



UNIVERSITE D'ABOMEY- CALAVI

FACULTÉ DES LETTRES ARTS ET SCIENCES HUMAINES

**DÉPARTEMENT DES SCIENCES DU LANGAGE ET DE LA
COMMUNICATION**



MÉMOIRE DE MAÎTRISE

Option : Information-Communication

THÈME

**ANALYSE DU PLAN DE
COMMUNICATION DE LA MAIRIE
D'ABOMEY-CALAVI**

Réalisé par :

Félicité A. ANANOU

Sous la direction du :

Dr Michel AHOHOUNKPANZON
Chargé de cours au
DSL/C/FLASH/UAC

Soutenu le, 07/07/2016

DEDICACE

A

Ma mère Eugénie GBEWOUEZOUN

REMERCIEMENTS

Ce travail est le résultat des efforts constants et combinés de certaines personnes que nous tenons à remercier.

Nous remercions sincèrement :

- ✓ Le Docteur Michel AHOHOUNKPANZON qui, malgré ses nombreuses et multiples occupations, a accepté de diriger le travail.
- ✓ Le Doyen de la FLASH et son Adjointe.
- ✓ Le Chef du département de DSLC et son Adjoint.
- ✓ Les enseignants du Département des Sciences du Langage et de la Communication (DSLC), de la Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines (FLASH), de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC), pour nous avoir donné les savoirs nécessaires à la mise en œuvre du présent travail.
- ✓ M. Judicaël AYADOKOU, Chargé de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi.
- ✓ M. Le Chef service de suivi et de planification de la Mairie d'Abomey-Calavi.
- ✓ L'Administrateur délégué de la radio Tado FM.
- ✓ M. Edmond HOUSSOU pour son soutien.
- ✓ Le couple Marie et Michel SOEDE pour son soutien.
- ✓ Mes amis (es) : Murielle AHOUANOGBO, Vital HANGNILO, Amida SANNI, Marilynne DAKPOGAN, Célestin AMEDOMEY, Félicité FONNINHO, Simon GBOHOUNKA pour leur assistance.
- ✓ Mes frères Philippe, Roland, Serge, Vincent, Armand, Damien, Nadège, Béatrice ANANOU.
- ✓ Tous ceux qui, de près ou de loin, ont d'une manière ou d'une autre contribué à la réalisation de ce travail.

LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

ANCB	:	Association Nationale des Communes du Bénin
CIRD	:	Centre International de Recherche en Développement
DSL	:	Département des Sciences de Langage et de la Communication
FAO	:	Fonds des Nations Unies pour l'Agriculture et l'Alimentation
FLASH	:	Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines
INALA	:	Institut National de la Linguistique Appliquée
MCL	:	Maison de la Collectivité Locale
MD	:	Mission de la Décentralisation
MDGLAAT	:	Ministère de la Décentralisation, de la Gouvernance Locale, de l'Administration et de l'Aménagement du Territoire
ONG	:	Organisation Non Gouvernementale
PDC	:	Plan de Développement Communal
UAC	:	Université d'Abomey-Calavi

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n°1: Présentation de la taille de l'échantillon.	16
Tableau n°2: Répartition de la population suivant la connaissance de son rôle dans le développement local	24
Tableau n°3: Classification de la population selon le niveau d'information sur les activités de la Mairie.....	25
Tableau n°4: Classification des populations suivant le compte rendu des procès-verbaux des délibérations du Conseil Communal	26
Tableau n°5: Répartition de la population suivant les canaux de communication utilisés par la Mairie.	26
Tableau n°6: Répartition de la population suivant la consultation des affiches à la Mairie.....	27
Tableau n°7: Classification de la population suivant les canaux de communication préférés pour s'informer	28
Tableau n° 8: Classification de la population suivant la connaissance du site internet de la Commune	29
Tableau n° 9: Répartition de la population suivant le niveau de participation aux activités et aux séances d'information de la Mairie.....	30
Tableau n° 10: Répartition de la population suivant leur implication dans l'élaboration et l'adoption du Plan de Développement Communal	31
Tableau n° 11: Classification de la population selon l'organisation des séances d'échanges par la Mairie.....	31
Tableau n°12: Répartition de la population suivant leur appréciation des travaux de communication de la Mairie	32
Tableau n° 13: Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi	46
Tableau n° 14: Identification des problèmes de communication et les objectifs pour leur résolution.....	62

LISTE DES GRAPHIQUES DE REPARTITION DE LA POPULATION

Figure 1: La connaissance de la population De son rôle dans le développement local	24
Figure 2: Le niveau d'information de la population sur les activités de la Mairie.....	25
Figure 3 : Compte rendu des procès-verbaux des délibérations du conseil communal	26
Figure 4 : Les canaux d'information de la Mairie	27
Figure 5 : La consultation des affiches par la population à la Mairie.....	27
Figure 6 : Les canaux de communication préférés de la population pour s'informer ..	28
Figure 7 : La connaissance du site internet de la Commune	29
Figure 8 : Le niveau de participation de la population aux activités et aux séances d'information de la Mairie.....	30
Figure 9 : Implication dans l'élaboration et l'adoption du Plan de Développement Communal	31
Figure 10 : Organisation des séances d'échanges avec les citoyens par la Mairie.....	32
Figure 11 : Appréciation des travaux de communication de la Mairie.....	32

RESUME

Le développement local est une œuvre collective qui découle de la volonté politique des acteurs à promouvoir le territoire sur lequel ils vivent. Le but est d'améliorer la situation socio-économique des populations. Par ailleurs, l'effectivité d'un développement local dépend du processus de l'information et de la communication mis en place. Au Bénin, après une période de balbutiement, les diagnostics ont révélé des difficultés dues au faible niveau de communication qui existe au sein des conseils communaux d'une part et entre les autorités communales et les citoyens à la base, d'autre part. Ce faible niveau d'information du public et de communication entre population et autorités communales (plus de 60%) ne favorise pas la participation citoyenne aux affaires locales et par ricochet le développement local. Il est donc important de renforcer les dispositifs d'information et de communication mis en place dans les collectivités locales.

Mots clés : Communication-Décentralisation-Développement local-Participation citoyenne.

Xota

acekpikpa-se-a-fa-do dokɔ nyikpɔnùwíwá é go sínjlǒme e nɔɔ̀ toxóle tɔ́n bónádòcòcò núnukɔnyiyi k'ó é mè é dé tɔ́n. Linlinɔwenyidɔ, é ni d'alɔtovile do nukɔnyiyikpoakwezinkan ni lido kpaxwé. Ðóagɔnděvojio, to na yi nukɔn nùgbónùgbó, é ðoalɔkpa é toxó jlájlá nɔjetoviletómegbon é si. DòBene to meɔ, ðoazandélegudo, do-ba-nú-nǔdélexlédɔxójlájlá kponukú -mɔ-je-nu-wú d'ó to -kpɔ-la-ganlekpotovilekpotentindó blè. Nù nelé nɔnyialiglónúalodó tovilé tɔ́n do nukɔnyiyi kɔyé ton lɛme tɔ́n. Mɔ hun, é ðo dan danmè bɔ é ðo na ðjɔbo gɔsonutoxójlájlá nú tovidotokpɔn-la-gan-nɔtin mi tɔ́nle.

Xogó:xó dídɔ ; acekpikpa-se-a-fa-do dokɔ ; nukɔnyiyidokɔtɔn ; alɔdó tovilé tɔ́n.

SOMMAIRE

Introduction	1
CHAPITRE1 : Problématique et approche méthodologique.....	3
CHAPITRE2 : Présentation du cadre théorique et du cadre de recherche.....	18
CHAPITRE3 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête.....	24
Suggestions.....	64
Conclusion.....	65
Références bibliographiques.....	67
Annexe.....	70
Tables des matières.....	75

INTRODUCTION

La politique de décentralisation est aujourd'hui un moyen efficace pour l'Etat de transférer une partie de ses pouvoirs à des collectivités locales encore appelées Commune. (Comlan et Tonou, 2007).

