

Abdellatif Bensfia

**Aissa MERAH et Vincent MEYER (dir.)
(2015), *La communication publique et territoriale au Maghreb. Enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs*
Paris, L'Harmattan**

Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

revues.org

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

Référence électronique

Abdellatif Bensfia, « Aissa MERAH et Vincent MEYER (dir.) (2015), *La communication publique et territoriale au Maghreb. Enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs* », *Communication* [En ligne], vol. 34/1 | 2016, mis en ligne le 06 juin 2016, consulté le 06 septembre 2016. URL : <http://communication.revues.org/6952>

Éditeur : Editions Nota bene

<http://communication.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur :

<http://communication.revues.org/6952>

Document généré automatiquement le 06 septembre 2016. La pagination ne correspond pas à la pagination de l'édition papier.

Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Abdellatif Bensfia

Aissa MERAH et Vincent MEYER (dir.) (2015), *La communication publique et territoriale au Maghreb. Enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs*

Paris, L'Harmattan

1 Traiter dans un ouvrage collectif de multiples aspects délicats de la communication publique et territoriale au Maghreb¹ est certainement un exercice novateur, de valeur appréciable. D'abord parce que la thématique rompt avec la nature des sujets d'étude redondants auxquels s'intéressent davantage les institutions universitaires maghrébines spécialisées en information et communication, qui privilégient souvent les aspects journalistiques et les approches médiatiques au détriment d'autres formes et problématiques aussi pertinentes de la communication. Ensuite, l'intérêt porté par les auteurs aux enjeux et défis de la communication publique et territoriale au Maghreb témoigne de l'engagement de toute une génération de chercheurs maghrébins à s'impliquer, par la recherche, dans les affaires publiques et dans les projets de société, en faisant en sorte que leurs institutions universitaires d'attache remplissent pleinement, elles aussi, leur mission de service public. Enfin, le fait de rassembler des chercheurs issus de trois pays maghrébins dans un projet scientifique commun constitue une volonté certaine de faire triompher la sagesse universitaire en faveur du destin partagé de l'ensemble de la société maghrébine au moment où les politiques n'y accordent guère la même importance, voire continuent de l'ignorer². « La communication publique passe et dépasse les frontières et relie les peuples » (Dominique Mégard, postface de l'ouvrage, p. 226).

2 L'ouvrage reproduit les travaux d'un colloque³ organisé à l'Université de Béjaïa, en Algérie. Douze sujets sont proposés. Ils portent sur les modalités et les apports de la communication publique et territoriale, dans des secteurs d'activité diversifiés. L'intérêt croissant accordé à la culture de la communication d'une manière générale dans les trois pays justifie largement le choix des contenus de l'ouvrage, qui s'inscrit dans une dynamique universitaire maghrébine tendant à consacrer la réflexion communicationnelle et à élargir son champ d'intervention à de multiples aspects de la sensibilité sociale, voire politique, jusqu'ici réservés à d'autres disciplines (l'aménagement territorial, les transports, l'environnement, la santé, le patrimoine, le développement social, l'économie solidaire, etc.).

Le thème de cet ouvrage est une illustration de l'intégration des pays du Maghreb — et au-delà de l'Afrique Francophone — dans le vaste mouvement de recherche autour de la communication publique et territoriale, c'est un enjeu majeur qui montre effectivement nos controverses, mais aussi les débats que nous devons avoir (Michel Durampart, préface de l'ouvrage, p. 7).

3 Outre les conclusions intéressantes livrées par chacun des chercheurs, qui s'accordent tous sur le rôle incontournable de la communication publique et sur la nécessité de la redéfinir, notre lecture transversale nous a permis de soulever trois remarques au sujet de la communication publique et territoriale telle qu'elle est conçue et pratiquée, selon le contenu de l'ouvrage, par les pouvoirs publics au Maghreb ou par les entités privées qui gèrent des projets publics. Elles sont les suivantes :

- Les stratégies de communication publique ne sont pas toujours établies au départ ni intégrées dans l'élaboration de projets socio-économiques publics. Soit elles sont limitées à des approches d'études de marché/marketing, soit elles interviennent a posteriori (au besoin) et se limitent souvent à des actions listées sans aucune vision stratégique (conservation et développement territorial, santé, etc.). De plus, la question de l'évaluation des stratégies ou même des actions n'est pas toujours prise en compte, alors qu'elle est primordiale. Cela montre qu'en général, l'esprit managérial technique ne semble pas, dans les cas présentés, intégrer de facto le réflexe communicationnel,

alors que ces deux éléments sont indissociables. Par ailleurs, la communication publique, surtout les médias publics traditionnels, continue d’user essentiellement de moyens et d’outils classiques et ne s’ouvre que partiellement aux usages performants qu’offre la communication électronique. Or, celle-ci constitue le mode d’expression et d’échange favori des acteurs de la société civile maghrébine.

