

**LA CREATION D'UN TELECENTRE
COMMUNAUTAIRE POUR L'AFRIQUE**

LES RECETTES DE L'AUTOSUFFISANCE

**COMMENT CREER UN TELECENTRE COMMUNAUTAIRE
POLYVALENT EN AFRIQUE**

Par

Mike Jensen et Anriette Esterhuysen

Article du catalogue recommandé :

The Telecentre Cookbook for Africa : Recipes for self-sustainability/

Préparé par Mike Jensen et Anriette Esterhuysen. - Paris : UNESCO, 2001. - vi,
130 p. ; 30 cm. - (CI-2001/WS/2)

I - Titre

II - UNESCO

PREFACE

Les populations des pays en voie de développement sont de plus en plus conscientes du rôle majeur que les nouvelles technologies d'information et de communication peuvent jouer dans leur combat en faveur de l'éducation, de la démocratie et du développement socioéconomique. Cependant, avec six milliards d'habitants sur la planète et seulement 800 millions de lignes téléphoniques environ, plus de la moitié de la population mondiale n'a pas encore effectué d'appel téléphonique, sans même parler de l'accès à l'Internet. Si cet écart numérique n'est pas comblé, le fossé entre les riches et les pauvres du monde risque de se creuser.

Alors comment répondre à ce défi ? L'une des solutions est l'accès public à des services de communication et d'information, communément connu sous le nom de télécentres. Les télécentres sont mis en place par le biais de programmes privés et publics dans toute l'Afrique, à travers des projets spéciaux, ou à travers l'installation de PC dans les boutiques de téléphonie, les écoles, les bibliothèques, les foyers municipaux, les postes de police et les cliniques.

Les coûts peuvent être modérés en profitant du fait que les technologies de communication et d'information permettent à la voix et aux données du fax et de l'Internet de voyager via la même liaison de télécommunications. Le partage du coût de l'équipement, des compétences et de l'accès entre un nombre toujours croissant d'utilisateurs aide aussi à réduire les coûts et garantit la viabilité de ces services dans les régions isolées. Si l'utilisation et la responsabilité sont partagées, le potentiel de viabilité à long terme augmentera, et cela contribuera à atteindre les objectifs du Service universel dans les régions rurales et éloignées où vit la majeure partie de la population des pays en voie de développement.

Le concept de télécentre a été largement adopté par les Etats-Unis, le Canada et l'Australie, mais dans ces pays l'accent est mis sur des services plus élaborés tels que l'accès à l'Internet et à la vidéoconférence plutôt que sur les services téléphoniques de base. Dans les pays en voie de développement en Afrique et ailleurs, des équipements publics sont nécessaires à l'accès de base et aux services rémunérateurs pouvant contribuer au bien-être social et économique de la communauté.

Des télécentres et des cabines téléphoniques privés ont été installés dans des pays tels que le Ghana, le Kenya et le Sénégal, mais les télécentres en Afrique ont également reçu un soutien considérable de l'UNESCO, de l'UIT, du CRDI et d'un grand nombre d'autres agences de développement internationales. Les gouvernements de nombreux pays, ainsi que les opérateurs des télécommunications, ont également contribué à l'extension de l'accès aux services. En Afrique il y a plus de vingt projets pilotes de télécentres dispersés à travers le continent. Ils ont été mis en place afin d'expérimenter divers modèles et mécanismes d'installation et différentes stratégies propices à la viabilité. Les plus célèbres de ces projets sont les projets UIT/UNESCO/CRDI au Bénin, au Mozambique, en Ouganda, au Mali et en Tanzanie, et le programme sud-africain financé par l'organisation Universal Service Agency (USA).

Bien que l'intérêt pour les télécentres soit largement répandu, ils correspondent à un nouveau concept, de sorte qu'il y a un manque de connaissances quant aux moyens de les mettre en place et de les maintenir, en particulier en Afrique. La plupart des documents d'introduction, des guides et des manuels existants ont été rédigés à l'attention des opérateurs des télécentres des pays développés. L'objectif de ce manuel est de s'appuyer sur les connaissances et les

matériaux existants et de les adapter au contexte africain dans un style accessible à l'utilisateur et ne présupant pas trop des connaissances de l'utilisateur. Ce manuel est destiné à toute personne ou organisation intéressée par la fondation d'un télécentre à vocation communautaire, par exemple un opérateur des télécommunications, une ONG, un groupe communautaire, une administration locale ou une petite entreprise.

Avec les développements technologiques rapides et la compréhension évolutive de l'étendue et du potentiel des télécentres, aucun manuel ne peut être tout à fait exhaustif. Il est souhaitable que ce manuel serve de point de départ, qui pourra être approfondi, affiné et étendu par des données émanant du nombre croissant de projets de télécentres en Afrique.

La viabilité économique à long terme est probablement le problème le plus épineux auquel doivent faire face les télécentres communautaires polyvalents en Afrique. Bien que ce document fournisse des points de repère, il n'y a pas encore de formule générale disponible, et cet aspect devrait être revu dans le contexte des expériences en cours et espérons-le développé de manière plus méthodique dans la prochaine édition de ce Livre de cuisine.

REMERCIEMENTS

SANGONeT a accompli le travail de production de ce manuel dans le cadre d'un contrat de l'UNESCO, par le biais de son bureau de Pretoria. Le manuel a été préparé par Mike Jensen et Anriette Esterhuysen. Beaucoup d'apports majeurs au manuel ont émané des efforts d'autres personnes travaillant dans le même domaine, en particulier l'organisation sud-africaine Universal Service Agency (USA), qui a été chargée d'aider à mettre en place des centaines de télécentres à travers le pays. Elle travaille à l'élaboration d'un manuel de fonctionnement destiné aux télécentres d'Afrique du sud avec un soutien financier de l'organisme hollandais KPN, et élabore une stratégie d'installation avec David Townsend & Associates. Les autres sources importantes sont : *A guide to the Start-up of the African Multipurpose Community Telecentre Pilot Projects*, ouvrage du CRDI, *Center Startup Manual*, ouvrage de CTCNet (Community Technology Centers' Network), organisation basée aux Etats-Unis, et le *Western Australian Toolkit*, document élaboré par le Département de soutien aux télécentres de l'Australie Occidentale du Ministère du commerce et de l'industrie de l'Australie Occidentale.

Un groupe de référence a été constitué afin d'aider les auteurs à élaborer ce manuel. Le groupe, et ses affiliations institutionnelles à l'époque de ce travail comprenaient : Peter Benjamin (Centre de liaison, Afrique du Sud), Günther Cyranek (UNESCO Addis-Abeba), Birama Diallo (Coordonnateur national, Tombouctou TCP, Mali), Hezekiel Dlamini (UNESCO Nairobi), Polly Gastor (CIUEM, Mozambique), Corbin Michel Guedegbe (SNDP-Bénin), Guy Girardet (UIT), Tina James (consultant), Meddie Mayanja (Commission nationale ougandaise auprès de l'UNESCO), Esme Modisane (Mamelodi Community Centre, Afrique du Sud), Theophilus Mlaki (Tanzania Commission for Science and Technology), Aubrey Mthinjwa (Universal Service Agency), Velpahi Tshali (Directeur de télécentre, Afrique du Sud), John Rose (UNESCO, Paris), Peter Schioler (UNESCO, Pretoria), Mandla Sithole (Universal Service Agency) et Jeannette Vogelaar (UNESCO Harare).

TABLE DES MATIERES

PREFACE	(i)
REMERCIEMENTS.....	(iii)
1. COMMENT UTILISER CE MANUEL	1
2. LES PRINCIPES DE BASE D'UN TELECENTRE	2
2.1 Qu'est-ce qu'un télécenre ?	2
2.2 Les différents types de télécenres	3
2.2.1 Le micro-télécenre.....	3
2.2.2 Le mini-télécenre.....	4
2.2.3 Le télécenre de base.....	4
2.2.4 Le télécenre polyvalent.....	4
2.3 Des exemples de télécenres en Afrique	4
2.3.1 Les boutiques de téléphonie publique au Sénégal	4
2.3.2 Un télécenre communautaire polyvalent en Ouganda	5
2.3.3 Le télécenre de Gaseleka, Afrique du Sud.....	6
3. LE DEBUT : CONCOCTER VOTRE PROPRE TELECENTRE	7
3.1 Mettre en place le groupe responsable du télécenre.....	7
3.2 Relier le télécenre à la communauté	11
3.2.1 Organiser une réunion publique.....	11
3.2.2 Groupes cibles	12
3.3 Elaborer le plan d'activité.....	13
3.3.1 L'audit de la communauté.....	17
3.3.2 Choisir les premiers services que proposera le télécenre	25
3.3.3 Logiciels informatiques	37
3.3.4 Matériel informatique et équipements	42
3.3.5 Trouver le meilleur emplacement pour un télécenre	50
3.3.6 Promouvoir le télécenre.....	56
3.3.7 Assurer le télécenre	58
3.3.8 La budgétisation	60
3.3.9 Finaliser le plan d'activité	62
3.4 La collecte des fonds	72
3.4.1 Développer une banque de données ou une liste de bailleurs de fonds potentiels.....	73
3.4.2 Collecter des informations au sujet de bailleurs de fonds potentiels	73
3.4.3 Préparer et envoyer la demande de financement	74
3.4.4 Le suivi	74

4.	STRATEGIES DE GESTION ET DE LANCEMENT	75
4.1	Recruter un coordinateur (Directeur)	76
4.1.1	Que fait le coordinateur de télécetre ?	76
4.1.2	Le processus de sélection et de recrutement	79
4.2	Les problèmes de gestion au quotidien	80
4.2.1	Activités quotidiennes	80
4.2.2	Le traitement des plaintes	82
4.2.3	Le traitement des défaillances	83
4.2.4	Les revenus	84
4.2.5	Les bilans mensuels	85
4.3	La promotion et le marketing courants	85
4.3.1	Gérer les relations publiques du télécetre	86
4.3.2	Créer des opportunités médiatiques	86
4.4	Etablir des règles.....	87
4.5	Protéger le personnel, les clients et les biens du télécetre	88
4.5.1	Tenir un inventaire.....	88
4.5.2	La gestion des risques.....	89
4.6	La formation du personnel.....	91
4.7	Trouver plus d'informations et de soutiens.....	92
5.	ANNEXES	92
5.1	Questionnaire sur l'utilisateur potentiel	92
5.2	Guide relatif aux questions posées au cours d'entretiens avec des organisations	98
5.2.1	Guide relatif aux questions posées au cours des entretiens avec des organisations.....	100
5.3	Formulaires utiles	101
5.3.1	Tarifs.....	102
5.3.2	Formulaires du bilan quotidien des services et des finances	103
5.3.3	Formulaires du bilan mensuel.....	104
5.3.4	Formulaire d'enregistrement des plaintes	105
5.3.5	Formulaire d'enregistrement des défaillances.....	105
5.3.6	Formulaire de commande de matériel	106
5.3.7	Formulaire d'ouverture d'un télécetre	106

5.4	Modèle de plan d'activité et de première année de budget.....	106
5.5	Résumé des équipements d'un télécentre polyvalent.....	117
5.6	Sources d'approvisionnement.....	119
5.7	Les appels téléphoniques via Internet.....	119

1. COMMENT UTILISER CE MANUEL

Lire la table des matières pour trouver les sections que vous recherchez et feuillotez le manuel pour trouver d'autres données utiles. Vous pourriez rencontrer des termes qui vous sont inconnus. Dans ce cas, reportez-vous au glossaire des termes situé à la fin du livre pour trouver l'explication. Vous trouverez également une liste du matériel, des fournisseurs et des ressources, auxquels il est fait référence dans le corps du manuel.

Le manuel peut être utilisé comme un guide à l'attention du personnel et des utilisateurs d'un télécentre. (Les droits de reproduction sont accordés pour un usage non commercial dans le cadre de la licence des Sources ouvertes).

Le manuel concerne tout particulièrement les communautés intéressées par le lancement d'un télécentre. Il contient également des informations utiles aux personnes qui administrent déjà des télécentres. Bien qu'il existe de nombreux types de télécentres, les recettes du succès sont valables pour tous.

Si vous avez besoin d'informations au sujet du financement allez directement à la section relative à *la collecte de fonds*. Si vous avez besoin d'élaborer un plan d'activité, allez à la section *Elaborer un plan d'activité*. Si vous souhaitez étendre vos services, la section relative aux *Services des télécentres* peut vous fournir quelques tuyaux utiles.

Que pensez-vous du manuel ?

L'UNESCO veut savoir ce que vous trouvez utile ou pas dans le manuel. Qu'est-ce qui manque ? Qu'est-ce qui devrait-être laissé de côté ? Les éditions futures du manuel tiendront compte de vos suggestions. Les informations au sujet de votre propre expérience des télécentres peuvent apporter des conseils utiles aux futurs administrateurs. Envoyez-nous vos idées, vos commentaires et vos suggestions par courrier électronique à l'UNESCO à cookbook@un.org.za

2. LES PRINCIPES DE BASE D'UN TELECENTRE

2.1 Qu'est-ce qu'un télécentre ?

Il existe différentes sortes de télécentres.

Il existe beaucoup de types de télécentres. Les télécentres peuvent être des organismes ou des entreprises individuels indépendants, faire partie d'une franchise, ou d'un projet d'une institution nationale. Tous les télécentres ont pour but de stimuler et de satisfaire la demande de services d'information et de communication, cependant chaque télécentre est susceptible d'avoir ses propres caractéristiques en adéquation avec les besoins de la communauté. Bien sûr, tous les télécentres pensent qu'ils comptent pour la communauté qu'ils servent. Un indicateur important du succès de tout télécentre est le degré auquel il fait partie intégrante de la communauté qu'il sert. Les télécentres démarrent souvent modestement puis étendent leurs services en réponse à la demande.

Les gens ont besoin d'accéder aux téléphones, aux fax, aux photocopieuses, aux services de la messagerie électronique et d'Internet pour s'affirmer personnellement et professionnellement, ainsi que pour développer leur communauté. S'ils ont un sentiment de propriété à l'égard du télécentre et qu'eux-mêmes ou leurs représentants sont impliqués dans l'installation et le fonctionnement d'un télécentre prospère, leur confiance en eux-mêmes sera stimulée, la négativité quant au changement sera chassée et beaucoup d'autres bénéfiques propices au développement dans la communauté en résulteront.

Bien que ce manuel évoque toute une gamme possible de modèles de télécentres, l'accent est principalement mis sur **Télécentres communautaires polyvalents (TCP)**, possédés par les communautés elles-mêmes, du fait de leur capacité à répondre aux besoins des populations en Afrique d'une manière qui responsabilise beaucoup les communautés qu'ils servent. Les TCP sont généralement considérés comme des structures pouvant encourager et soutenir les communautés dans la gestion de leur propre développement à travers l'accès aux équipements, aux ressources, à la formation et aux services appropriés. Les autres noms des télécentres communautaires polyvalents sont : "Centres de télé-services communautaires" ; "Centres d'information et de communication communautaires polyvalents" ; et "Médiathèques communautaires".

Les télécentres peuvent être utilisés pour fournir l'accès à l'éducation à distance, aux offres d'emploi, à la formation et aux entreprises commerciales. Les télécentres permettent aux chefs d'entreprise et aux hommes d'affaires de programmer et de préparer leurs dispositions et de communiquer avec les partenaires et les clients potentiels à distance. Grâce à l'Internet les étudiants et les éducateurs peuvent s'inscrire dans des institutions éducatives situées n'importe où dans le monde ; avoir accès à des documents d'archives ou recevoir des instructions en ligne de services nationaux centralisés. Les télécentres peuvent également toucher les étudiants bénéficiant d'un enseignement à distance en leur fournissant des logiciels éducatifs sur place et en les mettant à jour à mesure que de nouveaux logiciels éducatifs sont créés. Des services spécialisés peuvent être offerts aux employés des services médicaux, pour leur permettre d'utiliser les programmes de télé-diagnostic, de commander des fournitures, de faire circuler des informations publiques sur la santé, et d'avoir les conseils de spécialistes pour les problèmes de santé complexes.

"Polyvalent" signifie qu'un télécentre peut fournir divers services à différents groupes d'utilisateurs à l'intérieur d'une communauté : par exemple, des services relatifs à l'éducation

et à la formation ; à l'information ; à la santé ; à la culture ; à l'économie ; aux prestations sociales ; aux problèmes sociaux ; à la sécurité et à beaucoup d'autres domaines. Les télécentres peuvent fonctionner comme des entreprises. Bien qu'ils démarrent grâce à un financement ou une subvention, et reposent dans une large mesure sur le soutien de bénévoles, l'objectif est toujours de produire un rendement suffisant à travers la fourniture de services pour devenir autonomes. Pour atteindre cet objectif les Télécentres communautaires polyvalents doivent être bien gérés et doivent fournir des services pour lesquels il existe une demande. Même les TCP ayant un statut juridique "à but non lucratif" doivent être viables financièrement pour fonctionner.

2.2 Les différents types de télécentres

Les télécentres ont pour vocation d'offrir un ou plusieurs de ces services :

- l'accès aux téléphones et aux fax,
- l'accès au courrier électronique,
- l'accès à l'Internet,
- les autres services d'information,
- les autres services d'aide au développement visant à satisfaire les besoins élémentaires,
- l'enseignement des compétences de "l'ère de l'information".

Le type de télécentre le plus simple peut être un téléphone cellulaire par le biais du propriétaire du télécentre vendant des temps de communication aux habitants des petites communautés où il y a peu voire pas de téléphones. Ce procédé a bien fonctionné dans des pays tels que le Bangladesh, où la Grameen Bank prête de l'argent aux femmes des campagnes pour qu'elles achètent des téléphones portables depuis 1997.

Les cabines téléphoniques ou les structures externes fournissant l'accès au téléphone et à l'Internet se vulgarisent également de plus en plus. Certains téléphones tels que le iPhone en Afrique du Sud sont désormais équipés d'un modem et d'un écran sensitif intégré, d'un clavier et d'une fonction d'impression. De telles structures peuvent être installées dans des lieux tels que les commerces généralistes ou les pensions de famille pour vendre l'accès aux services du télécentre.

L'autre possibilité est un télécentre qui démarre en proposant un seul publiphone puis, en fonction de la demande, s'étend et se procure un fax, une photocopieuse et un ordinateur afin de pouvoir proposer l'accès à Internet et à d'autres services.

La taille et la portée de tout télécentre dépendent de l'équipement dont il dispose. Il existe quatre tailles de télécentres : les télécentres micro, mini, de base, et polyvalents.

2.2.1 Le micro-télécentre

Les micro-télécentres sont généralement situés dans une boutique ou dans un autre commerce. Ils proposent des téléphones payants avec un navigateur Internet intégré et parfois un lecteur de carte à mémoire et une imprimante de reçus. Certaines de ces structures sont des cabines téléphoniques extérieures. Beaucoup sont utilisées en Afrique du Sud et en Australie, et se popularisent de plus en plus dans les lieux publics du monde entier.

2.2.2 Le mini-télécentre

Un mini-télécentre proposera généralement une seule ligne téléphonique (parfois un téléphone cellulaire GSM) avec une fonction trois-en-un scanner/imprimante/photocopieuse, un fax et un PC doté d'une imprimante, d'un accès à Internet et d'un compteur d'appels.

2.2.3 Le télécentre de base

Un télécentre de base propose plusieurs lignes téléphoniques, un système de gestion des appels, un fax, une photocopieuse, plusieurs PC dotés d'une imprimante, de l'accès à Internet et parfois d'un scanner.

2.2.4 Le télécentre polyvalent

Un télécentre polyvalent disposera de nombreuses lignes téléphoniques, de PC multimédia dotés de l'accès à Internet, d'une imprimante noir et blanc et couleur de grande qualité, d'un scanner, d'une caméra numérique, d'un caméscope, d'une télévision, d'un rétroprojecteur, d'une photocopieuse, d'un appareil à plastifier, de salles de réunion, et d'une salle de télédiagnostic et de vidéoconférence.

Les modèles institutionnels de télécentres

Il existe différents types de télécentres. Ils peuvent fonctionner comme des entreprises individuelles, comme une partie d'une franchise ou d'une société à plusieurs branches. Ils peuvent être possédés ou administrés par **des ministères, des écoles, des organisations communautaires et des ONG**. Les télécentres se trouvent dans **des coopératives, des bibliothèques, des foyers municipaux, des églises, et des associations d'agriculteurs**, ou peuvent même être gérés par une **station de radio** communautaire.

Démarrer petit et s'étendre à mesure que la demande augmente

L'expérience montre qu'une approche *progressive* de l'expansion du télécentre offre les meilleures chances de réussite. Le télécentre démarre avec des services de base et les complète à mesure que la demande augmente. Bien qu'il soit techniquement possible de mettre en place un petit télécentre dans la majorité des villages ruraux d'Afrique, il n'est pas toujours économiquement possible d'augmenter l'offre de services. Le télécentre doit s'adapter pour répondre aux besoins de la communauté locale.

2.3 Des exemples de télécentres en Afrique

2.3.1 Les boutiques de téléphonie publique au Sénégal

Au Sénégal, l'opérateur de télécommunications public ne fournit pas de téléphones publics, mais il y a plus de 8000 boutiques de téléphonie publique, appelées télécentres. Elles fonctionnent sous licence de l'opérateur de télécommunications public (Sonatel), et sont dirigées par des chefs d'entreprise locaux. Bien que les schémas directeurs aient été conçus principalement à l'attention des télécentres communautaires, certains éléments techniques seront utiles à tout télécentre. Beaucoup ont ajouté les services de fax et de traitement de texte, et plus de soixante-dix ont ajouté l'accès à Internet. Aucun financement n'est apporté, mais pour encourager leur création, Sonatel accorde 40% de réduction des tarifs et fournit des conseils aux télécentres souhaitant ajouter d'autres services tels que le fax et l'accès à Internet.

2.3.2 Un télécentre communautaire polyvalent en Ouganda

Le télécentre communautaire polyvalent Nabweru s'est ouvert en mai 1999. Il est situé à environ cinq kilomètres de Kampala. Le financement du télécentre provient du Centre de recherches pour le développement international (CRDI) et de la communauté. Le télécentre est actuellement "possédé" par la Commission nationale ougandaise pour la science et la technologie (UNCST).

L'objectif global du Projet du télécentre Nabweru est de développer, de tester et de promouvoir l'information à vocation communautaire et les applications des technologies de communication au profit du développement des communautés rurales. Le télécentre est situé à une extrémité d'un bâtiment relativement récent. Il a cinq pièces, parmi lesquelles la plus large est la salle d'informatique.

Le télécentre Nabweru dispose des équipements suivants :

- Un téléviseur
- Un magnétoscope
- Cinq ordinateurs, tous dotés de l'accès à Internet
- Une imprimante
- Un téléphone
- Un fax
- Une photocopieuse
- Une alimentation électrique sans interruption pour les ordinateurs en cas de brèves coupures d'électricité (d'environ une demi-heure)
- Un générateur pour les coupures d'électricité plus longues.

Parce qu'il n'y a qu'une ligne téléphonique (qui doit être partagée entre le téléphone, le fax et les ordinateurs) il y a souvent encombrement, ce qui rend difficiles les appels téléphoniques, les envois de fax et la connexion à Internet. De plus, l'alimentation électrique dans la région est peu fiable et de faible voltage.

Le télécentre communautaire polyvalent Nabweru propose les services suivants :

- Formation et application informatiques, y compris accès à Internet
- Appels téléphoniques : locaux, nationaux et internationaux
- Envoi et réception de fax
- Photocopie
- Spectacles vidéo : éducation et divertissement (principalement en anglais).

Le service téléphonique et le service de photocopie sont les plus populaires. Les ordinateurs sont principalement utilisés par des jeunes qui naviguent sur Internet à la recherche de bourses. Dix utilisateurs fréquents de la messagerie électronique utilisent les ordinateurs de manière quotidienne. La formation en informatique a également du succès au sein de la communauté.

Il y a aujourd'hui trois télécentres communautaires polyvalents en Ouganda. Deux mis en place par le CRDI et un, le TCP de Nakaseke, mis en place par l'UNESCO, le CRDI, l'UIT et d'autres organismes.

2.3.3 Le télécentre de Gaseleka, Afrique du Sud

Le télécentre est situé dans la partie nord-orientale de l'Afrique du Sud à environ 40 kilomètres de la frontière du Botswana. La région est rurale, aride et distante de 80 kilomètres de la ville la plus proche. Toutes les routes de la région sont de gravier ou de terre. Le télécentre de Gaseleka a été mis en place par l'organisation sud-africaine Universal Service Agency en 1998.

Il y a : 6 lignes téléphoniques ; 4 utilisées pour les téléphones, une ligne pour le fax et une pour l'Internet. Quatre PC Pentium et quatre PC 386. Tous les PC sont connectés à une imprimante couleur via un réseau local (LAN) de poste à poste. Les autres équipements sont : 1 modem téléphonique, 1 photocopieuse et un scanner couleur.

La plupart des utilisateurs du télécentre effectuent des appels téléphoniques, comme c'est le seul téléphone payant utilisable de la région, les autres services appréciés sont le fax et la photocopieuse. Les écoles locales sont de grandes utilisatrices de la photocopieuse pour les devoirs et les rapports. Elles utilisent également des ordinateurs pour saisir les programmes scolaires, les rapports et les emplois du temps.

Les cours de formation à l'informatique ont été un succès majeur pour le télécentre. Le cours de "pratique élémentaire de l'informatique", qui est certifié par un lycée technique local comprend : une initiation aux ordinateurs, à la saisie, à la gestion des fichiers, au fonctionnement du système, au traitement de texte (Microsoft Word) et aux tableurs (Microsoft Excel). Le cours est d'une durée de 150 heures étalées sur 15 semaines.

Le télécentre a conclu un accord avec le Ministère de l'intérieur qui est responsable de la délivrance des cartes d'identités, des certificats de naissance et de décès, des passeports etc. en Afrique du Sud. Deux fonctionnaires du Ministère de l'intérieur rendent visite au centre chaque vendredi matin pour offrir leurs services à une trentaine de personnes. Le télécentre a investi dans un appareil photo à développement instantané pour faire des photos d'identité, et réalise désormais environ 100\$ de bénéfices grâce à la prise des photos nécessaires aux formulaires administratifs. Ce qui motive la présence d'un bureau du Ministère de l'intérieur c'est la volonté de fournir un service utile à la communauté, et d'augmenter la fréquentation du centre.

Le télécentre aide également les utilisateurs à suivre les cours de l'UNISA (University of South Africa) et de Technikon SA, les deux principales institutions d'enseignement à distance d'Afrique du Sud. Par le biais du télécentre 34 personnes suivent désormais les cours d'enseignement à distance. Le télécentre est en négociation avec l'UNISA pour devenir un "centre d'apprentissage", ce qui signifierait que le télécentre recevrait certains des livres de cours pour une bibliothèque de formation, et percevrait un pourcentage des frais de scolarité.

Il n'y avait pas de bureau de poste dans la région, et le télécentre est par conséquent devenu un "pôle de services postaux" en incluant la plupart des services postaux parmi la liste de ses services.

A l'avenir, le télécentre envisage de développer davantage de services d'information. La communauté a exprimé le désir de lancer un journal local ainsi qu'une station de radio communautaire comme aucun de ces services n'existe dans la région.

3. LE DEBUT : CONCOCTER VOTRE PROPRE TELECENTRE

Afin de garantir la viabilité du télécentre, vous devez vous assurer qu'il démarre correctement. Parce que c'est une tâche complexe que de mettre en place un télécentre, ce qui suit explique les mesures essentielles à prendre afin que le télécentre soit pleinement utile à la communauté.

- D'abord, constituer un noyau de personnes qui seront responsables de l'orientation du développement continu du télécentre.
- Ensuite, une réunion publique doit être organisée pour évaluer les besoins d'information et de communication de la communauté. Elle aidera à définir le type de télécentre et de services qui seront mis en place.
- Puis des locaux doivent être trouvés et un plan d'activité doit être conçu.
- Une fois que cela a été fait, les fonds devront être réunis.
- Enfin, lorsque le programme aura été finalisé, la cuisine pourra commencer !

Les exigences minimales pour mettre en place un télécentre sont :

- des clients/utilisateurs,
- un financement initial,
- un plan d'activité,
- des locaux appropriés,
- des raccordements à l'électricité et au téléphone,
- une capacité à satisfaire aux exigences légales,
- des outils (matériel informatique et logiciels) et des meubles,
- un coordinateur/directeur et un comité d'organisation (ou un conseil d'administration).

3.1 Mettre en place le groupe responsable du télécentre

La première étape de la mise en place d'un télécentre est la nomination d'un comité d'organisation permanent. Il sera responsable de l'orientation de tout le processus de démarrage du télécentre puis, à long terme, de la garantie d'un succès et d'un développement continu. En fonction des impératifs légaux locaux, le comité d'organisation pourra faire office de conseil d'administration ou jouer un rôle consultatif. Un comité d'organisation se composera normalement de membres de la communauté qui sont vivement intéressés par le lancement d'un télécentre. Les membres supplémentaires d'un comité d'organisation pourront être nommés au cours d'une réunion publique à laquelle les membres de la communauté seront invités. Vous trouverez davantage d'informations sur la manière d'organiser une réunion publique plus loin.

L'une des premières tâches d'un comité d'organisation est d'identifier les besoins d'information et de communication de la communauté et de nommer un **comité de gestion**, qui sera davantage impliqué dans le lancement et l'administration au quotidien du télécentre.

Quelle-est la différence entre un comité d'organisation et un comité de gestion ?

Le comité d'organisation nomme un comité de gestion pour le télécentre. Le comité de gestion est normalement un groupe plus petit comprenant certains membres du comité d'organisation, certains membres du personnel du télécentre, et d'autres ayant des compétences spécifiques.

Le comité de gestion est responsable devant le comité d'organisation et nomme généralement une seule personne en tant qu'organisateur responsable du télécentre. Il n'est généralement pas possible à un organisateur de télécentre d'avoir toutes les compétences et toute l'expérience

nécessaires pour mettre en place un télécentre tout seul. Par conséquent un bon organisateur doit être capable de choisir et de recruter les personnes qui ont les compétences nécessaires pour planifier, mettre en place et orienter le fonctionnement du télécentre.

Un comité d'organisation devrait être :

- **représentatif** de la communauté,
- **engagé** au profit de la communauté et du télécentre,
- **actif** : les membres du comité d'organisation qui se contentent d'assister aux réunions et ne font rien d'autre ne sont d'aucune utilité pour le télécentre !

Le comité d'organisation devrait être composé d'au moins :

- l'organisateur du télécentre,
- les représentants du groupe ciblé (ou de la communauté au sens large),
- les représentants du secteur économique local,
- les représentants de la communauté éducative,
- un ou plusieurs autres professionnels, de préférence les personnes ayant des compétences techniques, une expérience des finances et du marketing, et une compétence juridique.

Combien de personnes devraient faire partie du comité d'organisation ?

Il peut être difficile d'organiser des réunions et de prendre des décisions s'il y a trop de personnes dans le comité d'organisation. Toutefois, il est important d'avoir des personnes de compétences diverses afin que les besoins de la communauté soient clairement identifiés. Cela aidera à prendre des décisions quant aux services à fournir au début.

Quel type de personnes feront partie du comité d'organisation d'un télécentre ?

Les membres d'un comité d'organisation pourront aider le télécentre de diverses manières s'il y a entre eux une combinaison adéquate de compétences :

1. L'organisateur

L'organisateur est souvent la personne qui a eu l'idée de mettre en place un télécentre, mais il ou elle peut également être quelqu'un d'autre nommé par le comité d'organisation ou par le comité de gestion. L'organisateur peut venir de n'importe quel secteur de la communauté. Il ou elle peut devenir le directeur ou l'administrateur du télécentre.

2. Les représentants de la communauté

Vous ne devez jamais oublier qu'un télécentre doit servir les habitants de la communauté immédiate ou environnante, par conséquent les voix de la communauté doivent être entendues dans le comité d'organisation dès le début. Cela est très important, non seulement pour déterminer les services les plus adéquats, mais aussi pour générer un sentiment de propriété à l'égard du télécentre dès le début. Les représentants de la communauté peuvent venir d'organismes de l'administration scolaire, d'ONG ou d'organisations communautaires locales, d'institutions religieuses, d'organismes au service de la communauté ou de comités de rue. Ces représentants peuvent être élus au comité d'organisation à l'occasion d'une réunion communautaire (voir ci-dessous).

3. *Les représentants du monde des affaires*

Les représentants de la communauté des chefs d'entreprises locaux peuvent apporter des compétences et des capacités spécifiques, et aussi parfois le soutien d'autres entreprises. Par exemple, un industriel local peut offrir sa connaissance du matériel et des logiciels informatiques. Un représentant d'un cabinet de recrutement peut aider à recruter du personnel et à concevoir des programmes de formation professionnelle. Un représentant d'une agence de placement peut aider à planifier un programme de formation professionnelle et de placement.

4. *Les professionnels*

Un télécentre a besoin de conseils et de services professionnels à différents stades de son développement. Pour cela vous aurez besoin de :

- **Un technicien** capable de résoudre les problèmes techniques, en particulier ceux des ordinateurs, et capable de contribuer à la maintenance et la mise à jour.
- **Un comptable** sera nécessaire pour mettre en place un système de comptabilité pour le télécentre. Vous avez besoin de bilans comptables précis pour s'assurer que le télécentre ne dépasse pas son budget et planifie correctement pour couvrir les dépenses prévues et imprévues. Seul un bilan comptable complet permettra de fixer les prix des services pour garantir leur viabilité. Le suivi et le relevé des recettes et des dépenses seront exigés par toute agence fournissant une subvention au télécentre.
- **Un avocat** sera nécessaire pour installer le télécentre en accord avec les lois du pays ; pour fournir des conseils au sujet des termes et des conditions des contrats et des sous-contrats signés avec des partenaires ; pour revoir un contrat de bail d'un télécentre ; et pour fournir des conseils au sujet des contrats d'assurances.
- **Un professionnel du marketing ou des relations publiques**, bien que rare dans les régions rurales, serait d'un grand secours pour aider à élaborer un programme de sensibilisation commerciale ou communautaire et pour la planification à long terme du télécentre. Il ou elle sera également capable d'aider à rédiger des articles de presse, des propositions et des articles pour des magazines et de fournir des conseils quant à la façon d'approcher les personnalités de la radio et de la télévision.

5. *Des représentants du monde éducatif*

Les représentants du monde éducatif sont importants, dans la mesure où ce secteur est souvent l'un des plus gros clients potentiels des services du télécentre. Les représentants peuvent venir des écoles locales et de leurs associations de parents d'élèves ou d'organismes institutionnels ; d'universités ; de bibliothèques, de musées ; ou de programmes de formation continue. Les membres des comités d'organisation issus du monde éducatif apporteront une compréhension de son fonctionnement et de la nature des possibilités. Ils pourront aussi repérer des formateurs volontaires pour travailler pour le télécentre.

6. Les autres membres du comité d'organisation

Après quelques mois, le comité d'organisation pourra décider que d'autres compétences sont nécessaires. Il pourra s'agir de la capacité à recueillir des fonds ou de la connaissance du matériel et des meilleurs fournisseurs de matériel. Vous pourriez aussi avoir besoin de personnes possédant les compétences utiles à la rénovation ou à l'adaptation des locaux du télécentre.

Que fait le comité d'organisation ?

Les tâches du comité d'organisation sont de :

- définir les orientations, les lignes directrices et les stratégies du télécentre.
- aider à obtenir et à garantir les fonds de démarrage et de fonctionnement pour le télécentre.
- rechercher de nouvelles orientations pour le télécentre, dans les domaines où cela est possible.
- élaborer des politiques et des méthodes relatives à l'adhésion, à l'utilisation, au recueil des données, à la gestion financière et aux autres opérations.
- respecter les exigences légales.
- fournir des conseils spécialisés.
- nommer le comité de gestion.

Que fait le comité de gestion ?

Le comité de gestion est principalement responsable de :

- la gestion du télécentre en accord avec les objectifs affirmés.
- l'apport d'un soutien continu au télécentre lorsque nécessaire.

Les télécentres qui ont le plus de réussite sont ceux dans lesquels il existe un bon partenariat de travail entre le comité de gestion et le coordinateur. Ils travaillent en équipe. Le comité de gestion est responsable des changements de fonctionnement courants du télécentre. Le coordinateur est responsable de son fonctionnement au quotidien.

Les responsabilités du comité de gestion :

1. Il a une responsabilité juridique devant le télécentre.

Il doit développer une compréhension de la structure des secteurs des télécommunications et de l'Internet dans le pays ; élaborer la constitution du télécentre et garantir son respect ; assumer la responsabilité de tout accord avec les bailleurs de fonds et garantir que le télécentre respecte les lois locales et nationales.

2. Il a une responsabilité en tant qu'employeur.

Cela inclut la signature de contrats avec le coordinateur et d'autres membres du personnel ; la garantie des déductions fiscales ; la négociation d'accords avec la caisse d'assurance maladie et les caisses de retraite ; la garantie de conditions de travail sécurisantes ; la garantie d'un traitement juste du personnel et en accord avec la législation régissant l'égalité des chances en termes d'emploi, les procédures de licenciement inéquitables, etc.

Le coordinateur d'un télécentre aura plus de temps pour planifier et entreprendre de nouvelles initiatives si les membres du comité de gestion assument aussi la responsabilité de certaines fonctions d'administration et d'organisation du télécentre. Organiser des réunions, préparer des rapports et veiller à la maintenance du matériel peut prendre beaucoup de temps. Si possible, les membres du comité de gestion devraient se porter volontaires pour effectuer certaines de ces tâches.