Au Bénin, le processus de la décentralisation est engagé par le Gouvernement sous les fortes recommandations de la Conférence des forces vives de la Nation de 1990. Il fut effectif en 2003 avec l'installation des élus locaux et des conseillers communaux. Dès lors, un défi à relever par les élus locaux est la mobilisation et l'implication exhaustive de l'ensemble des acteurs locaux dans le processus de développement local. Il leur revient d'informer la population sur les décisions issues des sessions du Conseil communal pour espérer en retour leur participation. De ce fait, il est admis de tous, que la communication est un maillon crucial pour la démocratie locale et le développement local. Elle est reconnue comme un élément clé dans la gestion des institutions, qu'il s'agisse d'un groupement multinational, d'une organisation non-gouvernementale ou d'une association de gouvernement local. C'est ainsi que, la loi n° 97-029 du 15 Janvier 1999 portant organisation des Communes en République du Bénin a mis en exergue dans les articles 30, 33, 34 et 74 les attributions des élus locaux en matière de communication et d'information des populations par l'exécutif communal.

Dans l'article 30 il est stipulé que « *les séances du conseil communal seront publics. Toutefois le conseil communal délibère à huis clos dans les cas suivants : 1- l'examen des dossiers disciplinaires des élus ; 2- l'examen des questions liées à la sécurité et au maintien de l'ordre public, sur saisine de l'autorité de tutelle* ». Dans l'article 33, il est signifié que « *Il est dressé un procès-verbal et/ou un compte rendu de chaque séance du conseil communal. Un relevé des décisions signé du Maire et du secrétaire de séance est affiché à la mairie à l'endroit destiné à l'information du public dans les huit jours suivant*

la séance... » . Il est stipulé dans l'article 34 que « *Toute personne a le droit de consulter sur place le procès-verbal et/ou le compte rendu des délibérations du conseil communal, les divers actes communaux et d'en prendre copie à ses frais... »*. Et enfin l'article 74 stipule que « *Les arrêtés du maire lorsqu'ils contiennent des dispositions générales, sont exécutoires dès qu'ils sont portés à la connaissance des populations par affichage ou toute autre voie de publication... »*.

C'est dans cette optique d'obligation des élus locaux à communiquer avec les citoyens que nous avons pris l'initiative d'« *Analyser le plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi* ». Cette recherche consiste à faire le diagnostic des dispositifs de communication mis en place par les Mairies au Bénin en général, et par la Mairie d'Abomey-Calavien particulier.

Le travail est réalisé en quatre chapitres. Le premier chapitre est consacré à la problématique et à l'approche méthodologique. Le deuxième chapitre aborde la présentation du cadre théorique et du cadre de recherche et le troisième chapitre fait part de la présentation et de l'analyse des résultats de l'enquête. A la fin de celle-ci, des suggestions sont faites à l'endroit des autorités locales et étatiques.

CHAPITRE 1 : PROBLEMATIQUE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE

1.1. PROBLEMATIQUE

La communication est aujourd'hui une base du développement puis qu'elle permet un rapprochement, un contact, une mise en relation des populations, les libère de leur isolement et favorise leur intégration et leur participation. (FAO, 1996).

Au Bénin, malgré les dispositifs juridiques en matière de communication et d'information des populations, il est difficile de faire un bilan positif sur l'intégration et la participation des citoyens au développement local. Il est plutôt aisé de constater leur isolement vis-à-vis de la gestion des affaires locales publiques.

Par ailleurs, la communication publique nourrit l'expression de la citoyenneté et la participation au débat démocratique. Elle favorise également l'usage des services. Selon Dominique Mégard (2012), la communication publique assure l'information nécessaire au fonctionnement des services publics et vise aussi à rendre compte des politiques publiques. Les actions de communication publiques éclairent les habitants d'un territoire sur les projets et les chantiers de développement.

Dans la Commune d'Abomey-Calavi, il est observé un manque de confiance entre populations et élus locaux et une indifférence de la population vis-à-vis des projets de développement de leur localité. Ces problèmes ont leurs sources dans l'insuffisance de la communication entre les élus locaux et les contribuables sur la gestion des ressources financières collectées pour la réalisation des projets d'une part, et dans la faible connaissance des contribuables sur ce qui se fait avec leurs cotisations pour le développement de la Commune d'autre part.

Face à cette situation de déficit en information de la population, il est judicieux de se poser des questions sur le plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi. Les questions sont les suivantes : Quelle est le plan de communication par lequel la Mairie d'Abomey-Calavi entend informer la population et susciter sa participation ? Quels sont les objectifs de communication qui y sont consignés ? Quels sont les moyens et outils de communication qui constituent ce plan de communication. ? Et quel est l'emploi qui se fait de ces moyens et outils de communication ? La réponse à ces questions permettra de mettre l'accent sur les défaillances du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi. L'intérêt de cette recherche réside dans la consolidation des plans de communication mis en œuvre au niveau des collectivités locales en générale et dans la collectivité d'Abomey-Calavi en particulier. Cet apport favorisera une bonne relation entre la population et les élus locaux et par ricochet le développement local.

1.1.1. Revue de littérature

Dans le cadre de ce travail, nous voudrions d'abord définir quelques concepts fondamentaux avant de faire la revue des recherches effectuées par certains auteurs.

1.1.1.2. Clarification des concepts

Il s'agira de définir les mots tels que : Développement local- Communication – plan de communication - Institution - Décentralisation - Participation citoyenne - Communication publique.

Développement local : Le développement local est une démarche par laquelle la communauté participe au façonnement de son propre environnement dans le but d'améliorer la qualité de vie de ses résidents. Cette démarche nécessite une intégration harmonieuse des composantes économique, sociale, culturelle, politique et environnementale. La composante économique devient souvent une

priorité vue l'importance pour chacun d'être en mesure de gagner sa vie et de subvenir de manière satisfaisante à ses besoins et ceux de ses proches. Cette approche est avant tout un phénomène humain où les projets et l'action, plus que les institutions et les politiques, mobilisent l'ensemble des intervenants de la communauté de chacun des arrondissements. (Sommet de Montréal, 2002).

La décentralisation : Tchacondoh et Dèhoumon, (2011) définissent la décentralisation comme un moyen par excellence de responsabilisation des citoyens. Les citoyens doivent comprendre que dans ce système, l'éternelle assistance est terminée et qu'il revient à chaque communauté de s'organiser autour de leurs intérêts identitaires. Il est indéniable de reconnaître que la décentralisation impose aux sociétés de disposer de citoyens responsables qui ont en partage une vision commune ; celle de faire de leur localité un espace économique, social et culturel disposant d'un environnement vivable, fiable et partant de là, construire leur pays à moindre coût. C'est en cela que Nutsugan(1998) définit la décentralisation comme un moyen d'assurer une gestion plus efficace des services publics, capables de réduire les coûts tout en s'adaptant mieux aux demandes des utilisateurs.

Conformément aux recommandations de la Conférence des forces vives de la Nation de février 1990 et aux dispositions des articles 150 et 153 de la constitution du 11 décembre 1990, le Bénin s'est engagé dans le processus de décentralisation. Après de longues et difficiles gestations, les cinq lois devant régir la décentralisation au Bénin ont été votées. Les élections communales de décembre 2002 sont venues concrétiser la mise en route effective de la réforme de la décentralisation au Bénin. Les Conseils communaux ont été installés au cours du premier trimestre de l'année 2003. Il est compris de tous les acteurs que les enjeux majeurs de la décentralisation sont : la démocratie à la base et le développement local.

