet suite à la demande ou la recommandation d'un partenaire ?

Expliquez.

- Oui : _____
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

11.6 Considérez-vous qu'Internet peut représenter un outil de communication efficace pour développer et consolider les partenariats ? Expliquez.

- Oui
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

11.7 Lorsque vous développez de nouveaux partenariats, le fait que le partenaire potentiel soit connecté à Internet est-il important pour votre organisation ? Expliquez.

- Oui
 Non
 Ne s'applique pas

Pas de réponse

11.8 Selon vous, Internet est-il plus utile pour les organisations basées à Ouagadougou, en province, ou cela ne fait pas de différence ? Détaillez.

11.9 Internet peut-il avoir des effets négatifs sur les relations de partenariats ? Expliquez.

- Oui
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

11.10 Croyez-vous qu'une utilisation efficace d'Internet peut ou pourrait amener le personnel de votre organisation à moins se déplacer dans votre ville, votre pays ou à l'extérieur ? Pourquoi ?

- Oui
 Non
 Ne s'applique pas
 Pas de réponse

XII- En terminant ...

12.1 Le besoin d'Internet varie-t-il d'une organisation à l'autre ? Si oui, quelles sont les caractéristiques d'une organisations ayant davantage besoin d'Internet ?

- Oui : _____
 Non
 Pas de réponse

12.2 Quelles sont selon vous les conditions préalables à l'implantation d'Internet dans une organisation ?

- Pas de réponse

12.3 Considérez-vous que votre organisation remplit actuellement ces conditions ? Expliquez.

- Oui
 Non
 Pas de réponse

12.4 Avez-vous d'autres précisions à ajouter ?