3. Il est responsable devant la communauté en tant que prestataire de services

Il doit fournir au public des conditions d'accès au télécentre qui soient sûres ; maintenir l'assurance du bâtiment et des équipements du télécentre ; et contracter d'autres assurances lorsque nécessaire.

4. Il a une responsabilité devant la communauté

Il doit garantir l'existence de méthodes de comptabilité adéquates, le respect des budgets annuels et la préparation d'un audit annuel. Il doit également veiller à ce qu'un tableau des flux de liquidités soit tenu et que des bilans financiers mensuels, trimestriels et annuels soient préparés.

5. Il a la responsabilité de veiller à l'évaluation et au contrôle courants du télécentre

Afin de s'assurer que le télécentre continue à être viable et à satisfaire et à anticiper les besoins de la communauté, il doit y avoir un processus continu de contrôle et d'évaluation. Les organismes apportant des subventions ou des dons réclameront cela.

3.2 Relier le télécentre à la communauté

La prochaine étape de la constitution d'un télécentre est le développement de ses liens avec la communauté locale : cela signifie faire la communauté prendre conscience de l'existence du télécentre et obtenir le soutien de la communauté afin qu'elle puisse définir quel type de télécentre est nécessaire.

3.2.1 Organiser une réunion publique

La démarche initiale la plus importante est l'organisation d'une réunion publique des membres de la communauté afin de déterminer la nature du télécentre et de s'assurer que tous soutiennent le projet. Assurez-vous d'avoir lu la section 3.3.6 Promouvoir le télécentre, page 160, avant d'organiser une réunion publique.

Chaque communauté est différente et dans certains cas les télécentres peuvent écarter les régions rurales par conséquent il n'est pas toujours possible d'inviter la communauté tout entière à une réunion. Le comité d'organisation pourrait d'abord décider d'inviter des représentants du secteur éducatif ou du secteur agricole, ou d'un autre secteur important de la communauté à une réunion. Cependant, partout où cela est possible il serait judicieux d'organiser une réunion publique et d'inviter le maximum possible de secteurs différents de la communauté.

A cette réunion les membres du comité d'organisation expliqueront ce qu'est un télécentre, quels types d'équipements et de services peuvent être offerts et quels sont les bénéfices potentiels pour la communauté. De même que les bénéfices évidents du téléphone, du fax et de la messagerie électronique, les avantages suivants devraient être soulignés :

- la création possible d'emplois locaux et "à distance" ;
- l'élargissement des opportunités d'éducation et de formation ;
- une compétitivité accrue des entreprises locales par rapport aux entreprises urbaines ;
- la possibilité de communiquer avec des régions éloignées et des amis ou parents se trouvant à l'étranger ;
- un élargissement des opportunités sociales ;
- la possibilité pour le télécentre de fournir l'accès à des services d'informations en ligne pour la météo, les prix du marché, les informations, la banque, les conseils de santé, les conseils en affaires, l'information publicitaire, l'organisation des voyages, etc.

Les membres de la communauté pourront poser beaucoup de questions à cette réunion. Voici une liste de questions et de réponses possibles :

Questions et réponses possibles

Question : QUEL EQUIPEMENT EST UTILISE ?

Réponse : Des téléphones, des ordinateurs, des imprimantes, des modems et des fax seront utilisés. Le matériel vidéo et audio est utilisé pour faire circuler de la voix, des images et du texte par voie électronique. Le nombre effectif de machines varie d'un télécentre à un autre.

Question : COMBIEN COUTERA-T-IL ?

Réponse : Le coût d'installation d'un télécentre dépendra des services fournis et des possibilités d'obtention d'un soutien financier. Le coût d'utilisation des services du télécentre sera aussi abordable que possible pour garantir qu'un maximum de personnes puisse y avoir recours.

Question : LES TELECENTRES FONCTIONNENT-ILS VRAIMENT?

Réponse : Là où il y a un soutien et un engagement de la communauté, la plupart des télécentres sont des réussites. Le télécentre sera dirigé par le comité d'organisation et un coordinateur sera nommé afin qu'il aide la communauté à utiliser le matériel.

3.2.2 Groupes cibles

En plus d'informer la communauté de l'existence du projet de télécentre, la réunion publique vous aidera à déterminer quel type de télécentre et de services sont nécessaires à la communauté. Vous pouvez faire cela en déterminant des **groupes ciblés** potentiels dans le domaine et en instaurant des services correspondants à leurs besoins. Les groupes ciblés d'un télécentre sont généralement les suivants :

- des individus (des membres de la communauté locale, des touristes et des professionnels de passage tels que les camionneurs et les ingénieurs)
- de petites entreprises
- des écoles
- des jeunes
- des handicapés
- des agriculteurs
- des associations de femmes
- des églises
- des cliniques, des hôpitaux et des personnels de santé

- la police
- les ONG ou les organisations opérant dans le cadre communautaire
- les syndicats
- les organisations civiques
- les partis politiques
- les ministères
- Les clubs sportifs

Le télécentre peut se concentrer d'abord sur quelques secteurs prioritaires puis élargir son champ d'action au fur et à mesure de son développement. Un bon coordinateur (ou directeur) de télécentre sera toujours sensible aux impulsions de la communauté et recherchera de nouveaux groupes ciblés ou des activités nouvelles qui nécessitent des services du télécentre.

Les ONG et les projets de développement ont souvent besoin des services de communication et d'information. Par exemple, la Coalition des femmes africaines contre la guerre, qui a débuté au Sénégal, a désormais des représentants dans des pays de l'Afrique tout entière. Comment ces femmes vont-elles communiquer entre elles ? La Campagne sud-africaine en faveur de l'interdiction des mines anti-personnel a joué un rôle majeur dans la Campagne internationale en faveur de l'interdiction des mines anti-personnel. Cette campagne a été si réussie que les gouvernements du monde entier ont changé leurs politiques afin de garantir l'élimination des mines anti-personnel et l'arrêt de la production de mines anti-personnelles. Pourquoi cette campagne a-t-elle été si réussie ? Parce que toute la campagne a été menée par courrier électronique. Les habitants de toute l'Afrique et du monde entier ont échangé des idées et ont organisé de manière collective une réponse internationale importante.

3.3 Elaborer le plan d'activité

Une fois que la réunion publique aura eu lieu et que le soutien général au projet aura été obtenu, vous aurez besoin de définir une liste d'objectifs et de développer la totalité du processus et de la stratégie d'instauration du service. Cela se fait généralement à travers la conception d'un plan d'activité qui contiendra toutes les informations nécessaires au lancement du projet. Il décrira en détail les objectifs de l'initiative, sa viabilité à long terme, les exigences de départ et le processus d'instauration du télécentre.

Le plan d'activité du télécentre est vital pour la collecte des fonds et l'obtention des autres types de soutiens nécessaires au démarrage de l'opération. Le plan d'activité est aussi un document vivant qui devrait être révisé chaque année par le comité d'organisation pour aménager de nouveaux développements et de nouvelles idées.

Un plan d'activité a une valeur continue :

- C'est un guide pour l'installation et le fonctionnement du télécentre.
- Il explique aux partenaires et aux bailleurs de fonds pourquoi le télécentre a besoin de leur aide.
- Il est utilisé pour réunir des fonds pour le télécentre.
- Il sert de document de référence au personnel et aux bénévoles.
- Il fixe le budget de fonctionnement courant du télécentre.

Un plan d'activité décrit tout ce qui concerne le télécentre. C'est une déclaration détaillée des objectifs du télécentre et des stratégies visant à atteindre ces objectifs, et qui explique comment les progrès seront évalués de manière continue.

Lorsque vous réfléchirez à ce qui sera inclus dans le plan d'activité, consacrez du temps à imaginer toutes les questions qu'un bailleur de fonds potentiel du télécentre pourrait poser. Un bailleur de fonds voudra savoir s'il fait un bon investissement. Il posera des questions de ce type :

- Quels services le télécentre proposera-t-il ?
- Comment les services seront-ils fournis ?
- Quels seront les groupes d'utilisateurs du télécentre ?
- Comment sera assurée la promotion des services du télécentre ?
- A quoi ressemble le budget du télécentre ?
- Le télécentre peut-il être viable financièrement ?

Certaines personnes ont une très bonne conception du télécentre mais ont du mal à la communiquer aux bailleurs de fonds et aux personnes influentes de la communauté. Vous ne pourrez recueillir un capital de départ que si vous savez exposer votre vision de manière claire et logique. Les bailleurs de fonds, en particulier, sont impressionnés par une proposition cohérente et concise.

Définir les objectifs du télécentre

Tout télécentre est mis en place dans le but principal de fournir aux membres de la communauté un accès aux technologies d'information et de communication. Nous avons vu qu'un télécentre ne peut être viable que s'il affine cet objectif large afin de répondre aux besoins de groupes communautaires spécifiques. Ce processus est l'un des rôles essentiels du comité d'organisation du télécentre.

Dans la section ci-dessous, une attention toute particulière est accordée à la réalisation d'un audit de la communauté et à l'identification de groupes ciblés pour les services du télécentre. Bien sûr, cette information est essentielle pour orienter la formulation des objectifs du télécentre.

Les objectifs d'un télécentre s'élargiront ou évolueront avec le temps. A mesure que le profil des utilisateurs devient plus clair et que les utilisateurs deviennent de plus en plus autonomes et compétents, le comité d'organisation prendra des décisions supplémentaires quant aux groupes les plus adaptés aux services du télécentre et aux horaires de fonctionnement les plus rentables.

Au début, les objectifs seront déterminés par les réponses aux questions telles que :

- Quels sont les besoins de la communauté ?
- Combien de personnes fréquentent approximativement le télécentre ?
- Quel est le groupe ciblé principal ?
- Quels services seront proposés ?
- Quels réseaux ou partenariats avec d'autres organisations existent ou peuvent être constitués ?
- Quelle somme d'argent est disponible pour faire fonctionner le télécentre ?
- Quelle quantité de personnel rémunéré y-aura-t-il ?
- Comment le personnel sera-t-il recruté ?
- Combien de bénévoles seront disponibles ?
- Combien d'heures par jour le télécentre sera-t-il ouvert ?

Il ne sera pas possible de déterminer une liste exacte des objectifs sans connaître les réponses à ces questions. Un ensemble d'objectifs clair est essentiel pour convaincre les utilisateurs, les partenaires potentiels, et surtout, les bailleurs de fonds. Un bon plan d'activité dépend d'un ensemble d'objectifs très clair.

Quelques considérations importantes

Les informations que vous recueillerez à travers **l'audit de la communauté** décrit ci-dessous, vous fourniront des indications quant à la façon de garantir la viabilité du télécentre dans votre communauté. Afin de pouvoir mettre en adéquation le type de centre de télécentre et son fonctionnement avec la communauté de manière plus précise, vous devriez accorder une attention toute particulière aux éléments suivants :

- Les rapports avec les organisations de la région

Les télécentres sont plus susceptibles de prospérer lorsqu'ils sont situés dans des communautés dans lesquelles les organisations leur sont favorables et sont disposées à apporter une contribution. Si une organisation communautaire ou une entreprise locale est prête à offrir des locaux gratuits, des travailleurs bénévoles, ou peut-être même à payer le salaire du coordinateur au cours de la première année de fonctionnement, cela indique que la communauté est disposée à soutenir le télécentre et que les coûts de démarrage nécessaires seront réduits.

- La gamme de services proposés

Votre analyse des informations recueillies par le biais des entretiens et de votre enquête vous donnera une idée plus claire du nombre potentiel d'utilisateurs payant les services (qu'il s'agisse de particuliers ou d'organisations), et des types de services souhaités. Vous devriez aussi avoir une idée du nombre de personnes de la communauté pouvant payer pour utiliser les services, et une idée des services dans lesquels il faut investir. Toutes ces informations doivent être incluses dans le cadre de la stratégie marketing de votre plan d'activité. Si vous êtes sensibles aux besoins exprimés par la communauté, le télécentre est plus susceptible d'être soutenu par la communauté.

Parfois un lien de coopération avec d'autres organisations peut influencer sur la gamme de services proposés, en particulier si les coûts de l'offre de services sont partagés. Un télécentre de la province du nord de l'Afrique du sud, GaSaleka, a instauré des rapports de travail avec le Technikon local comme ses étudiants sont des utilisateurs fréquents du télécentre.

- La distance entre les télécentres

En général, un télécentre est susceptible d'être demandé par une communauté s'il n'y a pas de services semblables à une demi-heure de distance à pied. En Afrique du sud l'organisation Universal Service Agency utilise la demi-heure de distance à pied comme point de référence. Dans d'autres pays le point de référence peut être le nombre de kilomètres séparant des services semblables. La référence souvent utilisée est une distance de 3 à 5 kilomètres. D'autres facteurs devront également être pris en compte tels que le type de services demandé en comparaison avec les services proposés ailleurs, et la densité de la population.

Pour les simples boutiques de téléphonie des zones urbaines, la distance peut être plus courte. Par exemple, dans le centre-ville de Dakar, capitale du Sénégal, les opérateurs de télécentres peuvent obtenir l'autorisation d'ouvrir un télécentre de base à condition qu'il n'existe pas d'opérateur de télécentre dans un rayon de 500 mètres.

- Démarrer par un programme pilote

Le comité d'organisation pourrait décider de tester un programme en commençant par proposer un nombre limité d'heures d'accès public afin de savoir s'il a eu raison d'accorder la priorité à un secteur spécifique. Supposons que les résultats de vos entretiens et de votre enquête indiquent qu'une large proportion des adultes de la communauté recherche des cours d'alphabétisation, ou qu'un grand nombre de jeunes souhaiterait s'inscrire à des cours d'enseignement à distance. Il serait alors peut-être souhaitable de lancer un petit programme pilote afin de mieux comprendre les besoins d'information de ces secteurs de la communauté.

Un programme pilote peut être aussi petit que trois ordinateurs situés dans un centre communautaire local, une salle paroissiale, ou à l'entrée d'une bibliothèque publique ou d'un poste de police local. Il peut être supervisé par des bénévoles. Au bout de six mois environ vous pourrez connaître :

- la demande de services
- quels utilisateurs seraient intéressés par des services supplémentaires
- quelles seraient les horaires de fonctionnement préférés
- quel type de stratégie marketing et de stratégies de sensibilisation sont nécessaires
- le nombre d'organisations locales qui sont susceptibles d'emmener des classes ou des groupes au télécentre, et la taille de ces groupes.

Un programme pilote donnera aussi le temps aux participants de se familiariser avec le matériel et avec l'idée d'avoir un télécentre dans leur communauté.

- Evaluer le niveau des revenus de la communauté

Dans certaines communautés dans lesquelles il y a des niveaux de chômage très élevés et des revenus faibles, un télécentre polyvalent ne peut pas couvrir ses coûts de démarrage et de fonctionnement s'il n'a pas une cible claire et s'il n'est pas en rapport avec une organisation existante qui soit très nécessaire à la communauté et qui reçoive un financement continu d'un bailleur de fonds.

Par exemple, une organisation travaillant avec des victimes du VIH/SIDA peut avoir un rôle essentiel à jouer dans le lancement d'un télécentre et peut de ce fait recevoir un financement continu du gouvernement ou d'une agence de développement internationale. Il pourrait être possible de mettre en place un télécentre en partenariat avec une telle organisation. Un tel télécentre pourrait créer pour lui-même un rôle essentiel de dissémination de l'information au nom du gouvernement et des grandes agences internationales de santé et d'aide sociale. Ses groupes d'utilisateurs ciblés pourraient être des professionnels de la santé, des travailleurs de base du secteur médical, des victimes du VIH/SIDA, des hommes politiques, et peut-être même des orphelins du SIDA.

Il est à prévoir qu'en l'an 2010, il y aura 45 000 orphelins du SIDA en Afrique subsaharienne. Comment ces enfants accéderont-ils à l'information et au soutien ?

Certaines agences internationales pourront souhaiter financer un télécentre visant spécifiquement à donner à ce groupe la possibilité de communiquer avec d'autres groupes semblables ailleurs en Afrique, et d'avoir accès à l'information et aux éléments les aidant à survivre.

Chacune des sections ci-dessous décrit les divers domaines qui devront être explorés afin de produire l'information nécessaire au plan d'activité : les besoins de la communauté, les services à apporter, le logiciel et le matériel d'informatique et de télécommunication, et l'emplacement et les locaux du télécentre.

3.3.1 L'audit de la communauté

La première étape de l'élaboration d'un plan d'activité pour le centre de télécommunications consiste à faire une évaluation plus détaillée du niveau de demande de services de télécommunication et des diverses options afin d'obtenir le matériel et les services nécessaires au démarrage. Cette phase est généralement appelée un **audit de la communauté**.

Un audit de la communauté est nécessaire pour :

- déterminer la taille et les besoins du marché ciblé par le télécentre ;
- susciter une sensibilisation et impliquer le marché ciblé dans le processus d'appropriation par la communauté locale ;
- s'informer des initiatives concurrentes ou liées ;
- déterminer les personnes, les institutions ou les projets essentiels dans la communauté pouvant participer au développement du télécentre ;
- déterminer quels sont les projets de développement et d'éducation existants pouvant bénéficier des services d'information et de communication ;
- trouver s'il existe des investisseurs locaux ou d'autres sources de financement.

ETAPE 1 : Faire une liste de toutes les institutions et de toutes les organisations locales qui sont les plus susceptibles d'être intéressées par le télécentre

Votre comité d'organisation vous aidera à dresser cette liste. La liste devrait être aussi complète que possible. Elle pourrait inclure les éléments suivants :

- Des écoles
Des écoles publiques et privées, des écoles maternelles, des écoles primaires, des crèches, des écoles communautaires.
- Des institutions d'enseignement secondaire
Des lycées techniques, des universités, des institutions d'enseignement à distance, des lycées d'enseignement du commerce et du secrétariat.
- Des bibliothèques et des musées
- Les associations locales de chefs d'entreprises et d'employés
Les groupements d'artisans de la couture ou du tissage ; les Chambres de commerce ; les syndicats ; les associations d'entrepreneurs, les associations de colporteurs.
- Les industriels ou les entreprises

Les industries, les coopératives, les institutions financières telles que les banques et les entreprises du bâtiment et des travaux publics, les agences de voyages, les restaurants, les entreprises de toute sorte.

- Les institutions religieuses et les groupes d'intérêt spécifique en relation avec elles
Les conseils des églises ; les églises de toutes les confessions ; les associations religieuses ; les services de conseil des églises ; les programmes alimentaires, etc.
- Les organisations à vocation communautaire et les ONG
Les clubs de jeunesse ; les organismes de service ; les programmes de micro-crédit, les cliniques ; les abris pour les femmes et les sans-abri ; les programmes d'alphabétisation et de formation des adultes ; les clubs ou associations culturels ; les associations d'artistes ; les structures d'autorité traditionnelles ; les associations de contribuables ; les comités de rue ; les centres de loisirs ; les organisations civiques ; etc.
- La presse et les médias
Les journaux locaux ; les stations de radio communautaires ; les media publics ; les magazines ; les agences de publicité ; les sociétés d'affichage.
- Les structures liées au gouvernement
Les structures gouvernementales locales ; les structures gouvernementales provinciales ou nationales, les commissariats, les bureaux de poste, etc.
- Les organismes médicaux et les organismes impliqués dans les politiques de santé
Les hôpitaux, les cliniques, les médecins, les infirmières.
- Les prestataires de services locaux ou régionaux dans les domaines des télécommunications et de l'Internet

ETAPE 2 : Mener des entretiens

Avec les structures essentielles de la communauté

Il est toujours utile de commencer par fixer des rendez-vous à des personnes représentant les structures essentielles de la communauté. Vous devriez commencer par interroger les représentants des groupements que votre comité d'organisation et vous considérez comme les plus influents de la communauté. La liste variera d'une communauté à une autre, bien qu'il soit généralement important d'inclure des représentants de la liste figurant ci-dessus.

Vous pouvez commencer par avoir des entretiens avec les entreprises, les autorités locales et les organismes d'éducation et de formations principaux et poursuivre les entretiens avec des associations d'agriculteurs, des associations des personnels de santé et d'autres organisations opérant dans le cadre communautaire. Ensuite vous pourrez décider d'interviewer des groupes paroissiaux, des propriétaires de crèches et ou de commerces de rue informels ou des membres de l'association des fossoyeurs locaux. Il est important d'entrer en contact avec autant de personnes de la communauté que possible. Toute personne d'une communauté est un client potentiel et plus les gens seront informés au sujet du télécentre mieux ce sera.

Des appels téléphoniques aux domiciles de membres ordinaires de la communauté

Bien que les appels aux domiciles nécessitent du temps, ils peuvent donner une idée valable du nombre de personnes dans la communauté qui soutiendront le télécentre, ainsi qu'une idée

du nombre de femmes, d'étudiants, de membres des professions libérales, etc. qu'il y a dans la communauté.

Un exemple de la manière de mener un entretien et d'assurer son suivi

1. Vous présenter et si possible mentionner le nom de la personne qui vous a donné l'information pour le contact.
2. Si vous entrez en contact par téléphone, fixez un rendez-vous pour rencontrer la personne, si possible. Si les locaux du télécentre ont été installés ou s'il est dans sa phase pilote, vous pouvez inviter la personne à visiter le télécentre. Si la personne ne peut pas vous rencontrer, vous pourriez lui demander quand il serait possible de lui poser certaines questions à propos du télécentre en projet par téléphone, ou demander à la personne de vous orienter vers une autre personne haut placée dans l'entreprise ou l'organisation.
3. Décrivez très brièvement votre projet de création de télécentre. Le comité d'organisation peut vous aider à préparer votre exposé.
4. Décrivez très brièvement votre raison d'établir le contact (c'est à dire la possibilité d'obtenir de l'espace pour le télécentre ou de partager des programmes ou des avoirs, ou de vérifier l'intérêt que suscite le télécentre et d'avoir une idée des services qui intéresseraient l'organisation.
5. Savoir dans quelle mesure la personne serait disposée à vous aider.
6. Etablir une brève liste des autres ressources que le télécentre souhaiterait obtenir.
7. Demander d'être envoyé vers d'autres personnes et institutions qui pourraient souhaiter apporter leur aide.
8. Remercier la personne contactée pour son temps et pour l'aide qu'elle aura pu suggérer ou promettre.

Le suivi

1. Noter les informations sur une feuille de contact.
2. Rechercher les personnes vers lesquelles vous avez pu être envoyé.
3. Rédiger une courte lettre pour remercier la personne et décrire les démarches que vous avez entreprises suite à la rencontre.
4. S'assurer que le contact reçoive une invitation au lancement du télécentre.

ETAPE 3 : Passer en revue les ressources existantes

Le comité d'organisation du télécentre aura besoin du maximum d'informations possible sur la communauté afin de déterminer la nature des programmes que doit proposer le télécentre. Le succès des services du télécentre dépendra largement de sa capacité à bien compléter les activités existant à l'intérieur de la communauté, et à répondre efficacement aux centres d'intérêt et aux besoins de la communauté qui ne sont pas encore satisfaits.

Vous aurez besoin du type d'information suivant :

- La taille et la densité de la population visée.
- La distance à laquelle se trouvent les téléphones publics les plus proches ou les autres télécentres.
- La nature de la population, c'est-à-dire une répartition par âge, sexe, origine ethnique, milieu éducatif, langue choisie, etc.
- La proportion de personnes ayant un emploi par rapport à celle qui n'en a pas, le revenu moyen, les principaux types d'emploi ou d'activité.

Vous pouvez obtenir des informations de :

- Statistiques officielles des services des autorités locales, des administrations du logement, de la police locale ou d'organismes éducatifs.
- Enquêtes auprès de la communauté menées par des ONG et d'autres agences dans la communauté.
- Les membres du comité d'organisation peuvent, du fait de leurs fonctions dans des organisations locales, accéder aux enquêtes menées par les organismes civiques ou municipaux.
- Les représentants des organismes des autorités locales peuvent avoir une connaissance de certaines données à travers des rapports présentés à leurs bureaux.
- Les principaux chefs de la communauté et les directeurs d'autres organismes au service de la communauté peuvent fournir des informations utiles.
- Divers groupes au sein de la communauté peuvent vous apporter des informations utiles, telles que les associations de retraités, les syndicats, les associations de chômeurs, les administrations scolaires, les propriétaires de crèches locales, les coopératives de femmes, etc.

L'intérêt de ces informations est de connaître précisément le nombre de personnes que compte la communauté, les organisations qui existent dans la communauté, l'espace dont a besoin le télécentre, les services sur lesquels il faut se concentrer et pour quel groupe ciblé, l'endroit où le télécentre devrait se trouver afin qu'il soit facile d'accès pour le groupe ciblé, et le nombre le plus élevé de personnes dans la communauté.

Si, après avoir exploré les méthodes exposées plus haut, le comité d'organisation a encore besoin d'informations supplémentaires, une *enquête formelle auprès de la communauté* utilisant un questionnaire pourrait être nécessaire.

ETAPE 4 : Une enquête formelle auprès de la communauté

Votre enquête devrait être aussi précise que possible quant aux besoins de la communauté tout entière, car le futur télécentre pourrait être mis en péril par une analyse inexacte des centres d'intérêt de la communauté.

L'enquête devrait être aussi complète que possible. Idéalement, elle devrait se constituer de trois phases :

- Phase 1** Interview directe de personnes (analyser les résultats/adapter les questions si nécessaire).
- Phase 2** Questionnaire d'essai (envoyer un échantillon à la population puis l'analyser et l'adapter si nécessaire).

Phase 3 Questionnaire formel (analyser les résultats et les utiliser comme une base pour le plan d'activité, la liste des équipements et le plan marketing).

(Bien que ces trois phases soient recommandées, il se peut qu'elles ne soient ni possibles ni nécessaires pour un certain nombre de raisons.)

Le questionnaire

Remarque :

Il est important de concevoir un questionnaire, même si de nombreuses personnes de votre communauté ne savent ni lire ni écrire. Pourquoi ? Parce qu'un questionnaire contient des questions importantes et que les réponses à ces questions sont déterminantes pour la viabilité à long terme d'un télécentre. Si les gens ne savent ni lire ni écrire, ils peuvent être interviewés et ces mêmes questions peuvent guider ces interviews. Ne sous-estimez pas la valeur des entretiens en face à face. Les livres d'histoire (ou les sites Internet interactifs) peuvent être conçus à partir de ces interviews !

Vous pouvez envoyer un questionnaire écrit aux résidents, aux groupes paroissiaux, aux entreprises industrielles, aux ministères, aux organisations non-gouvernementales (ONG) et aux organisations opérant dans le cadre communautaire. L'avantage de cette approche est qu'elle suscite une sensibilisation de la communauté quant au télécentre.

Dans une communauté où beaucoup de personnes ne savent pas bien lire ni écrire, il est peut-être préférable de s'adresser aux gens face à face. Cependant, quelle que soit votre approche, vos questions devront être bien conçues afin d'obtenir l'information que vous souhaitez.

Si vous choisissez un questionnaire vous devrez élaborer un ensemble de questions standard pour garantir que l'information que vous recevez puisse être facilement évaluée.

<p>Un questionnaire formel devra commencer par une description de l'arrière-plan de l'enquête. Par exemple :</p> <p>La réunion publique initiale pour débattre du concept d'un télécentre. Des informations sur la date de la réunion, l'endroit où elle a eu lieu, les personnes qui y ont assisté et les sujets qui ont été abordés.</p> <p>L'impact qu'un télécentre peut avoir sur la communauté.</p> <p>Les raisons de l'enquête.</p> <p>Des informations sur l'organisation du télécentre. Notamment des détails sur les frais d'inscription et le site du télécentre si celui-ci est déjà connu.</p> <p>La gamme de matériels et de services proposés.</p>	<p>Informations d'arrière-plan</p>
--	---

Inclure des notes sur la manière de répondre au questionnaire

Vous devriez inclure des instructions et des notes générales sur la manière de répondre à certaines questions afin de vous assurer d'obtenir toutes les informations dont vous avez

besoin. Par exemple, vous pourriez inviter l'interviewé à inclure toute sa famille lorsqu'il répond au questionnaire, ou tout le groupe communautaire.

Etablir une liste des services que vous apporterez

A la suite de cette section, veuillez à établir une liste des types de services que vous voulez Proposer et demandez aux interviewés de vous donner une idée des services qui leur seront les plus utiles. Par exemple :

Quelle sera au cours de l'année prochaine votre fréquence d'utilisation des équipements du télécentre? Choisissez votre réponse au moyen d'un X.

	Souvent	occasionnellement	jamais
Téléphone et Fax			
Internet			
Education et formation (général)			
Formation informatique			
Traitement de texte			
Photocopieuse			
Bibliothèque			
Informations météorologiques			
Etc...			

Les questions devront être claires

Assurez-vous que vos questions sont claires et faciles à comprendre. Si les questions sont ambiguës vous ne pourrez pas avoir un résultat clair. Demandez à quelqu'un de la communauté de vérifier vos questions pour vous. Assurez-vous que vous ne posez que des questions que vous avez vraiment besoin de poser. Les gens sont souvent découragés par un questionnaire très long.

Décider comment demander les réponses

Vous aurez peut-être besoin de demander aux interviewés de répondre aux questions de différentes manières :

1. Fournir des informations spécifiques	Quelle sera la fréquence de vos déplacements en ville ?
2. Choisir une réponse	Lequel des services suivants utiliserez-vous ? Veuillez encercler le service en question.
3. Attribuer une valeur	Veuillez leur attribuer un classement sur 5, le classement 5 étant le plus élevé.
4. Déterminez la pertinence	Cela revient à attribuer une valeur, à la différence qu'il est demandé aux interviewés de cocher des cases au lieu de donner des chiffres.

Commencez par des questions simples

Commencez toujours le questionnaire par des questions simples et laissez les questions compliquées pour la fin. Les gens risquent d'être découragés s'ils doivent répondre à des questions difficiles au début du questionnaire.

Informations personnelles

A la fin du questionnaire il sera utile d'inclure une section sur les informations personnelles. Par exemple, homme/femme, classe d'âge, formation, profession, nombre de personnes dans le foyer ? Cela vous aidera à vérifier si vous avez obtenu une réponse d'un bon groupe représentatif de la communauté. Cela vous aidera à promouvoir le télécentre. Par exemple, si beaucoup de femmes veulent savoir comment commercialiser les articles qu'elles cousent, cela vous donnera une idée du type d'informations que vous recherchez.

Invitez les gens à faire des commentaires

Laissez la place à des commentaires, en intégrant des suggestions de services supplémentaires que le télécentre pourrait apporter.

Résumé

Votre questionnaire pourra se constituer de 8 parties :

1. Les raisons de l'enquête.
2. Arrière-plan de la proposition du centre de télécommunications
3. Intitulé de l'enquête
4. Remarques sur la façon de répondre à l'enquête
5. Questions et réponses
6. Section relative aux informations personnelles
7. Possibilité de commentaires personnels
8. Informations quant aux conditions de retour du questionnaire (y compris une date limite et une adresse)

Remarque

Maintenant que vous avez complété votre questionnaire, testez le sur un échantillon représentatif de personnes pour vous assurer que vous obtenez les réponses dont vous avez besoin et que les informations font sens pour les autres et pour vous-même. A ce stade du test, demandez aussi aux personnes les choses suivantes :

- des commentaires généraux de toute nature.
- tout ce qu'il voulaient dire sur le sujet que le questionnaire ne leur a pas permis de dire
- s'il y a des questions qu'ils souhaiteraient voir figurer s'ils ont des suggestions pour améliorer le questionnaire.

A partir de ces réponses, apportez toutes les modifications que vous jugez nécessaires avant d'envoyer le questionnaire final.

Problèmes et suggestions pour l'amélioration des questionnaires

1. Ne soyez pas déçu si tous les questionnaires ne sont pas retournés. Le taux de retour des questionnaires est toujours décevant. Si 60% de vos questionnaires vous sont retournés, ce sera une bonne chose. Une bonne réponse nécessite beaucoup de travail et d'obstination.
2. A la réunion de lancement avertissez tout le monde de l'entreprise d'une enquête sur la communauté. Insistez sur l'importance de l'enquête pour le télécentre.
3. Fixez une date limite pour le retour des questionnaires et faites des rappels fréquents à la population à travers :
 - le journal local
 - les affiches
 - la station de radio locale
4. Envoyez une lettre avec le questionnaire expliquant pourquoi il est important d'avoir une idée des besoins de la communauté.
5. Envoyez une enveloppe affranchie, avec adresse ou une enveloppe prépayée avec le questionnaire.
6. Facilitez le retour du questionnaire par les personnes en instaurant des points de collection. Ceux-ci peuvent être
 - dans une école locale
 - dans une boutique locale
 - à la banque ou à la poste
7. Introduire un concours avec des prix pour les premières personnes qui retourneront le questionnaire. Les prix pourraient inclure une adhésion gratuite d'un mois au télécentre. Ou vous pourriez demander à une organisation ou à une entreprise de la communauté d'offrir un prix en échange de publicité sur le questionnaire.

Analyser les résultats du questionnaire

Lorsque vous aurez complété votre enquête, vous devriez terminer par :

- Une liste des ressources communautaires, y compris des individus, des agences et des organismes de services. Cette liste devrait être mise à jour de temps en temps afin que vous puissiez identifier de nouveaux partenariats, des collaborations possibles et les nouvelles ressources dont vous pourriez avoir besoin.
- Un rapport ou une feuille de calcul sur la démographie de la communauté et un tour d'horizon des besoins exprimés par la communauté. Cet élément devrait également être mis à jour de temps en temps.

Afin de développer le plan d'activité et le plan marketing (décrit ci-dessous), vous aurez besoin de faire une analyse de la base de clients pour les services proposés par le télécentre. Par exemple, vous pourriez analyser vos informations dans un tableau en attribuant une note de 0 à 9 (9 est la note la plus élevée) aux secteurs ayant manifesté le plus d'intérêt pour les différentes catégories de prestation de services.

Votre tableau pourrait ressembler à cela :

	Secteur des affaires	Secteur éducatif	Secteur de la santé	Communauté générale
Services éducatifs	5	9	6	9
Services de Secrétariat	9	2	5	4
Services de photocopie	9	9	5	9
Services de répondeur téléphonique	8	3	9	6
Fax	8	7	8	7
Initiation à l'informatique	8	8	8	9
Programmes de divertissement, etc.	1	4	2	9

Les chiffres les plus élevés vous indiqueront quel est le besoin et le centre d'intérêt le plus important pour la communauté. Si votre principal groupe ciblé se constitue de personnes du secteur éducatif (enseignants, étudiants, etc.), alors cela fait sens d'accorder une attention toute particulière à la satisfaction des besoins de ce secteur, mais vous devriez aussi vous assurer que ces services sont fournis aux autres secteurs. Cette analyse sera particulièrement utile pour programmer les activités du télécentre et pour promouvoir le télécentre lorsque vous cibleriez les clients qui sont les plus susceptibles d'utiliser les services, ainsi que pour obtenir le financement de bailleurs de fonds et des autres sources de soutien de ces secteurs. Afin de compléter l'analyse il vous sera nécessaire de réfléchir à qui *pourrait* utiliser un service particulier même lorsque le service ne lui est pas familier.

Les informations que vous obtiendrez du questionnaire devraient être utilisées avec des données de télécentres existants afin d'élaborer des stratégies pour la première année de fonctionnement. La manière dont vous établirez le budget, le marketing, et la liste des équipements dépendra de l'utilisation prévue des services.

Vous aurez identifié les services les plus populaires à partir de l'enquête. Celle-ci indique quels sont les équipements les plus importants. Des services, dont la demande est faible, peuvent toutefois être disponibles, mais vous n'aurez pas besoin de leur accorder la priorité lorsque vous achèterez des équipements et organiserez la maintenance et la répartition du temps du coordinateur du télécentre.

L'utilisation de services secondaires devrait être suivie avec attention pendant la première année de fonctionnement. Si un service devient plus populaire, vous pourrez lui accorder une place plus grande. Les enquête auprès des clients devraient être menées à intervalles réguliers pour garantir que vous continuez à satisfaire les besoins de vos clients.

3.3.2 Choisir les premiers services que proposera le télécentre

Les services du télécentre sont déterminés par les besoins de la communauté : Un télécentre devrait être capable de répondre à la plupart des exigences d'information et de communication de la population locale. Par exemple, les télécentres peuvent servir de centres d'apprentissage de l'information et de la communication pour les agriculteurs, les étudiants, les professions libérales, les entrepreneurs, les ONG, les responsables communautaires et les autres membres de la communauté, y compris les handicapés.

Bien qu'il soit conseillé à un télécentre de développer un centre d'intérêt initial, il est plus que probable qu'à mesure que le télécentre s'agrandit, les centres d'intérêt pourront changer ou s'élargir. Il est judicieux de ne pas essayer de répondre à chaque besoin ou centre d'intérêt au

début, mais plutôt de laisser de l'espace pour les satisfaire une fois que les modes d'utilisation auront émergé et que les besoins des participants actifs auront été identifiés.

3.3.2.1 La gamme des services potentiels

Voici une liste de base des services potentiels qu'un télécentre pourrait proposer. Certains de ces services sont spécialisés et la plupart des télécentres polyvalents commenceront par ne proposer que quelques uns de ces services.