Institution : Sur le plan politique et juridique, le mot institution désigne l'ensemble des structures politiques résultant du régime politique et mis en place par la constitution, les lois, les règlements et les coutumes. (Ahohounkpanzon, 2010). Selon ADEA (2000), une institution est une organisation, c'est-à-dire un ensemble structuré ou un système de personnes ayant des objectifs personnels mais travaillant ensemble en vue d'atteindre des finalités collectives et cela grâce à une division du travail, une hiérarchisation des responsabilités et du pouvoir, l'existence d'un centre de contrôle, de mécanismes de coordination et de fonctionnement et la mobilisation de ressources et de techniques. Elle a une personnalité morale.

Communication : Pour Dadélé (2009), la communication est l'ensemble des processus physiques et psychologiques par lesquels s'effectue la mise en relation d'un ou plusieurs individus en vue d'atteindre certains objectifs. Selon le « *petit lexique de la communication*(2002) » toute communication est une interaction. La communication commence lorsque les agents sociaux se mettent à agir pour se faire comprendre dans la perspective d'une activité commune. Elle est l'interaction concrète par laquelle se réalise une transmission d'information. Il y a passage de message de l'émetteur vers le récepteur. La condition première de toute communication est la conscience d'autrui et d'une interaction au moins potentielle. Toute communication présente deux aspects à savoir le contenu et la relation.

Plan de communication : Le plan, défini comme une méthode d'amélioration de la cohérence d'actions au service d'une finalité, est à notre avis, dans le domaine de la communication d'entreprise, valable quel que soit le type d'entreprise. Quels que soient sa taille, son secteur d'activité, ses enjeux, ses objectifs, le plan de communication fournit un canevas global au sein duquel l'entreprise dessine sa place et son rôle. (Thierry Libaert, 2013).

La communication publique : selon Zémor (1995), la communication publique est l'ensemble des actions de communication engagées par toute institution exerçant une mission de service public: institutions étatiques et supranationales; administrations publiques; collectivités territoriales; entreprises et établissements publics. La communication publique se veut au service de l'intérêt général. La communication publique est comme «l'ensemble des messages émis par les pouvoirs publics et les services publics qui ont pour objectifs d'améliorer la connaissance civique, de faciliter l'action publique...». Elle vise à informer les citoyens, les médias, les agents publics et la société civile sur les actions des institutions publiques. Elle vise aussi à promouvoir les services offerts par les pouvoirs publics aux usagers et à faire connaître et accepter la décision publique. Elle engage le dialogue avec les citoyens, les usagers et la société civile et accompagne le changement de comportements dans des grands domaines d'action publique (Santé, Sécurité Routière etc.). Enfin, elle cherche à promouvoir le territoire et le mettre en valeur en vue d'attirer de nouveaux investisseurs et ou de nouveaux habitants.

La participation citoyenne: Pour Dossou (2000), la participation est l'intervention du citoyen dans la prise des décisions communales et de son apport au processus de développement de sa Commune. Or, le pouvoir dépend essentiellement du contrôle de l'information et des moyens, ainsi que de la confiance en soi et le savoir-faire individuel. Par conséquent, la Participation citoyenne est une démarche institutionnelle et sociale qui consiste en l'implication (ou l'engagement) du citoyen dans le choix, l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation des politiques publiques.

De nombreux travaux de recherche ont abordé la communication de façon générale au niveau des institutions, des collectivités locales ... Parmi eux, nous avons documenté quelques-uns qui nous ont permis d'améliorer cette recherche.

Nansounon (2010) a abordé les questions de la mise en place d'une stratégie d'accompagnement des Communes dans l'élaboration et la mise en œuvre de leurs stratégies de communication. A cet effet, il a fait le point des différentes stratégies de communication mises en œuvre dans les Communes pour répondre efficacement aux besoins des populations. La démarche centrale de son mémoire est d'analyser et de démontrer en quoi la mise en œuvre d'une politique de communication locale peut être un facteur d'amélioration des différents aspects de la bonne gouvernance locale et de sa promotion.

Nutsugan Kodjo Mawusi Augustin (1998) a étudié les possibilités pouvant permettre aux populations de la Commune de Comé d'être des citoyens capables d'amorcer le développement endogène de leur localité. Selon lui, ce travail n'est possible que si « *entre élus et citoyens, il y a un flux permanent et constamment actualisé d'informations, d'échanges et de communications sur des sujets relatifs aux habitants de ladite localité et à leur mieux être.* ». Il s'agit donc pour Nutsugan de doter la Commune de Comé de structures viables et pérennes de communication qui devront intégrer les besoins des citoyens et les médias traditionnels populaires pour amorcer le développement consensuel, communautaire et durable de la localité.

Dèhoumon (2006) a fait une analyse du processus de décentralisation déclenché au Bénin depuis janvier 2003. Après avoir définis la décentralisation, l'auteur a mis l'accent sur un des principes chers à elle qu'est la participation citoyenne. Pour lui, la participation du citoyen est le garant d'une démocratie et d'un développement politique et économique ; développement politique dans le sens de l'approfondissement de la démocratie à la base et développement économique dans le sens du renforcement de la capacité des communautés pour faire face aux problèmes de développement de manière responsable. Il n'y a donc pas de démocratie locale si le citoyen à la base ne peut jouir de sa liberté de pensée et de participation, car le processus de la décentralisation implique

directement le citoyen dans la prise de décisions et dans les mécanismes de contrôle de ceux qui ont en charge la gestion des affaires de la cité. Et la non implication des citoyens de la Commune entraînerait la fuite des responsabilités. Plus loin dans ses analyses, l'auteur a fait ressortir le déficit de communication noté au niveau des administrations locales. Selon l'auteur, la communication, dans un système de démocratie locale, est une réorganisation des échanges au sein de la société dans le sens d'une reconnaissance de l'individu, considéré non plus comme un spectateur passif au développement, mais plutôt comme un acteur impliqué et responsabilisé. Car *« lorsque le citoyen n'est pas impliqué dans la gestion municipale, il vivra deux choses : les réalisations et des rumeurs et toute initiative qui lui est étrangère provoque de sa part un rejet, ou, pour le moins, son indifférence »*. C'est pourquoi il faut communiquer le pourquoi, le comment des choses avant une décision importante, avoir des échanges privilégiés avec les groupes socioprofessionnels intéressés à l'exécution d'une mesure par des moyens spécifiques à chaque Commune.

Amadou (2008) a mis l'accent sur la qualité déficitaire de l'information et de la communication des administrés. Ce qui selon l'auteur est la cause de la non-participation de la société civile à la gouvernance locale faute de motivation. Pour lui, la motivation est un facteur capital dans la participation citoyenne. Il faudrait donc que les Communes disposent d'une bonne stratégie de communication pour maintenir la population adhérente à la gouvernance locale. Par ailleurs, dans ses enquêtes, il a évalué le pourcentage des personnes conscientes du rôle qu'elles ont à jouer dans le processus de la gouvernance locale. Bien que ce soit un fort taux (66% de la population enquêtée), les populations ne sont pas impliquées dans la gestion de la Commune de Savè.

Michel Olou (2001) a évalué le niveau de sensibilisation des populations sur la décentralisation dans la Commune de Savè. Il a contribué à la détermination des tendances lourdes susceptibles de bloquer la mise en œuvre de

la décentralisation dans la Commune. Les résultats de ses travaux ont permis de constater que les difficultés à la mise en œuvre de la décentralisation sont de deux ordres. Il s'agit d'abord d'une "fausse adhésion" des populations locales. Ces populations manifestent en effet des aspirations qui ne sont pas toujours compatibles avec la volonté des dirigeants. Tout se passe comme si la décentralisation n'est que l'affaire des cadres, des intellectuels et des partis politiques. L'auteur dans son travail a également souligné l'inadéquation des moyens de communication et des canaux de sensibilisation utilisés (crieurs publics, internet, journal, réunion de proximité...). La seconde difficulté révélée par l'auteur est le refus d'acceptation des taxes qui n'est qu'une conséquence directe de la première.