- Une confusion règne entre la communication publique et la communication institutionnelle. La première porte sur l’échange opérationnel établi autour de la chose publique ou d’un service dont la substance est l’intérêt général, alors que la seconde concerne la gestion d’une image, d’une identité ou d’une réputation dont l’objectif essentiel est le bon positionnement de l’institution ou de son produit/service. La communication publique répond au droit du citoyen à être informé et impliqué, d’où sa dimension sociale et démocratique. La communication institutionnelle est une expression symbolique et autocentrée axée sur la promotion dans son acception large. Souvent, les pouvoirs publics ne sont pas animés par le souci de la qualité des échanges pour mieux comprendre et mieux agir dans l’interactivité, mais plutôt par la volonté de faire valoir une image publique valorisante (c’est le cas dans les domaines de la santé, de l’environnement, des transports, etc.).
- La conception et l’exécution des projets de communication publique et territoriale par les acteurs publics ne permettent pas d’apprécier cette forme de communication dans le sens où elle favorise et consolide la démocratie participative, ni même ne consacrent et ne promeuvent le droit d’accès à l’information. Pourtant, l’implication des acteurs et des partenaires sociaux, économiques et professionnels ne peut être réelle sans que trois conditions indispensables soient réunies : la volonté d’assurer la participation démocratique, la volonté de garantir le droit d’accès à l’information et la création d’un environnement propice à la liberté d’expression des opinions et des attitudes. Cela explique en partie pourquoi des projets publics au Maghreb peinent à se faire accepter par les populations ou les acteurs locaux. Souvent, ces derniers ne sont consultés qu’une fois les projets ficelés et prêts à l’exécution. Le fait de ne pas être associé au projet dès le départ et d’être invité uniquement pour justifier une démarche conçue loin des populations ou acteurs concernés accentue le sentiment d’exclusion et attise, par conséquent, les résistances. Le même constat s’applique aux cas liés aux droits à une bonne santé, à un environnement propre, à un territoire (espace d’appartenance identitaire) développé et valorisé...

4 L’apport considérable de l’ouvrage sur le plan conceptuel et épistémologique a permis de souligner les imperfections de la démarche de certaines entités lors de l’élaboration et de l’exécution de leur communication, surtout lorsque celle-ci ne correspond qu’à des actions listées sans aucune vision, ni objectif, ni plan structuré répondant au caractère transversal des principes fondamentaux de la communication, à savoir la globalité, l’interactivité, l’opérationnalité et l’adaptabilité.

5 Toutefois, il y a lieu de signaler que certains articles, très ambitieux dans leur introduction, butent dans leur développement sur des difficultés méthodologiques, dues à titre d’exemples à l’inadaptation d’un chapitre de thèse à l’objet et à la finalité de l’ouvrage où la démonstration attendue se trouve noyée dans la théorie et la littérature méthodologique ; à une conception d’une charte où l’avis consensuel des cibles (concernées) ainsi que leurs droits et leurs devoirs ne semblent pas suffisamment explicités, et qui s’apparente à un règlement imposé et non concerté au sujet d’une option éthique collégialement adoptée⁴ ; à une analyse de contenu d’un support d’information sans grille préalable reproduisant les catégories et objets d’analyse ; à un corpus réduit d’études qualitatives, parfois insuffisamment justifié... Mais ces quelques remarques ne diminuent en rien la qualité des travaux et les efforts des auteurs qui, encore une fois, ont eu le grand mérite de réorienter et d’axer les travaux en information et communication au Maghreb sur le citoyen et l’intérêt public.

Notes

1 Les études reproduites dans l'ouvrage concernent trois pays du Maghreb : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. Deux autres pays font aussi partie du Maghreb ou du grand Maghreb : la Libye et la Mauritanie.

2 Pour des raisons politiques, les frontières terrestres entre deux voisins, le Maroc et l'Algérie, sont fermées depuis plus de 20 ans.

3 Tenu en novembre 2013.

4 L'idée de la charte est sans doute un excellent travail. Une charte ou une convention collective est un exercice concerté qui implique les divers partenaires (professionnels, institutionnels, usagers) d'une fonction. Elle définit également les devoirs et les droits de chacun d'eux, au-delà des principes, déterminant certes des 3C : Communication- Civilité-Citoyenneté.

Référence(s) :

Aissa MERAH et Vincent MEYER (dir.) (2015), *La communication publique et territoriale au Maghreb. Enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs*, Paris, L'Harmattan

Pour citer cet article

Référence électronique

Abdellatif Bensfia, « Aissa MERAH et Vincent MEYER (dir.) (2015), *La communication publique et territoriale au Maghreb. Enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs* », *Communication* [En ligne], vol. 34/1 | 2016, mis en ligne le 06 juin 2016, consulté le 06 septembre 2016. URL : <http://communication.revues.org/6952>

À propos de l'auteur

Abdellatif Bensfia

Abdellatif Bensfia est professeur à l'Institut supérieur de l'information et de la communication (ISIC), Rabat. Courriel : abensf@yahoo.fr

Droits d'auteur

Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.