- **Appels téléphoniques** (effectuer des appels, recevoir des appels).
- **Courrier électronique et accès à Internet** (envoyer/recevoir du courrier électronique, naviguer sur Internet).
- **Traitement de texte** (saisie et mise en forme de lettres, de demandes d'emploi et d'autres documents).
- **Publication assistée par ordinateur** (bulletins d'informations, prospectus, papeterie, cartes de visite, tickets, circulaires, brochures, logos et infographie).
- **Tableur et banques de données** (budgétisation financière, comptabilité, facturation et gestion agricole).
- **Utilisation d'un ordinateur** (des tarifs horaires ou journaliers peuvent être facturés pour ce service).
- **Education et formation** (enseignement à distance, "télé-apprentissage", enseignement en face à face pour les adultes et la communauté).
- **Formation à l'informatique** (compétences informatiques de base : claviers, souris, Windows etc., applications informatiques : tableurs, courrier électronique, traitement de texte, etc.).
- **Création graphique** (création assistée de présentations, de reportages, d'annonces).
- **Impression** (impression laser et copie pour les matériels de promotion et les exemplaires)
- **Création de pages Web** (faites concevoir, lancer et maintenir votre "page web personnelle" grâce au télécentre).
- **Rédaction professionnelle** (préparer les demandes de subventions et de financements)
- **Scanning** (scanner des pages de textes ou de graphiques (y compris des photographies) pour les utiliser dans des bulletins d'information, du courrier électronique, ou pour les imprimer).
- **Photocopie** (documents scolaires, circulaires, bulletins d'informations, demandes de licences, etc. sur des papiers de différentes couleurs possibles).
- **Reliure** (pour la présentation professionnelle de documents et de livrets)
- **Plastification** (protection des documents, des cartes de visite, des posters, en les recouvrant d'un revêtement de plastique clair et durable)
- **Communications par fax** (envoyer et recevoir des documents en relation avec n'importe quel pays du monde).
- **Services d'affaires et de secrétariat** (le télécentre pourrait jouer le rôle de service de messagerie).
- **Annuaire des services** (conception d'un annuaire téléphonique de la communauté locale : il pourrait être imprimé ou exister en version électronique).
- **Vidéoconférence** (vidéoconférence audio et vidéo dans le sens de la réception et de l'émission avec d'autres régions).

- **Location de caméra vidéo ou fixe** (location journalière ou à la semaine de matériel d'enregistrement photo/vidéo pour les évènements privés, professionnels, commerciaux ou communautaires).
- **Recherches sur Internet** (faites le personnel du centre de télécommunications rechercher votre sujet sur Internet dans un but d'étude, de travail ou de loisirs).
- **Les services d'information** (par exemple, un télécentre peut jouer le rôle de bureau de placement, et faire connaître les offres d'emploi et la disponibilité du personnel. L'information gouvernementale, les dernières informations locales et mondiales, les prix du marché, les opportunités de commerce, les annonces classées et les autres informations intéressant la communauté peuvent également être disponibles. Elles peuvent être publiées en ligne ou épinglées sur le tableau d'affichage situé à l'extérieur du télécentre.
- **Les services bancaires en ligne** (les organismes financiers permettent désormais aux clients de s'occuper de leurs affaires financières par voie électronique. Un télécentre peut aider les utilisateurs à accéder aux services proposés par leur banque).

Remarque :

Pour des informations sur le matériel nécessaire pour offrir ces services, voir la section sur *Acquérir du matériel*.

3.3.2.2 Acquisition et livraison

Une relation avec une société de livraison ou de courrier ou un bureau de poste peut être établie afin que le télécentre fournisse un point de dépôt et de ramassage des biens dans leur région en tant que source de revenu supplémentaire. Pour cela le télécentre devra être capable d'effectuer des paiements électroniques pour des biens, par conséquent le compte bancaire du télécentre devrait être dans une banque disposant de services bancaires électroniques (s'ils sont disponibles).

3.3.2.3 Vente/location de produits supplémentaires

Des revenus complémentaires pour le télécentre peuvent être obtenus grâce à la vente de produits tels que les stylos, la papeterie, les pellicules d'appareils photo, la location de cassettes vidéo, etc. Une relation avec un fournisseur pouvant fournir des biens sur la base d'un "retour de vente" pourrait être instaurée.

3.3.2.4 Les services spécialisés

Des services spécialisés peuvent être ajoutés à mesure que les besoins de la communauté deviennent clairs, et en réponse à des demandes. Lorsqu'un télécentre produit suffisamment de revenu pour couvrir toutes ses dépenses et fait aussi des profits convenables, il sera capable d'assumer le coût de services supplémentaires. Un télécentre devrait toujours être ouvert à de nouvelles opportunités et être toujours sensible aux besoins de la communauté.

A part les services décrits plus haut au point 1, certaines communautés peuvent être intéressées par les services suivants qui peuvent permettre d'augmenter les revenus du télécentre:

- Distribution de brochures et de matériel promotionnel pour les petites entreprises
- Production de calendriers communautaires
- Télévente pour les chefs de petites entreprises

- Services de tourisme et d'information.

Remarque :

Bien sûr, cela ne sera possible que dans les télécentres disposant de suffisamment de personnel pour entreprendre ce type de travail. La plupart des télécentres débutent avec un coordinateur (ou un directeur) et une équipe de volontaires, s'ils ont de la chance !

3.3.2.5 Horaires des programmes et des cours de formation

La plupart des télécentres polyvalents organiseront des programmes autour des thèmes suivants :

- Accès public et/ou temps de laboratoire d'accès libre
- Accès Internet
- Activités préscolaires et familiales
- Activités post-scolaires
- Formation pour adultes
- Orientation et formation professionnelles
- Offres d'emploi
- Publication électronique
- Commerce électronique

L'accès public permet aux membres de la communauté d'utiliser l'ordinateur et les technologies de communication pour explorer leurs propres centres d'intérêt, développer des compétences, et découvrir les possibilités qu'offrent les ordinateurs et les autres technologies.

Le temps de laboratoire d'accès libre permet aux étudiants déjà impliqués dans des cours formels de pratiquer ce qu'ils apprennent ou d'approfondir l'exploration de leur sujet.

Les cours d'initiation à l'informatique. Dans beaucoup de communautés, où les services proposés par le télécentre sont totalement nouveaux pour la plupart des membres de la communauté, un télécentre devra proposer des cours d'initiation à l'informatique. Les éléments essentiels de ces cours seront :

- Logiciels élémentaires de traitement de texte et de bureautique
- Maintenance du matériel informatique
- Accès à Internet et réseaux informatiques
- Construction de sites Internet

Quelques remarques à l'attention des télécentres polyvalents offrant un accès public ou des temps de laboratoire d'accès libre

- Afin de garantir que les services du télécentre ne soient pas utilisés par une seule classe d'âge, il pourrait être nécessaire que le télécentre fixe des heures différentes de la journée pour les enfants, les adolescents et pour les adultes. Pour ce faire, le télécentre devra avoir des heures d'ouverture le soir ainsi que le jour.
- Il est conseillé de proposer des cours d'introduction pour les applications informatiques les plus courantes : le traitement de texte, les tableurs, etc. Il existe

beaucoup de matériel pédagogique disponible en ligne tel que Itrain (<http://mail.bellanet.org/itrain>).

- Il est important de veiller à ce qu'il y ait suffisamment de personnel ou de volontaires présents pour soutenir les différents utilisateurs du télécentre aux heures de grande affluence. Il devrait y avoir au moins une personne en soutien pour dix utilisateurs.
- Si le temps d'accès public inclut l'accès à Internet, le télécentre aura besoin de plus d'une ligne téléphonique. Des règles particulières, limitant le temps d'utilisation par personne, peuvent aussi être introduites.

L'accès à Internet

L'accès à Internet est un service essentiel proposé par télécentre polyvalent. Divers types d'accès peuvent être proposés :

- Un abonnement mensuel (ou étant inclus dans les frais d'adhésion) pour un accès à la messagerie électronique et un compte personnel de messagerie électronique.
- L'envoi de courrier électronique pour les personnes ne sachant pas se servir d'un ordinateur, en utilisant le compte de messagerie électronique du télécentre.
- La navigation sur Internet. Ce service devrait inclure un guide précis des sites Internet pour les ressources en ligne à l'attention de la communauté locale. Si le télécentre possède une connexion téléphonique à Internet nécessitant un appel longue distance à un fournisseur d'accès Internet, alors ces services ne seront probablement pas beaucoup utilisés à cause du coût des appels téléphoniques.
- D'autres services Internet tels que : IRC/ICQ, les services radio/audio, le FTP et l'accès à USENET News. (mêmes restrictions que pour l'élément précédent).
- Aider les entreprises locales, les ONG et les institutions publiques à établir une présence sur Internet. Cela consistera normalement à concevoir et à rédiger les pages web et à les administrer pour leur hébergement à distance par un site Internet, à moins que le télécentre n'ait son propre serveur. L'hébergement devrait inclure l'inscription à des services d'annuaires et à des moteurs de recherche.
- Les services de fax par courrier électronique. Cela peut inclure des accès à très faible coût aux fax internationaux par le biais de portails d'accès pour le courrier électronique et les fax dans les pays destinataires.
- Les services postaux par courrier électronique. Même remarque que pour le point précédent à la différence que ce moyen est plus fiable que le courrier normal.
- Comptes de messagerie électronique par connexion téléphonique (pour les régions où il y a un nombre significatif de propriétaires d'ordinateurs et pas d'autre prestataire de services Internet local. Ceci impose au télécentre de faire fonctionner son propre serveur Internet et des modems/lignes téléphoniques pour que les utilisateurs s'y connectent, et nécessitera par conséquent un responsable du soutien technique présent localement.

- Un accès par ondes radio et par location de ligne pour les organismes locaux plus importants.
- Des cours de formation à l'Internet individuels ou collectifs.
- Vidéoconférence et services d'accès Internet

La plupart des télécentres qui disposent de l'accès à Internet ont trouvé que les pôles d'attraction principaux pour les utilisateurs sont le courrier électronique et l'auto-édition (créer une page web personnelle).

L'expérience montre que les utilisateurs qui n'ont pas eu accès à un ordinateur ont besoin de commencer à se sentir à l'aise avec les autres applications informatiques avant de pouvoir utiliser l'Internet. Pour cette raison un télécentre doté de l'accès à Internet devrait prévoir d'offrir des cours d'introduction destinés à doter les utilisateurs des compétences informatiques de base.

Les programmes préscolaires et familiaux comprennent :

- Des tranches horaires pendant lesquelles les parents peuvent amener leurs enfants au télécentre et travailler avec eux pour explorer les logiciels adaptés tels que le dessin, l'animation, et les jeux éducatifs.
- Une opportunité de développer des partenariats avec des écoles locales ou des programmes de garderie dans la communauté.

Quelques remarques à l'attention des télécentres proposant des programmes préscolaires et familiaux

- Les jeunes enfants ne peuvent pas se concentrer très longtemps, par conséquent les sessions devraient être courtes : d'une demi-heure à 45 minutes au plus.
- Les jeunes enfants ne peuvent pas atteindre le clavier ou la souris à partir d'une chaise ordinaire. Si vous n'avez pas de sièges adaptables vous aurez peut être besoin de coussins ou d'annuaires pour que les enfants s'y asseyent.
- Les parents auront probablement besoin d'être guidés pour l'utilisation des logiciels afin qu'ils puissent travailler efficacement avec leurs enfants. Programmer une session d'initiation pour deux des parents.

Activités post-scolaires

Ces activités peuvent être structurées pour différentes classes d'âge ou offertes à titre de temps de laboratoire d'accès libre pour les enfants et les étudiants. En plus de donner aux écoliers l'opportunité d'acquérir des compétences avec des applications informatiques de base, certains pourront bénéficier de :

- Activités par matières. Il est possible de se procurer des logiciels commerciaux aidant les enfants dans leur travail de maison et les guidant dans des matières telles que la lecture, les mathématiques, les sciences et d'autres matières.

- Des jeux. Les jeux peuvent être des outils efficaces pour inciter les enfants et les jeunes adultes à mieux connaître la technologie informatique. Les jeux devront être choisis avec soin au cours d'une discussion entre les enseignants et les parents.
- Explorer l'Internet. Une fois que les enfants auront acquis les compétences informatiques de base, ils auront probablement envie de savoir comment utiliser l'Internet pour faire des recherches ou pour communiquer avec d'autres enfants et des jeunes dans d'autres domaines par courrier électronique.
- Edition multimédia. Elle comprend la conception de pages web personnelles, ou la création de rapports de projets pour des projets scolaires ou communautaires.

Quelques remarques à l'attention des télécentres polyvalents offrant des activités post-scolaires

- Il est important que le coordinateur du télécentre et le personnel connaisse chaque enfant et fasse les utilisateurs enfants et jeunes signer à leur arrivée et à leur départ.
- Assurez-vous que tous les enfants connaissent les règles du télécentre et l'endroit où trouver ce dont ils ont besoin.
- Les jeunes personnes travaillant seules ont besoin de beaucoup d'attention. Encouragez une ou plusieurs d'entre elles à travailler ensemble sur un ordinateur afin de faciliter l'apprentissage mutuel ou en collaboration.
- Imposez aux enfants dotés de plus de compétences et de connaissances de travailler avec ceux qui en ont le moins.
- Prévoir suffisamment d'espace pour que les enfants y posent leurs cartables et autres effets personnels.
- Il peut être possible d'offrir aux étudiants un accès à tarif réduit aux services du télécentre à travers divers programmes de soutien à l'éducation organisés par les ONG et aux gouvernements.

La formation des adultes

Pour mettre en place un programme global de formation des adultes, un télécentre aura probablement besoin de travailler en collaboration avec une organisation de la communauté proposant déjà des programmes de formation des adultes. La formation des adultes peut inclure :

- Des cours *d'éducation de base pour adultes*. Ces cours enseignent aux étudiants adultes comment lire, écrire et faire de l'arithmétique élémentaire.
- Des opportunités de formation continue. Ceci comprend des cours approfondis à travers des institutions d'enseignement supérieur ou des universités.
- Une initiation à l'informatique. Des ateliers d'initiation à l'informatique pour apprendre aux adultes à utiliser le clavier et la souris, et savoir comment utiliser les applications bureautiques de base sans assistance.

Quelques considérations à l'attention des télécentres polyvalents proposant de la formation pour adultes.

- Les adultes emmènent souvent leurs enfants avec eux. Le télécentre devrait avoir pour but de développer des activités simultanées pour les enfants et/ou un espace de jeux pour eux.
- Certains adultes préfèrent apprendre avec d'autres adultes plutôt qu'avec des jeunes ou des enfants. Le télécentre devrait avoir pour objectif de réserver du temps spécialement pour la formation des adultes.
- Le télécentre devrait aménager des heures adaptées aux adultes qui travaillent.

Les services pour les personnes âgées

Les personnes âgées peuvent avoir le besoin ou l'opportunité des activités suivantes :

- Télécommunications et contact par courrier électronique avec de la famille ou des amis.
- Télécommunications et explorations de voyages sur support CD-ROM
- Aide à l'organisation des finances
- Soins médicaux, assistance sociale et autres services d'information
- Surveillance des jeunes personnes
- Jeux tels que les échecs et le backgammon

Quelques remarques à l'attention des télécentres offrant des services aux personnes âgées

- Les personnes âgées pourraient préférer apprendre à utiliser un ordinateur avec d'autres personnes de leur âge. Il peut être possible à un télécentre d'offrir des sessions de formation spécifiques pour les retraités s'il existe un intérêt assez grand dans la communauté pour ce secteur.
- S'il y a assez de retraités qui ont envie de travailler avec des jeunes, un télécentre peut constituer un groupe de personnes âgées volontaires pour l'assistance au cours des sessions réservées aux enfants et aux jeunes.

Orientation professionnelle, acquisition de compétences et formation professionnelle

Comme pour la formation des adultes, une insistance sur la formation professionnelle impliquera très probablement qu'un espace supplémentaire qui ne soit pas consacré aux ordinateurs sera nécessaire, ainsi que des formateurs spécialisés expérimentés et qualifiés. Un télécentre voulant proposer des services de formation professionnelle devra très vraisemblablement instaurer un partenariat avec une ONG ou un organisme de services, s'occupant d'orientation et de formation professionnelles.

La formation professionnelle inclut des cours d'initiation à l'informatique ; à l'utilisation du clavier ; à la saisie/au traitement de texte ; aux applications graphiques ; aux tableurs ; aux banques de données et aux autres compétences de bureautique.

Les activités de recherche d'emploi incluent comment faire un CV ; des compétences d'entretien telles que les questions qu'il faut poser et les questions qui sont susceptibles d'être

posées ; comment s'habiller ; le comportement sur le lieu de travail ; et comment et où rechercher un emploi.

Quelques remarques à l'attention des télécentres proposant des programmes de formation professionnelle

- Pour qu'un programme de formation professionnelle soit réussi, il doit correspondre aux emplois disponibles pour ceux qui achèvent ce programme. Si un télécentre veut mettre l'accent sur la formation professionnelle, le comité d'organisation devrait se mettre en liaison avec des ministères, des bureaux de placement et d'autres agences de services afin que la formation dispensée corresponde aux offres d'emploi disponibles dans la communauté. Le choix de logiciels sera fait en conséquence.
- Comme dans le cas de la formation des adultes le *placement à un poste* devrait être entrepris en collaboration avec un service communautaire existant. Si un télécentre propose un *placement à un poste* en tant que complément du *programme de formation professionnelle*, il jouera un rôle semblable à celui d'un bureau de placement.

Services aux entreprises

Beaucoup d'activités commerciales peuvent être menées à partir du télécentre, telles que le commerce en ligne, l'achat à l'étranger, le soutien commercial d'ampleur limitée, le travail à son propre compte, et les initiatives d'entreprise.

Le commerce en ligne fait généralement référence à l'achat et à la vente de biens et de services par Internet, mais cela est possible par téléphone également. Ces services peuvent être fournis de deux manières :

- (a) effectuer des achats et fonctionner comme un point de livraison au profit du public et des entreprises, et
- (b) percevoir des paiements au profit du public et des entreprises pour des biens et des services qu'ils fournissent. Ce service est généralement relié à celui de l'hébergement d'un site Internet de commerce en ligne sur lequel les utilisateurs peuvent effectuer des achats à distance. Beaucoup de fournisseurs d'accès Internet permettent l'hébergement du commerce électronique, par conséquent il n'est en général pas nécessaire à un télécentre d'en installer un. Le télécentre pourrait cependant instaurer une relation avec un organisme de soutien au commerce en ligne tel que PeopleLink qui aide les communautés locales à vendre leur artisanat sur le réseau (www.peoplelink.org).

L'achat à l'étranger consiste pour le télécentre à être loué par une organisation ou une entreprise pour accomplir une tâche au profit de cette organisation ou de cette entreprise. Le télécentre peut proposer de prendre en charge le processus de paiement des salariés ; les services de saisie et de traitement des données ; la préparation d'un inventaire du matériel ; ou l'évaluation des services fournis par l'organisation ou l'entreprise. Ces tâches ainsi que d'autres peuvent être accomplies pour les entreprises locales, les autorités et les agences locales, les organisations à vocation communautaire ou les écoles. Si les employés du télécentre entreprennent ce travail, les revenus perçus peuvent être partagés avec le télécentre. L'accès à Internet rend possible la prestation de ces types de services à l'échelle internationale (souvent à des coûts beaucoup plus compétitifs que ceux pratiqués dans les pays).

Le soutien commercial limité que peuvent offrir les télécentres pour permettre l'accès à des ordinateurs pour la comptabilité, la recherche d'informations et de services, la publicité, etc.

Le travail à son propre compte. Le télécentre peut permettre aux utilisateurs de concevoir des feuilles de fax, de produire des brochures, d'apporter une aide technique pour mettre en place un système informatique et créer des pages personnelles sur Internet. Au lieu de frais d'utilisation, les particuliers qui utilisent le matériel du télécentre à ces fins pourraient verser un pourcentage de leurs gains au télécentre.

Les initiatives d'entreprise sont une activité créée par un membre ou un ex-membre du télécentre dans le cadre de laquelle la personne crée une entreprise chez elle ou ailleurs en utilisant les compétences acquises au télécentre.

Quelques remarques à l'attention des télécentres polyvalents proposant des services commerciaux

Le télécentre aura besoin d'opérateurs expérimentés et d'une gamme complète de matériel de bureau et de logiciels afin d'être compétitif sur le marché pour ces services, et les services devront être très fiables.

Les jeunes adultes pourraient travailler avec le télécentre à la signature des contrats commerciaux, à l'apprentissage des compétences commerciales, et au développement des relations avec le monde de l'entreprise.

Tant le télécentre que les individus sont capables de gagner de l'argent. Le télécentre peut avoir besoin de développer un système de partage des profits.

Lorsque vous établissez une liste des services proposés, il serait utile de faire un tableau pour vous aider à avoir une idée claire de votre conception du télécentre :

Groupe d'utilisateurs	Services proposés	Matériel nécessaire	Comment sera-t-il facturé ?	Comment ce service sera-t-il commercialisé ?

3.3.2.6 Facturer des services

Tous les services que propose le télécentre doivent être soigneusement évalués et facturés. Il est important de vérifier ce que font payer les autres télécentres pour des services et de calculer soigneusement les ressources qui vous seront nécessaires pour chaque tâche, y compris le temps de travail du personnel. Idéalement les frais devraient permettre au télécentre de faire des bénéfices, les coûts des services peuvent être assumés par les petites associations communautaires et les grands projets éducatifs communautaires ; les grandes entreprises et les chefs de petites entreprises ; et les ministères et les organismes d'Etat.

Différents types de frais d'adhésion peuvent être facturés à différentes catégories d'utilisateurs. Par exemple, les utilisateurs très fréquents ou les étudiants pourront obtenir une réduction ou payer un tarif mensuel bas, par exemple pour la messagerie électronique. Généralement la formation individuelle coûtera plus cher que la formation collective.

Voici un ensemble général de catégories, qui peuvent être utilisées pour définir la manière dont les services peuvent être désignés :

Adhésion annuelle au centre de télécommunications (l'adhésion pourrait inclure des services à tarif réduit, un accès prioritaire, une adresse Internet/page web etc.)

- Adhésion individuelle
- Tarif réduit (étudiants, retraités etc.)
- Familles
- Entreprises
- ONG/organisations opérant dans le cadre communautaire
- Ministères

Téléphone

- Par unité
- Local
- National
- International
- Heures pleines (tarifs de jour)
- Heures creuses (tarifs de nuit)

Formation assistée par ordinateur

- Par heure pour les individus
- Par jour pour les individus
- Par heure pour les groupes
- Par jour pour les groupes

Photocopie

- A4 Recto
- A4 Recto-verso
- A3 recto
- A3 recto-verso

Impression

- Texte
- Graphiques
- Page entière en couleur
- Impression de pages recto
- Impression de pages recto-verso

Différents prix en fonction de la taille du papier A3/A4/A5

Fax

- Envoi de la 1re page : local
- Envoi de la 1re page : national
- Envoi de la 1re page : international
- Envoi d'une page supplémentaire

- Réception de la 1re page
- Réception d'une page supplémentaire

Accès à l'ordinateur

- Par demi-heure/heure
- Par jour

Accès Internet

- Par minute
- Par heure
- Messagerie électronique : par courrier
- Par mois

Traitement de texte

- Par page
- Par heure

Publication assistée par ordinateur

- Par heure
- Par page
- Curriculum Vitae (complet)
- Curriculum Vitae (1 page)
- Certificat (dans une chemise)
- Certificat (sans chemise)
- Invitations
- Programmes funéraires

Location de salle

- Par heure
- Par jour

Scanning

- Echelle de gris
- Couleur
- Sur disquette
- Imprimé
- Sur CD-ROM

Plastification

- A4
- A3

Services de secrétariat

- Par heure

- Par message
- Par jour
- Par mois

Autres

- Pliure (par 100 pages)
- Location de cassettes vidéo
- Duplication de cassettes

3.3.3 Logiciels informatiques

(Remarque : Ne vous inquiétez pas si vous ne comprenez pas tous les détails techniques de ce chapitre qui établit une liste des besoins en logiciels et en matériel informatique du télécentre. Le moment venu, vous aurez dans tous les cas besoin de l'aide d'un expert en informatique qui veillera à ce que ce dont vous avez besoin soit sur votre "liste de courses.")

Le budget d'un télécentre, le nombre d'ordinateurs dont il dispose, le nombre d'heures d'ouverture au public et le groupe principal d'utilisateurs influenceront sur l'achat des logiciels. Il est toujours préférable de démarrer avec une petite quantité de logiciels supplémentaires dans différents domaines puis de s'étendre à mesure que les besoins des utilisateurs deviennent plus clairs.

3.3.3.1 Notions de base

A part les logiciels de base appliqués à la bureautique et à l'Internet, il vaut mieux décider quels logiciels seront nécessaires après que le comité d'organisation ait déterminé le groupe ciblé et le centre d'intérêt du programme du télécentre. Si le coordinateur du télécentre a déjà été nommé, il ou elle devrait s'investir dans la planification et l'achat de logiciels et de matériel informatique. Il y a toujours de nouveaux logiciels qui arrivent sur le marché, ce qui rend le choix difficile. C'est tout particulièrement vrai pour les logiciels éducatifs, domaine dans lequel de nouveaux programmes apparaissent chaque jour.

Un télécentre devrait se fixer comme objectif de maintenir ses coûts au niveau le plus bas possible au début. Les logiciels "d'applications" ou les logiciels "d'applications commerciales" telles que le traitement de texte ou le tableur, sont généralement nécessaires à un télécentre dès le début. Un grand nombre des logiciels existants sont fondés sur des combinaisons et des variations des outils de base, et les bons formateurs peuvent trouver des manières d'utiliser ces outils de beaucoup de façons différentes et pour beaucoup de groupes ciblés différents. Par exemple, les logiciels d'applications de base peuvent être utilisés de manière créative et efficace pour l'alphabétisation des adultes, la formation professionnelle et la recherche d'emploi, l'éducation préscolaire, l'aide aux étudiants pour leur travail à la maison, les voyages virtuels et les projets de groupes, etc.

Bien qu'il soit peut-être nécessaire d'avoir une ou deux séries complètes de logiciels de bureautique commerciaux, plusieurs sociétés vendent beaucoup de programmes dans un seul logiciel. Par exemple, Microsoft Office contient Microsoft Word, Excel, et PowerPoint. Les ordinateurs sont souvent livrés avec plusieurs logiciels. Le système d'exploitation du domaine public Linux s'accompagne de logiciels gratuits tels que Netscape, WordPerfect et StarOffice (comme MS-Office). Le programme Schoolnet en Afrique du Sud utilise un logiciel de messagerie électronique du domaine public nommé Taxis. Pour les PC plus anciens qui ont du

mal à faire fonctionner le système d'exploitation Windows, les logiciels New Deal ou QNX fournissent une série d'applications.

Bien que les utilisateurs du télécentre ne sachent parfois pas utiliser un ordinateur ni lire ou écrire en anglais, cela ne signifie pas qu'ils soient incapables d'assimiler des processus complexes. Il n'est pas nécessaire de trouver des programmes faciles à utiliser. En dépit du débat important au sujet de la conception de logiciels pour différentes langues, la recherche montre que les utilisateurs de chaque pays préfèrent les programmes productifs avec des menus en anglais, bien que les utilisateurs aient précisé qu'ils souhaiteraient des logiciels récréatifs dans leur propre langue. Beaucoup de logiciels gratuits ou en "*shareware*" sont disponibles pour aider les utilisateurs qui ne parlent pas l'anglais.

La vidéoconférence permet à un groupe de personnes, telles que les membres de professions libérales, les hommes d'affaires, les chefs d'entreprises, les agriculteurs, les éducateurs, les étudiants, les handicapés, les militants de débattre des questions d'intérêt commun comme si elles se rencontraient dans la même pièce. Il y a beaucoup de profits à tirer de cette interaction. Cependant, bien que la vidéoconférence soit un excellent moyen d'organiser des réunions et d'économiser des frais de transport, elle est coûteuse et les télécentres ne devraient pas investir dans du matériel de vidéoconférence au cours de la phase de démarrage. Pour une vidéoconférence de grande qualité une ligne numérique est nécessaire, mais celles-ci ne sont pas toujours disponibles dans les zones rurales d'Afrique. Cependant la vidéoconférence par Internet devient de plus en plus populaire. La qualité n'est pas aussi bonne que celle de la vidéoconférence ordinaire, mais vous n'avez besoin que d'ajouter une petite caméra vidéo (coûtant environ 75\$US) au PC.

Liste de vérification des logiciels pour un grand télécentre communautaire polyvalent :

- Logiciels d'Anti-virus (Mc Afee, Norton's, Dr Solomon's F-Prot)
- Logiciels de traitement de texte (Microsoft Word, WordPerfect, Microsoft Works, StarOffice)
- Logiciels d'initiation à l'informatique (Mavis Typing Tutor, PC Tutor)
- Un programme d'alphabétisation de base en anglais
- Publication assistée par ordinateur (Microsoft Publisher, Corel Draw, Aldus Page Maker)
- Tableurs (Lotus 123, Microsoft Excel, Microsoft Works)
- Banques de données (Microsoft Access, Microsoft Works, mySQL)
- Comptabilité (MYOB, QuickBooks, MoneyDance.com)
- Contacts et organisations (Microsoft Outlook, Lotus Organiser)
- Logiciel de messagerie électronique (Microsoft Outlook Express, Netscape, Eudora)
- Présentations (Microsoft PowerPoint, Harvard Graphics)
- Manipulation graphique (Aldus Photostyler, Adobe Paintshop, Gimp, ImageMagick, Paint Shop Pro)
- Jeux pour enfants (Castle Explorer, Ace Ventura, Where's Wally ?, Mutant Penguins, Quest, Nemesis, Cricket, Golf, etc.)
- Réseaux (Win2000, Wingate, Windows NT)
- Navigateur Internet (Internet Explorer, Netscape, Opera)
- Logiciels de création de sites Internet (Front Page, Netscape Gold, HomeSite, Communicator, AceHtmlPro)
- Vidéo/audioconférence (Netmeeting)
- Edition photo (Adobe Photoshop)

- Logiciel de reconnaissance vocale (Dragon Dictate/True Speech)
- Banques de données sur CD-ROM (Encarta, Encyclopaedia Britannica, National Geographic)
- Programmes utilitaires tels que les logiciels d'applications (WinZip)

3.3.3.2 Supports d'enseignement

Visites guidées et cours d'introduction sur écran

La plupart des logiciels incluent des visites guidées et des cours d'introduction, qui peuvent servir de point de départ pour apprendre à les utiliser.

Manuels et autres textes

Les logiciels sont généralement accompagnés de manuels. Des ouvrages et des publications supplémentaires sont disponibles pour les applications de logiciels plus populaires. Bien qu'un télécentre doive comporter une étagère de livres de référence et de manuels, la formation assistée par ordinateur est plus efficace pour les nouveaux utilisateurs.

L'"aide" sur écran

La plupart des programmes ont une fonction d'aide "sur écran", mais la plupart des utilisateurs n'utilisent pas les systèmes d'aide sur écran efficacement, et ont besoin d'une formation personnelle à l'utilisation des programmes. Il sera parfois difficile pour les utilisateurs de localiser la section dans "aide" pour résoudre un problème particulier, et ils auront besoin de l'aide du personnel pour éviter de passer trop de temps à lire beaucoup de texte difficile pour trouver ce qu'ils cherchent.

Cassettes audio

Les cassettes audio sont utiles comme outil d'"aide" parce que le matériel (un walkman ou un magnétophone équipé d'écouteurs) est relativement peu onéreux et les élèves peuvent se repasser des sections de la cassette autant de fois qu'ils le souhaitent. De plus, un utilisateur peut garder les mains sur le clavier alors qu'il écoute une cassette. L'inconvénient majeur est qu'une cassette ne peut pas répondre aux questions survenant au hasard et que l'utilisateur doit suivre une séquence bien définie.

Cassettes vidéo

Bien que les cassettes vidéo soient populaires, elles peuvent ne pas être efficaces en tant qu'aide à l'apprentissage parce que l'utilisateur doit détourner son attention de l'écran vidéo vers l'écran de l'ordinateur. Le son des vidéos (à moins qu'il y ait des écouteurs) est très perturbant pour les autres utilisateurs. Comme pour les cassettes audio, les utilisateurs ne peuvent pas poser de questions au sujet d'une chose qu'ils ne comprennent pas.

Les logiciels pour débutants

Il existe divers programmes, qui aident les débutants en informatique à se familiariser avec les notions élémentaires, telles que le clavier et la souris. Un jeu sur ordinateur tel que le **Solitaire** est un moyen plaisant pour les utilisateurs d'acquérir les notions de base de l'utilisation d'un ordinateur. Des programmes tels que **Print Shop**, qui montrent à un débutant comment faire une carte de visite, une brochure, un en-tête de lettre ou un calendrier

personnalisés sont utiles parce qu'ils donnent à l'utilisateur un sentiment d'accomplissement en très peu de temps.

Aides à la frappe

Certains utilisateurs demanderont certainement un programme d'aide à la frappe, qui est un complément important de la collection de logiciels d'un télécentre. Les meilleurs programmes sont rétroactifs et fournissent des tests automatiquement, qui sont adaptés au niveau de compétence de l'utilisateur. Mavis Beacon est un programme populaire.

Logiciels éducatifs

De nouveaux logiciels éducatifs se sont développés plus rapidement que beaucoup d'autres programmes de logiciels, et la philosophie qui inspire ces logiciels change constamment. Par exemple, ces dernières années il y a eu un changement de perspective pour les logiciels éducatifs afin qu'ils donnent aux utilisateurs plus de liberté d'exprimer leurs idées personnelles et de réagir en retour. De plus, un nombre croissant de "contenus" éducatifs est fourni via Internet, plutôt que sous la forme d'un logiciel distinct acheté dans un magasin ou auprès d'un fournisseur.

Il est important de préciser que ces programmes devraient être utilisés en complément de l'enseignement traditionnel, car les élèves ont encore besoin de l'assistance d'enseignants compétents avant de pouvoir les utiliser efficacement. Il est très important pour un télécentre voulant apporter un complément à leurs cours éducatifs, ou combler un fossé éducatif dans la communauté, de travailler de concert avec le personnel des institutions éducatives de la communauté et de trouver quels sont les meilleurs programmes à acquérir.

<p>Remarque :</p>

<p>Les utilisateurs du télécentre apprennent mieux par le biais d'autres personnes !</p>

Les logiciels de communication

L'un des objectifs principaux d'un télécentre polyvalent est de fournir l'accès à Internet. Les services de téléphonie seront l'un des moyens d'accès principaux. Idéalement, un télécentre devrait pouvoir avoir accès à Internet au prix d'un appel téléphonique local. Malheureusement, les télécentres situés loin des fournisseurs d'accès Internet les plus proches, devront probablement payer au prix fort les appels longue distance et cela risque de limiter l'utilisation à seulement la messagerie électronique. Même lorsque l'Internet est disponible via un appel local, les télécentres ont souvent des notes de téléphone de 500 à 1000\$US s'il y a une utilisation quotidienne régulière par les clients.

Ensuite, à mesure que le nombre d'utilisateurs augmente, et que le fournisseur d'accès Internet se rapproche, des lignes en location pourraient être ajoutées. S'il y a des écoles, des cliniques, ou d'autres organisations dans la communauté ayant besoin de connexions informatiques et Internet, il pourra être possible à un télécentre de fournir une connexion par la location d'une ligne (via le câble ou les ondes radio) à ces organisations. Pour accéder à Internet, chaque ordinateur ou réseau d'ordinateurs a besoin d'un modem, d'une ligne téléphonique et d'un compte chez un fournisseur d'accès Internet. La meilleure façon de fournir des communications à Internet efficaces consiste à signer un contrat avec un fournisseur d'accès Internet capable d'offrir une installation facile et un bon soutien technique.

Un télécentre devrait toujours chercher à réduire ses frais de fonctionnement afin que les utilisateurs paient des prix moins élevés pour les services. Le temps de communication téléphonique nécessaire pour transférer des messages et des informations doit être maintenu au minimum. Le fournisseur d'accès Internet devrait fournir au télécentre :

Un accès Internet. Un compte d'accès à Internet par connexion téléphonique PPP. Avec Win98/2000 et des applications tels que WebClientPro le télécentre devrait pouvoir supporter au moins 4 à 5 utilisateurs simultanés d'Internet. Cela dépendra de la qualité de la ligne, et de la rapidité de la connexion en amont du fournisseur d'accès Internet vers la structure Internet nationale. Avec une liaison téléphonique standard de 33 Kbps il devrait être possible à huit postes de travail ou plus (PC/Terminaux de réseau) de passer par la liaison, comme beaucoup ne l'utiliseront pas pendant qu'ils lisent/rédigent du courrier électronique.

La messagerie électronique. Un compte de messagerie électronique par fichiers compressés et un nom de domaine par télécentre pour la distribution du courrier électronique permettra au télécentre d'héberger, de gérer et de créer des comptes de messagerie électronique localement et d'optimiser l'utilisation de la liaison de télécommunications. Le serveur se connectera régulièrement pour récupérer et envoyer le courrier électronique compressé. Cela permet aux utilisateurs de travailler hors connexion pour leur courrier électronique, ce qui réduit les coûts des comptes de messagerie électronique. Les coûts seront également réduits parce que le protocole de transfert UUCP est 4 à 8 fois plus rapide que la norme TCP-IP/POP (Post Office Protocol) utilisée par la plupart des clients de la messagerie électronique.