C. Amedomey (2015) a procédé à l'analyse par la méthode SWOT de la stratégie de communication de la Mairie de Lokossa. Cette méthode lui a permis d'établir un tableau récapitulatif des forces et faiblesses (les facteurs internes) et les opportunités et les menaces (les facteurs externes) de la stratégie de communication de la Mairie de Lokossa. Il est ressorti de ses analyses que les faiblesses de la stratégie de communication de la Mairie de Lokossa résident dans l'usage des canaux de communication inadéquats (les crieurs publics, l'internet) et dans la non utilisation de la langue locale lors des diffusions des messages.

Parmi les ouvrages exploités, nous avons constaté que presque tous les auteurs ont abordé la problématique de la communication mais de façon globale au niveau des Communes. A l'exception du travail d'Amédomey (2015) qui a étudié les forces et faiblesses de la stratégie de communication de la Mairie de Lokossa, département du Mono, Sud-ouest du Bénin. L'auteur s'est servi de la méthode d'analyse SWOT pour obtenir un tableau récapitulatif des forces et faiblesses de la Mairie de Lokossa. Cette même méthode d'analyse est utilisée dans notre recherche pour analyser les forces et faiblesses de la Mairie

d'Abomey-Calavi. Car, la check-list obtenue suite à une méthode d'analyse SWOT varie d'une institution à une autre, d'un environnement à un autre. Ce qui est force pour une institution donnée peut être faiblesse pour l'autre. Les valeurs sociopolitiques, économiques et environnementales varient d'une Commune à une autre.

1.1.2. Objectifs et hypothèses

1.1.2.1. Objectifs

1.1.2.1.1. Objectif général

L'objectif général de cette recherche est de faire le diagnostic de la stratégie de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi.

1.1.2.1.2. Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques sont de trois ordres. Il s'agit de :

O₁ : Mettre en relief le canal de communication le plus utilisé par la Mairie d'Abomey-Calavi pour informer la population.

O₂ : Evaluer les faiblesses du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi.

O₃ : Proposer des éléments d'amélioration du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi.

1.1.2.2. Hypothèses :

H₁ : La radio est le canal de communication le plus utilisé par la Mairie d'Abomey-Calavi pour informer la population.

H₂ : La non traduction des documents administratifs en langue nationale constitue la faiblesse majeure de la mise en œuvre du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi

H₃ : Le recours à la radio diffusion est le meilleur point d'amélioration du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi.

1.2. APPROCHE METHODOLOGIQUE

1.2.1. Justification du choix du thème

Le thème « *Analyse du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi* » est choisi pour mieux comprendre la communication telle qu'elle est pratiquée dans la Commune d'Abomey-Calavi. Un plan de communication bien défini permet aux entreprises, aux institutions d'obtenir de très bon résultats relatifs à la propagande de leur produit, image, vision, service et bien d'autres. Au niveau des collectivités locales, un bon plan de communication a un effet positif sur la population. Elle éclaire leur opinion sur la gestion des affaires locales publiques et sur l'importance de leur participation au développement et au rayonnement de leur collectivité. La mise en œuvre d'un plan de communication efficace au sein d'une collectivité revêt beaucoup d'intérêts pour celle-ci. En occurrence, une bonne communication permet de mieux mobiliser et de faire adhérer la population aux actions des élus locaux pour le développement de la ville. Il permet aussi de mieux sensibiliser les citoyens aux enjeux de la décentralisation. Une communication bien structurée permet également aux collectivités d'avoir le soutien des institutions étatiques centrales aux décisions communales et à la conduite des projets. Au regard de ces avantages ci-dessus cités, un tel sujet est important parce qu'il est en mesure de démontrer beaucoup d'autres avantages qu'une bon plan de communication peut conférer à une collectivité locale.

La Commune d'Abomey-Calavi est choisi pour diverses raisons :

D'abord, la Commune d'Abomey-Calavi est la commune la plus vaste du département de l'Atlantique. Elle est ensuite une cité dortoir pour beaucoup citoyens qui travaillent à Cotonou. Elle constitue également un lieu de travail

pour d'autres citoyens venant des zones d'Allada et de Zê. La Commune d'Abomey-Calavi subit l'influence de la proximité de la ville de Cotonou ; la capitale économique du Bénin. En effet, sur le plan de la sécurité, la proximité de Cotonou avec son taux élevé de criminalité, l'insuffisance d'éclairage public dans la Commune, la prolifération de la vente et la consommation de stupéfiants, etc. sont autant de facteurs qui engendrent une recrudescence de la criminalité dans la Commune d'Abomey-Calavi et contribuent à ralentir son développement socioéconomique. Dans le secteur hôtelier, la proximité de Cotonou limite les possibilités de son développement. Ensuite sur le plan du lotissement, de nombreux conflits domaniaux sont répertoriés (PDC, 2005-2009). La Commune d'Abomey-Calavi est traversée par deux voies inter états bitumées (RNIE2 et RNIE3). L'intérieur est desservi par des pistes de desserte rurale généralement en mauvais état dû au mauvais drainage des eaux de ruissellement. Le réseau de communication de la Commune n'est pas très développé à cause du retard dans l'ouverture des voies de communication. En outre, il y a en général une faible couverture de la Commune par les réseaux téléphoniques (conventionnel et GSM). Toutefois, les arrondissements d'Abomey-Calavi, de Godomey semblent les mieux couverts par ces réseaux téléphoniques. Tout cela contribue à l'incivisme d'une partie de la population (destruction ou vols des équipements, violation du code de la route) à ralentir les activités économiques de la Commune.

Par ailleurs, dans la Synthèse du Plan de Développement Communal (PDC, 2012-2016), la vision de la Commune est libellée comme suit « *Abomey-Calavi est, en 2022, une Commune unie, à gouvernance concertée, à économie compétitive où la sécurité et le bien-être social sont assurés et les atouts touristiques valorisés* ». L'atteinte de cette vision dépendra de la communication qui se fera autour du contenu du Plan de Développement Communal (PDC) à l'endroit de la population. Par conséquent, nous avons

voulu analyser les moyens de communication par lesquelles les autorités communales entendent communiquer le contenu du PDC à l'endroit des différents acteurs de développement. Puis que, les autorités communales ont de problèmes de communication à résoudre face à l'insécurité, aux conflits domaniaux et au ralentissement de l'économie et de la dévalorisation des atouts touristiques.

1.2.2. Population et échantillonnage

1.2.2.1. Population d'enquête

Notre recherche étant de type quantitatif et qualitatif, elle nous a permis d'avoir une représentation du niveau d'information des citoyens et de leur participation au développement local, de la manière dont les élus locaux assument la gestion des affaires locales et publiques de la Commune. Elle nous a également permis d'avoir une liste exhaustive des canaux de communication utilisés par la Mairie pour associer les citoyens aux projets de développement de leur localité.

Notre population d'enquête est considérée du point de vue de l'ensemble des acteurs de développement (populations, responsables communales et élus locaux, responsables des organes de presse). Elle est faite compte tenu de la diversité des informations à recueillir.

1.2.2.2. Echantillonnage

Deux méthodes d'échantillonnages ont été utilisées. Il s'agit de la méthode raisonnée et de la méthode au hasard. Comme technique d'échantillonnage, nous avons procédé à l'échantillonnage aléatoire simple des habitants des arrondissements.

1.2.2.2.1. La méthode raisonnée

La méthode raisonnée est utilisée pour identifier les responsables communaux à contacter. Nous avons contacté le Chef service de suivi et de planification de la Mairie, le Chargé de communication et un Conseiller communal. Le Chargé de communication est choisi parce qu'il est en mesure de nous fournir les éléments dont notre recherche a besoin sur les dispositifs de communication de la Mairie. Quant au Chef du service de suivi et de planification, il est retenu en raison de sa fonction qui consiste à assurer la participation des citoyens aux projets de développement initiés par la Mairie. Il est à l'étape de l'inscription des projets de développement, de leur vulgarisation, et de leur réalisation. Le choix du Conseiller communal porte sur sa qualité de représenter le Maire dans la gestion des affaires locales de la Commune et sur sa fonction de représentant des populations au sein du Conseil communal.

1.2.2.2.2. La méthode au hasard

La méthode au hasard est utilisée pour choisir trois (03) Arrondissements sur les neuf (09) que compte la Commune d'Abomey-Calavi en ce qui concerne les habitants à contacter. Les neuf arrondissements comptent 655.358 Habitants (INSAE, RGPH4, 2013). Les trois arrondissements choisis sont : Godomey, Calavi et Hêvié. L'effectif des habitants de ces trois arrondissements dépassent la moitié de l'effectif total de la Commune. Ils dénombrent 438 304 Habitants dont 117 824 Habitant pour Abomey-Calavi, 253 262 Habitants pour Godomey et 67 218 Habitants pour Hêvié (INSAE, RGPH4, 2013). Ce dernier est choisi parce qu'il n'avait pas un Chef d'Arrondissement. Il est géré de temps à autre par le Chef d'Arrondissement de Glo-Djigbé. Il est peuplé et les voies sont presque impraticables pendant les périodes de pluie. C'est aussi une zone où nous avons observé plus de conflits domaniaux. Quant à Godomey, l'arrondissement le plus peuplé de tous, il se trouve entre Calavi et Cotonou et est plus près de ce dernier. C'est un arrondissement au sein duquel l'insécurité

domine à cause de sa proximité de la ville de Cotonou où le niveau d'insécurité est élevé et de sa proximité des voies inter-états. (Elossi Alain Sogbo, 2013). L'Arrondissement de Calavi centre est choisi parce que non seulement il abrite la Mairie mais aussi parce qu'il constitue un carrefour d'échanges, de commerce, où les universités publiques et privées sont installées.

1.2.2.2.3. Technique d'échantillonnage

En considérant, notre population d'étude, nous avons procédé à l'échantillonnage aléatoire simple des habitants des arrondissements. Nous avons opté cette technique parce qu'il fallait aller de maisons en maisons pour interroger les habitants.

La taille de l'échantillon est présentée dans le tableau suivant :

Tableau n° 1:Présentation de la taille de l'échantillon.

Population d'étude	Nombre total de sujets par catégorie
Habitants de la Commune	98
Chargé de communication de la Mairie	01
Chef Service de suivi et de planification de la Mairie	01
Conseiller communal	01
Responsables organe de presse	02
TOTAL :	103

Au total, 103 personnes ont été enquêtées dont 41 femmes soit un pourcentage de 39,80%. Nous avons interrogé 36 personnes dans l'Arrondissement de Godomey parce qu'il est le plus grand de tous et 31 personnes dans chacun des deux autres.

1.2.3. Données et informations à Collecter

Pour cette recherche, les données que nous avons collectées portent sur : le niveau d'information de la population, la participation citoyenne au développement local, l'appréciation du plan de communication de la Mairie par la population, les moyens et supports de communication de la Mairie, les formes de communication utilisées par la Mairie et les séances d'information à

l'endroit de la population. Enfin, l'implication des citoyens dans l'élaboration et l'adoption du Plan de Développement Communal (PDC).

1.2.4. Outils de collecte de données

Deux outils de collecte de données ont été utilisés. Nous nous sommes servis d'un questionnaire et d'un guide d'entretien. Les modèles du questionnaire et du guide d'entretien se trouvent en annexes.

1.2.5. Techniques de collecte de données

Au total, trois techniques ont été utilisées pour collecter les informations. Il s'agit de l'enquête par questionnaire, l'entretien et l'exploitation documentaire. L'enquête par questionnaire a concerné les populations. Cette technique nous a permis de recueillir auprès de ces personnes des informations précises parce qu'elles sont à la fois des acteurs et des bénéficiaires des actions de développement local. Quant à l'entretien il a été accordé au chargé de communication de la Mairie et à leur Chef du service de suivi et de planification ainsi qu'au conseiller communal choisi en vue de leur offrir une plus grande liberté d'expression. L'exploitation documentaire a pris en compte des recherches dans les bibliothèques du CENALA devenu INALA, de l'UAC et de l'ANCB. Nous avons également consulté des documents et des mémoires traitant du sujet et effectué des recherches sur l'internet.

1.2.6. Techniques d'analyse

Les informations recueillies ont été traitées manuellement et par le logiciel SPSS. Les questions ont été facilement exploitées pour avoir été numérotées au départ. Les réponses aux questions fermées ont été évaluées en considérant l'effectif total de l'échantillon. Les questions ouvertes ont été traitées suivant une analyse de contenu. Cette dernière nous a permis de procéder à des rapprochements et à des différenciations.

CHAPITRE 2 : PRESENTATION DU CADRE THEORIQUE ET DU CADRE DE RECHERCHE

2.1. Présentation du cadre théorique

2.1.1. Le paradigme d'Harold Dwight Lasswell

La formule de Lasswell publié dans « *Structures et fonctions de la communication dans la société* » en 1948 est inspirée de la formule des philosophes et rhéteurs et du paradigme Bryson. Lasswell fut le premier à s'intéresser à la communication de masse. Selon lui, on peut décrire convenablement une action de communication en répondant aux questions suivantes : Qui dit Quoi, par quels Moyens (canal), à Qui et avec quel Effet ? Le modèle de Lasswell conçoit la communication comme un processus d'influence et de persuasion. Il permet d'analyser la communication de propagande ou la communication publicitaire. Néanmoins aucun retour de l'émetteur vers le récepteur n'est envisagé. Le récepteur reste selon ce modèle passif et sa psychologie est simplifiée. (Blog love-communication, Février 2013)

Dans le cas d'étude, l'adhérence de la population à un projet ne saurait être effective sans une action de persuasion préalable. Or, de façon générale, le citoyen est préoccupé par son quotidien en ce sens qu'il est nécessaire de communiquer avec lui pour non seulement l'accompagner dans son quotidien mais aussi pour l'amener à adhérer au sujet de développement qui est en jeu.

Par ailleurs, le modèle de Lasswell ne donne pas l'opportunité aux interlocuteurs de se faire entendre ni de se faire écouter, de donner son opinion lors des échanges. Or, dans le processus de la décentralisation, le point de vue de la population et sa participation sont importants au développement local. La population n'est plus considérée comme un éternel consommateur mais plutôt comme un acteur de développement. Elle est active dans les décisions relatives aux projets de développement local. D'où la nécessité du modèle de motivation

d'Abraham Maslow qui est le second modèle que nous avons utilisé dans cette recherche. Il complète le premier en matière de la participation et de la prise en compte de l'opinion du citoyen.

2.1.2. Modèle de motivation de Maslow

Abraham Maslow dans son ouvrage « *Motivation and Personality, 1954* » a abordé la question de participation par une théorie de motivation. La motivation, c'est « une instance d'intégration et de régulation d'une multitude de paramètres relatifs aux opportunités d'un environnement et aux sollicitations d'une situation » (Georg C. Lichtenberg (1997)). C'est le mobile d'attachement ou d'action d'un individu ou d'un groupe d'individus par rapport à une situation donnée. Elle explique le pourquoi des comportements individuels ou collectifs des personnes vivant au sein d'une société. Maslow, psychologue américain, a pu grâce à ses études établir une sorte de règles de priorités des désirs et des comportements. Pour lui, toute personne cherche à satisfaire successivement cinq sortes de besoins et cette recherche influence son comportement au quotidien tant dans la vie professionnelle que privée. La représentation de ces besoins est communément appelée « *pyramide des besoins de Maslow* ». Ces besoins sont :

- Besoins psychologiques primaires ou de maintien de la vie : faim, soif, survie, sexualité, repos, douleur ;
- Besoins de sécurité ou de protection : priorité et maîtrise sur les choses, emploi, se sentir en sécurité, faire confiance ;
- Besoins sociaux ou d'appartenance : être aimé, écouté, compris, faire partir d'un groupe, avoir un statut ;
- Besoins de reconnaissance ou d'estime de soi : sentiment d'être utile et d'avoir de la valeur, conserver son autonomie, son identité ;

- Besoin d'accomplissement ou de réalisation de soi : développer ses connaissances, ses valeurs, créer et résoudre des problèmes complexes. (Motivation and Personality, 1954)

Ici, nous considérerons les besoins susceptibles d'être satisfaits par la communication. Il s'agit des besoins sociaux ou d'appartenance et des besoins de reconnaissance ou d'estime de soi.