Les services d'hébergement de sites Internet. Le fournisseur d'accès Internet ou une autre agence d'hébergement de sites Internet peuvent être sollicités pour permettre aux sites Internet des clients du télécentre d'être installés sur un site central. Autrement, certains utilisateurs pourront utiliser l'hébergement Internet assuré par l'un des services Internet gratuits des Etats-Unis et d'Europe.

Remarque :

Une tarification et une comptabilité prudentes seront nécessaires pour contrôler et facturer l'accès à Internet.

Documents de référence

Les encyclopédies, les almanachs, les atlas, les dictionnaires, etc. sont disponibles sur des CD-ROM. Un bon choix de ceux-ci est un complément utile pour la bibliothèque de logiciels et d'information d'un télécentre.

Logiciels récréatifs

Il existe beaucoup de programmes récréatifs tels que les jeux de société et de stratégie, les jeux télévisés et les jeux d'aventures, et les jeux de coordination entre les yeux et les mains. Alors que beaucoup de jeux sont gratuits, le centre d'intérêt du télécentre, ainsi que les finances disponibles, détermineront la disponibilité des logiciels de jeux.

Economiseurs d'écran

Les programmes d'économiseur d'écran ont pour but de protéger les écrans des ordinateurs du "cour-circuit". Les meilleurs logiciels d'économiseur d'écran vous permettront de créer votre propre graphique ou motif. Certains télécentres créent des économiseurs d'écran personnalisés qui donnent des informations au sujet du télécentre.

Droits de propriété

Tous les logiciels commerciaux sont protégés par des droits de propriété. Si un télécentre projette de partager les logiciels entre plusieurs ordinateurs reliés par un réseau local (LAN) il est important de s'assurer que l'accord de licence permet l'utilisation du LAN.

Aux endroits où un télécentre a des connexions avec des organismes commerciaux ou éducatifs dans la communauté, il est possible que ces institutions aient négocié des accords d'autorisation de site qui peuvent être étendus au télécentre.

3.3.4 Matériel informatique et équipements

Les télécentres devraient autant que possible réduire au minimum les coûts et les investissements de capital de départ dans les équipements informatiques et téléphoniques et autres matériels. Il n'est pas toujours nécessaire d'acheter du matériel neuf. Les comités d'organisation des télécentres devraient essayer d'obtenir du matériel donné par des organisations et des entreprises locales. Il y a beaucoup d'exemples de télécentres qui reçoivent des systèmes téléphoniques, des photocopieurs, des ordinateurs, des imprimantes, des classeurs et des meubles d'organisations locales, nationales et internationales.

Les avantages du matériel informatique de seconde main ou remis à neuf

- Il est disponible gratuitement ou à très bas prix (par exemple, une organisation caritative recyclant les ordinateurs en Afrique du Sud fournit un "lot" de cinq PC 486 remis à neuf pour 1400\$US).
- Même les PC les plus anciens peuvent être utilisés pour la frappe : le courrier électronique et le traitement de texte.
- La technologie avance constamment, et ce qui est nouveau dans une partie du monde aujourd'hui est de l'ancienne technologie ailleurs.
- Il peut parfois être combiné à du matériel et des logiciels neufs pour des fonctions avancées.

Les inconvénients du matériel informatique de seconde main ou remis à neuf

- Certains utilisateurs pensent qu'on ne leur donne pas le meilleur matériel existant.
- Il peut ne pas permettre l'utilisation de nouveaux logiciels.
- Il peut être difficile à entretenir : pour trouver des pièces de rechange ou des fournitures.

Indépendamment de savoir si du matériel neuf ou de seconde main sera utilisé au départ, il est important de développer de bonnes relations de travail avec un fournisseur de matériel et de logiciels informatiques fiable. De préférence, le fournisseur devrait être proche afin qu'il puisse apporter son soutien dans de brefs délais si nécessaire.

3.3.4.1 Le système téléphonique

Généralement, un télécentre polyvalent se fixera comme objectif d'avoir au moins trois lignes pour commencer : une ligne pour la voix, une ligne pour le fax, et un modem de connexion pour le PC. Si le télécentre est petit et que les services téléphoniques ne représentent pas une grande partie du fonctionnement prévu, alors il est possible de commencer par partager une seule ligne téléphonique pour tous les services (voix, fax et Internet. Cela ne permettra pas une utilisation simultanée par tous les trois et la ligne téléphonique devra être partagée avec

soin. Comme il a été mentionné plus haut, il est possible à 5 0 à 10 PC de partager la même ligne téléphonique pour un accès simultané à Internet. La messagerie électronique peut fonctionner hors connexion via le service séquentiel UUCP, et il n'est nécessaire d'utiliser la ligne téléphonique que pour de courtes périodes pour envoyer et recevoir du courrier électronique.

Si un télécentre envisage de proposer des services de téléconférence, les fonctions mains libres et les micros pour le téléphone seront particulièrement utiles.

Une unité combinant téléphone et répondeur est un atout pour un télécentre, en particulier si le télécentre n'est ouvert qu'à certains moments de la journée. S'il y a qu'un seul employé, ce n'est pas une bonne pratique que de laisser un utilisateur qui se fait aider pour répondre au téléphone

La recomposition et le stockage en mémoire des numéros fréquents pour téléphoner au moyen d'une touche devrait être utilisé lorsque ces services sont disponibles. Le signal d'appel est une autre fonction utile si elle est disponible, puisqu'elle notifie au correspondant qu'un appel qui lui est destiné est en attente.

Un téléphone sans-fil longue distance supplémentaire (2.4GHz) pourrait être acquis. Avec une portée de 5 km, ces téléphones peuvent être pris au télécentre et emmenés chez soi pour effectuer l'appel. Ceci serait tout particulièrement apprécié des handicapés, des personnes âgées et des infirmes et pourra, en cas de succès, nécessiter l'installation d'une seconde unité. Le dépôt d'un paiement à l'avance pour les appels enregistrés par le système de comptage des appels sera nécessaire pour tous les appels effectués avec le téléphone pour garantir la couverture de tous les frais. Certains modèles affichent le temps d'appel sur le combiné. Le modèle Siemens fournit jusqu'à huit combinés sur le même poste central, et ils peuvent aussi communiquer directement entre eux sans utiliser la ligne téléphonique.

Si la couverture des cellulaires est aussi disponible, un téléphone mobile cellulaire pourrait aussi être utilisé de la même manière, en utilisant des cartes SIM prépayées. A cause du coût élevé des appels téléphoniques, les communications avec des cellulaires devraient être évitées si possible, à moins qu'un tarif spécial ne soit négocié avec l'opérateur de téléphonie cellulaire. Dans certains cas où il n'y a pas de lignes fixes disponibles, les téléphones cellulaires peuvent être la seule possibilité de fournir des services de communication.

Pour alléger la charge pesant sur les membres du personnel, les télécentres qui dépendent d'un accès téléphonique de base pour une large part de leurs revenus devront installer des unités de gestion des appels spécialement conçues reliées à des téléphones. Ces unités permettent un affichage numérique des frais cumulés pour l'appel pendant qu'il est effectué. Elles sont généralement reliées à un système de comptage situé au bureau de réception dirigé par l'opérateur du télécentre. Le système de comptage des appels devrait permettre des options de paiement à l'avance et de paiement après l'appel et d'imprimer la note de chaque appel. Vous aurez peut être besoin d'un petit PBX ou d'un logiciel PBX fonctionnant sur le serveur de l'ordinateur si vous souhaitez mettre plus de deux ou trois lignes téléphoniques à la disposition des clients.

Beaucoup de services de téléphonie publique ont de nombreuses limites et n'offrent que la fonctionnalité minimale nécessaire à ce système de comptage de base, et vous devrez peut être rechercher d'autres options. Dans ce système, un compteur séparé est utilisé pour chaque ligne et doit être chargé de monnaie et doit être remis à Zéro pour chaque appel. Vous ne pouvez pas le relier à la caisse enregistreuse ni l'utiliser pour débiter les cartes à mémoire. Les

dossiers ne peuvent être stockés qu'un jour et ne peuvent être imprimés que sur papier à la fin de la journée dans un "état des changements". Si ce système est utilisé dans un grand télécentre pour vendre des appels vocaux, et l'accès au fax et à Internet, et pour suivre la durée d'utilisation (essentiel pour la planification commerciale), beaucoup de temps et de volonté seront nécessaires et il y aura des inexactitudes.

Les systèmes de comptage des appels nécessitent normalement un service d'impulsion par unité fourni par l'opérateur de télécommunications. Il est possible de facturer manuellement des frais dans le système de comptage des appels, mais cela nécessite d'entrer des tarifs différents pour chaque indicatif, y compris les indicatifs internationaux, ce qui doit changer à chaque fois que l'opérateur change ses tarifs.

Les systèmes automatisés permettant une interface avec un système de facturation sur PC sont disponibles dans d'autres pays, mais souvent ceux-ci ne peuvent pas utiliser le système d'impulsion par unité pour le comptage des appels.

3.3.4.2 Le système informatique

Beaucoup de télécentres polyvalents démarrent avec entre trois et cinq ordinateurs. Une machine sera généralement un PC consacré à l'administration qui n'est utilisé que par le coordinateur et les autres membres du personnel du télécentre au point de vente. Si possible, au moins deux machines de plus devraient être disponibles pour les utilisateurs du télécentre. Il est désormais possible d'acheter des PC standard multimédia pour moins de 700\$US. Beaucoup de télécentres utilisent aujourd'hui des machines qui ont un disque dur d'un minimum de 6 Gigaoctets, 64 mégaoctets de mémoire vive (RAM), une carte son et un processeur Pentium. Les caractéristiques recommandées plus détaillées des PC d'un nouveau télécentre sont les suivantes :

- Pentium 733 MHz CPU
- 64 Mo RAM
- 10 Go de disque dur
- CD-ROM 52X
- Carte vidéo 1 MB PCI
- Carte réseau Ethernet 10/100 Base T
- Carte son full duplex (bidirectionnelle) compatible Sound Blaster
- Lecteur de disquette 1.44 Mo
- Ecran 15"
- Clavier
- Micro
- Hauts-parleurs ET écouteurs
- Souris
- ASI (alimentation sans interruption) si l'alimentation électrique n'est pas fiable. Un parafoudre pourra être nécessaire pour protéger le matériel électrique et les ordinateurs des dommages causés par les surintensités de courant et la foudre.

Lorsqu'il devient nécessaire d'augmenter le nombre de PC pour satisfaire un plus grand nombre d'utilisateurs, des options à bas prix pour l'expansion devraient être explorées au lieu d'investir dans des PC neufs. Par exemple, il peut être possible d'ajouter des PC plus anciens, recyclés. Ceux-ci peuvent être donnés par des sociétés qui modernisent leur équipement, ou ils peuvent même être achetés auprès de spécialistes du recyclage d'ordinateurs au prix d'environ 100 à 150 \$US. Les PC de seconde main ne pourront peut-être pas fournir tous les

services d'un PC multimédia complet, mais ils sont souvent adaptés à l'utilisateur moyen d'un télécentre qui n'a besoin que des fonctions de courrier électronique et de traitement de texte.

Une évolution récente qui aura probablement un fort impact sur le lancement et les coûts de fonctionnement des télécentres est le terminal de réseau. Il est semblable à un PC mais n'a pas de parties détachables et dépend d'un serveur central pour tous ses logiciels et ses stockages de données. Un terminal de réseau vous donnera accès aux applications standard, et il comporte généralement des logiciels appliqués à l'Internet (traitement de texte, vidéoconférence, courrier vocal, tableurs, courrier électronique, navigateur Internet et création de sites Internet). Parce que ces machines sont plus faciles à fabriquer, elles peuvent être obtenues et entretenues à un prix considérablement moins élevé que celui d'un PC ordinaire. La plupart des terminaux de réseau permettent aussi de la vidéo et de l'audio lorsque nécessaire s'il y a suffisamment d'espace de stockage sur le disque. Un serveur NT peut aussi être ajouté pour fournir l'accès aux applications de MS-Office.

Un détaillant sud-africain (TelJoy) commercialise actuellement un terminal de réseau pour 300\$US qui utilise le poste de télévision comme moniteur et permet l'accès à Internet et à d'autres applications qui sont sur le serveur du fournisseur d'accès Internet. Les "NetPC" compatibles Windows démontés sans disque dur coûtent désormais moins de 500\$US et certains ordinateurs de réseau coûtent 200\$US.

Les produits NC qui peuvent mériter une attention sont :

- Les IBM NC 100. Ceux-ci peuvent remplacer ou compléter un LAN (réseau local) ordinaire sans changer de câblage. Ils nécessiteront l'installation d'un serveur AIX ou Linux NC.
- Le Corel Netwinder NC, basé sur le système d'exploitation Linux avec toute une gamme de modèles. Corel fournit également des versions libres de la série WordPerfect office avec les NC, et aussi un logiciel autonome à utiliser sous Linux.
- Le Oregon NC. Une configuration complète (à l'exception des moniteurs, des claviers et des souris) coûtera environ 5000\$US pour une installation de six postes de travail, comprenant un serveur vidéo à haut débit et des applications bureau intégrées.
- Logiciel X-Windows ou QNX fonctionnant sur des PC standards (y compris les vieux 386 et 486) utilisant un serveur Linux.
- Poste Vistel pour le courrier électronique et la navigation sur Internet. Vistel est le 6^{ème} plus grand fabricant mondial de postes de télévision dans le monde. Disponible chez TelJoy South Africa pour environ 280 \$US.

Le réseau local (LAN)

Si seuls deux ou trois PC sont utilisés au télécentre il peuvent être reliés à un câble coaxial Ethernet ou un petit hub à 4ports de faible prix.

Ensuite, à mesure que le télécentre s'étend, des ordinateurs (PC et/ou Terminaux de réseau) devraient être reliés via un hub Ethernet 100 Base T à 16 ports (un hub à 16 ports est recommandé pour faciliter l'expansion, en particulier du fait du faible coût supplémentaire des 16 ports au lieu de 8). Ensuite jusqu'à un total de 15 PC (y compris ceux plus vieux ou recyclés) peut être connecté au réseau sans aucun matériel supplémentaire. Un second hub

peut être rattaché au premier hub pour une plus grande expansion si nécessaire. Les machines auront besoin de cartes réseau Ethernet 100 Base T et de câbles 100 Base T Catégorie 5 (CAT-5). 100 Base T est spécifié parce que c'est la norme émergente, qui permettra une mise à jour future pour les applications vidéo et le fonctionnement des terminaux de réseau.

Les LAN par ondes radio basés sur la norme IEEE802.11 deviennent aussi de plus en plus prisés parce qu'ils permettent une expansion facile et une connectivité pouvant aller au delà des bâtiments environnants sans utiliser aucun câblage. Actuellement ils sont beaucoup plus coûteux qu'un réseau de câblage installé soi-même, mais si un contrat est signé avec une société pour poser un câble pour un grand télécentre, il peut être souhaitable d'envisager une option radio installée soi-même.

En utilisant une petite antenne, les bâtiments situés à quelques kilomètres de distance peuvent être reliés au même réseau sans aucun équipement supplémentaire, à condition qu'ils soient dans l'axe du site. En ajoutant des amplificateurs, une distance de 70 kilomètres peut être couverte, en supposant qu'ils soient toujours dans l'axe du site. Dans un futur proche la norme Bluetooth sera utilisée pour connecter des dispositifs par radio dans un environnement bureautique. Il existe aussi un grand nombre de systèmes tels que Airla d'Intel qui utilise l'alimentation électrique des bâtiments pour relier les PC dans un LAN.

Les systèmes de gestion de l'utilisation de l'ordinateur

Tout comme avec le système téléphonique, beaucoup de temps est passé à enregistrer manuellement l'utilisation de l'ordinateur et les temps de connexion à Internet pour de courtes durées et les erreurs sont possibles. Pour comptabiliser et facturer l'accès à Internet et aux services connexes, un grand télécentre pourra installer un système de gestion/facturation, en particulier pour les utilisateurs réguliers qui viennent chaque jour pour vérifier leur courrier électronique. Il existe une variété de systèmes de gestion sur le marché. Certains ne sont basés que sur des logiciels, et d'autres reposent sur une solution en termes de matériel informatique.

Un produit américain du nom de Cyber-Time qui coûte 500\$US est une solution purement logicielle ne fonctionnant que sur des PC Windows connectés à un LAN. Une meilleure solution consisterait à utiliser une technologie de carte à mémoire personnalisée pour identifier et facturer l'utilisateur. Elle permet une utilisation facile et une grande fonctionnalité pour le client (elle est plus pratique pour l'utilisateur puisqu'elle contient leur code d'accès et leur mot de passe, et d'autres informations sur la personne inscrite). Cela facilite aussi la facturation du client par le télécentre, parce que le client n'a la note à payer que lorsqu'il doit réapprovisionner (recharger) le compte, ou lorsque le crédit de son système est épuisé.

Avec la technologie du terminal de réseau tel que le système Oregon, cela est fait relativement facilement grâce à un lecteur de carte à mémoire intégré dans chaque terminal de réseau. La capacité de facturation est disponible, et la carte à mémoire identifie l'utilisateur du système sur le serveur. Cela permet un suivi des minutes d'utilisation par l'utilisateur grâce au système de gestion existant et peut être programmé pour couper l'accès après un temps prédéterminé.

Un lecteur de carte à mémoire et un système de gestion supplémentaires sont disponibles pour les machines Windows standard de la division I-Card de France-Télécom. Une carte à mémoire est délivrée à chaque utilisateur et est chargée avec la somme de crédits qui est donnée à l'utilisateur ou qu'il achète. Un lecteur de carte à mémoire coûtant 200\$US est inséré dans le port sériel de chaque PC. Le logiciel de gestion de la I-Card permet aux cartes d'être rechargées avec du crédit au tarif déterminé par le directeur du télécentre et contrôle aussi à

quelles applications l'utilisateur peut avoir accès. Chaque programme de logiciel peut être facturé à des tarifs différents.

Une autre possibilité consiste à utiliser l'un des kiosques d'accès public de plus en plus nombreux dotés de lecteurs de carte à puce et de pièces intégrés. Certains d'entre eux sont aussi équipés d'un écran et d'une imprimante. C'est le cas par exemple du Terminal d'information publique de la poste sud-africaine, et du système américain PatLink.

Les périphériques

Le terme **Périphériques** désigne tout le matériel informatique ne faisant pas partie du matériel essentiel d'un système PC. Bien qu'aucun télécentre ne puisse fonctionner sans eux, même les imprimantes et les modems sont désignés par le terme de périphériques.

Les imprimantes. Idéalement il devrait y avoir une imprimante pour chaque système de 8 à 10 ordinateurs, tous liés entre eux par le LAN. Toutefois dans certains cas un petit télécentre fonctionnera avec une imprimante reliée à un seul PC. Il existe une grande variété d'imprimantes parmi laquelle choisir, et votre choix dépendra du type d'impression que veulent les clients. Beaucoup de télécentres font du travail de P.A.O pour leurs communautés locales. Ce type de travail nécessite des imprimantes capables de réaliser des travaux commerciaux, d'allure professionnelle. Oubliez la vieille imprimante matricielle: elle est de trop mauvaise qualité.

Les imprimantes disponibles sur le marché sont notamment :

- Une imprimante laser permet des impressions de qualité commerciale.
- Une imprimante jet d'encre coûte beaucoup moins qu'une imprimante laser convient à la plupart des travaux d'impression, mais les cartouches d'encre s'épuisent assez rapidement et sont chères à remplacer. Par conséquent, à moins que le télécentre n'envisage pas de fournir des services d'impression professionnels, à long terme il est moins onéreux d'acheter une imprimante laser.
- Une imprimante laser couleur est très chère. Le télécentre n'en aura besoin que pour les grosses quantités de travail professionnel.
- Une imprimante jet d'encre couleur est relativement abordable, mais son utilisation est coûteuse à cause du prix élevé de ses cartouches d'encre.

Les modems

Un modem est essentiel pour les communications/données Internet. C'est l'élément qui permet à l'ordinateur d'envoyer et de recevoir des données via des lignes téléphoniques, et de communiquer avec les fournisseurs d'accès Internet pour vous donner l'accès à Internet. La vitesse du modem se mesure en bits par seconde (bps) ou kilobits par seconde (Kbps). Plus le nombre est élevé, plus la transmission est rapide. Pour recevoir des images graphiques telles que des photographies, un nombre de 14.4 Kbps ou plus est essentiel, mais du texte peut être reçu à 2400 bps via des liaisons satellite HF ou LEO, idéalement en format compressé, ce qui aboutit à un débit effectif d'environ 7.2 Kbps.

Les modèles de modems les plus récents devraient pouvoir atteindre 33.3 Kbps et parfois 56.6 Kbps, en fonction de la qualité du réseau téléphonique local. Dans certaines zones où il y a beaucoup d'interférences sur les lignes téléphoniques, ou encore où l'opérateur de télécoms a

installé un système de boucle locale sans fil DECT, il ne sera peut-être pas possible de fonctionner à des vitesses supérieures à 7.2Kbps.

Bien que beaucoup d'ordinateurs aient de nos jours des modems internes, il vaut mieux acheter des modems externes à cause des changements rapides dans la technologie des modems. Les modems internes doivent aussi fonctionner à des températures plus élevées et peuvent subir plus de dommages de la foudre et des surintensités. Parce que la ligne téléphonique est connectée à un PC équipé d'un modem interne, la foudre peut facilement endommager votre ordinateur.

La photocopieuse

Une photocopieuse est essentielle aussi au fonctionnement quotidien de beaucoup de télécentres puisque le service de photocopie est généralement demandé. Il pourrait être possible de partager une photocopieuse avec d'autres organisations ou des petites entreprises dans le même bâtiment. Si vous achetez une photocopieuse d'occasion, ou si une vous est offerte, assurez-vous que la qualité des copies est assez bonne pour vos clients et que vous pouvez faire effectuer l'entretien et la maintenance. Une fois de plus, ce n'est pas une bonne idée que d'acheter une photocopieuse très chère au début. Une photocopieuse qui collationne, broche et fait des copies recto-verso est formidable, mais n'est pas essentielle.

Un appareil 4-en-1 intégrant fax/photocopieuse/imprimante/scanner peut être utilisé pour les petits volumes de copies (1 à 10 copies) et une photocopieuse distincte à haut débit peut être utilisée pour les plus grands tirages.

Pour les gros volumes, de plus en plus d'organisations utilisent une alternative à la photocopieuse standard : la gamme RISO des "imprimantes numériques". Ce sont essentiellement des machines à ronéotyper actualisées, qui peuvent supporter de très gros volumes, font des copies moins cher que les photocopieuses standard, et nécessitent moins de maintenance. Beaucoup de ces machines sont utilisées dans des environnements très chauds et très poussiéreux, et ne tombent pas en panne aussi souvent que les photocopieuses standard. Les RISO coûtent le même prix qu'une photocopieuse mais ne sont pas rentables pour des copies simples, c'est pourquoi nous suggérons l'appareil à faible débit 4-en-1 Fax/scanner/imprimante/photocopieuse à cet effet.

Il est important de décider si le télécentre devrait louer ou acheter le matériel à photocopie. A cause des frais de maintenance élevés, la location peut être la meilleure solution. Un photocopieur à moyen débit tel que le Toshiba coûte environ 250\$US par mois à la location, y compris le toner qu'il utilise.

La relieuse

S'il existe une demande de grandes quantités de travail de copie et d'impression, une relieuse sera utile et pourra générer des revenus supplémentaires. Il existe un choix de différents types de relieuses, à faire en fonction de la taille des documents à relier et du type de reliure utilisé.

Le graveur de CD

Avec cet équipement, qui ne coûte que 200\$US, un télécentre peut distribuer des albums photo, des vidéos et de la musique sur CD-ROM, faire des copies, distribuer des sites Internet, sauvegarder d'autres banques de données et faire des copies de CD-ROM. Les événements culturels de la communauté et les événements dignes d'intérêt peuvent être enregistrés et stockés de cette manière pour une utilisation future.

Le scanner

Les scanners à plat sont les plus courants. Comme pour les photocopieuses, le document que vous voulez scanner est placé à plat sur une plaque de verre. Les scanners manipulés manuellement ne peuvent pas être utilisés efficacement pour les livres ou les publications. Le logiciel d'utilisation et d'édition des images scannées est généralement fourni avec le scanner.

Une déchiqueteuse

Une déchiqueteuse vous permettra de détruire les documents confidentiels et l'information relative aux clients. Le personnel du télécentre se doit de respecter le droit du client à la confidentialité.

L'appareil photo numérique

L'appareil photo numérique, est devenu un outil populaire dans les télécentres puisque des images peuvent être transférées dans des documents ou du courrier électronique sans frais : les images sont simplement copiées à partir de l'appareil photo vers le PC. Un appareil photo numérique est particulièrement utile pour un télécentre souhaitant fonctionner comme un bureau de poste électronique. Un télécentre répondant aux besoins des voyageurs ou des visiteurs internationaux peut facilement générer des revenus supplémentaires avec un appareil photo numérique.

L'appareil à plastifier

Les appareils à plastifier permettent de préserver les documents imprimés en les recouvrant d'un mince film de plastique transparent. Il existe une grande variété de tailles, de formes et de prix. Lorsque la communauté formule une demande de services de plastification, il est important de savoir précisément quels types de documents seront confiés au télécentre pour être plastifiés. Par exemple, les principaux documents seront-ils des certificats de format A4 ou des affiches de format A5 ?

La télévision

Un petit écran de télévision est suffisant pour la plupart des télécentres puisque la plupart des classes de télé-apprentissage sont relativement réduites. Si vous achetez la même marque de téléviseur et de magnétoscope, vous pourrez négocier une réduction auprès du fournisseur. Une télécommande est un complément important.

Les magnétoscopes

Les télécentres proposant des services de duplication (copies de vidéocassettes) de télé-cours pour étudiants auront besoin de deux magnétoscopes. Si vous assurez ce service, il est préférable d'avoir deux appareils de la même marque pour la compatibilité. Une fonction longue durée est souhaitable, plus de têtes de lecture donnent une image de meilleure qualité.

La vidéoconférence

La vidéoconférence est un excellent moyen de faciliter les rencontres entre des personnes à distance. Mais comme cela a déjà été précisé plus haut, ce matériel est cher et il n'est par conséquent pas forcément un investissement supportable pour un nouveau télécentre.

Le lecteur zip

Un lecteur zip est un système externe de stockage et de sauvegarde pour les fichiers stockés dans un ordinateur et peut être utilisé comme alternative au graveur de CD. L'avantage d'un lecteur zip, comme le graveur de CD, est qu'il pourra contenir beaucoup plus d'informations qu'une disquette. Il est très utile pour le stockage des travaux confidentiels des utilisateurs du télécentre.

Les fournitures

Les fournitures suivantes sont essentielles pour la plupart des télécentres :

- Des disquettes. Un télécentre devrait être prudent lorsqu'il autorise les clients à utiliser leurs propres disquettes ou logiciels parce qu'ils peuvent être contaminés par des virus.
- De l'encre supplémentaire et/ou des cartouches de toner pour toutes les imprimantes, photocopieuses, et les fax.
- Un approvisionnement en papier à photocopie/impression.
- Des câbles de rechange.
- Des claviers et des moniteurs de rechange lorsque possible.

3.3.4.3 La stratégie d'équipement et de prestation des services

Les prix des équipements au détail peuvent être réduits de deux manières :

- Si des groupes de télécentres sont lancés dans le cadre d'un programme national, où par le biais d'associations indépendantes, alors ils peuvent faire des économies en faisant un achat massif de matériel standard au prix de gros OU à travers un fournisseur.
- Le télécentre peut négocier avec des fabricants à titre gratuit ou payant du matériel de démonstration pour tester les différentes options. Vous devrez négocier les termes avec chaque fournisseur.

La maintenance du matériel informatique devrait être assurée par un commerçant en informatique si possible proche ce qui :a) réduira considérablement les coûts de l'assistance, b) construira une compétence locale et c) diminuera la durée des pannes puisque la source d'assistance sera plus près.

Bien qu'il soit probablement plus avantageux d'acheter le matériel en gros de manière centralisée pour des groupes de télécentres, en général les accords de maintenance et d'assistance centralisés sont trop coûteux et il serait préférable de signer des accords locaux. Néanmoins, le matériel qui tombe en panne pendant la période de garantie devra être retourné au fournisseur d'origine, mais peut-être par le biais du service d'assistance locale lorsque disponible.

3.3.5 Trouver le meilleur emplacement pour un télécentre

3.3.5.1 Les locaux

Idéalement la communauté devrait fournir au télécentre un local gratuit et dont la maintenance sera gratuite. Si ce n'est pas possible, une organisation pourrait fournir l'espace ou payer le loyer à titre de contribution partielle au télécentre, au moins jusqu'à ce qu'il devienne viable.

Un marché tout fait est l'avantage le plus évident de partager l'espace ou de mettre en place de manière conjointe un télécentre avec une organisation existante telle qu'une bibliothèque, une entreprise commerciale, ou un centre de conseil communautaire. Il existe beaucoup d'exemples montrant que l'installation d'un télécentre à l'intérieur ou à proximité d'une entreprise ou d'un service existant, tel qu'un bureau de poste, a pour conséquence d'augmenter la rotation des deux activités.

Il est coûteux de concevoir et de construire un télécentre à partir de zéro et rares sont les télécentres en Afrique à pouvoir supporter ces coûts. S'il est possible de rénover un container de marchandises recyclé, il peut servir de local approprié. Ou encore, un bâtiment existant peut être transformé en télécentre. Les frais de rénovation des locaux seront variables d'un site à un autre. Dans certains cas seul l'ajout d'un système de sécurité et de la peinture sera nécessaire. L'installation d'une alimentation électrique et d'une liaison de télécommunications sera bien sûr également nécessaire.

Dans certains bâtiments il faudra fixer le toit et installer un plafond isolé. Les plafonds isolés et/ou l'air conditionné sont recommandés pour réduire la consommation du chauffage/climatisation et réduire l'accumulation de poussière.

La climatisation peut être nécessaire :

- Pour réduire au minimum la nécessité d'ouvrir les fenêtres qui laissent passer la poussière endommagent le matériel.
- Pour réduire les températures de fonctionnement du matériel, ce qui réduit considérablement le pourcentage de pannes.
- Pour augmenter les niveaux de confort du personnel et des clients.

Au minimum, des stores sont nécessaires pour les réunions, les classes et les centres de formations qui utilisent un rétroprojecteur.

Comme avec les services destinés au public, l'expérience a montré qu'un bon emplacement figure en haut de la liste des ingrédients essentiels au succès d'un télécentre. Un télécentre qui est isolé dans une petite rue devra travailler durement pour se faire connaître de la communauté et n'est pas susceptible d'attirer la circulation. La viabilité dépend de la visibilité du télécentre et de son accessibilité par le maximum d'utilisateurs possible.

Il ne sera pas toujours possible d'obtenir une location dans une rue principale. La disponibilité de l'électricité et/ou des lignes téléphoniques peut être un facteur déterminant plus important, ou souvent la location de l'organisme de parrainage déterminera l'emplacement du télécentre. Lorsqu'un télécentre ne peut pas acquérir des locaux fortement visibles, les programmes de promotion devraient prendre en compte ce fait, et les relations avec d'autres organisations dans la communauté seront particulièrement importantes.

Les bâtiments pouvant être utilisés pour établir un télécentre sont :

- Un bureau de poste
- Un bâtiment scolaire désaffecté
- Une salle communautaire
- Une station de radio communautaire
- Des locaux commerciaux inoccupés
- Une bibliothèque
- Un musée

- Une devanture de magasin
- Une maison ou un appartement inoccupés
- Un organisme religieux ou éducatif
- Des salles d'un syndicat local ou les bureaux d'une ONG locale
- Une remorque ou un container transformés
- La maison d'un policier ou peut-être un commissariat de police

L'espace idéal

Comme vous pouvez le constater dans la liste ci-dessus, un télécentre peut fonctionner dans à peu près n'importe quel espace disponible et abordable pour une communauté, pourvu qu'il soit équipé de l'électricité, d'une connexion téléphonique et soit relativement sécurisé.

Dans cette section nous nous intéresserons au type d'espace qui serait idéal pour un télécentre polyvalent. Gardez à l'esprit le principe général selon lequel les télécentres peuvent démarrer petits puis croître et s'étendre. Un télécentre pourrait se faire céder une petite quantité d'espace au début puis, lorsque la réputation et l'importance du télécentre auprès de la communauté sont établies, il pourrait soit être invité à occuper des locaux plus grands par une organisation locale, soit dégager suffisamment de bénéfices pour louer, acheter, des locaux plus grands ou collecter des fonds à cette fin.

La recherche montre que les télécentres mettent deux ans avant de pouvoir être autosuffisants. Il faut du temps pour qu'une communauté s'habitue aux nouvelles technologies et accepte un télécentre comme une partie de l'infrastructure communautaire. Au bout de deux ans, un télécentre rentable aura augmenté son nombre de membres ou d'utilisateurs de manière substantielle.

Des pièces séparées plutôt qu'une grande pièce sont préférables. Le client d'un télécentre travaillant sur un ordinateur aura du mal à travailler dans la même pièce qu'un groupe regardant un programme d'instruction à la télévision. Il est également très difficile pour le coordinateur d'un télécentre de mener des réunions et des consultations sans un certain degré d'intimité, par conséquent si toutefois cela est possible, un bureau séparé devrait être mis à la disposition du coordinateur du télécentre.

Idéalement il devrait y avoir suffisamment de place pour des cabines téléphoniques (environ 1 m x 1 m chacune) des postes d'ordinateurs (au moins 1.5 m x 1 m chacune), un espace de réception, un bureau, des salles de travail et de repos et une zone de circulation générale. Si une kitchenette et des toilettes ne sont pas incluses dans l'espace, elles devraient au moins être relativement proches.

La taille réduite d'un télécentre lors de sa première ouverture au public importe peu dans la mesure où il pourra toujours s'étendre dans le futur. Si vous avez le choix des locaux, recherchez un espace assez grand pour accueillir des postes d'ordinateurs supplémentaires et du personnel supplémentaire plus tard.

Pour se faire une idée générale du nombre de postes de téléphone ou d'ordinateurs dont vous aurez besoin pour satisfaire les utilisateurs d'un télécentre polyvalent, divisez le nombre d'utilisateurs prévu par le nombre d'heures prévu durant lesquelles le télécentre sera ouvert au public. Par exemple, si votre télécentre compte attirer 200 utilisateurs d'ordinateurs par semaine, et que vos portes seront ouvertes 40 heures par semaine, cinq ordinateurs pourront accueillir 200 utilisateurs environ une heure par semaine chacun. Toutefois, si le même nombre de personnes est escompté pour une heure chaque jour, vous aurez besoin de

25 postes d'ordinateur. Lorsque vous cherchez à déterminer combien de membres du personnel vous seront nécessaires, rappelez-vous qu'un superviseur peut s'occuper d'environ dix postes de travail informatiques.

Si un télécentre veut atteindre le plus grand nombre de personnes possible dans la communauté, il doit être ouvert aussi longtemps que possible. Des horaires d'ouverture de 7h à 22 h ne sont pas chose rare. Certains télécentres permettent l'entrée des utilisateurs à toute heure du jour ou de la nuit en leur donnant une clef et/ou en utilisant un système électronique de numéro d'identification personnel (PIN). Bien sûr, la sécurité est une question essentielle ici.

Créer l'atmosphère adéquate

Les télécentres doivent être sûrs, frais, sécurisés, et confortables. Un télécentre accueillant, confortable avec de bonnes conditions de sécurité et un équipement bien entretenu attirera les utilisateurs et garantira la survie du télécentre. Le personnel du télécentre a besoin de cultiver une "culture du service", un peu à la manière d'un hôtel cinq-étoiles dans lequel le personnel est formé pour garantir que les invités aient un séjour confortable et agréable afin qu'ils continuent à retourner à ce même hôtel ! (Vous en saurez plus à ce sujet dans les rubriques *Etablir les règles et la formation des directeurs*). Vous devez aussi protéger le matériel du vol et des dommages causés par la chaleur et la poussière. (Vous trouverez plus d'informations à ce sujet dans la rubrique *Sécuriser le télécentre*).

3.3.5.2 Les connexions électriques et téléphoniques

L'électricité

Bien qu'il soit possible de faire fonctionner un télécentre à l'énergie solaire, cela augmentera les coûts de manière considérable, par conséquent il vaut mieux être connecté au réseau électrique national. Même dans ce cas, des installations de secours telles qu'un générateur ou des batteries et un convertisseur sont nécessaires dans les régions où l'alimentation électrique est intermittente.

Pour l'installation électrique, les exigences minimales sont :

- Un éclairage vertical au néon
- Des prises électriques (une pour chaque appareil) en cercle autour de la pièce.
- Une boîte de dérivation électrique standard avec isolateurs/fusibles séparés pour les PC, la climatisation et le système téléphonique, ainsi qu'une prise pour du matériel supplémentaire tel qu'une bouilloire ou une urne.

L'installation électrique DOIT avoir une mise à la terre, même pendant la saison sèche lorsque le niveau hydrostatique est souvent au plus bas. Cela réduira à un minimum l'impact des éclairs sur le matériel, mais des parafoudres spéciaux devront aussi être placés sur les PC et le matériel téléphonique dans les régions sujettes à des orages. L'installation électrique devrait être testée pour garantir qu'elle soit mise à la terre **avant** l'installation de l'équipement.