En effet, la participation citoyenne ne saurait être possible sans une motivation préalable. Or, le citoyen de façon générale, se nourrit d'orgueil en ce sens qu'il a besoin d'être écouté, d'être utile et d'avoir de la valeur dans son milieu social. C'est bien souvent de ces considérations que naissent les conflits sociaux. D'où il est important de communiquer avec le citoyen pour lui montrer qu'il est important et qu'il a un rôle à jouer dans la Commune. Il apparaît, de ce fait que la communication est un véritable facteur de motivation et donc un facteur de participation citoyenne et de développement local.

2.1.3. Difficultés rencontrées

Les difficultés auxquelles nous avons été confrontées au cours de nos enquêtes sur le terrain sont multiples. La première difficulté est relative à l'isolement de la population. La plupart des personnes rencontrées sur le terrain ont soulevé le problème d'appartenance sociale. Ce problème est plus observé au niveau de l'Arrondissement de Hêvié où l'absence du Chef d'arrondissement leur cause d'assez de difficultés dans les domaines de lotissement et des infrastructures routières. Ainsi, la population de cet arrondissement n'a pas manqué de nous faire savoir son mécontentement et son exclusion de la communauté. Face donc à ces faits, il nous fallait réussir d'abord à calmer la population et à lui faire comprendre qu'elle fait partie des projets de développement de la collectivité avant d'obtenir d'elle des réponses aux questions. La deuxième difficulté concerne la culture selon laquelle seul l' élu ou

l'élite dirige un pays. Il nous fallait là aussi rappeler à la population quelques enjeux de la décentralisation qui font d'elle non seulement des bénéficiaires mais aussi des acteurs de développement local. La troisième difficulté est reliée au fait que la population est au bord du gouffre. Recherchant une opportunité pour dénoncer la mauvaise gestion des affaires locales de la Commune et sous l'effet de la colère, elle a été trop large dans les réponses aux questions. Pour freiner cet excès de parole, il nous a fallu chaque fois les ramener sur les objectifs de la recherche pour avoir la précision d'information dont nous avons besoin. Malgré toutes ces difficultés, nous avons pu effectuer l'enquête.

2.2. Présentation du cadre de recherche

2.2.1. Situation géographique et administrative

2.2.1.1. Situation géographique

La Commune d'Abomey-Calavi, située dans la partie Sud de la République du Bénin et du département de l'Atlantique, est limitée au Nord par la Commune de Zè, au Sud par l'Océan Atlantique, à l'Est par les Communes de Sô-Ava et de Cotonou, et à l'Ouest par les Communes de Tori-Bossito et d'Ouidah. C'est la Commune la plus vaste du département de l'Atlantique dont elle occupe plus de 20%. Elle s'étend sur une superficie de 539 Km² représentant 0,48% de la superficie nationale du Bénin.

Abomey-Calavi fut historiquement un démembrement du royaume d'Abomey. Il a été créé par ce dernier afin d'être plus proche du comptoir de Cotonou pour les transactions commerciales. On l'appelait « AGBOMEY CANDOFI » c'est-à-dire « une partie d'Abomey est ici » (Emmanuel Guidigbi, 2006).

2.2.1.1.1. Les caractéristiques physiques

Relief, climat et hydrographie : La Commune d'Abomey Calavi a un relief peu accidenté. Les principaux traits caractéristiques sont : une bande sablonneuse avec des cordons littoraux, un plateau de terre de barre et des dépressions.

Le climat est de type subéquatorial marqué par deux saisons pluvieuses et deux saisons sèches.

Le réseau hydrographique est constitué essentiellement de deux plans d'eau que sont le lac Nokoué et la lagune côtière. Par ailleurs, la Commune dispose d'une façade maritime juxtaposée à la lagune côtière, des marais, des ruisseaux et des marécages. Tout cela lui offre des potentialités touristiques et halieutiques. (PDC, 2005).

Sols et végétation : La plus grande partie du territoire de la Commune d'Abomey-Calavi est occupée par des sols ferrugineux tropicaux et des sols sablonneux peu propices à l'agriculture. Les sols hydro morphes très inondables n'occupent qu'une petite partie au nord du territoire. Les terres cultivables sont estimées à 464,5 Km².

Le couvert végétal de la Commune varie selon les faciès traversés. Ainsi, on y rencontre la mangrove à palétuviers dans la zone côtière, une savane dégradée sur le plateau, des cultures maraîchères le long des marais et un groupement herbeux dans les marécages et le long des berges du lac Nokoué. (PDC, 2005)

2.2.1.1.2. Les caractéristiques humaines

Le recensement général de la population en 2013 indique pour la Commune de Calavi 655.358 habitants dont 323 574 hommes et 332 784 femmes (RGPH 4). D'une densité moyenne de 571 habitants par Km², cette population est inégalement répartie dans les neuf arrondissements. La croissance démographique est de 5,84% en milieu urbain et de 2,89% en milieu rural. La

Commune d'Abomey-Calavi subit aujourd'hui l'influence de la proximité de Cotonou, la capitale économique. En effet, l'exiguïté du site de Cotonou et sa forte population conduit à une extension vers Abomey-Calavi. L'ethnie dominante dans la Commune est le Aïzɔ, mais les migrations récentes ont permis l'installation d'autres ethnies comme les Fɔn, les Tɔfɛn, les Yoruba, les Nago, les Gun et autres. Les religions les plus pratiquées sont le christianisme, les religions traditionnelles, l'islam et bien d'autres. (PDC, 2005).

2.2.2. Situation administrative

La Commune d'Abomey-Calavi compte 70 villages et quartiers de ville dirigés par des chefs de villages ou de quartiers de ville et répartis sur neuf (09) arrondissements que sont : Abomey-Calavi, Godomey, Akassato, Zinvié, Ouèdo, Togba, Hêvié, Kpanroun et Golo-Djigbé. Chacun des arrondissements est dirigé par un chef d'arrondissement (CA) élu. (Emmanuel Guidigbi, 2006) Le Conseil Communal sous lequel nous avons effectué notre travail a été installé en 2008 et compte 37 conseillers au sein duquel ont été élus le Maire, ses deux Adjoints et les chefs d'arrondissement avec 05 femmes élues. Le village ou le quartier de ville est administré par un chef de village ou de quartier de ville et l'Arrondissement est administré par le chef d'arrondissement. La Commune quant à elle, est dirigé par le Conseil communal qui compte 12 membres avec à sa tête le Maire assisté de ses deux adjoints. La Mairie d'Abomey-Calavi est composée de la plupart des services prévus par les textes régissant le fonctionnement des Communes en République du Bénin. Elle emploie cent vingt-sept (127) agents dont sept (07) émargent au budget national et cent vingt (120) au budget de la collectivité. L'administration dispose de ses propres services appuyés dans leur mission d'administration et de développement du territoire par les services déconcentrés de l'Etat (Emmanuel Guidigbi, 2006).