Les connexions téléphoniques

Si un télécentre n'a pas une forme de liaison téléphonique, il ne pourra proposer que quelques services commerciaux sur support informatique et peut-être certains téléchargements d'informations, de météorologie et de prix du marché via une liaison de retransmission par satellite utilisant DSTV ou Worldspace. Aux endroits où les services de télécommunications

n'existent pas mais où il existe une possibilité réelle qu'ils soient installés dans un futur proche, la prestation de services sur support informatique peuvent être la première étape de la vie d'un télécentre. Cependant, en général un télécentre sans téléphone n'est pas viable à long terme.

Dans des endroits où il n'est pas possible d'obtenir l'accès à Internet au moyen d'un appel téléphonique local, mais seulement par le biais d'un appel longue distance, l'utilisation d'Internet sera relativement chère et il est probable que plus d'intérêt soit attaché aux services de messagerie électronique plutôt qu'à Internet.

Il sera souvent moins cher d'installer une ligne Internet permanente par radio ou par location de ligne aux endroits où il y a un nombre assez grand d'utilisateurs des services Internet.

Dans les régions très reculées où il n'existe pas de perspective de disponibilité de lignes de télécommunications normales, les téléphones cellulaires ou une liaison de messagerie électronique par radio VHF/HF ou par satellite LEO à un hub peut fournir suffisamment de connectivité pour mettre en place un télécentre. Cependant les coûts de départ sont plus élevés.

Certains pays ne permettront peut-être pas à des entités privées de vendre l'accès au téléphone et à l'Internet à des parties tierces, mais la plupart des pays africains n'imposent pas de restrictions à la revente privée de télécommunications et de services connexes. Néanmoins, la plupart des opérateurs de télécoms en Afrique n'ont pas élaboré une politique de tarifs encourageant spécifiquement le développement de services d'accès public gérés par le privé. Souvent les opérateurs des télécentres doivent payer des tarifs résidentiels standard pour les appels effectués, et cela laisse peu de place pour les majorations et les marges de profit. D'autre part, certains pays d'Afrique ont des politiques très progressistes, tel que le Sénégal, où les télécentres privés reçoivent une remise de 40% sur les tarifs des appels.

L'expertise technique

Le recrutement d'un expert technique est coûteux. Cependant, il est très vraisemblable que les compétences d'un technicien seront nécessaires pour programmer l'installation électrique et la configuration exactes dont a besoin le télécentre. A cause des frais engagés, l'idéal c'est d'avoir un expert technique qui soit membre du comité d'organisation du télécentre et d'avoir recours aux entrepreneurs locaux, plutôt qu'aux fournisseurs commerciaux, pour le fil électrique. (Se référer à la section 3.1 ci-dessus sur **Mettre en place le groupe responsable du télécentre**)

Le programme d'électrification/télécommunications

Si de nouveaux locaux sont construits pour un télécentre, ou qu'un container est équipé pour servir de télécentre, il est important de programmer le câblage pour l'électricité, le téléphone et les données en même temps. Le nouveau câblage intégré qui permet à un port téléphonique ou LAN d'utiliser la même prise est idéal, mais des compétences spécifiques seront nécessaires à son installation et une fois de plus, cela peut coûter cher.

Pour beaucoup de télécentres, un bâtiment existant sera utilisé et il sera beaucoup moins coûteux de simplement prolonger le câble nécessaire à partir des prises électriques et téléphoniques existantes en utilisant des rallonges. Pour relier les PC à un réseau local, le câble CAT-5 est la norme, et devrait idéalement être placé dans une gaine, mais pour les petits réseaux de trois ou quatre PC, il peut être simplement posé tout autour de la pièce. Le câblage peut être restructuré lorsque le télécentre s'étend et que plus de fonds sont disponibles. Ou encore un système radio LAN ne nécessitant aucun câblage peut être utilisé. Bien que les

cartes radio LAN soient plus chères que les cartes standard sur support câble, cette solution est une bonne alternative au recours à une entreprise spécialisée pour poser les câbles pour un grand télécentre puisque le système radio peut être installé par un technicien des PC.

Une planification pour un télécentre de grande taille inclura les éléments suivants :

- Des prises de courant au sol et aux murs pour les imprimantes et les ordinateurs (un maximum de six systèmes par prise).
- Des connexions téléphoniques pour les télécommunications, ainsi que pour la zone de réception, des téléphones de bureau et des fax.
- Du câblage pour les réseaux locaux (LAN).

3.3.5.3 Les meubles

Des accessoires fixes et des meubles peuvent être commandés auprès des menuisiers locaux à un prix beaucoup moins élevé que si vous les achetez en magasin :

Pour la zone de réception

- Une enseigne sur la porte du télécentre indiquant le nom du télécentre et les horaires d'ouverture.
- Un bureau et une chaise pour le personnel d'accueil.
- Des chaises et des bancs pour les personnes qui attendent d'être servies.
- Des dossiers contenant des informations au sujet des utilisateurs ou des membres.
- Un livre de signatures (ou un système informatisé) pour garder la trace des habitudes des utilisateurs.
- Une grosse pendule murale.
- Un tableau d'affichage pour les informations intéressant les utilisateurs. Un autre tableau d'affichage pourrait être accroché à un mur protégé à l'extérieur du télécentre.

Un tuyau utile !

Songez à placer une grande carte de la région sur le mur de la réception. Celle-ci pourrait être accrochée à un tableau pour éviter qu'elle ne s'abîme. Un télécentre a utilisé une carte pour déterminer d'où venaient les utilisateurs/membres. Les utilisateurs étaient invités à placer une punaise en couleur sur la carte pour montrer où était situé leur domicile. La carte faisait les utilisateurs se sentir chez eux au télécentre.

Pour la zone des ordinateurs

- Des tables pour les ordinateurs et les autres équipements. Des meubles d'ordinateurs spécialement conçus ont souvent des étagères coulissantes et dont l'étagère pour le clavier est conçue pour être à la hauteur adéquate pour une utilisation facile. Certains meubles d'ordinateurs ont des compartiments contenant les différents câbles. Les guichets encastrés pour le matériel sont plus chers et ne peuvent pas être déplacés pour s'adapter aux nouveaux développements dans un télécentre.
- Un ou deux meubles d'ordinateurs roulants peuvent être très utiles. Ils permettent l'intimité lorsque souhaitée par les personnes. Ils peuvent aussi être déplacés vers des

salles de conférence ou d'autres pièces d'un bâtiment pour des présentations ou des démonstrations.

- Des chaises pour les utilisateurs (deux par ordinateur). Les chaises devraient être confortables et adaptées aux enfants et aux adultes.
- Des classeurs et des armoires ou des étagères pour les logiciels, les fournitures, les dossiers des utilisateurs et des registres quotidiens, hebdomadaires et mensuels.
- Un éclairage au néon.
- Un espace de tableau d'affichage pour les projets, les présentations et les expositions.

Pour le bureau

Des bureaux, des chaises, des classeurs, des classeurs et des étagères pour les fournitures, de la papeterie, et des documents de référence. Des ordinateurs avec des capacités de télécommunication. Des téléphones, un fax, une photocopieuse.

Le plan géométral

Une fois que les locaux du télécentre ont été sécurisés et que les plans ont été faits pour les installations de fils électriques et de lignes téléphoniques, les accessoires fixes et les surfaces, un plan géométral devient indispensable. Ce plan devrait aussi indiquer où le matériel informatique et les équipements seront placés.

3.3.6 Promouvoir le télécentre

Tout télécentre devra envisager deux manières de susciter l'intérêt du public pour ses activités et ses réalisations. Le marketing est essentiel pour développer des soutiens pour le télécentre, y compris un soutien financier continu. Les détails du plan marketing devront être intégrés dans le plan d'activité.

Il y a quatre étapes dans un processus de marketing :

- Etape 1 : vendre l'idée
- Etape 2 : analyse marketing
- Etape 3 : mettre en place le télécentre
- Etape 4 : maintenir la croissance

La promotion du télécentre commence avant la première réunion publique visant à déterminer si un télécentre est viable ou pas dans une communauté spécifique. La réunion publique est la première activité de relations publiques du télécentre.

Une fois que la décision a été prise de mettre en place un télécentre, le télécentre devrait essayer de faire connaître au public chaque activité et chaque réalisation de la manière la plus large possible. C'est à ce moment que débute la deuxième étape du marketing. Les objectifs de la stratégie marketing d'un nouveau télécentre devraient être de :

- S'introduire dans la communauté
- Devenir une organisation familière à la communauté
- Elargir le cercle des participants
- Susciter de l'intérêt pour ses activités

Un plan marketing peut être très limité s'il est laissé à une seule personne, et par conséquent il est important que les membres du comité d'organisation y contribuent par leurs idées. Une session de brainstorming au cours de laquelle les idées sont écrites sur un grand morceau de papier est la meilleure façon de commencer à développer un plan marketing.

Le premier projet devrait être un programme marketing menant jusqu'au jour d'ouverture du télécentre. L'un des moyens de développer ce plan est de tracer quatre colonnes sur un bout de papier comme ceci :

Quoi	Comment	Où	Action

Dans la première colonne, la colonne **Quoi**, vous énumèrerez tout ce qui peut aider à faire connaître la mise en place du télécentre. Par exemple :

- La liste des services que proposera le télécentre.
- Les locaux du télécentre
- Les membres du comité d'organisation.
- La nomination du comité de gestion.
- La nomination du coordinateur.
- Les subventions reçues.
- Les contributions en nature des membres de la communauté.
- L'événement de l'ouverture.

Tous ces événements pourraient être transformés en articles d'informations pour un journal local, en bulletins d'information d'organisations locales, ou en programme de station de radio communautaire. Assurez-vous que beaucoup de photographies sont prises et concentrez-vous sur l'aspect "people" de l'histoire, en particulier pour ce qui est du coordinateur du télécentre ou des membres du comité de gestion.

Dans la colonne **Comment**, énumérez les meilleurs moyens de faire connaître chacun des articles énumérés. Par exemple :

- La radio
- Les articles de journaux
- Les tableaux d'affichage du poste de police, du centre commercial local, et du foyer municipal.
- S'adresser aux groupes communautaires
- Distribuer une lettre d'information d'une page du comité d'organisation.
- La publicité sur Internet.

Dans la colonne **Où** vous pouvez donner plus de détails. Par exemple, **quel** programme radiophonique devrait être ciblé.

Enfin, dans la colonne **Action**, vous énumèrerez les noms du comité d'organisation ou du comité de gestion qui prendront la responsabilité d'assurer le suivi de cette action entreprise.

Remarque :

Avant que les locaux du télécentre ne soient rénovés ou occupés, prenez une photo. Prenez une autre photo après les rénovations. Vos photos peuvent être utilisées pour un article dans le journal local ou comme une partie d'une exposition.

L'événement d'ouverture

Si le télécentre prévoit un événement d'ouverture :

- Inviter un personnage éminent de la communauté à ouvrir le télécentre, par exemple le président ou le président-adjoint, un député local, ou le directeur d'un organisme de financement.
- Envoyer des invitations à toutes les organisations communautaires qui peuvent vous venir à l'esprit, ainsi qu'aux représentants des autorités locales et du secteur de l'entreprise. Ces invitations devraient être envoyées suffisamment de temps à l'avance pour que les personnes aient au moins trois semaines pour répondre.
- Assurez-vous que tous les media locaux soient invités au jour d'ouverture.
- Organisez un programme pour une partie de la journée. Celui-ci pourrait inclure un discours d'ouverture, une démonstration, des rafraîchissements, etc.
- Assurez-vous que beaucoup de photos sont prises.
- Assurez-vous qu'un membre du comité d'organisation ou du comité de gestion soit disponible pour accueillir les invités.
- Assurez-vous que tous les participants à cet événement signent le registre à leur arrivée, afin que leurs noms, leurs adresses et les informations visant à les contacter soient enregistrés. Des formulaires spécifiques peuvent être conçus, lesquels incluront un emplacement où les visiteurs pourront inscrire les services qui les intéressent le plus dans le télécentre, et tous les autres commentaires qu'ils souhaiteraient formuler au sujet de l'ouverture du télécentre. Ces commentaires peuvent être inclus dans des articles et des expositions de l'événement d'ouverture.
- Après l'ouverture du télécentre, ce serait une bonne idée d'organiser une exposition, y compris de photographies, dans la bibliothèque locale, le centre commercial ou le foyer municipal.

3.3.7 Assurer le télécentre

Il est conseillé au comité d'organisation de se familiariser avec les réglementations locales en matière de santé et d'incendies avant de contracter une assurance pour le télécentre. Un télécentre peut assurer son personnel, ses clients et ses biens en contractant une police d'assurance ou par auto-assurance. Pour l'auto-assurance, un télécentre devra mettre de côté une certaine quantité d'argent pour couvrir toutes les réclamations à son encontre et pour assurer le personnel, les usagers et les biens contre les dommages ou les blessures.

Lorsqu'un télécentre loue des locaux, ou utilise des locaux appartenant à une organisation existante, il se peut que le propriétaire ait déjà une assurance pour ses biens. Généralement cette assurance devra être complétée par le télécentre pour couvrir son personnel et ses biens.

Il existe trois types d'assurances s'appliquant à un télécentre :

- L'assurance responsabilité civile

- L'assurance des biens
- L'assurance contre les accidents du travail

L'assurance responsabilité civile

L'assurance responsabilité civile protège une entreprise des poursuites et autres réclamations venant de personnes blessées sur le lieu de travail. Avec l'assurance responsabilité civile il y a en général une couverture maximale chaque année. Cela signifie que la compagnie d'assurance ne paiera pas les réclamations excédant une certaine quantité au cours d'une année.

Une assurance responsabilité civile générale commerciale inclut les réclamations suite à des blessures de personnes (telles que les chutes), des dommages dus à des incendies, et les frais médicaux. L'assurance responsabilité civile protégera aussi une entreprise contre des réclamations émanant de contrats pris avec d'autres parties tels que, la location de biens. Un télécentre peut choisir de couvrir le personnel dans le cadre de l'assurance responsabilité civile. Cela couvrirait le personnel et les volontaires pour toutes les blessures corporelles ou dommages contre leurs biens pendant les heures de travail des membres du personnel ou des volontaires du télécentre.

L'assurance des biens

Dans beaucoup de régions de l'Afrique, la chaleur et la poussière peuvent causer des dommages considérables aux équipements. L'assurance des biens protège une entreprise des dommages causés au bâtiment, aux meubles et aux équipements. La plupart des assurances de biens matériels incluent un système de déduction qui exige que l'entreprise assurée, dans ce cas le télécentre, paye un pourcentage des pertes. La compagnie d'assurance paie le reste des pertes.

Il existe quatre types de couverture par **une assurance des biens matériels** :

- La couverture de base, qui comprend les pertes causées par des évènements tels que les incendies, les éclairs, les explosions, la fumée, le vandalisme et les actes de malveillance, et les dégâts des eaux.
- La couverture large, qui inclut les pertes couvertes dans la couverture de base ainsi que les pertes dues aux dégâts des eaux, aux bris de verre, et les dommages causés par les objets gelés ou tombés.
- La couverture spéciale. C'est la couverture la plus complète parce qu'en cas de pertes, c'est à la compagnie d'assurance de trouver une exclusion dans la police pour refuser la réclamation, plutôt qu'à l'assuré de trouver une couverture dans la police qui corresponde aux dommages subis.
- L'assurance contre les catastrophes naturelles, qui couvre généralement les évènements inhabituels, qui ne sont pas couverts par les autres types d'assurances. Ces évènements peuvent inclure les tremblements de terre et les raz-de-marée.

L'assurance contre les accidents du travail

L'assurance contre les accidents du travail couvre une entreprise contre les blessures subies par le personnel sur les lieux de travail, ou lorsque le personnel tombe malade. Le comité

d'organisation du téléc centre devra chercher à savoir quelles sont les obligations du téléc centre par rapport à ce type d'assurance.

3.3.8 La budgétisation

Si vous travaillez à l'aide des sections précédentes vous devriez être en mesure d'établir une liste de tous les coûts et de toutes les sources de revenu pour élaborer le budget. Le budget se compose de deux parties :

Un budget de démarrage présente de manière détaillée les coûts engagés une seule fois pour la mise en place d'un téléc centre.

Un budget de fonctionnement expose de manière détaillée les frais de fonctionnement courants d'un téléc centre.

Les frais de démarrage comprennent les frais de préparation antérieurs à l'ouverture effective du téléc centre. Il existe deux types de coûts de départ :

Les dépenses de capitaux et les dépenses faites une seule fois telles que les rénovations des locaux, l'achat de matériel, de meubles et de fournitures et les versements aux fournisseurs d'électricité, les connexions téléphoniques, etc.

Les dépenses qui continueront dès que le téléc centre sera opérationnel, telles que les salaires, la location, la maintenance et le remplacement du matériel, l'assurance, l'approvisionnement en logiciels et en matériel informatique, les frais de marketing, les frais de télécommunications, le matériel éducatif, la papeterie et le matériel de nettoyage, etc.

La meilleure manière d'aborder le budget est de concevoir une feuille de calcul ou un tableau et, de calculer méthodiquement chaque catégorie de dépenses. Pour chaque catégorie il devrait y avoir des coûts de départ et une autre colonne pour les dépenses courantes mensuelles sur une période d'une année. Les totaux pourront être additionnés lorsque vous aurez complété votre liste. Voici une liste des coûts que vous devrez prendre en compte :

Le personnel

Il y aura diverses sous-catégories dans cette section puisque vous aurez besoin de calculer le salaire mensuel du coordinateur, le salaire mensuel du réceptionniste, etc., ainsi que des frais horaires ou journaliers payés aux assistants occasionnels.

Les cotisations sociales

Elles comprendront les coûts de l'assurance maladie et des caisses de retraite, les cours de formation, etc.

Les frais professionnels

Ces coûts comprennent les frais des avocats, des comptables, des techniciens, etc. Il est probable que les frais juridiques soient plus élevés pendant la phase de démarrage. Les frais de comptabilité, cependant, seront probablement continus.

Les coûts du site

Ceux-ci comprendront les coûts de :

- Rénovations (qui figureront dans la liste des coûts de départ).
- Services (eau et électricité, impôts, ramassage des ordures, etc.). Si vous avez des doutes au sujet des coûts, vous pouvez trouver ce que paie une entreprise ou une organisation de taille semblable puis calculer les coûts. Si vous n'êtes pas sûrs, il vaut mieux surévaluer ces coûts au début.
- Maintenance. Celle-ci comprendra le matériels et les équipements de nettoyage tels qu'un balai, un balai à laver, un seau ; du papier toilette et du savon, etc. Une fois de plus, si vous n'êtes pas sûr, demandez à une autre organisation de taille similaire combien elle paye.

Sécurité et assurance

Si les locaux du télécentre sont utilisés avant l'ouverture au public, ces coûts devront être inclus parmi les coûts de démarrage.

Matériel et logiciels informatiques

Dans cette rubrique vous devriez inclure les coûts de maintenance et de remplacement du matériel informatique ainsi que les coûts de recyclage du matériel existant et d'achat de nouveaux équipements. Les frais de maintenance devraient inclure les frais de tout contrat de maintenance des ordinateurs, des imprimantes, et des autres périphériques et une estimation des coûts des autres réparations. Cette estimation devrait augmenter à mesure que le matériel informatique vieillit.

Les frais de démarrage des logiciels seront probablement plus élevés que les sommes mensuelles courantes. Par exemple, un télécentre pourrait prévoir d'acheter 80 logiciels à la fin de la première année, mais il démarrera avec 40.

Frais de bureau

Les coûts ici incluront la papeterie, les enveloppes, les étiquettes, les rouleaux de papier pour le fax et les autres articles de papeterie, ainsi que des articles tels que des lettres pour l'enseigne de la porte du télécentre. Il est important de laisser une place pour les coûts de fournitures diverses parce qu'il est toujours difficile de prévoir de manière précise les coûts cachés derrière cette catégorie.

Les communications

Cette section inclut les frais mensuels de services en ligne pour Internet ainsi que la facture de téléphone (qui inclut les frais de fax). Si un publiphone est installé dans le télécentre, vous devrez inclure les frais mensuels d'utilisation de ce publiphone dans cette section du budget.

Le marketing et les relations publiques

Pour cette section du budget vous devrez évaluer les frais des publicités placées dans des journaux locaux ou à la radio et à la télévision, sur des affiches, dans des brochures, etc. Dans la section 3.3.6 sur la **Promotion du centre de télécommunications**, page 53, vous aurez une

idée plus précise des types de frais engagés dans le marketing. Puisque le marketing le plus intensif aura lieu avant l'ouverture du télécentre, un large part de ces coûts sera classée parmi les coûts de démarrage.

Les frais des réunions et des divertissements

Ici vous incluez les coûts des rafraîchissements pour les réunions du comité d'organisation et les autres réunions. Des évènements tels que les journées portes ouvertes seront également pris en compte ici.

Le matériel éducatif

Dans cette section vous pouvez inclure les ouvrages de référence, les magazines, les journaux et les revues de technologie, etc.

Les frais divers

Dans cette section du budget vous devrez prendre en compte les coûts tels que les frais bancaires, les frais de droits d'auteurs, etc.

Projection des revenus

Sur une feuille distincte, vous devrez établir la liste de tous les revenus que vous escomptez pour le télécentre. Dans cette section vous pouvez prendre en compte les revenus que le télécentre percevra de :

- Les utilisateurs du télécentre
- La communauté des entrepreneurs
- Les subventions du gouvernement
- Les subventions d'organisations locales et d'organismes de financement
- Les évènements exceptionnels de collecte de fonds
- Autres

3.3.9 Finaliser le plan d'activité

Cette section vous aidera à rassembler toutes les informations réunies dans les 8 sections précédentes afin d'aboutir au plan d'activité final.

Vous devriez maintenant être en mesure de répondre aux questions suivantes :

- Quel nombre de bénévoles et de personnel rémunéré envisagez-vous d'employer et sous quelles conditions ?
- Quels horaires de fonctionnement envisagez-vous ?
- Quels cours de formation technique seront proposés ?
- Quelles dispositions prendrez-vous pour les réparations et les services ?
- Quelles rapports entretenez-vous avec les autres structures ou organisations de la communauté ?
- Etes-vous au fait des exigences légales pour l'installation d'un télécentre ?
- Comment pensez-vous acquérir les capitaux nécessaires au télécentre ?
- Comment pensez-vous gérer les finances du télécentre ?
- Quels programmes de promotion et de marketing envisagez-vous pour le télécentre ?
- Comment et quand évaluerez-vous l'efficacité du télécentre par rapport aux objectifs définis ?

Programmez une série de réunions avec votre comité d'organisation. Après chaque réunion (qui devrait durer toute une matinée ou tout un après-midi), chaque membre du Comité d'organisation peut prendre la responsabilité de travailler sur une certaine section du plan d'activité fondé sur les discussions de la réunion. Ce travail peut être débattu à nouveau au cours de la réunion suivante jusqu'à ce que tout le monde soit satisfait du contenu. Toutes ces informations pourront alors être intégrées dans un document structuré, qui deviendra votre version finale du plan d'activité.

Utilisez beaucoup de papier. Prenez beaucoup de notes. Lorsque votre comité d'organisation se rencontrera pour débattre du plan d'activité du télécentre, assurez-vous que vous avez à votre disposition beaucoup de papier journal, et des stylos de différentes couleurs, afin que chaque idée puisse être notée, même si elle n'est pas utilisée dans le plan final.

3.3.9.1 Comment structurer un plan d'activité

Il est préférable d'avoir une structure très claire et très logique pour le plan d'activité. Tous les plans d'activité n'ont pas le même profil mais ils contiennent tous certains éléments. Voici les éléments essentiels d'un bon plan d'activité :

Cible du programme du télécentre

Comment est-on parvenu à cette cible du programme ? Dans cette section vous devrez expliquer comment vous avez évalué les besoins de la communauté. Vous devrez fournir des informations fiables y compris des statistiques sur la communauté.

Cette section devrait :

- Définir la communauté à servir (par exemple : les membres généraux de la communauté ; les étudiants ; les petits entrepreneurs, etc.)
- Décrivez les mesures que le comité d'organisation a prises pour déterminer quels sont les besoins de la communauté (obtenir des informations sur la démographie ; les groupes d'étude ; les entretiens avec des membres de la communauté ; les étudiants ; développer des partenariats avec d'autres organisations de la communauté, etc.)
- Faire un résumé clair des résultats de la recherche

3.3.9.1.1 Description des services et des programmes du télécentre

Cette section répondra à la question : *comment les services du télécentre correspondront-ils aux besoins de la communauté ?*

Si la réponse à cette question est bonne, elle donnera une idée de :

- Les différentes alternatives que le télécentre a étudiées.
- Comment les autres ressources de la communauté ont été prises en considération.
- Pourquoi les services choisis satisferont-ils les besoins de la communauté (Remarque : si le comité d'organisation du télécentre a élaboré une déclaration d'intentions pour le télécentre, elle aurait bien sa place ici).

Pour les programmes spéciaux, cette section du plan devrait également fournir les détails suivants :

Le nom du programme. (Par exemple, le *programme de formation professionnelle ; le programme des enseignants*, etc.)

Une description détaillée du programme. (Ce qu'il impliquera ; Que feront les participants ; Que réalisera le programme).

Les heures auxquelles le programme sera proposé. (Par exemple, le programme d'enseignement pourrait se dérouler l'après-midi ou le soir).

Les bénévoles et le personnel rémunéré qui superviseront le programme. (Par exemple, le programme de formation professionnelle aura pour but de former les chômeurs de la communauté pour qu'ils trouvent des emplois).

3.3.9.1.2 Les partenaires de la communauté

Cette section fournira des informations au sujet de ce que le comité d'organisation a fait pour développer des partenariats avec d'autres organisations et associations de la communauté. Il faudrait répondre aux questions suivantes :

- Comment les partenaires communautaires ont-ils été identifiés ?
- Quels partenariats ont été établis ?
- Quel bénéfice le partenaire tirera-t-il du télécentre ?
- Quel bénéfice le télécentre tirera-t-il du partenaire ?
- Comment le partenariat sera-t-il maintenu ?

Remarque :

Rappelez-vous qu'il existe différents types de partenariats et différents types de profits. Ne sous-estimez jamais la valeur des dons *en nature*. Tous les partenariats devraient être décrits dans cette section de votre plan d'activité.

Il y a les partenariats avec des organisations. Par exemple, le télécentre pourrait instaurer un partenariat avec le ministère de l'éducation du gouvernement.

Voici quelques exemples d'autres partenariats qui sont essentiels pour qu'un télécentre soit auto-suffisant :

- Un partenaire peut proposer au télécentre des locaux gratuits ou à très bas prix.
- Un partenaire peut offrir de vieux PC au télécentre, ou du matériel informatique d'occasion à bas prix.
-
- Les partenaires sont les personnes expérimentées du comité d'organisation qui mettent leurs compétences au service du télécentre gratuitement du fait de leur engagement.
- Un partenaire peut être une bibliothèque communautaire qui propose un accord d'échanges particulier. Par exemple, le télécentre peut utiliser les ressources de la bibliothèque communautaire gratuitement en échange d'une utilisation gratuite des ordinateurs pour deux membres du personnel pendant un certain nombre d'heures par semaine.

Il existe beaucoup d'autres exemples de partenariats

Votre description de ces partenariats devrait être très claire et concise et détailler de manière précise les termes de l'échange. Rappelez-vous que d'autres organisations doivent payer certains des services qu'un télécentre recevra gratuitement des partenaires. Ces services ont une valeur matérielle, et cela doit être pris en compte lorsque vous concevrez votre budget. Les services gratuits que vous recevez de vos partenaires communautaires représentent de l'argent que vous avez déjà réuni pour le télécentre. Un bailleur de fonds sera très intéressé par cette information.

3.3.9.1.3 Projections relatives aux usagers

Dans cette section du plan vous devrez considérer les questions suivantes :

- Combien de personnes utiliseront les différents services et programmes du télécentre ?
- Comment cette utilisation augmentera-t-elle lorsque le télécentre sera mieux connu ?
- A quoi ressemblera un programme hebdomadaire ou mensuel du télécentre ?
- Comment le programme changera-t-il à différents moments de l'année ? Par exemple pendant les vacances ou à Noël, il pourrait y avoir plus de touristes qui visitent la région, etc.

Cette section nécessitera un certain travail d'estimation. Lorsqu'un télécentre démarre, il est difficile de mesurer précisément dans quelle proportion le nombre d'utilisateurs augmentera. Lorsque le télécentre aura fonctionné depuis un certain temps, il y aura une image un peu plus claire des habitudes d'utilisation et du nombre d'utilisateurs. Au début, vous devrez vous appuyer sur les résultats du programme pilote, s'il y en a eu un, sur les prédictions des autres organisations communautaires qui ont été consultées et sur les impressions des membres du comité d'organisation qui sont impliqués dans différents secteurs de la communauté.

Il est utile, lorsque possible, de décrire comment vous êtes arrivé à ces projections. Par exemple vous pourriez dire quelque chose comme :

Une réunion s'est tenue avec le groupement des femmes, qui se réunit au foyer municipal local. Dix femmes ont assisté à la réunion. Toutes ces femmes ont manifesté de l'intérêt pour le programme d'initiation à l'informatique. Ces dix femmes sont liées à beaucoup d'autres organisations de la communauté qui vont de la société funéraire locale, à un groupe de couturières, une coopérative de femmes, l'union des mères et une classe d'alphabétisation pour adultes. Il y a approximativement trois-cent autres femmes qui entendront parler du télécentre par le biais des dix femmes de ce groupe. Si

un tiers de ces femmes décide de visiter le télécentre, cela représente trois cent utilisateurs de plus. Nous prédisons que sur ces cent personnes, au moins 30 s'inscriront à des cours d'initiation à l'informatique au cours du premier mois.

Dans cette section vous devriez inclure un exemple de l'horaire proposé pour l'utilisation des salles et des PC. du télécentre. Il vaut mieux garder un horaire cohérent jour après jour pour les programmes spéciaux afin que le public puisse se souvenir plus facilement des horaires de ces programmes.

L'horaire pourrait ressembler à ceci :

Lundi

9 :00 : Personnes âgées
9 :30 : Formation professionnelle
10 :00-12 :00 : Horaire libre
12 :00-16 : Récréation/Inutilisé
16 :00-18 : Horaire libre
18 :00-20 :00 : Elèves ayant quitté l'école

Mardi

Etc.

3.3.9.1.4 Frais d'utilisation

Dans cette section vous donnerez une idée des sommes qui seront demandées pour les différents services. A part les frais de fax, de téléphone, d'accès Internet (par exemple par demi-heure), de photocopie, de reliure, de plastification, etc., vous aurez différents coûts pour les différents groupes d'utilisateurs. Ces coûts seront également influencés par les partenariats existants. Par exemple, si une ONG éducative a fourni des locaux gratuitement, vous ne devriez pas faire certains membres du personnel de cette ONG payer pour l'utilisation, à condition qu'ils utilisent le télécentre à des heures convenues.

Vous pourriez instaurer des frais d'adhésion différents pour les étudiants et les adultes, ou pour les groupes de femmes, les employés du secteur de la santé et les entrepreneurs. Dans chaque cas, ces coûts doivent être calculés avec soin. Le télécentre a besoin de générer des revenus mais il doit être accessible aux personnes de la communauté. Son avenir dépend de son accessibilité à la communauté tout entière.

3.3.9.1.5 Les opérations

Cette section présente les détails du programme du télécentre pour continuer à fonctionner et se maintenir. Les questions suivantes doivent être étudiées :

- Qui dirigera le télécentre ? Qui en sont les membres ? Quelles sont les responsabilités principales de cette structure ?
- Qui sera chargé du fonctionnement au jour le jour du télécentre? Devant qui cette personne est-elle responsable ?
- Quels autres membres du personnel seront nécessaires ? Que feront-ils ? Devant qui seront-ils responsables ?
- Comment les résultats du télécentre seront-ils examinés ? Comment les bénévoles et le personnel seront-ils récompensés pour leur engagement et leur dur labeur?

3.3.9.1.6 Calendrier

Cette section s'intéresse aux différentes étapes du processus d'installation du télécentre et aux personnes responsables de garantir que ces étapes aient lieu. Etablir un télécentre prend du temps parce que beaucoup de facteurs sont en jeu, tels que le personnel, les ordinateurs, les participants, l'espace, les fonds disponibles. La plupart des membres du Comité d'organisation auront des emplois à plein temps et le temps qu'ils pourront consacrer au télécentre de manière bénévole sera limité. En général il faudra au moins un an pour mettre en place un télécentre.

Remarque :

Bien qu'il y ait certaines étapes essentielles pour mettre en place un télécentre polyvalent, chaque télécentre est unique et tous les télécentres ne suivront pas le même processus.

<p>Calendrier possible Mois 1-4</p>	<p>Former un comité d'organisation</p> <p>Tenir la première réunion du comité d'organisation</p> <p>Mener un audit auprès de la communauté</p> <p>Organiser la seconde réunion du comité d'organisation (avec de nouveaux représentants communautaires)</p> <p>Collecter des informations détaillées sur les besoins et les atouts du groupe ciblé</p> <p>Organiser la troisième réunion du comité d'organisation pour débattre des informations réunies</p> <p>Déterminer la structure dirigeante du centre de télécommunications et instaurer des arrangements légaux</p> <p>Concevoir un programme de collecte de fonds</p>
<p>Mois 5-8</p>	<p>Organiser des réunions du comité d'organisation une fois par mois</p> <p>Définir la cible du programme du télécentre (qui doit refléter les besoins et les intérêts de la communauté)</p> <p>Déterminer les besoins en équipement</p> <p>Instaurer des partenariats avec des institutions/organisations locales</p> <p>Elaborer un plan d'activité</p> <p>Commencer par la collecte de fonds</p> <p>Elaborer une stratégie pour les opérations courantes et démarrer un programme pilote</p> <p>Trouver un emplacement pour le télécentre</p>

Mois 9-12	Publicité et marketing du télécentre Recruter un coordinateur pour le télécentre Déterminer les logiciels correspondant aux besoins de programmes de la communauté Faire l'acquisition d'ordinateurs et de logiciels Rénover les locaux et commencer à mettre en place le télécentre Recruter des volontaires pour aider aux recrutements du télécentre Lancer le télécentre
------------------	---

Dans chaque cas, la mesure à prendre devrait être décrite d'une manière plus détaillée que dans cet échantillon de calendrier. Il devrait décrire les tâches de manière plus détaillée ; fixer une date limite pour la tâche ; et préciser quels membres du personnel ou du comité d'organisation auront pour responsabilité de garantir que la tâche soit accomplie dans les temps.

3.3.9.1.7 Les besoins initiaux

Dans cette section vous devrez convaincre quiconque lit le plan d'activité que vous avez pensé à absolument tout ce dont un télécentre a besoin avant qu'il ne commence à fonctionner. Cela comprend toutes les dépenses qui devront être effectuées en paiement des articles, et des services nécessaires avant l'ouverture du télécentre, y compris les coûts liés aux locaux, au personnel, aux équipements, aux fournitures, aux salaires, aux logiciels, au matériel informatique, aux ustensiles de nettoyage, à la papeterie du télécentre, etc.

3.3.9.1.8 Les besoins courants

Une fois de plus, cette liste doit être très complète. Voici un résumé de ce dont vous avez besoin, mais vous devrez détailler chaque section :

- Les locaux (le loyer, les installations, la sécurité, l'assurance, la maintenance, le ramassage des ordures, etc.).
- Le personnel (y compris les salaires, les avantages et les petits bénéfices pour les volontaires, etc.).
- Le marketing et la promotion.
- Les équipements et l'ameublement (y compris les frais de remplacement et de réparation).
- Les logiciels (y compris les achats, les actualisations et les remplacements).
- Les fournitures pour l'ordinateur et le bureau
- Les services en ligne et les comptes Internet.
- Les publications et les documents de référence.
- Le budget pour les événements exceptionnels (tel que le lancement du télécentre ou une journée portes ouvertes à l'occasion de laquelle des rafraîchissements sont offerts, etc.).

3.3.9.1.9 Faire le marketing du télécentre

Comment informerez-vous la communauté des services que vous lui proposez ? Les questions auxquelles il faudra répondre sont les suivantes :

- Quels moyens de communication seront utilisés ?
- Quels documents promotionnels envisagez-vous de produire ?
- Quelles réunions organiserez-vous pour les présentations spéciales ?
- Comment les partenaires communautaires aideront-ils à la promotion du télécentre ?
- Comment ferez-vous la promotion du télécentre auprès des personnes qui ne savent ni lire ni écrire ou aux handicapés, etc. ?

Dans cette section vous devriez inclure une description du processus par lequel vous êtes passé pour élaborer votre plan marketing.

Voici un exemple :

Nous envisageons de communiquer avec les représentants des autorités locales. Nous prévoyons d'organiser des réunions personnelles avec tous les ministres du gouvernement local. Nous avons déjà rencontré les ministres de l'éducation, de la santé et des affaires sociales, et de l'économie ; Nous avons reçu la permission de tenir un stand à la réunion interministérielle sur le VIH/SIDA, qui se tiendra le 5 juin au foyer municipal. Là nous distribuerons des brochures au sujet des services du télécentre et nous encouragerons les représentants du gouvernement local à se servir du télécentre pour transmettre des informations gouvernementales importantes. Nous envisageons également de disposer d'un PC, afin que nous puissions démontrer l'intérêt de constituer un site Internet pour les différents ministères. Nous proposerons d'aider les ministères à mettre en place leurs sites Internet personnalisés.

3.3.9.1.10 Evaluation des services du télécentre

Ici vous devrez garantir aux lecteurs du plan d'activité que vous avez élaboré un programme visant à évaluer si le télécentre atteint ses objectifs.