CHAPITRE 3 : PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

3.1. Présentation des résultats de l'enquête

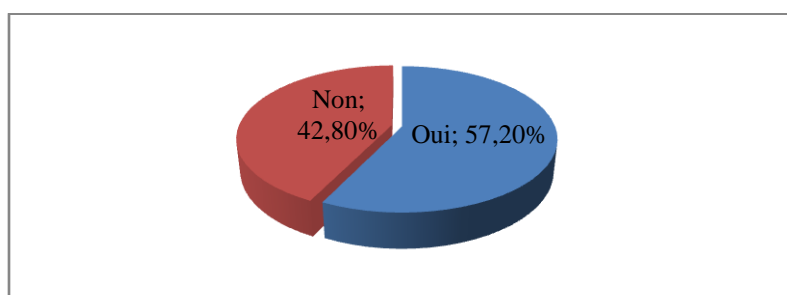
Cette rubrique fait le point des résultats de notre enquête selon les points tels que : les canaux d'information de la Mairie, l'information du public, l'implication de la population dans le processus du développement local, la conscience citoyenne, etc.

3.1.1. Conscience citoyenne

Tableau n°2: Répartition de la population suivant la connaissance de son rôle dans le développement local

Avez-vous connaissance du rôle que vous avez à jouer dans le développement de votre Commune ?		
Réponses des enquêtés	Effectifs	Pourcentage
Oui	56	57,20%
Non	42	42,80%
Total	98	100,0%

Figure 1: La connaissance de la population De son rôle dans le développement local



Source : Données de l'enquête ; juin 2015

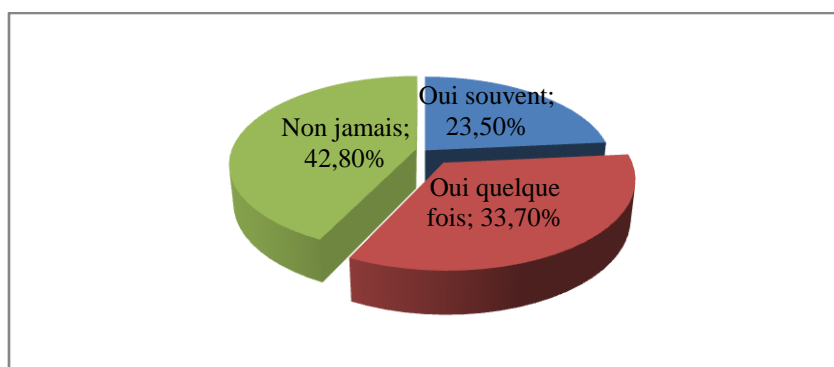
Le tableau 2 et la figure 1 nous montrent que 57,20% des populations enquêtées ont connaissance de leur rôle dans le développement local de la Commune pendant que 42,80% des populations n'en ont aucune connaissance. Cela signifie qu'une partie importante de la population enquêtée est consciente de son rôle dans le développement local de la Commune.

3.1.2. Le niveau d'information du public

Tableau n°3: Classification de la population selon le niveau d'information sur les activités de la Mairie

Etes-vous informés des activités organisées par la mairie ?		
Réponses des enquêtés	Effectifs	Pourcentage
Oui souvent	23	23,50%
Oui quelque fois	33	33,70%
Non jamais	42	42,80%
Total	98	100,0%

Figure 2: Le niveau d'information de la population sur les activités de la Mairie



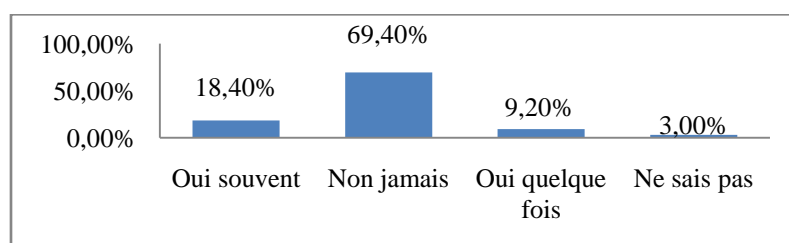
Source : Données de l'enquête ; juin 2015

Le tableau 3 et la figure 2 montrent que 23,50% des populations enquêtées sont souvent informées des activités de la Mairie alors que 33,70% sont quelques fois informées. Par contre 42,80% des populations ne sont jamais informées. Le niveau d'information en matière de fréquence est bas. Ce qui signifie que le niveau d'information des populations par rapport aux activités de la Mairie est faible.

Tableau n°4: Classification des populations suivant le compte rendu des procès-verbaux des délibérations du Conseil Communal

Le conseil communal vous rend-t-il compte des procès-verbaux de ses délibérations?		
Réponses des enquêtés	Effectifs	Pourcentage
Oui souvent	18	18,40%
Non jamais	68	69,40%
Oui quelque fois	09	09,20%
Ne sais pas	03	03,00%
Total	98	100,00%

Figure 3 : Compte rendu des procès-verbaux des délibérations du conseil communal



Source : Données de l'enquête ; juin 2015

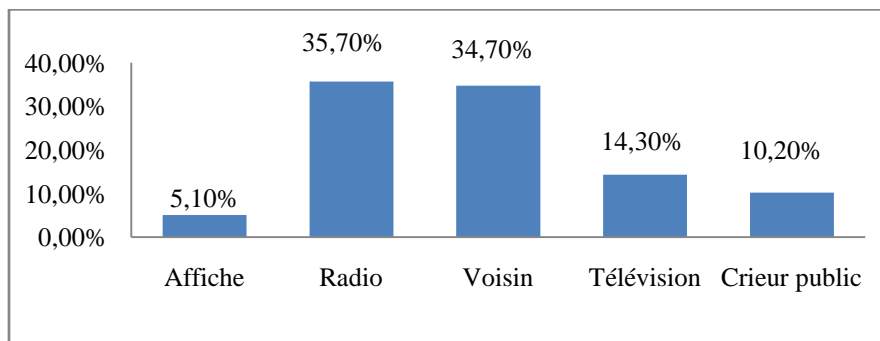
Les données présentées dans le tableau 4 et la figure 3 montrent que 18,40% des citoyens enquêtés sont souvent informés du compte rendu des procès-verbaux du Conseil Communal ; 9,20% sont quelque fois informés et 69,40% ne sont jamais informés. Parmi les enquêtés, seulement 3,00% ne savent pas. Ces observations de données traduisent un faible niveau de reddition de compte des procès-verbaux.

3.1.3. Les canaux d'information et de communication utilisés par la Mairie

Tableau n°5: Répartition de la population suivant les canaux de communication utilisés par la Mairie.

Quels sont les canaux par lesquels vous êtes souvent informé des activités de la Mairie ?		
Moyens	Effectifs	Pourcentage
Affiche	05	5,10%
Radio	35	35,70%
Voisin	34	34,70%
Télévision	14	14,30%
Crieur public	10	10,20%
Total	98	100,0%

Figure 4 : Les canaux d'information de la Mairie



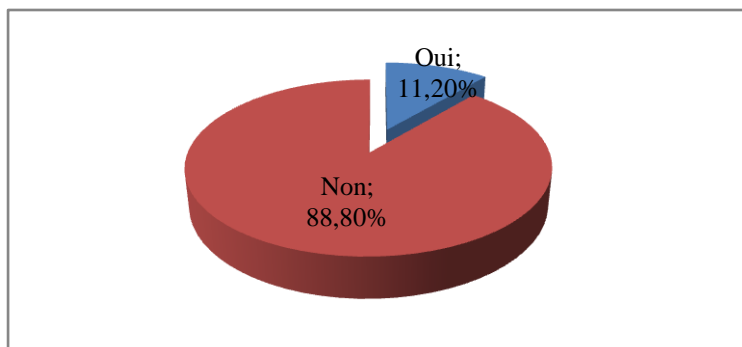
Source : Données de l'enquête ; juin 2015

Des données du tableau 5 et de la figure 4, il est révélé que 05,10% des populations enquêtées ont informées par le moyen d'affichage ; 10,20% par les crieurs publics ; 35,70% par la radio tandis que 34,70% sont informées par leurs voisins ; 14,30% par la télévision. Ces données révèlent que la population est plus informée par la radio.