Vous devrez décrire en détail ces méthodes d'évaluation, qui pourraient inclure :

- Les procédures de pointage à l'entrée et à la sortie qui laissent une trace des utilisateurs du télécentre et de leur temps de passage .
- Les registres de l'enseignant/instructeur qui comprennent les projets de cours ainsi que les notes de suivi.
- Les registres des bénévoles qui indiquent les tâches entreprises par les bénévoles, les difficultés rencontrées et les suggestions en vue d'améliorations.
- Une boîte réservée aux commentaires, aux suggestions et aux critiques des utilisateurs.
- Les programmations de réunions régulières avec les représentants des principaux groupes d'utilisateurs, des bénévoles et du personnel au cours desquelles les personnes peuvent exprimer leurs besoins et leurs préoccupations.
- La nomination d'un représentant d'un principal groupe d'utilisateurs du télécentre au comité d'organisation afin qu'il ou elle puisse directement donner des informations en retour sur les préoccupations à la structure de décision la plus haute.

3.3.9.1.11 Problèmes et solutions possibles

Vous devrez exprimer clairement vos préoccupations et vos réserves. Il est toujours préférable d'être ouvert afin que le lecteur du plan d'activité sache que vous avez considéré que certaines choses pourraient poser problème et que vous avez préparé des programmes de contingence pour faire face aux problèmes éventuels. Voici une liste de ces problèmes éventuels :

- Pannes ou dysfonctionnements du matériel informatique. Manque de fiabilité de l'assistance technique.
- Insuffisance ou excès numérique de participants/consommateurs.
- L'horaire ne permet pas de satisfaire les besoins des principaux groupes d'utilisateurs.
- Les fonds anticipés sont retardés voire totalement indisponibles.
- Les bénévoles pourraient manquer de sérieux.
- Les locaux du télécentre peuvent être trop exigus, trop chauds ou trop froids.
- Il peut manquer de personnel pour soutenir tous les programmes du télécentre.
- Le personnel du télécentre peut ne pas être compétent pour s'occuper des clients.
- Les connexions du télécentre ne sont pas fiables.
- Les étudiants peuvent refuser de respecter les règles.

A partir de votre liste de problèmes éventuels, choisissez-en deux ou trois pour les décrire en détail. Par exemple :

Le problème

Il y a un groupe de lycéens "sauvages" dans la communauté. Nous sommes préoccupés par le fait que ces élèves violeront les règles en faisant trop de bruit et en mangeant et en buvant dans les locaux du télécentre. Cela perturbera les autres utilisateurs et pourrait même endommager les équipements du télécentre. Nous pourrions perdre des clients si nous ne pouvons pas contrôler ce groupe.

La solution possible

Le coordinateur du télécentre devra être très ferme quant au respect des règles du télécentre. Si le comportement de ces élèves ne s'améliore pas, il pourrait être nécessaire de se tourner vers le principal de l'école et de lui demander de l'aide. S'il n'y a toujours pas d'amélioration, il faudra interdire l'accès du télécentre à ce groupe d'élèves.

3.3.9.1.12 Budget et programmation financière

Dans cette section vous devrez montrer que le télécentre est capable de collecter suffisamment de fonds pour lancer ses opérations et continuer à fonctionner. Vous devrez présenter un résumé des dépenses et des coûts de départ envisagés et une feuille de calcul de la trésorerie décrivant les dépenses et les revenus courants pour la première année de vie du télécentre. Vous aurez besoin de l'aide d'un comptable pour cette section du plan d'activité. Peut-être qu'il y a un comptable dans votre comité d'organisation qui est prêt à offrir ses services ? Si ce n'est pas le cas, il est préférable de rechercher le soutien d'un professionnel d'un cabinet comptable fiable de la communauté. Les frais de ces services seront inclus dans vos frais de lancement.

Le bouclage financier devrait s'accompagner d'une description du processus de budgétisation. Il décrira également toute initiative prise pour identifier des sources de soutien. Si l'exposé de l'état des comptes laisse apparaître un déficit de trésorerie, vous devrez apporter des suggestions concrètes quant aux moyens envisagés pour résoudre ces problèmes.

LA VIABILITE

La viabilité du télécentre sera une source de préoccupation pour les bailleurs de fonds, les utilisateurs du télécentre et les organisations locales. Il est important d'accorder une attention toute particulière au potentiel de viabilité du télécentre à l'issue de sa première année de fonctionnement dans cette section du plan d'activité.

3.3.9.2 Comment présenter un plan d'activité

Le plan d'activité d'un télécentre est l'un des documents les plus importants qu'il produira. La manière dont il est présenté révélera aux bailleurs de fonds, et aux autres lecteurs du plan, le degré de professionnalisme et d'engagement du télécentre. Le plan devrait inclure un certain nombre d'annexes ou de pièces jointes. Elles pourront être :

Une documentation de soutien

Toute documentation visant à soutenir ce qui a été décrit dans différentes sections du plan d'activité. Voici quelques idées qui peuvent être adaptées ou pas à votre télécentre :

- Un plan géométral du télécentre
- Des lettres de soutien de partenaires
- Des CV des membres du comité d'organisation ou du personnel
- Une déclaration d'intentions pour le télécentre
- Une carte de la région montrant la proximité du télécentre par rapport aux autres organisations ou structures.
- Des photographies d'un groupement de femmes ou d'étudiants qui ont manifesté leur soutien en faveur du télécentre.
- Un état des comptes (*celui-ci est indispensable à tout plan d'activité).

Un résumé final

Voici la première page que les lecteurs verront lorsqu'ils regarderont le plan d'activité. Ceci est un résumé de ce qu'il liront dans le rapport. Il ne devrait pas dépasser deux pages et devrait simplement souligner les sections principales du rapport :

- Qui êtes-vous (Décrivez le comité ou l'organisme de financement)
- Qu'envisagez-vous de faire ? (Décrivez le télécentre)
- Pourquoi envisagez-vous de mettre en place un télécentre ? (Décrivez les besoins de la communauté)
- Comment y parviendrez-vous ? (Décrivez votre projet pour le télécentre)
- Quand le ferez-vous ? (Décrivez votre calendrier)
- Que se passera-t-il ? (Décrivez les résultats anticipés).

Page de couverture

Il y aura très peu d'informations sur cette page. Elle inclura :

- Le nom du télécentre (ou de l'organisme qui le finance).
- Les mots : Plan d'activité.
- La date du plan d'activité.

Reliure et distribution

Le plan devrait être présenté de manière professionnelle mais vous ne devriez pas y consacrer trop d'argent. Il doit être net et professionnel. Il est possible de relier le document mais cela dépendra des coûts en jeu. Ou alors, de très jolies chemises peuvent être achetées à bon marché dans une papeterie locale.

Vous aurez besoin d'un certain nombre d'exemplaires du plan d'activité. Vous devez faire une liste du nombre d'exemplaires dont vous aurez besoin et, si vous n'avez pas accès à une photocopieuse, faites faire un devis par un imprimeur local afin de pouvoir faire des exemplaires présentables aux prix les plus bas possibles. Votre liste de distribution pourrait inclure les éléments suivants :

- Les membres du comité d'organisation.
- Les bénévoles et les membres du personnel.
- Les personnages de premier plan de la communauté
- Les partenaires communautaires.
- Les bailleurs de fonds.
- Les ministres locaux.
- Autres.

Remarque :

Voir le plan d'activité générique du télécentre en annexe 4 de ce manuel. Le document fournit un exemple de plan d'activité, qui peut être utilisé comme une liste de contrôle pour affiner un projet réel de télécentre. Il vous sera probablement utile de vous arrêter sur chaque article et de modifier, d'ajouter, et d'effacer des sections selon votre contexte local. Les noms utilisés dans le document sont fictifs.

Dans le plan d'activité pour les années suivantes il est important d'inclure la dépréciation, en particulier celle des équipements informatiques. Ces équipements se déprécient souvent de 20 à 30% par an.

3.4 La collecte des fonds

Maintenant que le plan d'activité a été élaboré, il faudra collecter des fonds pour le télécentre, de manière tant formelle qu'informelle.

La collecte de fonds formelle

Pour la collecte de fonds formelle, le plan d'activité du télécentre est un document essentiel. Il y a plusieurs démarches à entreprendre pour la collecte de fonds formelle :

3.4.1 Développer une banque de données ou une liste de bailleurs de fonds potentiels

Celle-ci devrait être actualisée à mesure que de nouvelles informations deviennent disponibles. Pour chaque individu ou organisation figurant sur la liste, vous devriez ajouter les informations suivantes :

- Nom de l'organisation.
- Adresse postale.
- Numéros de téléphone et de fax.
- Adresse électronique ou adresse du site Internet.
- Nom de la personne à contacter.
- Nom de la personne ou de l'organisation qui vous a parlé de ce bailleur de fonds potentiel.
- Domaines de financement de cette organisation (par exemple, un bailleur de fonds pourrait être particulièrement intéressé par le financement d'activités de mise en réseau, un autre pourrait vouloir soutenir des associations de femmes en particulier, etc.).
- Méthode d'approche initiale privilégiée (par exemple un appel téléphonique, rencontre, lettre, proposition, etc.).
- Dates limites pour les demandes
- Laisser de la place pour enregistrer les approches que vous avez entrepris en direction des différents bailleurs de fonds. Par exemple, si vous avez envoyé une lettre à une certaine agence le 6 juin 1999, et reçu une réponse le 7 juillet stipulant que votre demande est à l'étude, il est très important d'enregistrer ces dates et ces détails. D'une part, vous ne voulez pas commettre l'erreur d'approcher le même bailleur de fonds trop peu de temps après votre première demande. D'autre part, lorsque vous faites le suivi d'une demande, il est important d'être capable de dire que vous assurez le suivi sur la base de la correspondance qui a déjà été rédigée ou reçue à une certaine date.

3.4.2 Collecter des informations au sujet de bailleurs de fonds potentiels

Cette section traite des discussions avec les autres organisations communautaires, les ministères ou les agences, ou les autres membres influents de la communauté. Il sera probablement utile de réunir le maximum de documents écrits que vous pourrez trouver au sujet des bailleurs de fonds potentiels. Par exemple, les bilans annuels des grandes entreprises ou des agences de développement, ou des informations détaillées sur la manière de solliciter des fonds auprès d'une structure telle que Universal Service Agency en Afrique du Sud. Universal service agency a aidé certains télécentres en Afrique au moyen de fonds de démarrage.

Les informations que vous collecterez pourront vous apporter des données utiles sur les centres d'intérêt du bailleur de fonds. Par exemple, si un bailleur de fonds est tout particulièrement intéressé par l'aide aux élèves et que le télécentre développe fortement un programme de sensibilisation en direction des élèves, il sera logique d'accorder une importance toute particulière à ce groupe cible dans une demande de financement.

3.4.3 Préparer et envoyer la demande de financement

C'est un processus exigeant et long que de rédiger une bonne demande de financement in extenso. Pour cette raison, il est utile de concevoir une "version expérimentale" qui peut être adaptée aux différentes demandes de financement. Si le plan d'activité du télécentre a été finalisé et est à jour, il sera beaucoup plus facile de rédiger une demande de financement puisque le plan d'activité inclura la plupart des informations requises. Les éléments principaux d'une demande de financement sont :

- Un résumé final
- Une description qui inclut les éléments suivants :
 - des informations détaillées au sujet de la nécessité d'un télécentre
 - une description des programmes du télécentre
 - des informations détaillées au sujet des capacités du télécentre (équipements, horaires de fonctionnement, etc.)
 - un programme de recrutement.
- Un budget
- Une documentation de soutien. Cela peut inclure des coupures de presse, des lettres de soutien, des brochures, une liste des membres du comité d'organisation avec une brève description de ce qu'ils veulent faire et de la manière dont ils sont liés à la communauté, et un exemplaire du plan d'activité.

Remarque :

Une demande de financement n'est pas la même chose qu'un plan d'activité mais elle contient certains de ses ingrédients.

3.4.4 Le suivi

Organiser une rencontre

Si votre demande de financement a été envoyée à une agence ou une organisation locale, téléphonez à la personne responsable de l'étude des demandes environ dix jours après avoir posté la demande, et sollicitez une rencontre. Avisez tous les membres du comité d'organisation qu'une demande de financement a été envoyée à cette organisation ou agence particulière, et demandez-leur d'assurer le suivi par le biais de tout contact qu'ils pourraient avoir qui pourrait soutenir la demande.

Même si l'organisation ou l'agence peut prendre plusieurs mois pour étudier la demande, assurez-vous de rester en contact. Vous pourriez envoyer des coupures de presse ou d'autres informations relatives au télécentre pendant que vous attendez une réponse.

Que faire si vous apprenez que votre demande a été acceptée.

- Ecrire une lettre de remerciement au bailleur de fonds.
- Après réception des fonds, écrivez une autre lettre de remerciement au bailleur de fonds.
- Six mois plus tard, vous pourriez contacter la même organisation pour lui demander quelle est la procédure à suivre pour demander des fonds supplémentaires.

Que faire si vous apprenez que votre demande a été rejetée

- Téléphonnez au représentant en question et essayez de savoir pourquoi la demande a été rejetée. Demandez-lui comment la demande pourrait être rédigée à nouveau pour la rendre plus efficace.
- Demandez les dates limites pour les nouvelles demandes de financement.

La collecte de fonds informelle

Si un membre du comité d'organisation a un collègue qui est technicien en informatique et que cette personne propose de réparer le matériel informatique gratuitement, cette aide en nature est rendue possible par un processus de collecte de fonds informel.

Les membres du comité d'organisation ont la responsabilité de faire fonctionner le télécentre et de jouer un rôle continu dans la garantie de fonds pour le télécentre. C'est une bonne idée pour chaque membre du comité d'organisation de prendre la responsabilité de collecter une quantité définie de fonds, qu'il s'agisse de liquidités ou de contributions en nature.

Comment rechercher des dons en nature

Comme pour la collecte de fonds formelle, il est important de développer une banque de données des organisations potentielles à approcher pour obtenir des dons en nature. Il vaut mieux établir un contact par téléphone avant d'envoyer une demande. Si on vous demande alors d'envoyer une demande écrite de don de matériel et de logiciels informatiques, les détails suivants devraient être précisés :

- Des informations sur la manière dont le télécentre tirera profit de ces logiciels et de ce matériel informatique. Par exemple, cela pourrait permettre à plus d'étudiants de fréquenter le télécentre, ou aider à l'administration du télécentre, etc.
- Une description des normes minimales du matériel et des logiciels informatiques du télécentre pour l'utilisation prévue.
- Le nombre d'employés capable de faire fonctionner les équipements et le nombre d'entre eux qui veulent encore être formés.
- Des informations détaillées au sujet du soutien que le télécentre a pour la formation du personnel, le développement des programmes, l'assistance technique, etc.
- Les sommes disponibles dans le budget du télécentre pour soutenir les activités citées ci-dessus.

4. STRATEGIES DE GESTION ET DE LANCEMENT

La plupart des questions importantes garantissant qu'un télécentre soit viable et vivant sont abordées dans les sections précédentes, et devraient être davantage détaillées dans les sections dans votre plan d'activité. Cette section fournit des informations et des suggestions supplémentaires qui partent du moment où vous mettez sur papier votre projet de télécentre pour arriver au moment où il devient une entité pleinement opérationnelle et viable. Les pratiques de gestion adéquates doivent être appliquées dès le lancement du télécentre pour garantir qu'elles se poursuivent et se renforcent.

4.1 Recruter un coordinateur (Directeur)

Trouver un bon coordinateur est probablement le facteur le plus important pour garantir que le télécetre atteigne ses objectifs. Le coordinateur assume la responsabilité de la gestion au jour le jour du télécetre. Il ou elle est généralement un membre de la communauté ; quelqu'un qui est apprécié et respecté ; quelqu'un qui comprend la communauté et peut créer le type d'atmosphère dans le télécetre qui en fera un atout important pour la communauté.

Un bon coordinateur aura une vision qui intègre sa communauté et s'étend aussi au-delà de la communauté et même au-delà du pays. Un bon coordinateur a besoin de développer un sens de la valeur de la mise en réseau, et de la valeur du partage de l'information par delà les limites et les frontières !

Le coordinateur doit être responsable devant le comité de gestion du télécetre, mais il est essentiel qu'ils travaillent en équipe, avec le comité de gestion jouant un rôle de contrôle en définissant les orientations générales pour le télécetre et le coordinateur.

Un télécetre peut s'effondrer très rapidement si le coordinateur n'a pas les qualités adéquates pour son travail.

4.1.1 Que fait le coordinateur d'un télécetre ?

A l'évidence toutes les taches d'un coordinateur ne seront pas les mêmes pour chaque télécetre. Cependant, il y a certaines fonctions essentielles qu'un coordinateur devra remplir pour un télécetre :

1. Gérer le fonctionnement au jour le jour du télécetre.
2. Assister le comité de gestion dans des activités afin d'atteindre les objectifs du plan d'activité.
3. Mettre en place et maintenir un système d'inscription pour l'utilisation des ordinateurs et des autres équipements.
4. Superviser et maintenir le système de sécurité du télécetre.
5. Enregistrer les utilisateurs et leur présenter le télécetre.
6. Montrer aux utilisateurs et au personnel comment utiliser tous les équipements du télécetre.
7. Aider les utilisateurs qui souhaitent s'inscrire à des cours d'enseignement à distance.
8. Se lier à d'autres organismes éducatifs et à d'autres organisations de la communauté.
9. Organiser des cours individuels et des études dirigées s'il existe une demande.
10. Organiser des groupes d'initiative personnelle, des programmes d'orientation et des événements sociaux si cela est demandé.
11. Maintenir des archives convenables pour le télécetre.
12. Être responsable de la gestion, de la supervision et de l'évaluation de tous les membres du personnel et veiller à ce que le personnel assume ses responsabilités en accord avec les descriptions de leur emploi, ou tel que spécifié par le comité de gestion.
13. Être au fait de tous les nouveaux développements dans la communauté en matière d'éducation, de formation, de technologie, de communication, d'information et d'entreprise.
14. Entreprendre de la formation lorsque nécessaire.

15. En consultation avec le comité de gestion et les autres personnes compétentes, négocier et coordonner les opportunités d'emploi et de formation pour les utilisateurs du télécentre, lorsque le besoin se fait sentir.
16. En concertation avec le comité de gestion, formuler, développer et réviser les politiques et les procédures relatives à l'adhésion au télécentre, à son utilisation, à la collecte de données, à la gestion financière, et aux autres opérations du télécentre.
17. Veiller à ce que toutes les politiques et toutes les procédures soient mises en place et respectées.
18. Promouvoir le télécentre.
19. Programmer et coordonner des activités pour augmenter le nombre d'utilisateurs du télécentre.
20. Promouvoir les services proposés par le télécentre.
21. Identifier et développer un réseau d'utilisateurs ou d'utilisateurs potentiels du télécentre.
22. Tenir la communauté informée des activités du télécentre.
23. Acheter le matériel et les logiciels informatiques pour le télécentre en consultation avec le comité de gestion.
24. Veiller à ce que les installations du télécentre soient maintenues en bon état de marche.
25. Aviser le comité de gestion de tout équipement futur et toute demande de services.
26. Développer et maintenir une banque de données de compétences communautaires.
27. Développer et maintenir une banque de données de bailleurs de fonds potentiels du télécentre.
28. Rechercher un financement courant pour le télécentre en envoyant des demandes de fonds, en recherchant des subventions de l'Etat, etc.
29. Lancer et maintenir des programmes générateurs de revenus pour atteindre l'autosuffisance pour le télécentre.
30. Fournir des informations, de l'assistance et des conseils aux utilisateurs du télécentre.
31. Assumer la responsabilité de la gestion au quotidien de tout argent payé au télécentre.
32. Fournir des rapports écrits au comité de gestion, aux bailleurs de fonds, et autres, comme nécessaire.
33. En concertation avec le comité de gestion, assumer la responsabilité de l'évaluation au quotidien du télécentre.
34. Assister aux réunions du comité de gestion et présenter des bilans mensuels sur les activités, l'utilisation et les résultats du télécentre et les activités et les résultats du travail du coordinateur.
35. Entreprendre des tâches supplémentaires profitables au télécentre comme l'impose le comité de gestion.

Un coordinateur de téléc centre doit être une personne très spéciale dotée de nombreuses compétences :

<p>De très bonnes capacités relationnelles (qualités d'expression verbale, écrite, et de présentation).</p> <ul style="list-style-type: none">• De bonnes capacités favorables au développement communautaire.• Connaissance des ressources et de l'engagement de la communauté dans les activités communautaires.• Des capacités bien développées de planification, d'organisation et de résolution des problèmes.• La capacité à planifier et à exécuter des projets avec très peu de directives.• La capacité à travailler tant de manière indépendante qu'en équipe.• Etre capable de parler et de comprendre les langues locales. <p>De bonnes qualités de négociateur.</p> <ul style="list-style-type: none">• Une connaissance et une expérience des problèmes de gestion tels que les plans d'activité, les bilans annuels, la formulation des politiques, la préparation des demandes de financement et des budgets, la rédaction de lettres et de rapports.• Compétence en informatique. <p>Qualités de relations publiques.</p> <ul style="list-style-type: none">• La capacité à vendre des idées.• Une compréhension de base des systèmes de formation.• La capacité à former du personnel supplémentaire. <p>Des compétences de recherche de base.</p>	<p>COMPETENCES ET EXPERIENCE INDISPENSABLES A UN COORDINATEUR</p>
<ul style="list-style-type: none">• Un permis de conduire• Une connaissance du fonctionnement des équipements de bureau et de la manière de les entretenir• Une connaissance du traitement de texte Microsoft, des banques de données et des programmes de tableur.• Une connaissance des programmes de publication assistée par ordinateur.	<p>COMPETENCES ET EXPERIENCE SOUHAITABLE POUR UN COORDINATEUR</p>

4.1.2 Le processus de sélection et de recrutement

Pour trouver la personne qui convient, le comité de gestion devra :

- Concevoir un descriptif de l'emploi.
- Chercher la personne adéquate et faire la publicité du poste.
- Etablir une courte liste des meilleurs candidats.
- Organiser des entretiens.
- Nommer le coordinateur

Concevoir un descriptif du poste

Les éléments essentiels d'un descriptif d'emploi sont :

- Une brève description du télécentre et de sa mission ou de son but.
- Une description de l'emploi, de l'intitulé du poste et de la hiérarchie des responsabilités.
- Les devoirs et le responsabilités de l'emploi .
- Les qualifications ou compétences nécessaires.
- Le salaire et les avantages de l'emploi.
- La date limite pour les candidatures .
- Une demande de références.

Remarque :

Puisque le métier du coordinateur requiert une certaine quantité de travail de rédaction, il est préférable de demander aux candidats de fournir des exemples de demandes, de rapports, etc. qu'ils ont rédigés dans le passé.

Trouver la personne qui convient pour l'emploi

Les membres du comité d'organisation et du comité de gestion peuvent avoir des idées quant au moyen de trouver le bon candidat. Chaque membre du comité d'organisation et du comité de gestion devrait faire circuler le descriptif de l'emploi dans sa propre zone de travail. Les autres moyens de promotion du poste sont :

- Des annonces dans les journaux, sur les tableaux d'affichage de la communauté et sur les panneaux d'affichage des ONG, des bureaux gouvernementaux et de toutes les organisations ou agences solidaires de la communauté. Les journaux communautaires, les stations de radio communautaires, les entreprises locales et peut-être même les bureaux de placement locaux peuvent aussi être utilisés pour faire la publicité du poste.
- Un réseau de bouche à oreille est très important parce que le candidat idéal sera un membre de la communauté.

Etablir une courte liste des meilleurs candidats

Le comité de gestion devra :

Etudier toutes les candidatures au poste de coordinateur.

Vérifier les références grâce à des appels téléphoniques aux personnes.
Faire une sélection de trois à cinq des meilleurs candidats au poste.

Avoir un entretien avec les candidats sélectionnés

Un premier entretien devrait avoir lieu avec le comité de gestion tout entier.
Un deuxième entretien peut être organisé avec le comité d'organisation.

Nommer le coordinateur

Une fois que le comité de gestion aura décidé quel est la meilleure personne pour l'emploi, une lettre de nomination doit être écrite à la personne et préciser les responsabilités, la rémunération et les avantages de l'emploi. La lettre devrait aussi indiquer que le coordinateur serait employé pendant une période d'essai d'environ trois mois, pendant laquelle la personne nommée ou le télécentre peuvent mettre fin à la nomination sans avoir à payer aucune pénalité.

Remarque :

Une période d'essai est aussi importante pour les bénévoles. Même si quelqu'un offre gratuitement ses services au télécentre, cette personne doit être la personne adéquate pour le télécentre.

Le comité de gestion doit veiller à ce que des politiques de gestion des ressources humaines soient mises en place (qu'il y ait un ou dix employés qui travaillent pour le télécentre). Ces politiques comprendront les prestations sociales (telles que l'assurance maladie et les caisses de retraite), les augmentations de salaire et les processus d'évaluation des performances ainsi que la durée des préavis, les exigences fiscales et les procédures de plainte. Il est très important que le comité de gestion soit bien au fait des lois du pays et remplisse ses obligations légales d'employeur.

Remarque :

Voir le calendrier proposé pour l'installation d'un télécentre à la section 2. Vous veillerez à ce que le coordinateur soit nommé après avoir trouvé les locaux et avant d'avoir acheté le matériel informatique et les logiciels. Il n'est pas toujours possible de suivre les étapes dans l'ordre de préférence, mais le coordinateur du télécentre devrait autant que possible être impliqué dans les décisions quant au matériel informatique et aux logiciels à acheter. Après tout, c'est le coordinateur qui devra enseigner aux utilisateurs comment utiliser les équipements. Les choix et les processus d'achat de matériel informatique sont abordés en détail dans la section 3.3.4 *Matériel informatique et équipements*, page 40.

4.2 Les problèmes de gestion au quotidien

4.2.1 Activités quotidiennes

Il est recommandé d'inspecter le télécentre aux heures d'ouverture et de fermeture et pendant la journée. Vous devez vous assurer que les équipements fonctionnent toujours bien, que les commodités soient propres et que les imprimantes, les fax et les photocopieurs soient toujours alimentés en papier. Il y a aussi un certain nombre de choses auxquelles il faut veiller au début ou à la fin de chaque journée :

- Veiller à ce que tous les appareils électriques soient branchés et allumés chaque matin avant l'ouverture. Vérifier la tonalité de tous les téléphones et produire un rapport sur le fax à la fin de la journée.
- Enregistrer les mesures affichées sur les systèmes de contrôle des téléphones, des ordinateurs et des photocopieurs utilisés par les clients.
- Vérifiez que les ordinateurs et les imprimantes qui y sont reliées fonctionnent.
- Enregistrer la quantité de papier gâchée pour les photocopieurs et les imprimantes, assurez-vous qu'il y a suffisamment de papier dans l'imprimante, le photocopieur et le fax et veillez à ce que le télécentre dispose toujours de feuilles de papier et de toner de rechange.
- Vous devriez toujours avoir suffisamment de pièces de rechange couvrant les besoins totaux du télécentre pour une durée de temps deux fois plus longue que la durée de livraison habituelle.
- Faites faire la maintenance de l'équipement de manière régulière, et n'attendez pas qu'il tombe en panne. Demandez de l'aide si nécessaire.
- Maintenez le télécentre propre et si des dommages sont causés aux locaux, aux meubles ou aux équipements faites les réparer immédiatement.

Il est important que les clients ne trouvent pas que le téléphone, le fax ou les PC sont défaillants, en particulier ceux qui ont fait un long voyage ou ceux qui ont un besoin urgent d'utiliser les services du télécentre. Beaucoup de clients ne signalent pas une panne, en conséquence beaucoup plus de clients en souffriront. Il faudrait demander aux clients lorsqu'ils partent s'ils sont satisfaits : cela fait bonne impression et en outre ils pourraient fournir des informations utiles.

Un télécentre propre non seulement incite les gens à l'utiliser, mais il provoque aussi moins de pannes. Voici quelques conseils de nettoyage importants :

- N'exposez pas inutilement les équipements à l'humidité, à la chaleur et à l'eau.
- Nettoyez régulièrement les équipements à l'aide d'un chiffon antistatique.
- N'utilisez pas de produit d'entretien ni de cire pour meubles sur les équipements.

L'opérateur du télécentre doit savoir comment faire fonctionner tous les équipements du télécentre. Par exemple, comment remplacer un toner, une cartouche, du papier carbone pour le système de gestion, du papier pour l'imprimante, Etc. Les opérateurs du télécentre doivent aussi être capables de trouver les pannes lorsqu'elles se produisent et si possible, les réparer. Un système doit aussi être mis en place de sorte que les moments où les équipements seront prêts à fonctionner soient connus et programmés. Le recours à technicien pour des réparations devrait être la dernière option, mais il ne devrait être différé inutilement, afin d'éviter de retarder les services aux clients.

A la fin de la journée, après la fermeture de l'accès aux clients, il faut faire trois choses :

- Inspecter et enregistrer les locaux et les équipements (voir liste de contrôle).
- Rédiger votre rapport quotidien sur les services rendus et les fonds engagés. Vous devez remplir un formulaire quotidien à remettre au comité de gestion.

- Rassembler tout formulaire d'enregistrement de plainte ou tout formulaire d'enregistrement de défauts et les ajouter au rapport quotidien.

Vous devez vous assurer que vous puissiez être approvisionné en toners, en papier, en disquettes, etc. Les directives suivantes relatives au contrôle et à la commande des stocks pourront vous être utiles :

- Sachez toujours quelle quantité de feuilles de papier, de toner et de disquettes vous avez en stock.
- Enregistrez le stockage et l'utilisation de ces articles quotidiennement afin de savoir quand il sera nécessaire de commander d'autres stocks.
- Tenez-vous au courant des heures de livraison après la commande. Elles seront différentes en fonction des différents articles tels que les feuilles de papier, les toners et les disquettes. Notez les heures de livraison des différents articles parce que cela vous permettra de maintenir vos stocks.
- Faites la commande auprès du fournisseur deux fois plus tôt qu'au moment de livraison prévu à la rupture du stock. Par exemple, s'il faut deux jours pour recevoir du papier après l'avoir commandé, vous devriez faire votre commande quatre jours avant la rupture du stock de papier.
- Tenez une liste de fournisseurs, leurs adresses, leurs numéros de téléphone et de fax etc.

4.2.2 Le traitement des plaintes

Un client qui n'est pas satisfait par les services du télécentre peut se plaindre auprès de vous. Traitez une plainte de la manière suivante :

- Essayez toujours de garder une humeur calme et amicale lorsque vous traitez les plaintes ; ne vous énervez jamais. Le client est la personne la plus importante du télécentre.
- Ecoutez attentivement et présentez vos excuses. Reconnaissez les sentiments du client et expliquez-lui quelle action vous entreprendrez pour corriger le problème. Remerciez le client pour avoir attiré votre attention sur ce problème.
- Apprenez à accepter les critiques : restez toujours amical et essayez de résoudre le problème rapidement. Soyez créatif ; appliquez des solutions d'urgence dans la mesure du raisonnable.
- N'essayez jamais d'éviter les personnes qui se plaignent ou ronchonnent toujours. Accueillez-les toujours. Ne laissez pas les choses prendre une tournure personnelle et demeurez calme, même si le client est déraisonnable. Concentrez-vous sur le problème, pas sur la personne. Estimez-vous content d'avoir transformé un client difficile en un client heureux.
- Si vous ne pouvez pas satisfaire la plainte, n'hésitez pas à demander l'aide de votre communauté ou du fournisseur concerné. Evitez de différer. Agissez en fonction des directives de la section sur le Traitement des défaillances.

- Enregistrez toutes les plaintes et rapportez les au directeur du télécentre chaque jour.
- Si le client ne reçoit pas le service complet qu'il ou elle veut, ne le faites pas payer. Le client s'attend à ce que les services soient rendus sur la base d'une garantie de services.
- S'ils sont raisonnables, compensez la perte de service des clients, par exemple en leur offrant des services, de l'attention et de l'assistance supplémentaires: vous pouvez envoyer des fax à nouveau ou faire vous même des photocopies pour le client.
- Comportez vous d'une manière qui incite le client à revenir dans votre télécentre.

Un formulaire d'enregistrement des plaintes figure dans l'annexe 1 de ce manuel. Bien que le rapport des plaintes au comité de gestion ne soit fait que mensuellement, le comité devrait être impliqué immédiatement s'il y a une urgence. Les plaintes peuvent être différentes selon les circonstances. Si les clients se plaignent du comportement du directeur du télécentre, le directeur devrait s'y intéresser. Si les clients se plaignent d'un mauvais service assuré par les équipements du télécentre, il est alors de la responsabilité tant du personnel que du directeur d'y remédier.

L'enregistrement et le rapport des plaintes est très important parce que c'est la seule manière possible de s'informer des problèmes et d'améliorer les services au profit de nos clients.

4.2.3 Le traitement des défaillances

Afin d'éviter une rupture de service, tous les équipements défaillants doivent être réparés immédiatement. Par exemple, les défaillances du téléphone doivent être rapportées à l'opérateur de télécoms ou au fournisseur des équipements (ou à la société de services) immédiatement. Le fournisseur concerné doit dire immédiatement et clairement dans quel délai il résoudra le problème. Ce n'est que de cette façon que les services aux clients seront rétablis rapidement.

Le traitement des défaillances dépend de ce problème. Les procédures de réaction standard aux défaillances devraient être appliquées autant que possible. Les réactions standard sont les suivantes.

Voici quelques défaillances communes auxquelles vous pouvez vous attendre :

- Ligne(s) téléphonique(s) en dérangement
- Appareil(s) téléphonique(s) en dérangement
- Système de contrôle des appareils téléphoniques en panne
- Fax en panne
- Photocopieur en panne
- Ordinateurs ou imprimantes en panne

Vous devez clairement enregistrer les défaillances et la date et l'heure à laquelle vous avez demandé la réparation, ainsi que le temps pris pour réparer l'équipement défaillant. Ces informations devraient être incluses dans le bilan quotidien au comité de gestion et dans le bilan mensuel. C'est important parce que si un fournisseur n'atteint pas les niveaux de service convenus, le rapport permettra à la direction de faire pression sur les fournisseurs : il y aura

une amende ou une compensation financière comme indiqué dans l'accord de services . Les fournisseurs garantiront alors une réparation rapide des équipements défectueux.

Lorsqu'il y a un problème, voici ce que vous devriez toujours faire :

- Expliquer clairement au client ce qui ne va pas et ce que vous pouvez cependant lui offrir de manière temporaire.
- Prendre toutes les mesures nécessaires à la résolution des problèmes techniques tels que la réparation des lignes téléphoniques, des fax, etc. Cela inclut l'information du client. Le directeur du télécentre devrait essayer autant que possible de résoudre les petits problèmes lui-même.
- Trouver une solution d'urgence provisoire si possible afin d'assurer la continuité du service dans la mesure du possible.
- L'enregistrement et le rapport des défaillances sont essentiels à un rétablissement rapide : faites pression sur les fournisseurs.

En particulier lorsque les lignes téléphoniques ou les téléphones ne sont pas disponibles pour les clients, des mesures d'urgence dévouées sont nécessaires pour éviter l'insatisfaction des clients. Les mesures d'urgence que vous pouvez prendre pour fournir des services d'urgence temporaires sont :

- Mettre une ligne téléphonique et un poste de téléphone à la disposition des clients en consacrant temporairement la ligne de téléphone ou de fax du directeur (si elle fonctionne) aux clients.
- Mesurez les temps d'appels des clients de manière non-formelle au moyen d'un chronomètre.

Cette procédure est extrêmement importante, parce que les clients ne devraient jamais être déboutés si les téléphones ou les lignes des clients sont en dérangement et que l'équipement de secours fonctionne correctement. Le client est l'utilisateur le plus important des équipements de communication et ne devrait par conséquent pas être déçu.

4.2.4 Les revenus

Afin de mettre en évidence les revenus du télécentre, il est nécessaire d'enregistrer toutes les transactions financières dans les registres adéquats, par exemple :

- Enregistrer les transactions de services pour tous les services séparément (téléphone, fax, photocopieurs, utilisation des ordinateurs, impressions, pages scannées, etc.), avec les paiements reçus.
- Tenir un livre de caisse quotidien indiquant tous les paiements et toutes les recettes.
- Garder les relevés de compte pour enregistrer les transactions bancaires.
- Déterminer les profits ou les pertes de manière quotidienne dans le rapport quotidien sur les services et les finances.
- Faire un état des recettes et des dépenses quotidiennes pour le comité de gestion également.

Remarque : Les entrées **doivent** être faites de manière quotidienne, hebdomadaire, mensuelle et annuelle.

Les autres centres d'intérêt importants relatifs à la gestion financière du télécentre sont :

- Concevoir un budget mensuel
- Ouvrir un compte bancaire consacré aux affaires de votre télécentre.
- Payer tous vos débiteurs dans les temps.
- Tenir correctement vos registres des stocks et de la papeterie pour commander vos stocks en temps utile. En d'autres termes, connaissez votre inventaire et anticipez toujours ce dont vous aurez besoin.
- Produire un rapport de gestion quotidien.

4.2.5 Les bilans mensuels

Vous aiderez votre comité de gestion en produisant un bilan mensuel. Le bilan doit présenter de manière détaillée les activités et les finances, les programmes visant à améliorer le télécentre et ses équipements et les problèmes tels que les plaintes et les défaillances fréquentes/graves, s'il y en a. Transmettez des exemplaires de votre ajustement mensuel des comptes incluant les relevés de comptes pendant la première semaine où vous les recevrez. Les bilans mensuels devraient comprendre les catégories générales suivantes :

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Les services rendus.• Les revenus et les dépenses, en précisant les différentes catégories de services.• Bilan financier total.• Regroupement des plaintes et des moyens de traitement des plaintes .• Regroupement des défaillances et des moyens de traitement des défaillances.• Etat des locaux et des équipements.• Tous les autres incidents et développements significatifs. |
|---|

Vous devez faire le bilan mensuel à partir des bilans quotidiens, que vous soumettez au comité de gestion.

En plus de l'information standard sur les finances et les problèmes, le comité de gestion est censé montrer les progrès faits par le télécentre : si le télécentre aide à améliorer la vie des personnes qu'il sert, dans quelle mesure il le fait, ou si il provoque plus de problèmes.

L'Annexe 1 page 101 détermine un format standard pour les rapports mensuels.

4.3 La promotion et le marketing courants

Le plan marketing courant consiste à rester visible dans la communauté, à approfondir la promotion du télécentre et à continuer à stimuler l'intérêt pour les activités du télécentre au sein de la communauté. Le marketing tournera autour des activités et des réussites célèbres du télécentre telles que :

- Les nouveaux programmes.
- Les nouveaux partenariats.
- Les nouveaux membres du comité d'organisation.
- La création de pages web du télécentre sur Internet.
- Les histoires de succès des participants.

- Les articles sur le coordinateur et les bénévoles spécialisés.
- Un article passant en revue les activités du télécentre sur une période de temps .
- Tout nouveau parrainage.
- Toute attention particulière accordée par les représentants du gouvernement, les entreprises, les media, ou les organisations communautaires.
- Concevoir un logo pour le télécentre.
- Elaborer une brochure pour le télécentre ;
- Publier un bulletin d'information mensuel sur le télécentre.

4.3.1 Gérer les relations publiques du télécentre

Une communication ouverte et régulière entre le comité d'organisation du télécentre, la structure de gestion et le coordinateur est cruciale. Il faut une communication continue pour garantir que les informations utiles circulent rapidement à travers la communauté.

4.3.2 Créer des opportunités médiatiques

Un télécentre voudra que les informations au sujet de ses activités aient la circulation la plus large possible au sein de la communauté. Afin d'atteindre ce type d'exposition, divers types de media devront être identifiés. Voici quelques unes des pistes qui méritent d'être explorées :

- **Les journaux, y compris les brochures de supermarchés, les bulletins d'information des écoles, les brochures paroissiales, etc.** Cela vaut la peine d'explorer les sections spéciales dans les journaux, telles que les activités communautaires ou les sections sur le développement ou les sections spéciales des journaux du dimanche sur la technologie ou les portraits de personnes, etc.
- **La télévision.** Le télécentre devra suivre les programmes du diffuseur national ainsi que des chaînes de télévision communautaires. Il est important de savoir si un moment de diffusion libre est offert pour promouvoir les services communautaires.
- **Les stations de radio.** Ceci inclut les stations de radio publiques et privées. Un télécentre devrait suivre les causeries au cours desquelles le coordinateur du télécentre ou un membre du comité de gestion pourrait être interviewé. De plus, des programmes réguliers sont désormais diffusés par un grand nombre de stations de radio communautaires qui apportent des actualités et des informations sur ce qui se passe à l'échelle nationale et internationale via Internet, dont l'accès est fourni par le télécentre local. Le coordinateur d'un télécentre doit constamment explorer de manière créative et établir des liens. Par exemple, si un membre du comité d'organisation se trouve être un banquier et qu'il existe un programme spécifiquement axé sur la manière dont les banques servent ou ne servent pas les membres de la communauté, ce pourrait être une occasion de persuader le producteur de l'émission radiophonique d'interviewer ce membre du comité d'organisation. Lorsqu'il serait interviewé sur les rapports entre les banques et les membres de la communauté, le membre du comité d'organisation pourrait parler de son engagement au sein de la communauté à travers le télécentre. Ce n'est qu'un exemple pour illustrer que tout est possible pour un coordinateur de télécentre qui rechercherait des manières créatives de promouvoir le télécentre.

- **Les publications produites par des partenaires, y compris les bulletins d'informations d'entreprises et les brochures produite par les ONG.** Le télécentre peut produire des communiqués de presse réguliers pour qu'ils soient inclus dans des bulletins d'information, des brochures et d'autres documents promotionnels produits par des partenaires.
- **Les panneaux d'affichage communautaires.** Les panneaux d'affichage communautaires sont des emplacements stratégiques pour promouvoir les horaires, les offres d'emploi, le besoin de bénévoles, et les évènements exceptionnels.
- **Les publications professionnelles.** Le télécentre devrait identifier les journaux, les magazines et autres publications professionnelles dans lesquels il pourrait placer des articles et des communiqués de presse. De cette manière le télécentre pourra bénéficier d'offres d'aide technique et même de financement, ainsi que de publicité.
- **Les magazines.** Trouver tous les magazines mensuels publiés dans votre région.

Un marketing efficace est bien sûr vital pour garantir que votre télécentre fasse partie intégrante de la communauté. Bien qu'un marketing ou un programme de sensibilisation clairs soient essentiels en tant que guides, vous ne devriez jamais appliquer votre plan de manière rigide. Soyez toujours à la recherche de nouvelles opportunités pour attirer de nouveaux utilisateurs et renforcer la place du télécentre dans la communauté.

4.4 Etablir des règles

Chaque télécentre a besoin d'une liste de règles pour les utilisateurs et le personnel. Le but de ces règles est de garantir que chaque utilisateur profite pleinement du télécentre et que des registres adéquats soient tenus afin que le télécentre puisse devenir viable dans le futur. Les règles permettent également au coordinateur du télécentre et au personnel très occupés d'accomplir leurs nombreuses tâches, plutôt que de perdre du temps à expliquer les règles du télécentre aux utilisateurs indéfiniment. Les règles visent à protéger le télécentre et à protéger les droits des utilisateurs du télécentre à utiliser les équipements du télécentre de manière productive et efficace.

Les règles devraient faire sens pour le personnel du télécentre et la communauté. Si la règle du télécentre est que personne ne doit courir dans le télécentre, le but de cette règle est de garantir que personne ne trébuche sur un câble et ne se blesse. Si la règle est que personne ne devrait manger pendant qu'il est connecté à Internet, le but de cette règle est d'empêcher que les miettes et les restes du déjeuner de quelqu'un n'endommage l'équipement qui coûte cher !

Beaucoup de règles du télécentre devraient être exposées sur des pancartes dans le télécentre. Par exemple, une pancarte établissant les règles pour l'utilisation des ordinateurs, de la télévision et des téléphones serait utile. Il pourrait aussi y avoir une pancarte affichant les coûts des photocopies, des fax, du café, du thé. Des pancartes montrant quelles salles télécentre sont réservées à des usages spécifiques serait également très utile.

Chaque utilisateur du télécentre devrait être informé d'un ensemble de règles lors du pointage à l'entrée et les respecter. Voici une liste des règles possibles pour les utilisateurs du télécentre :

1. Lorsque vous signez à l'entrée, vous acceptez de respecter les règles suivantes :

2. Tous les utilisateurs doivent signer en entrant avant de s'asseoir pour utiliser les équipements.
3. Tous les utilisateurs doivent payer pour les services qu'ils reçoivent du télécentre.
4. Aucune nourriture ou boisson n'est autorisée à proximité des ordinateurs.
5. Si l'application que vous utilisez est sonore, vous êtes priés de vous assurer que le son est coupé ou d'utiliser les écouteurs.
6. Les utilisateurs de moins de 14 ans ne sont autorisés à utiliser le télécentre que jusqu'à 17 :00.
7. Un adulte doit accompagner les enfants de moins de 10 ans.
8. Les adultes et les jeunes ont des droits d'accès égaux aux ordinateurs lorsqu'ils sont tous deux présents au télécentre en même temps.
9. Le personnel et les bénévoles du télécentre se réservent le droit de demander à quiconque de quitter le télécentre pour quelque motif que ce soit.
10. Les utilisateurs qui copient des logiciels à partir de n'importe lequel des ordinateurs ou qui effacent ou altèrent intentionnellement le contenu du logiciel d'un ordinateur ne seront plus admis à utiliser le télécentre.
11. Les utilisateurs du télécentre devraient toujours être sensibles aux autres activités qui se déroulent. Il ne devraient pas faire de bruit ni gêner d'autres utilisateurs du télécentre.
12. A l'heure de fermeture, les utilisateurs du télécentre devront achever ce qu'ils faisaient rapidement et quitter les locaux.
13. Les ordinateurs ne peuvent être utilisés que pendant les heures spécifiées. Si vous arrivez trop tôt, veuillez patienter dans la zone de réception (ou à l'extérieur).

4.5 Protéger le personnel, les clients et les biens du télécentre

Comme avec n'importe quel service commercial ou communautaire, la survie d'un télécentre dépend de sa capacité à fournir des services qui sont demandés. Les services offerts par un télécentre dépendent du bon fonctionnement d'un matériel cher qui ne peut pas être facilement remplacé à cause des coûts en jeu. Pour cette raison, il est de la plus haute importance que l'équipement soit bien entretenu et mis à l'abri du vol et des dégradations. En plus du contrat d'assurance tel que décrit dans la section précédente, il y a une variété de tâches de gestion qui aideront à garder le télécentre en ordre.

Lorsqu'un article ou un service particulier entre dans le télécentre ou en sort, une description, un numéro de série (s'il y en a), et la date et l'heure devraient être inscrits et signés par un membre du personnel du télécentre. Cette information sera automatiquement suivie dans le cas de la vente ou de la location normale de biens. Les listes d'inventaires et les registres des résultats devraient être actualisées chaque mois.

4.5.1 Tenir un inventaire

Pour pouvoir suivre tous les articles du télécentre, il sera nécessaire de tenir une liste ou une banque de données de tous les éléments de l'équipement, des logiciels et des services utilisés par le télécentre.

4.5.1.1 L'audit du matériel informatique

Comme pour les logiciels, un inventaire du matériel informatique devrait être tenu. Il devrait inclure :

Des informations détaillées sur tous les achats et acquisitions avec les numéros des modèles, les numéros de série, les dates, les sources, les prix d'achat ou la valeur de l'équipement, et les garanties.

Une liste de sources pour la maintenance et les réparations de chaque type d'équipement.

4.5.1.2 L'audit des logiciels

Après l'achat de logiciels par le télécentre, il est très important de faire un inventaire des logiciels et de le mettre à jour régulièrement. La liste devrait inclure des détails sur le numéro de version du logiciel ; la date d'achat ; la date d'enregistrement ; le prix ; le nombre d'exemplaires ; et leur emplacement dans le télécentre. Cet inventaire est important pour les raisons suivantes :

- Il aidera le télécentre à garder une trace de ses ressources en logiciels.
- Il aidera le nouveau personnel et les bénévoles à connaître la gamme de services proposés par le télécentre.

Il servira de guide à l'achat de logiciels supplémentaires par le télécentre.

4.5.2 La gestion des risques

La gestion des risques recouvre les problèmes de sécurité du télécentre et d'assurance des biens, du personnel et du public du télécentre.

Le meilleur moyen de réduire les risques au maximum dans un télécentre est de promouvoir un sentiment de propriété et de fierté à l'égard du télécentre parmi les utilisateurs et la communauté dans son ensemble. Cependant, certaines mesures standard sont nécessaires pour garantir la sécurité du personnel du télécentre, des utilisateurs et des équipements.

Risques encourus par les systèmes, les logiciels et les données

Bien que des polices d'assurance garantissant contre la perte de données et de logiciels du fait de virus soient disponibles, elles sont chères et inaccessibles à la plupart des télécentres. Pour prévenir les dommages à l'encontre des données et des logiciels, un télécentre devrait :

- Interdire l'utilisation des disquettes ou des logiciels amenés par les utilisateurs.
- Installer un logiciel antivirus sur tous les ordinateurs.
- Actualiser le logiciel antivirus avec de nouveaux fichiers de définition des virus régulièrement.
- Eduquer les utilisateurs quant aux effets que les virus pourraient avoir sur la capacité de fonctionnement du télécentre.
- Encourager les utilisateurs et le personnel du télécentre à suivre toutes les informations sur Internet au sujet des nouveaux virus qui peuvent pénétrer le système du centre du télécentre pendant l'utilisation d'Internet.

Risques encourus par les vies, les membres et les équipements

Le bâtiment d'un télécentre et son matériel informatique, ses logiciels, ses meubles, son personnel et ses utilisateurs sont vulnérables aux dommages causés par le vol, le vandalisme, les accidents et les catastrophes naturelles. Par exemple, un tuyau en hauteur pourrait éclater,

mettant hors d'usage un grand nombre de systèmes et endommageant les vêtements ou les effets personnels des participants. Quelqu'un peut trébucher sur un câble et tomber.

Un programme de gestion des risques établit des mesures préventives pour réduire au maximum les risques et s'assurer que le personnel et les utilisateurs du télécentre soient conscients des mesures en place et coopèrent pour garantir leur application. Il existe beaucoup d'approches différentes de la gestion des risques et les besoins d'un télécentre dans une zone rurale isolée peuvent être très différents des exigences de la gestion des risques d'un télécentre urbain.

Réduire au maximum les risques d'accidents

- Tel que décrit plus haut, établir des règles sur la manière de se comporter dans le télécentre telles que "Ne pas courir !". "Pas de nourriture et de boissons à proximité des ordinateurs !" Ces règles peuvent être affichées sur les murs et les portes du télécentre. Tous les utilisateurs du télécentre devraient être informés au sujet des règles et le personnel et les bénévoles du télécentre devraient veiller à leur respect.
- Fixer les câbles au plafond plutôt qu'au sol.
- Placer des tapis antidérapants devant toutes les entrées du télécentre.
- Utiliser des protections électriques sur tous les systèmes.
- Vérifier régulièrement toutes les installations de plomberie et de câblage électrique situées en hauteur pour voir si elles ne sont pas défectueuses.

Limiter les dommages au personnel et aux membres du public

- Veiller à ce que plus d'un membre du personnel soit de service la nuit.
- Si nécessaire prévoir une protection policière supplémentaire autour du télécentre.
- Si possible, recruter un agent de sécurité.

Limiter les occasions de vol et de vandalisme

- Ne donnez pas les clefs du télécentre à trop de personnes
- Faites une liste de toutes les personnes qui possèdent une clef du télécentre.
- Changer les serrures du télécentre de temps en temps.
- Installer une grille de sécurité sur la porte du télécentre, ou, si possible, installer un portail électronique avec avertisseur sonore.
- Sécurisez les ordinateurs, les claviers, les imprimantes, et les autres matériels informatiques sur les bureaux et les tables dans le télécentre. Des câbles de sécurité spéciaux sont disponibles pour cela.
- Enfermez tous les équipements portables dans une armoire lorsqu'ils ne sont pas utilisés.

- Stockez les logiciels de rechange en lieu sûr hors des locaux du télécentre.
- Laissez les lumières du télécentre allumées en permanence.
- Installez un système d'alarme.
- Stockez un minimum d'argent liquide dans les locaux.
- Consultez la police locale pour d'autres suggestions.

Remarque :

Un programme de prévention des risques devrait être conçu par le comité de gestion du télécentre. Une liste de numéros de téléphones d'agents d'assurance, d'agents de service et de services d'urgence devrait être facilement accessible.

Une fois que le programme de gestion des risques a été décidé, des exemplaires devraient être distribués à tout le personnel du télécentre.

4.6 La formation du personnel

Un programme d'orientation structuré est important pour tout nouveau membre du personnel. Un tel programme devrait inclure :

- Un accueil chaleureux.
- Une présentation de la mission et des objectifs du télécentre.
- Une présentation aux membres du comité d'organisation, aux autres personnels de bureau ou à tout autre membre du personnel faisant déjà partie du comité.
- Une opportunité de se familiariser avec les ressources du télécentre : où se trouvent les choses, quels logiciels sont disponibles, quelles procédures sont en place.

Pour les bénévoles, le programme d'orientation devrait fournir une occasion de rencontrer leur supérieurs pour discuter de leurs affectations, d'établir un horaire personnel, et de lire et de signer la lettre d'engagement.

Une fois que les nouveau employés ont été orientés, ils pourront avoir besoin d'une formation spécialisée pour remplir leurs fonctions. La formation technique pour faire fonctionner les équipements figurera en haut de la liste, mais les autres domaines importants sont : les relations avec les clients, la gestion financière, la collecte de fonds, comment former les utilisateurs, la recherche sur Internet et la recherche documentaire.

La formation même pour les questions de détail est importante puisque les petits problèmes peuvent bloquer les ordinateurs si le personnel n'est pas formé pour les traiter (comme changer l'ampoule d'un rétroprojecteur). Cela devrait être pris en compte dans la formation de base, de même que changer des cartouches, de toner, et d'autres tâches très élémentaires.

Un manuel de formation pourrait être élaboré par le télécentre pour soutenir les programmes de formation du personnel en cours.

4.7 Trouver plus d'informations et de soutiens

Il y a un nombre croissant de télécentres qui sont mis en place dans toute l'Afrique et beaucoup de connaissances pourraient être partagées entre eux. Il y a des débats au sujet d'une Association des télécentres d'Afrique qui pourrait fournir un réseau pour le partage des informations et des connaissances. Il se peut qu'une Association des télécentres soit active dans votre pays et c'est un forum inestimable pour l'échange des expériences et pour les actions de lobbying en soutien aux télécentres.

Il y a une variété de sites Internet ou de pages web consacrées aux télécentres. Ceux-ci peuvent fournir des informations très récentes sur des activités et vous orienter vers d'autres télécentres et des activités de télécentres dont vous pourriez apprendre des choses et obtenir un soutien. C'est le cas de :

Telecentres.org : <http://www.telecentres.org>

The South African Universal Service Agency: <http://www.usa.org.za>

Australian Rural Telecentres Association: <http://www.arta.org.au>

African Telecentres Experience Page:

<http://www.agricta.org/afagrict-/telecentres.htm>

The US Community Technology Centers' Network (CTCNet): <http://www.ctcnet.org>

ITU Universal Access: <http://www.itu.int/ITU-D-UniversalAccess>

IDRC Telecentre Page: <http://www.idrc.ca/acacia/telecentre.html>

5. ANNEXES

5.1 Questionnaire sur l'utilisateur potentiel

Interviewer :

Date et heure de l'interview :

Langue utilisée dans l'interview :

1. Résidence :

ville ?

village rural ?

hors de la ville/village ?

autre ? quoi ? _____

Nom de commune/village/ville _____

2. Age :

moins de 15 ans ? 15-24 ? 25-34 ? 35-44 ? 45-54 ? 55 ans et plus ?

3. Sexe :

Masculin ? Féminin ?

Informations ? Sports ? Femmes ? Affaires ? Professionnel ?

Autre ? _____

17. Avez-vous déjà utilisé un ordinateur ? Oui ? Non ?

Pour le traitement de texte ? Oui ? Non ?

Pour le courrier électronique ? Oui ? Non ?

Pour l'Internet ? Oui ? Non ?

Autre :? _____

18. De quel type d'informations avez-vous besoin ?

Type d'informations	18. Importance <i>Très importantes 1</i> <i>Relativement importantes 2</i> <i>Peu importantes 3</i> <i>Pas intéressé 4</i>	19. Priorités (n'en choisir que 3) <i>Très importantes 1</i> <i>De second ordre 2</i> <i>De troisième ordre 3</i>
Education/nouvelles compétences		
Soins de santé		
Comment améliorer mon produit/service		
Prix actuels pour mes produits/services		
Sources de revenu		
Opportunités commerciales pour mes produits/services		
Emplois disponibles		
Evènements socioculturels		
Le temps		
Informations gouvernementales : impôts, lois, réglementations, procédures		
Informations/Sports		
Culture		
Religion		
Tourisme		
Autre :		

Quelles sont les informations les plus importantes que vous souhaiteriez communiquer aux personnes extérieures à votre communauté ?

Type d'information	20. Importance <i>Très important 1</i> <i>Relativement important 2</i> <i>Peu important 3</i> <i>Pas intéressé 4</i>	21. Priorités (n'en choisir que 2) <i>Très important 1</i> <i>Secondaire 2</i>
Qui vous êtes/ce que vous faites		
Ce que vous avez à vendre		
Votre culture		
Evènements socioculturels		
Ce que vous pouvez faire (vous recherchez un emploi ou un financement)		
Autre		

24. Avez-vous des relations commerciales avec des personnes/organisations :

Dans la capitale ?	Oui ?	Non ?
Ailleurs dans le pays ?	Oui ?	Non ?
Ailleurs en Afrique ?	Oui ?	Non ?
Ailleurs dans le monde ?	Oui ?	Non ?

Profil en termes de communication et d'information

	25.	26. Où___ ?	26. La dernière fois, c'était dans quel but ?	26. Combien cela a-t-il coûté ?	26. Le plus souvent quel est le but ?	26. Fréquence (Tous les combien ?)
	oui	A domicile	Social : famille/amis Education/formation Santé Affaires/commercial	0 1-100 CFA 101-500 CFA 501-1000 CFA 1001-2500 CFA 2501- 5000 CFA plus de 5000 CFA	Social : famille/amis Education/formation Santé Affaires/commercial	Jamais Tous les jours Chaque semaine
	non	Chez des amis/ de la famille Dans des installations publiques	Informations gouvernementales Informations Sports Divertissement Urgence/sécurité Autre		Informations gouvernementales Informations Sports Divertissement Urgence/sécurité Autre	Chaque mois Chaque trimestre Rarement
Envoyez vous des lettres hors de la ville ?						
Recevez-vous des lettres d'en dehors de la ville ?						
Effectuez-vous des appels hors de la ville ?						
Recevez-vous des appels téléphoniques de l'extérieur de la ville ?						
Envoyez-vous des fax ?						
Recevez-vous des Fax ?						
Utilisez-vous la messagerie électronique ?						
Utilisez-vous l'Internet ?						
Ecoutez-vous la radio ?						
Regardez-vous la télévision ?						
Ecoutez-vous des cassettes audio ?						
Regardez-vous des cassettes vidéo ?						

Envoyez-vous des informations à :

	26. Fréquence	26. Moyen	26. Coût moyen
	Jamais Tous les jours Chaque semaine Chaque mois Chaque trimestre Rarement	Messenger Voyage Lettre Téléphone Fax Courrier électronique Autre	0 1-100 CFA 101-500 CFA 501-1000 CFA 1001-2500 CFA 2501-5000 CFA plus de 5000 CFA
La capitale ?			
Ailleurs dans le pays ?			
Ailleurs en Afrique ?			
Ailleurs dans le monde ?			

Recevez-vous des informations de :

	26. Fréquence	26. Moyen	26. Coût moyen
	Jamais Tous les jours Chaque semaine Chaque mois Chaque trimestre Rarement	Messenger Voyage Lettre Téléphone Fax Courrier électronique Autre	0 1-100 CFA 101-500 CFA 501-1000 CFA 1001-2500 CFA 2501-5000 CFA Plus de 5000 CFA
La capitale ?			
Ailleurs dans le pays ?			
Ailleurs en Afrique ?			
Ailleurs dans le monde ?			

5.2 Guide relatif aux questions posées au cours d'entretiens avec des organisations

Nom de la personne interrogée : _____

Date de l'entretien : _____

Nom de l'organisation : _____

Type : _____

Mission/Objectif :

Activités principales : _____

Nombre de membres/Employés : _____

Quels sont les principaux types d'informations utilisés par l'organisation ? Quels sont les plus importants ?

1. Quelles sont les sources de ces informations ?

2. Quels sont les moyens utilisés pour obtenir les informations ? (Téléphone, fax, lettres, etc.)
3. Quel est le coût ? (Dépenses annuelles ou mensuelles si possible)
4. Sont-ils satisfaits des informations qu'ils reçoivent en termes de qualité, de quantité et de rapidité ?
5. Quels facteurs limitent la quantité, la qualité ou la rapidité des informations qu'elle recevait alors ?
6. Quels types d'informations voudraient-ils davantage avoir ? pourquoi ?
7. Quels sont les principaux types d'informations communiquées par l'organisation : intérieures et extérieures ? Quelles sont les plus importantes ?
8. A qui communique t-elle ces informations ?
9. Quels sont les moyens utilisés pour communiquer ces informations ?
10. Quel est le coût ? (dépenses annuelles et mensuelles si possible)
11. Sont-ils satisfaits de sa capacité à communiquer des informations en termes de qualité, de quantité et de rapidité ?
12. Quels facteurs limitent la quantité, la qualité ou la rapidité de l'information qu'elle communiquent ?
13. Utilisent-ils actuellement des ordinateurs ? Dans quel but ?
14. Utilisent-ils actuellement le courrier électronique ? Dans quel but ? Combien de messages par semaine reçoivent-ils ou envoient t-ils ?
15. Utilisent-ils actuellement l'Internet ? Dans quel but ?
16. Seraient-ils intéressés par l'utilisation d'un télécentre polyvalent ? (Expliquez le type de services qu'un télécentre polyvalent offrira)
17. Si oui, quels services utiliseraient-ils le plus ?
18. Quel prix paieraient-ils pour ces services ?
19. Serait-ils intéressés par la location d'espaces de bureau temporaires dans le télécentre polyvalent ?
20. Quel usage feraient-ils de cet espace ?
21. Si oui, quels prix seraient- ils disposés à payer ?
22. Quels impacts un télécentre polyvalent pourrait-il avoir sur leur organisation ?
23. Quels impacts (positifs et négatifs) un télécentre polyvalent pourrait-il avoir sur la ville de Tombouctou ? Sur la région ?

24. Quels conseils donneraient-ils pour que le télécentre polyvalent soit un succès?

5.2.1 Guide relatif aux questions posées au cours des entretiens avec des organisations

Nom de la personne interrogée : _____ Date de l'entretien : _____

Nom de l'organisation : _____

Mission/Objectif : _____

Principales activités : _____ Nombre de membres/employés : _____

1. Informations	2. Source	3. Moyens	4. Coût	5. Satisfaction	6. Limites

7. Plus ? _____

8. Informations	9. Vers qui ?	10. Moyens	11. Coût	12. Satisfaction	13. Limites

14. Utilisation d' ordinateurs ? Oui Non

But : _____

15. Du courrier électronique ? Oui Non

But : _____

Nombre de messages par semaine : Envoyés Reçus

16. Utilisation d'Internet actuellement? Oui Non

But : _____

17. Intéressés par l'utilisation d'un TCP Oui Non Pas certain

Si oui, à quelle fin ? : _____

18. Si oui, quels services utiliseraient-ils le plus ?

19. Prix qu'ils sont disposés à payer ?

20. Intéressés par la location d'espace ? Oui Non

21. Utilisation

22. Prix qu'ils sont disposés à payer : _____

23. Attentes quant à l'impact du télécentre polyvalent pour l'organisation :

24. Attentes quant à l'impact du télécentre polyvalent pour Tombouctou :

25. Conseils pour le succès du télécentre polyvalent :

5.3 Formulaire utiles

Une liste d'un certain nombre de formulaires standard figure ci-dessous.

Données techniques détaillées sur un article.

Pour chaque élément du matériel, les données suivantes devraient être enregistrées et conservées au télécentre :

Général		
	Article	
	Description	
	Modèle	
	Fabricant	
	Numéro de série	
	Numéro de licence (si oui)	
	Parties (ex . logiciel)	
Achat		
	Prix d'achat	
	Date d'achat	
	Numéro de commande	
	Acheteur	
	Achat autorisé par	
Fournisseur		
	Nom	
	Adresse postale	
	Adresse physique	

	Téléphone	
	Fax	
	Adresse électronique	
Garantie		
	Type de garantie	
	Période de garantie	
	Début	
	Expiration	
	Période d'extension de garantie	
	Début	
	Expiration	
Maintenance		
	Entreprise de maintenance	
	Type de contrat, service	
	Numéro de téléphone	
	Fax	
	Adresse électronique	
	Type de contrat	
	Période de contrat	
	Expiration	
Divers		
	Remarques	

5.3.1 Tarifs

Les services énumérés ci-dessous sont proposés par le téléc centre aux tarifs suivants :

5.3.1.1 Appels

Appels	Prix par impulsion	Somme par appel	Tarif de départ
Appels téléphoniques effectués			
Appels téléphoniques reçus			

5.3.1.2 Fax

Fax	Prix par impulsion	Prix par page	Tarif de départ
Fax envoyés			
Fax reçus			

5.3.1.3 Pages

Pages	Prix par page	Tarif de lancement
Pages photocopées		
Pages imprimées		
Pages scannées		

5.3.1.4 Ordinateurs

Ordinateurs	Prix par minute	Tarif de lancement
Utilisation d'ordinateur		
Utilisation d'Internet		
Envoi de courrier électronique		
Réception de courrier électronique		

Remarque : Tous les tarifs devraient être exposés dans chaque télécentre, toujours, de manière distinctement visible pour tous les clients entrant dans le télécentre.

5.3.2 Formulaire du bilan quotidien des services et des finances

Bilan quotidien des services et des finances

Services payés	Nombre	Montants
Assistance aux clients		
Appels effectués		
Impulsion par appel effectué		
Appels reçus		
Impulsion par appel reçu		
Fax envoyés		
Impulsion par Fax envoyé		
Fax reçus		
Impulsion par Fax reçu		
Photocopies faites		
Feuilles scannées		
Pages imprimées		
Heures d'utilisation de l'ordinateur		
Internet et courrier électronique		
Revenu total		
Paiements ratés/fuites		

Dépenses	Montants
Livraisons d'articles, de pièces de rechange, etc.	
Téléphone	
Loyer	
Eau et électricité	
Papeterie	
Salaires/paies	
Sécurité	
Caisse de dépense courantes	
Dépenses diverses	
Nettoyage	
Autres frais de bureau	
Totaux	

Opérations au comptant	Montants
Position de la caisse à l'ouverture	
Montants perçus (=services totaux ci-dessus)	
Retraits d'espèces de la banque	
Dépôts d'espèces à la banque	
Paiements effectués (total des dépenses ci-dessus)	
Position de caisse calculée	
Position de caisse atteinte à la fermeture	
Différence en espèces	

5.3.3 Formulaire du bilan mensuel

Relevé des revenu mensuels		
Télécentre :		Mois
Services	Nombre	Revenu
Appels téléphoniques effectués		
Appels téléphoniques reçus		
Fax envoyés		
Fax reçus		
Photocopies		
Scanner		
Impression sur ordinateur		
Utilisation d'ordinateur		
Internet et courrier électronique		
Revenu total		

Relevé des dépenses mensuelles		
Télécentre :		Mois :
Catégories	Nombre	Revenus
Impulsion du téléphone/fax		
Loyer		
Eau et électricité		
Papeterie		
Salaires/paies		
Sécurité		
Caisse de dépenses courantes		
Dépenses diverses		
Nettoyage		
Réparation de locaux/meubles		
Réparation des équipements		
Commodités et pièces de rechange		
Dépenses de bureau diverses		
Dépenses totales		

Relevé mensuel des flux de liquidités	
Télécentre :	Mois
Description	Montant
Etat des liquidités au début du mois	
Revenu total, montants totaux reçus	
Dépenses totales	
Dépôts bancaires	
Retraits bancaires	
Paiements à la communauté	
Calcul final de l'état des liquidités	
Etat réel des liquidités à la fin du mois	
Différence en espèces	

5.3.4 Formulaire d'enregistrement des plaintes

Formulaire d'enregistrement des plaintes du télécentre	
Nom du télécentre	
Nom du directeur du télécentre	
Date et heure de l'enregistrement de la plainte	
Description de la plainte	
Nom du client formulant une plainte	
Action recommandée	
Action effectuée	
Date de règlement de la plainte	
Solution trouvée	
Plainte transmise à	
Compensation au client (le cas échéant)	
Remarques ou observations particulières	

5.3.5 Formulaire d'enregistrement des défaillances

Formulaire d'enregistrement des défaillances	
Nom du télécentre	
Nom du directeur du télécentre	
Date et heure de l'enregistrement des défaillances	
Description des défaillances de l'équipement	
Action recommandée	
Action entreprise soi-même	
Défaillance signalée au fournisseur	
Date et heure de la communication	
Date de réparation de la défaillance	
Solution trouvée	
Plainte transmise à	
Estimation des dommages	
Frais de réparation	
Remarques ou observations particulières	

5.3.6 Formulaire de commande de matériel

Formulaire de commande de matériel du télécentre	
Nom du télécentre	
Nom du directeur passant la commande	
Date et heure	
Produit commandé et quantité	
Estimation du prix	
Nom du fournisseur	
Téléphone/fax du fournisseur	
Date de livraison indiquée	
Livraison express ou pas	
Liste des produits livrés	
Quantité livrée	
Date de livraison effective	
Prix effectif	
Remarques ou observations particulières	

5.3.7 Formulaire d'ouverture du télécentre

Activités d'ouverture- date :	Résultats
Inspecter les locaux, approuver ou signaler des problèmes	
Vérifier la propreté, idem	
Fonctionnement du téléphone du guichet (tonalité)	
Fonctionnement des téléphones des clients (tonalité)	
Fonctionnement du fax ; feuilles de papier disponibles	
Fonctionnement de la photocopieuse ; feuilles de papier disponibles	
Fonctionnement de l'impression du papier dans les imprimantes	
Fonctionnement du scanner	
Stock de feuilles de papier (donner un nombre)	
Stock de toner (donner un nombre)	
Stock de disquettes (donner un nombre)	
Avez-vous besoin d'appeler un fournisseur pour une réparation ? Si oui, lequel.	
Des articles ont-ils été commandés ? Si oui, lesquels.	
Noter les relevés de compteurs de tous les téléphones des clients	
Noter les relevés des compteurs des fax, des photocopieurs et des scanners	
Noter le montant des liquidités disponible	

5.4 Modèle de plan d'activité et de première année de budget

Voici un exemple de plan d'activité, qui peut être utilisé comme une liste de contrôle pour affiner un projet réel de télécentre. Lorsqu'ils rédigent leur plan d'activité les concepteurs du projet de télécentre devraient s'arrêter à chaque article et modifier, ajouter et modifier en fonction de leur contexte local. Tous les noms ci-dessous sont fictifs.

Tsekesedi Community Telecentre, Mubanga

1. Introduction

Ce document trace les grandes lignes de la stratégie proposée pour mettre en place le télécentre communautaire Tsekesedi. Il décrit les activités financières, promotionnelles et des services qui seront mises en place pour garantir son succès.

2. Description de l'activité projetée

2.1 Le nom du télécentre envisagé

Tse kesedi Community Telecentre
Adresse physique: Old Harare Road, Mberenga, Midlands
Adresse postale: Box 101, Mberenga, 5120, Midlands
Personne à contacter: Nomsa Pundla,
Téléphone/fax : 34981

2.2 Type d'activité

Le télécentre indépendant Tsekesedi est à la fois une entreprise située dans les industries de communication et d'informations et une initiative de développement économique et social local soutenue par la Ziganda Farmers Union.

2.3 Propriété

Le télécentre sera la propriété du Forum de développement communautaire Mberanga enregistrée comme une organisation à but non lucratif dénommée Télécentre communautaire Tsekesedi. Les directeurs et le comité de gestion sont issus de la communauté locale, et comptent deux ingénieurs de ZPTC à la retraite.

Le Forum de développement communautaire Mberanga a été responsable d'un grand nombre de projets de développement local, y compris le récent établissement d'un jardin communautaire et le projet de sensibilisation au sida soutenu par l'ONG HealthUP.

Les services du télécentre seront guidés par le comité de gestion du télécentres Tsekesedi, qui compte 6 membres âgés de la communauté Mberenga.

2.4 Buts et objectifs

Pour satisfaire les besoins de la communauté de Mberenga d'une gamme de services du télécentre à la fin du mois de juin 1998.

Les principaux services envisagés pour le télécentre sont :

- Les services téléphoniques vocaux
- Les appels locaux, longue distance et internationaux
- Le service de messagerie vocale
- La réception d'appels
- Le service de fax : taper, envoyer et recevoir des fax
- Les services documentaires/commerciaux : photocopie, traitement de texte, scanning de documents, saisie de données, production de documents promotionnels (cartes de

visite, brochures, etc.), comptabilité, remplir des formulaires (Affidavits, Power of Attorney, Wills, etc.), réservations de voyages et de logements.

- Transmission de messages urgents
- Annonce de messages ou d'appels
- Services de documentation et d'information communautaire et formation informelle
- Formation aux compétences élémentaires de la recherche documentaire sur Internet
- Cours de formations spécialisés
- Dernières nouvelles locales, nationales et internationales
- Prix du marché
- Offres d'emploi
- Opportunités de métiers
- Annonces classées
- Comptes de messagerie électronique
- Navigation sur Internet/ accès au FTP et à USENET News
- Cours de formation individuelle ou collective aux applications d'Internet
- Traitements de texte et logiciels de bureautique de base
- Accès à Internet/utilisation et réseaux informatiques
- Construction de site Internet
- Cours d'enseignement à distance à travers Internet, la radio et la télévision
- Cours d'alphabétisation et d'arithmétique de base (assistés par ordinateur)
- Cours de secrétariat
- Cours de formation à l'enseignement
- Déclaration d'impôts
- Paiement de licences
- Traitement des réclamations, etc.
- Autres informations administratives en ligne
- Services de vidéoconférence par Internet
- Services bancaires en ligne
- Achat et commande de fournitures en ligne
- Services de reprographie pour les bulletins d'information, les matériels pédagogiques, les manuels, la formation, la documentation, etc.
- Services de production audiovisuelle pour les media communautaires
- Productions vidéo pour les mariages et autres évènements
- Reproduction éditoriale et photographies d'évènements locaux pour les media locaux (ou nationaux)
- Services de construction et d'hébergement de sites Internet (hébergés via le fournisseur d'accès Internet)
- Location d'espace et d'équipements pour les évènements exceptionnels réunions/formation/divertissement

3. Le plan marketing

3.1 Etude du marché et de l'environnement général

Le nombre de personnes situé à 30 minutes de marche du télécentre est estimé à 20 000 : environ 2000 familles/habitations. La communauté se compose d'un grand nombre

d'enseignants et d'autres fonctionnaires. Il y a deux villages (Unis et Roften) à environ 5 km et la zone située à une heure de marche a une population totale de 50 000 personnes.

Le site est à un emplacement central, près de la route principale et du groupe principal de commerces du village. Les deux écoles secondaires sont à environ 1 km et la clinique est située à environ 500 mètres.

3.1.1 Les téléphones

Il y a six téléphones privés dans le village, qui utilisent le système Farmtel avec appel par le biais de l'opérateur (manuel) qui n'est pas fiable. Le publiphone le plus proche est à 12 km à Lamani, et cela coûte 25\$US pour s'y rendre en taxi. A Lamani il y a une boutique de téléphonie privée qui possède cinq lignes.

3.1.2 L'électricité

L'approvisionnement en électricité est disponible et est installé dans environ 3000 foyers. L'approvisionnement est fiable mais le voltage peut être faible à certains moments.

3.1.3 Les bureaux de poste

Le bureau de poste se trouve à Lamani.

3.1.4 Les banques

La banque la plus proche est à Fidara, à 19 km de distance.

3.1.5 Les écoles

Il y a deux écoles primaires à proximité et une école secondaire à 3 km de distance. Il y a une école primaire privée de l'autre côté de la rue où le télécentre est prévu.

3.1.6 Les dispensaires/hôpitaux

Il y a un nouveau dispensaire ouvert cinq jours par semaine dans l'enceinte de la Caisse de développement régional et un autre à proximité. Il possède un système radio et une ligne téléphonique.

3.1.7 Les églises/séminaires

Il y a une grande église catholique dans le village et deux autres églises plus petites : environ quatre employés paroissiaux.

3.1.7 Industrie et activité commerciale

Il y a trois magasins généralistes dans le village, un grand commerce informel de mécanique, un boucher/boulangier et environ 50 stands de rue informels. La plupart des gens vont au supermarché de Lamani pour les plus grandes quantités de biens ou lorsqu'ils ont besoin de quelque chose de spécial. Les services de photocopie ne sont disponibles qu'à Fidara.

3.1.8 Les projets de développement

Un projet de formation à la conservation et au tourisme rural a été mis en place avec le soutien de Eco Trust (ECT) et Minefields. La communauté a également installé un système d'irrigation (avec l'aide de Mukla Trust) et il y a un projet de production de fruits séchés. Actuellement un projet de couture est en cours, principalement pour les uniformes scolaires, soutenu par la SBDB.

3.1.9 Les attractions touristiques

Il n'existe pas de véritables attractions touristiques dans la région, bien que Mberenga soit sur la route qui mène à la région de Grange Wilderness qui attire un bon nombre de visiteurs. Le site du télécentre est à 400 mètres de la route principale, et un panneau pour diriger les passants vers le télécentre sera dressé sur la route.

3.2 Part de marché escomptée et analyse de la concurrence

Il n'existe pas de télécentre dans la région environnante. Il est à prévoir que les services de téléphonie et de photocopie utilisés à Lamani seront remplacés par les services locaux fournis par le télécentre.

Un commerçant généraliste de Mberenga pourra installer une cabine téléphonique publique lorsque le réseau téléphonique sera modernisé, mais cela n'aura probablement qu'un faible impact sur la demande de services au télécentre. Par conséquent il faut envisager pratiquement 100% des parts de marché pour presque tous les services fournis par le télécentre au cours de la première année.

L'école primaire est aussi utilisée pour les réunions et les cours de formation occasionnels par les ONG. Une action de sensibilisation en direction des ONG sera nécessaire pour les informer au sujet des nouveaux services du télécentre.

3.3 Les stratégies promotionnelles

3.3.1 Informer les ministères

Les bureaux locaux des ministères suivants seront contactés, pour les informer de la disponibilité des services du télécentre pour leurs actions de sensibilisation, la dissémination d'informations, les espaces de rencontre, la formation et les autres nécessités. Des événements promotionnels d'une journée seront organisés pour chaque ministère au télécentre : les ministères de l'agriculture, du travail, de l'environnement, de l'éducation, de la santé, du commerce et de l'industrie, etc.

3.3.2 Informer les autres agences

Les institutions locales suivantes seront aussi informées de l'organisation d'évènements promotionnels :

- Les autorités traditionnelles
- Les bureaux des sections locales des partis politiques
- La chambre de commerce
- Les banques, les assurances et les caisses de retraite
- Les chaînes de magasins

- Les commerces d'informatique au détail
- Les journaux, les stations de radio, les magazines et les autres media locaux
- Les agences de voyage et les offices du tourisme

3.3.3 Lancer la promotion

Un événement spécial d'une journée de célébration sera organisé pour aider à promouvoir le télécentre. Des T-shirts seront distribués, des publicités seront diffusées par les media locaux, des brochures seront distribuées et des affiches et des prospectus seront disposés et distribués à des endroits stratégiques.

3.3.4 Promotion courante

Des T-shirts, des casquettes de base-ball et des brochures publicitaires sur le télécentre seront fabriqués. Des services seront à des prix abordables et un certain nombre seront gratuits pour attirer les clients vers les services payants (tableau d'affichage extérieur, service d'informations gouvernementales en ligne, journées promotionnelles gratuites, etc.).

4. Programme financier

4.1 Contribution personnelle

La communauté apportera au télécentre une gestion et des locaux courants ainsi que de la main d'œuvre pour certaines rénovations telles que la peinture.

4.2 Source et utilisation des fonds

Coûts de lancement : Les capitaux et les soutiens financiers pour la rénovation des locaux seront apportés par la ZFU/SCC.

Revenus : Vente de services, subventions du gouvernement et publicité. Les services sont décrits plus haut. Les services peuvent être divisés en trois catégories principales : location horaire, ventes d'unités et minutes de service.

Les tarifs horaires seront appliqués aux espaces de rencontre, à la télévision, au rétroprojecteur, aux caméras et aux autres équipements, avec un tarif pour les heures pleines et un tarif pour les heures creuses.

Les ventes à l'unité s'appliqueront aux produits : pages faxées, pages photocopées, papeterie et autres biens matériels ainsi que les transactions telles que les publicités sur écran sur support PC, l'affichage d'annonces sur le tableau d'affichage au profit d'un ministère ou d'une autre agence, et les transactions financières.

Les minutes de service s'appliqueront aux appels téléphoniques, à l'accès à Internet, à la vidéoconférence et aussi au "temps d'assistance personnalisée" (TAP) durant lequel le client a besoin du temps d'un opérateur pour utiliser l'un des services. Par exemple, lorsque des clients ne savent pas faxer ou photocopier des documents eux-mêmes, ou faire une recherche sur Internet, la facture inclut les ventes à l'unité ainsi que les minutes de service.

Le TAP seront divisés en temps normal ou en temps supplémentaire et les tarifs pourraient également varier pour l'assistance personnalisée et l'assistance collective. Un

descriptif sera aussi utilisé pour suivre les différents services à travers les systèmes de comptabilité et de planification : services de saisie, de photocopie, de recherche sur Internet, etc.

Utilisation des revenus perçus : Après avoir couvert les coûts de fonctionnement, les fonds seront réservés au remplacement des équipements dépréciés, à l'expansion des services (davantage de PC, etc.) et aux imprévus.

4.3 Budget de fonctionnement et seuil de rentabilité

Voir le budget joint. Comme il apparaît, le déficit de la première année est d'environ 15 000\$US, sur une recette totale d'environ 34 000\$US, couvrant totalement les coûts de lancement. Puisque la ZFU fournira un soutien pour les équipements, un surplus est prévisible au cours de la première année.

5. Programme de fonctionnement

5.1 Qualités de gestionnaire

Les deux directeurs du télécentre déterminés par la communauté devront participer à deux sessions de formation du projet ZFU/SCC.

Debbie Malosi dispose d'un Certificat de fin de scolarité.

Nebo Dante dispose d'un Certificat de fin de scolarité et d'une formation en secrétariat.

Deux membres du comité de gestion sont des entrepreneurs possédant leur propre entreprise et une expérience conséquente de la gestion commerciale .

5.2 Gestion du recrutement

A part les deux directeurs du télécentre qui ont été déterminés, la communauté emploiera un agent de sécurité et un agent d'entretien à temps partiel . Après six mois un assistant supplémentaire sera recruté si la demande de services le justifie.

5.3 Formation du personnel

Une formation complémentaire du personnel du télécentre est prévue avec le soutien de la ZFU. L'objet de la formation sera en particulier : le service d'orientation des clients, la gestion financière, le fonctionnement et le soutien des équipements et des applications, et comment former les autres de manière efficace.

5.4 Le système d'administration et d'archivage

Les activités du télécentre produiront un certain nombre d'archives qui seront suivies pour déterminer la stratégie future pour la prestation de services, l'évaluation des services, etc. Ces informations seront communiquées à la ZFU chaque mois.

Les unités et les prix des transactions seront imprimés sur la facture et enregistrés dans le système et des copies seront faites chaque mois hors-site.

Les unités des activités de fax, de photocopie et d'impression sur ordinateur seront comptées en pages, les autres activités en heures ou en minutes avec des tarifs variables selon qu'il s'agisse d'heures pleines ou d'heures creuses.

Les services soutenus de l'extérieur tels que la diffusion d'informations gouvernementales sous la forme d'imprimés sur le tableau d'affichage (par exemple les prix des produits agricoles ou les programmes de réforme agraire) devraient être enregistrés comme d'autres transactions facturées sur un compte approvisionné à l'avance.

Les comptes du télécentre seront soumis à un auditeur indépendant à la fin de chaque année budgétaire.

5.5 Les horaires de fonctionnement

Le télécentre devrait être ouvert un minimum de huit heures par jour, sept jours sur sept. En fonction de la demande, la direction essaiera d'ouvrir le télécentre de 7 heures à 22 heures et pourra continuer jusqu'à 24 heures sur 24 s'il y a une demande suffisante.

5.6 La communication et la constitution de réseaux

Il faudra régulièrement visiter d'autres télécentres et communiquer avec eux pour observer leur fonctionnement et tirer des leçons de leurs expériences. Des programmes d'échange de personnel pourront être développés ainsi que des rapports avec d'autres projets de développement.

5.7 L'accès aux étudiants

Les étudiants sérieux obtiendront un laissez-passer spécial, qui leur permettra d'accéder aux trois terminaux consacrés à la saisie et à l'accès à Internet à un faible tarif mensuel. Les autres équipements seront également mis à la disposition des étudiants pendant les périodes où les utilisateurs qui payent n'en ont pas besoin.

6. La voie de l'expansion

Le site du télécentre choisi par la communauté est une pièce de 6 X 8 mètres précédemment utilisée comme entrepôt par le commerçant généraliste voisin. Voir le plan géométral joint. Les locaux du télécentre auront besoin de :

- peinture
- des câbles pour les prises électriques et des néons
- l'installation d'un plafond isolé
- des étagères et des bancs
- des barreaux
- une passerelle pour l'accès des chaises roulantes
- une modification des toilettes pour les handicapés

Voir les devis de ces modifications fournis en annexe, qui seront faits par les entreprises locales.

6.1 Les priorités

Les services de téléphone, de fax, d'accès à l'ordinateur et de photocopie seront les priorités du télécentre.

6.2 Les étapes importantes

Après 12 mois de fonctionnement il est à prévoir que des lignes téléphoniques et des PC supplémentaires seront nécessaires. De plus, le télécentre devrait être en mesure de supporter des services postaux complets.

Au cours de la deuxième année un second télécentre plus petit sera mis en place dans l'école secondaire de l'autre côté de la communauté.

6.3 Perspectives

Si le télécentre se développe conformément aux plans, il devrait pouvoir installer une connexion à Internet complète via un fournisseur d'accès Internet local qui doit s'établir à Fedara.

Lorsque la nouvelle route menant à Lamani sera construite l'année prochaine, l'activité du télécentre devrait s'étendre de manière considérable.

6.4 La diversification

Une fois que la route menant à Lamani aura été construite la communauté voudra ajouter une nouvelle aile au télécentre et y installer des services supplémentaires, en particulier pour les jeunes et les femmes.

6.5 Programme en faveur des handicapés

Tel que mentionné plus haut, l'entrée du télécentre et les toilettes devront être modifiés pour permettre le passage des personnes en chaise roulante et de celles qui ont un handicap physique. L'un des téléphones sera aussi placé sur un banc pour un accès facile aux handicapés. De même, l'un des PC sera situé à un emplacement semblable et la fonction de texte parlé et le système d'élargissement de la police sur l'écran seront installés sur un autre PC disponible aux malvoyants.

MODELE DE BUDGET POUR UN TELECENTRE POLYVALENT

Un modèle de budget pour un télécentre polyvalent (prix en dollars US)

Article	Qté	Coût unitaire	1re année	Remarques
1 Matériel de bureau				
Rénovation/maintenance	1	2.000	2.000	Sécurité, câblage du Bâtiment électrique, peinture, fixations
Bureaux, chaises	10	80	800	
Classeurs et étagères	5	80	400	Inclure tableau blanc/Ecran de projection

Article	Qté	Coût unitaire	1re année	Remarques
Coffre-fort	1	250	250	
Stores	1	150	150	
Matériel de nettoyage	1	60	60	
Divers	1	120	120	Moquette, tasses, couverts, urne, chauffe-eau, etc.
Eventualité	1	1.500	1.500	Air conditionné, générateur électrique
2 Equipements du télécentre				
Caisse et système de comptabilité	1	1.250	1.250	
Téléphones sans fil	6	15	90	
Longue portée (2400 MHz)	1	150	150	
Photocopieur/équipement reprographie	de 1	3.000	3.000	
Scanner intégré/imprimante/fax/copieur	1	750	750	
PC Pentium multimédia avec 32 Mo RAM	5	950	4.750	
Terminal pour texte	3	125	375	
Serveur/routeur téléphonique	5	900	4.500	
Modems de connexion téléphonique 28.8 kb/s	2	150	300	
Produits CD-ROM	10	50	500	
Hub à 16 ports 100 Base T LAN	1	120	120	
Câble LAN (10 m de long)	8	8	64	
Carte réseau Ethernet	5	25	125	
Caméra numérique fixe	1	600	600	
Caméra vidéo numérique	1	1.000	1.000	
Graveur de CD	1	250	250	
Imprimante couleur	1	300	300	
Logiciel pour clients	5	200	1.000	
Équipement de ligne louée	1	500	500	
Supports auditifs et visuels sur PC pour malvoyants et aveugles	1	300	300	
TV grand écran (29"), DSTV, antenne, etc.	1	350	350	
Radio Worldspace/FM/AM/SW ondulateur	1	200	200	
Équipement UPS				
Convertisseur/générateur	1	800	800	
Installation	1	1.250	1.250	
3 Coût capital total			26.304	

4 Coûts récurrents fixes

Locaux, location annuelle (mois)	12	50	600	
Location de téléphones	6	120	720	12 mois @ 10\$/mois =120\$/an

Article	Qté	Coût unitaire	1re année	Remarques
Personnel-directeurs	24	250	6.000	
Sécurité	12	50	600	
Formation sur site	1	500	500	Formation technique initiale au PC et au système téléphonique
Accès à l'Internet par téléphone (mois)	12	40	480	Abonnement mensuel
Appels téléphoniques	36.000	0,01	360	90 min/jour sur chaque ligne pour 300 jours/an @ environ 1c/min. @ environ 1c/min.
Maintenance/soutien du matériel PC	1	700	700	Contrat annuel
Maintenance du photocopieur/matériel de reprographie	12	50	600	
Développement et installation du personnel	12	50	600	
Marketing et événements	1	300	300	
Assurance (mensuelle)	12	30	360	
Frais bancaires	12	10	120	
Diminution du capital			5.261	20 % de perte totale de capital par an
5 Coûts récurrents variables				
Electricité	12	50	600	€ kW @ 8 h/jour
Papier (rames)	100	6	600	
Papeterie pour l'administration du télécentre	12	25	300	
Papeterie et produits semblables (pour la vente)	2.000	1	2.000	Stylos, cahiers, emballage, coût moyen
Disquettes (boîtes de 10)	50	8	400	
Toner pour fax/imprimante/copieur	10	80	800	
CD vierges	50	2	100	
Transports	24	5	120	Visites à la banque
6 Coûts récurrents totaux			22.121	
7 Coûts totaux de la première année			48.425	
8 Revenu annuel				
Services téléphoniques (minutes de communication)	36.000	0,02	540	Voir plus haut 50 % de plus
Utilisation des ordinateurs	135.000	0,05	6.750	€ PC @ 90 mins par les clients commerciaux chacun/jour pour 300 jours 20 \$/an
Comptes de messagerie électronique locaux	150	25	3.750	
Frais de circulation du courrier	10.000	0,02	200	

Article	Qté	Coût unitaire	1re année	Remarques
électronique (kb)				
Subvention pour l'accès aux étudiants (étudiants)	200	10	2.000	Subvention du Ministère de l'éducation
Cours de formation (nombre approximatif de personnes/cours)	250	30	7.500	
Services de reproduction (rames)	100	10,50	1.050	75 % de plus sur les frais de papier
Conception et production de documents commerciaux	250	10	2.500	
Transactions financières & ventes/livraison/expédition	1.000	2	2.000	
Services de distribution de l'information	1.000	1	1.000	Soutien du gouvernement pour l'affichage d'avis
Ventes de papeterie et de produits similaires	2.000	2	4.000	50 % de plus sur le coût
Location d'espace	48	5	240	4 jours/mois
Location de matériel	96	5	480	
Temps d'assistance personnalisée	18.000	0,10	1.800	60 mins/jour
Revenu total			33.810	
Profit/déficit de la première année			-14.615	

5.5 Résumé des équipements d'un télécentre polyvalent

- Trois PC dotés des éléments suivants :
 - Pentium 733 MHz CPU
 - 64 Mo RAM
 - Disque dur 10 Go
 - Lecteur de disquettes 1.44
 - CD-ROM 52 x
 - Carte son 16 bit
 - Carte graphique 2 Mo
 - Carte réseau Ethernet 10 Base-T
 - Clavier Windows
 - Enceintes 40-60 Watts
 - Souris et tapis
 - Ecran 15" SVGA
 - Micro
 - Ecouteurs
- Une imprimante HP OfficeJet Pro 1150C
- Un graveur de CD réenregistrable interne HP 7200
- Un Fax
- Un hub 10BaseT à 8 ports avec un câble CAT-5 (au moins suffisant pour relier les 3 PC au hub).
- Un modem 33.6 USR Sportster

- Une caméra numérique Sony Mavica FD91
- Une boîte de 10 CD enregistrables
- 10 rames de papier
- Des recharges d'encre pour scanner/imprimante
- Une télévision/vidéo
- Une radio AM/FM/Cassette/CD
- Un chargeur pour 8 batteries
- Un appareil à plastifier + les fournitures de plastique
- Deux boîtes de feuilles transparentes pour l'imprimante

Chaque PC peut nécessiter jusqu'à 3 prises électriques (une pour le moniteur, une pour le CPU et une pour les enceintes de la carte son).

Chaque autre pièce de l'équipement à l'exception de la caméra aura besoin de sa propre prise.

Les fournisseurs de PC devraient, si possible, charger Windows et fournir un choix de CD-ROM : Encarta, Atlas Mondial, etc.

Logiciels commerciaux par centre de télé communications :

- Une licence de site (pour 3 PC) ou des dons de MS-Office (version sans Access)
- Deux modules de Pastel Accounting Soho et Soho point of Sale
- Un exemplaire de chacun des logiciels suggérés : Reading Blaster, Math Blaster, Magix Music Maker, Jump-Start niveau 4.
- + 6 choix de CD : par exemple, World Cup, Orchestra, Grolier Encyclopaedia, etc.
- Deux exemplaires de Typing Tutor
- Un exemplaire de Dragon Naturally Speaking
- Un exemplaire de Netscape Communicator 4.5
- Un exemplaire de Wingate (modem Sharing Software)

Equipements supplémentaires pour les centres de télécommunications plus grands :

- Un copieur RISO
- Un téléphone cellulaire
- Un téléphone sans-fil longue distance
- Remplacer le lecteur de CD-ROM d'un PC par un graveur de CD.
- PC ou terminaux de réseau supplémentaires

Liste des équipements et des fournitures susceptibles d'être nécessaires à un télécentre.

Meubles :

- Bureaux
- Chaises
- Tables
- Classeur
- Banc
- Corbeille
- Réchaud
- Grille-pain

Matériel de nettoyage :

- Balai
- Seau
- Savon
- Cire
- Banc

Divers :

- Papier toilette
- Thé
- Sucre
- Lait
- Boîte aux lettres
- Petite caisse

Papeterie :

- Carnet de quittances
- Tampons
- Agrafeuse
- Effaceur
- Perforateur à 2 trous
- Enveloppes
- Blocs-notes
- Stylos
- Crayons
- Gomme
- Calculatrice
- Bâton de colle
- Chemises
- Classeurs

5.6 Sources d'approvisionnement

NC/Set-Top box.

Oregan- nbourne@oregan.net +44-836-766-843 <http://oregan.net>

Network computer modèle 100. IBM <http://www.ibm.com/nc> 560.00 \$US par NC

Corel Computers. Netwinder- <http://www.corel.com>

Climatiseurs portables/détachables

Panasonic Portable, albamag@iafrica.com

Matériel de reprographie <http://www.RISO.com>

Gestion de l'accès à Internet

Cyber-Time 430.00 \$US <http://www.cybertimesoftware.com>

I-Card- 330\$ US/PC <http://www.icard.net>

5.7 Les appels téléphoniques via Internet

Il est possible de transmettre des données audio en direct en temps réel sur l'Internet public souvent dénommé "le torrent de données". Une connexion par modem téléphonique standard

à partir d'un PC équipé d'une carte son peut transmettre de l'audio aussi clair que la radio AM ou FM, en fonction de l'affluence en direction du site délivrant les données à distance. Des milliers de "stations de radio" Internet ont émergé en conséquence, bien que pour la plupart des utilisateurs en Afrique dépourvus d'une liaison à Internet à haut débit, la qualité et la fiabilité puisse souvent être mauvaise pour les sites n'étant pas reliés au noyau global. Les retransmissions de voix et de conversations dans les deux sens nécessitent moins de capacités de transmission de données que la musique, par conséquent la qualité est généralement acceptable. Cela a abouti à une prolifération des services de "Téléphone par Internet" ou de "Voix sur IP" (VOIP), qui fournissent une variété de services généralement plutôt liés au réseau téléphonique public ordinaire.

Les plus simples de ceux-ci sont les services de "téléphonie" gratuite de PC à PC, qui fournissent un programme pour clients téléchargeable gratuitement qui ressemble généralement à un téléphone, et un service d'annuaire permettant de localiser les autres parties (qui doivent également être en ligne et en train d'utiliser le logiciel de client pour recevoir un appel). En fait cela peut être fait sans l'intervention d'un tiers prestataire de services en utilisant NetMeeting de Microsoft, un autre produit compatible H.323, ou un autre semblable. A condition que l'une des deux parties connaisse l'adresse du fournisseur d'accès de l'autre, il est possible de demander au logiciel de se connecter à une ou des parties, et une transmission ou un dialogue en multiplex peuvent avoir lieu.

Des écouteurs et un micro séparé sont souvent importants pour limiter les interférences en provenance et en direction des autres occupants du télécabine.

Le coût de ce moyen de communication n'est que le coût du temps passé en connexion avec le service Internet local et ne dépend pas de la distance qui sépare les deux parties. En conséquence beaucoup de personnes dotées d'un accès à Internet à bas prix privilégient ce moyen de communication plutôt que les appels téléphoniques longue distance plus coûteux.

Les raisons de ce coût moins élevé sont complexes mais se résument essentiellement à ceci :

Le réseau téléphonique de l'opérateur public est de manière inhérente moins efficace que le réseau téléphonique commuté par paquets pour la maximisation de la bande passante disponible : chaque circuit de voix est entièrement occupé par les deux parties, même si elles ne se disent rien.

Les opérateurs de télécommunications traditionnels ne peuvent pas profiter des mêmes économies d'échelle permises par la gestion partagée et décentralisée de l'infrastructure Internet globale.

L'histoire de la compétition limitée dans le secteur des télécommunications fait que la téléphonie traditionnelle n'a pas un prix aussi compétitif que la bande passante d'Internet.

Ces facteurs aboutissent à progressivement à la transformation des opérateurs du réseau des télécommunications publique en canal pour paquets IP, comme la circulation des données dépasse maintenant celle de la voix sur le réseau de télécoms global, et comme les opérateurs de télécoms dirigent lentement leur architecture vers un réseau téléphonique commuté par paquets, : les opérateurs des réseaux de télécommunications publics passent de la transmission de données sur leurs réseaux vocaux à la transmission de voix sur leurs réseaux de données.

Puisque la plupart des gens en Afrique n'ont accès qu'à un téléphone, sans parler d'un PC avec une connexion Internet à bas prix, cette perspective pourrait sembler lointaine. Mais il est maintenant possible d'utiliser le VOIP lorsqu'une ou plusieurs parties n'a pas accès à un PC doté d'une connexion à Internet. Des dizaines de compagnies ont construit des portails à partir d'Internet vers le réseau de téléphone public afin qu'un PC connecté à Internet puisse commuter et appeler quiconque dispose d'une ligne téléphonique. Avec un réseau de portails en place, les appels peuvent être effectués depuis Internet jusqu'au portail le plus proche avant de commuter vers le réseau de télécommunications public dont le prix est élevé, minimisant ainsi les frais de service. Les appels à destination de pays ayant un secteur de télécommunications très compétitif peuvent être effectués gratuitement ou à un coût dérisoire, souvent comme une stratégie marketing pour encourager les gens à utiliser leurs services payants à destination d'autres pays : ironiquement, généralement ceux dont le secteur des télécommunications n'est pas dérégulé.

Ces systèmes permettent aussi aux personnes dépourvues d'un PC d'appeler à partir d'un téléphone public ou privé ordinaire en utilisant une carte d'appel pour commuter vers Internet pour atteindre un PC, ou pour ensuite commuter vers le réseau public pour atteindre un abonné au téléphone à un endroit éloigné. A côté de ces services vocaux en temps réel, beaucoup de fournisseurs vendent également aussi un mélange services de Fax-sur-IP et de courrier vocal sur IP qui fonctionne de la même manière pour réduire les coûts.

Les sociétés de call back utilisent aussi l'Internet pour permettre aux utilisateurs des pays dépourvus de services locaux de demander l'appel en utilisant l'Internet et de le faire orienter vers un numéro de téléphone spécifié.

Le VOIP ne signifie pas seulement une réduction des coûts de ces appels et fax irréguliers à destination de la famille, des amis ou des collègues à l'étranger. Plus significativement, il a pour conséquence des modes de communication totalement nouveaux : les appels longue distance sont plus fréquents, plus longs, et impliquent un réseau beaucoup plus large de personnes qui autrement n'auraient pas pu être contactées. Du fait de ces avantages, cela signifie généralement que celui qui appelle par Internet passe beaucoup plus de temps au "téléphone" et économise de l'argent de manière invraisemblable. Il est susceptible de dépenser des sommes similaires, sinon supérieures mais sur les fournisseurs d'accès Internet locaux et l'infrastructure de télécommunications locale.

Egypt Telecom est le seul opérateur en Afrique à avoir commencé à fournir des services de VOIP au public ; ils sont techniquement illégaux dans la plupart des pays africains puisqu'ils n'ont pas encore amorcé le mouvement d'ouverture des marchés qui a eu lieu en Amérique du Nord et en Europe. Certains opérateurs de télécommunications en Afrique ont tenté de bloquer les sites de téléphone par Internet les plus populaires, mais il est pratiquement impossible de le faire de manière effective et les télécentre et les cybercafés des centres urbains connaissent une augmentation de l'utilisation de ces systèmes sur leurs PC. A terme le VOIP sera la manière dont tous les appels fonctionneront, par conséquent il est souhaitable que les opérateurs africains adopteront tôt ce système, pour réduire leurs propres coûts et attirer davantage de clients, en particulier alors que le climat de compétition s'étend à tout le continent.

Certains services significatifs de VOIP & FOIP :

Net2phone www.net2phone.com

Hottelephone www.hottelephone.com

Iconnecthere www.icconnecthere.com

Dialpad www.dialpad.com

Efax www.efax.com

The Phone Company TPC www.tpc.int

Glossaire des termes

286, 386, 486, 586	Série de microprocesseurs à l'origine produits par l'entreprise américaine Intel. Le 586 est aussi appelé Pentium.
Signal analogue	La transmission de données au moyen de variations dans une impulsion : généralement un signal électrique.
ASCII	American Standard Code for Information Interchange, moyen standard de représenter un caractère alphanumérique au moyen d'un code informatique.
Largeur de bande	La taille ou la capacité d'un canal de communications, généralement mesurée en bits par seconde (bps).
Binaire	Un type de système de codage numérique, utilisant généralement des combinaisons de deux chiffres, des 0 et des 1, pour représenter des commandes et des caractères dans un ordinateur. La plupart des ordinateurs numériques sont binaires, et utilisent une séquence de huit 0 et 1 pour représenter chaque caractère ASCII (8 bits forment un octet). Un signal binaire est généralement exprimé par la présence ou l'absence de courant électrique ou de champ magnétique. Le code Morse est un autre exemple de système de codage binaire.
Bug	Une erreur dans un programme. Un récent bug majeur est le dénommé bug de l'An 2000, lié à l'incapacité de nombreux systèmes informatiques à différencier l'année 1900 de l'année 2000. Il peut créer des ruptures très graves pour beaucoup d'entreprises et d'organisations qui dépendent des ordinateurs.
Bit	Un chiffre binaire, la plus petite quantité d'informations qu'un ordinateur puisse contenir. Un bit simple représente généralement une valeur simple de 0 ou 1. Les bits peuvent être groupés pour former des valeurs plus grandes. Voir octet.
Octet	Une séquence de 8 bits contigus utilisée pour coder une unité d'information numérique. Un octet emmagasine l'équivalent d'un caractère. Par conséquent un CD de 650 Mégaoctets peut emmagasiner 650 millions de caractères de texte. Un Gigaoctet = un milliard d'octets.
Téléphone cellulaire	Téléphone mobile utilisant un certain nombre de stations de radio à courte portée liées entre elles pour couvrir la zone qu'il dessert, le signal étant automatiquement basculé d'une station à une autre lorsque l'utilisateur se déplace d'un point à un autre.
Fréquence d'horloge	Mesure, en millions de cycles par seconde (megahertz ou Mhz), indiquant à quelle vitesse un ordinateur peut traiter des informations. La fréquence d'horloge est fonction de la facilité avec laquelle l'électricité passe à travers les processeur. Les processeurs commerciaux actuels fonctionnent jusqu'à 1 Ghz.

Système de communication	Toute combinaison technologique permettant la transmission de l'audio, d'images, de vidéo et/ou de texte.
Virus informatique	Élément informatique autoreproducteur pouvant infecter un système informatique et parfois détruire les données ou provoquer d'autres défaillances du système.
Transfert de données	Transmission d'images, d'audio, de vidéo, de texte et même de téléphonie vocale entre deux points.
Numérique	Utilisant des nombres. Type d'ordinateur qui accepte et traite les données qui ont été converties en nombres binaires. L'opposé d'analogique.
Commerce électronique	Vente et achat de biens et de services sur l'Internet. Les articles les plus couramment commercialisés sont les livres, les CD, les vêtements, les actions d'entreprises et les produits informatiques.
Courrier électronique, E-mail	Type de logiciel permettant à l'utilisateur d'envoyer très facilement et à peu de frais des messages par le biais de l'ordinateur.
Cryptage	Méthodes de codage de l'information afin de la sécuriser.
Fibre optique	Technologie utilisant une fibre de verre qui remplace les fils de cuivre tant pour le réseau téléphonique que pour le réseau informatique. Elle utilise des signaux lumineux très rapides (binaires) pour la transmission des données.
Gigaoctets	Un million d'octets.
Matériel	La partie physique d'un ordinateur.
IBM	International Business Machines, le plus grand fabricant d'ordinateurs américain.
Informations	Données qui ont été traitées ou manipulées. Le salaire brut (calculé en multipliant les heures travaillées par le taux horaire) est un exemple d'information.
Système d'information	Système composé d'une banque de données, de programmes d'application, de procédures manuelles et mécaniques, et des systèmes informatiques qui font le traitement.
Technologie d'information	Technologie s'occupant du stockage, du traitement et de la dissémination d'informations, utilisant en particulier les ordinateurs.
Internet	Grand réseau informatique de réseaux informatiques plus petits. Osborn : l'Internet est le nom d'un groupe de ressources d'informations mondiales. Ces ressources sont assez vastes pour dépasser l'entendement d'un seul être humain. Non seulement il n'y a personne qui comprenne la totalité d'Internet, mais de plus il n'y a même personne qui comprenne la majeure partie d'Internet. Le premier réseau expérimental utilisant une technologie semblable à celle de

l'Internet a impliqué quatre ordinateurs et a été constitué en 1969, ce fut 13 ans après l'invention du premier ordinateur IBM. L'Internet est la première bibliothèque globale et le premier forum global. L'Internet n'a pas de règles, pas de lois, pas de dirigeants, pas de police, pas de responsable et pas d'organisme unique qui paie ses coûts.

Téléphonie Internet	Utilisation de l'Internet pour les services téléphoniques. Le principal avantage est le faible coût puisque les appels sont effectués via un fournisseur d'accès Internet local indépendamment de la destination de l'appel.
FAI	Fournisseur d'accès Internet : terme générique désignant les organismes fournissant des services Internet tels que l'hébergement de sites Internet et l'accès par téléphone.
Technologie de l'information	Technologie permettant le stockage, le traitement et la dissémination d'informations en utilisant en particulier les ordinateurs.
UIT	Union internationale des télécommunications : organisme de l'ONU responsable du secteur des télécommunications.
Kilo-octet	Mille octets.
Kbps	Kbps Kilo-octets par seconde : une mesure de la vitesse à laquelle des données peuvent être envoyées ou reçues.
Unité centrale	Système informatique grand et rapide capable de supporter plusieurs centaines d'accessoires d'entrée et de sortie tels que les claviers et les moniteurs.
Microprocesseur	Circuit intégré qui "comprend" et exécute des programmes en langage machine, c'est à dire des logiciels. La série de processeurs x86 forme les unités centrales de la plupart des PC compatibles IBM.
Mini-ordinateur	Type d'ordinateur qui est plus petit, moins cher et plus facile à entretenir et installer qu'une unité centrale mais plus grand qu'un PC.
Modem	MO(dulateur)DEM(odulateur) : accessoire permettant de convertir des signaux informatiques numériques en signaux téléphoniques analogiques (sons audibles pouvant être transportés par des lignes téléphoniques) et qui inverse le processus à l'autre bout de la ligne.
Multimédia	Moyen de visualiser des applications texte, audio et graphiques.
Réseau	Ensemble d'ordinateurs, de périphériques et de terminaux interconnectés visant à permettre à chaque ordinateur d'être accessible à partir des autres ordinateurs et terminaux.
PBX	Public Exchange (système d'échange téléphonique).
PC	Ordinateur individuel : type d'ordinateur bien conçu pour une utilisation chez soi, à l'école ou au bureau.

Pentium	Le tout dernier type de microprocesseur d'Intel. Sa fréquence d'est indiquée par un nombre.
Protocoles	Ensemble de règles régissant la circulation des informations dans un système de communications.
PSDN	Réseau de données commutées par paquets.
PTO	Opérateur de télécommunications public.
Logiciel de traduction vocale en temps réel	Application logicielle permettant de traduire immédiatement un message vocal d'une langue vers une autre.
Imagerie satellite	Photos prises d'un satellite.
Cartes à mémoire	Cartes de la taille d'une carte de crédit équipées d'un microprocesseur intégré qui peuvent emmagasiner des données et exécuter des commandes simples lorsqu'elles sont reliées à un ordinateur.
Logiciel	Ensemble d'instructions que les ordinateurs utilisent pour manipuler et traiter des données. La plupart des applications de l'utilisateur ordinaire sont : le courrier électronique, le traitement de texte, les logiciels de banques de données et de tableurs.
TCP/IP	Protocole de contrôle des transmissions/Protocole Internet : ensemble ouvert de protocoles de communication sur lequel est fondé l'Internet.
Téléconférence	Création d'une rencontre par transmission de voix et d'images visuelles en direction et à destination de personnes physiquement éloignées.
Le Web, www	Le World Wide Web : le Réseau mondial
UNIX	Un système d'exploitation informatique multitâche et multiposte.
VSAT	Very Small Aperture Terminal. Type de station terrestre pour la communication par satellite.
Virtuel...	Artificiel, souvent une simulation de réalité représentée par une application informatique.
Opérateurs Voix-sur IP	Opérateurs téléphoniques utilisant l'Internet pour transmettre des appels.
Hub VSAT	Point d'échange pour la communication par VSAT.