Tableau n°6: Répartition de la population suivant la consultation des affiches à la Mairie

Est-ce que vous avez l'habitude de consulter à la mairie les procès-verbaux, les comptes rendus des délibérations du Conseil Communal ?		
Consultation affiches	Effectifs	Pourcentage
Oui	11	11,20%
Non	87	88,80%
Total	98	100,0%

Figure 5 : La consultation des affiches par la population à la Mairie



Source : Données de l'enquête ; juin 2015

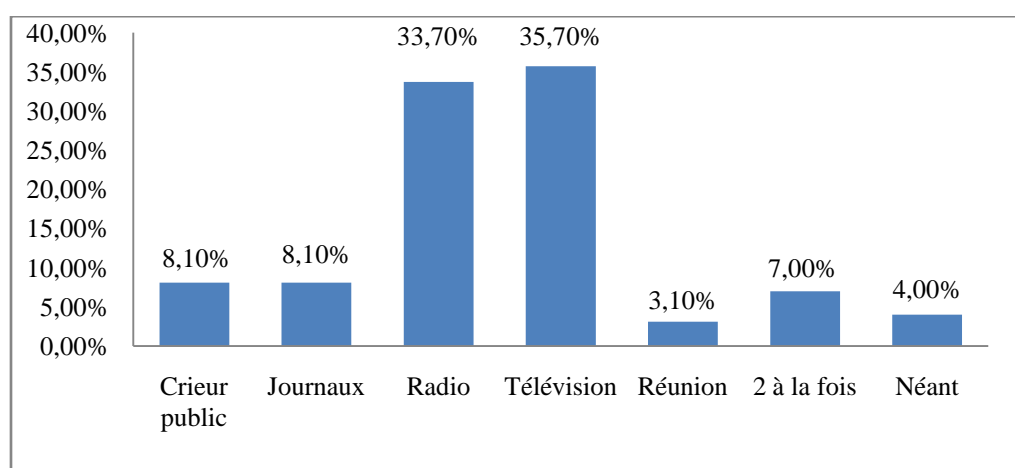
Le tableau 6 et la figure 5 montrent que 11,20% des citoyens enquêtés ont l'habitude de consulter les affiches à la Mairie alors que 88,80% n'ont pas l'habitude de consulter les affiches à la Mairie. Cela traduit un désintérêt de la part de la population à ce moyen d'information. Car non seulement, les affiches sont en français mais aussi une partie non négligeable de la population est analphabète (20,4%). Sources : (Données de l'enquête, juin 2015).

3.1.4. Les canaux d'information préférés de la population

Tableau n°7: Classification de la population suivant les canaux de communication préférés pour s'informer

Quel est le canal par lequel vous préférez être informé(e) ?		
Préférence des canaux	Effectifs	Pourcentage
Crieur public	08	08,10%
Journaux	08	08,10%
Radio	33	33,70%
Télé	35	35,70%
Réunion	03	03,10%
2 à la fois	07	07,00%
Néant	04	04,10%
Total	98	100,0%

Figure 6 : Les canaux de communication préférés de la population pour s'informer



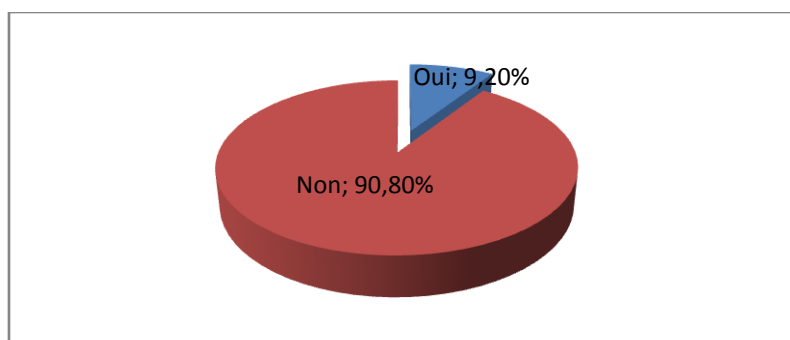
Source : Données de l'enquête ; juin 2015

La lecture du tableau 7 et de la figure 6 dévoile que 8,10% des sujets enquêtés aiment les crieurs publics pour s'informer ; 8,10% autres préfèrent les journaux ; 33,70% aiment la radio ; 35,70% préfèrent la télévision pendant que 03,10% aiment la réunion. Ces données justifient qu'une partie importante de la population aime la télévision pour s'informer.

Tableau n° 8: Classification de la population suivant la connaissance du site internet de la Commune

Avez-vous connaissance du site Internet de la Mairie ?		
Connaissance site internet	Effectifs	Pourcentage
Oui	09	09,20%
Non	89	90,80%
Total	98	100,00%

Figure 7 : La connaissance du site internet de la Commune



Source : Données de l'enquête ; juin 2015

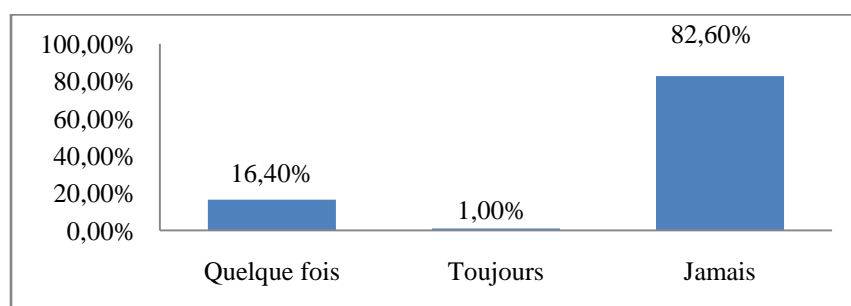
La lecture du tableau 8 et de la figure 7 montre que 09,20% des populations enquêtées ont connaissance du site internet de la Mairie alors que 90,80% n'ont pas connaissance. La majeure partie de la population n'est pas informée de l'existence du site internet de la Mairie.

3.1.5. La participation de la population aux activités de la Mairie

Tableau n° 9: Répartition de la population suivant le niveau de participation aux activités et aux séances d'information de la Mairie

Fréquence	Effectifs	Pourcentage
Quelque fois	16	16,40%
Toujours	01	01,00%
Jamais	81	82,60%
Total	98	100,0%

Figure 8 : Le niveau de participation de la population aux activités et aux séances d'information de la Mairie



Source : Données de l'enquête ; juin 2015

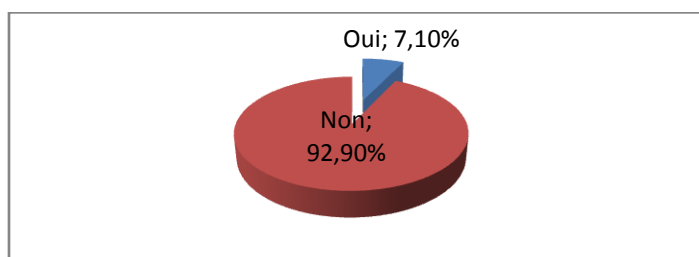
Le tableau 9 et la figure 8 révèlent que 16,40% des populations enquêtées participent quelques fois aux activités de la Mairie tandis que 82,60% des populations ne participent jamais aux activités. Seulement 01,00% qui participe toujours. Cela justifie la faible participation des citoyens aux activités et aux séances d'échanges organisées par la Mairie.

3.1.6. L'implication de la population dans les projets de développement à la base

Tableau n° 10: Répartition de la population suivant leur implication dans l'élaboration et l'adoption du Plan de Développement Communal

Etes-vous impliqué dans l'élaboration et l'adoption du Programme du Développement Communal (PDC) ?		
Réponses des enquêtés	Effectifs	Pourcentage
Oui	07	07,10%
Non	91	92,90%
Total	98	100,0%

Figure 9 : Implication dans l'élaboration et l'adoption du Plan de Développement Communal



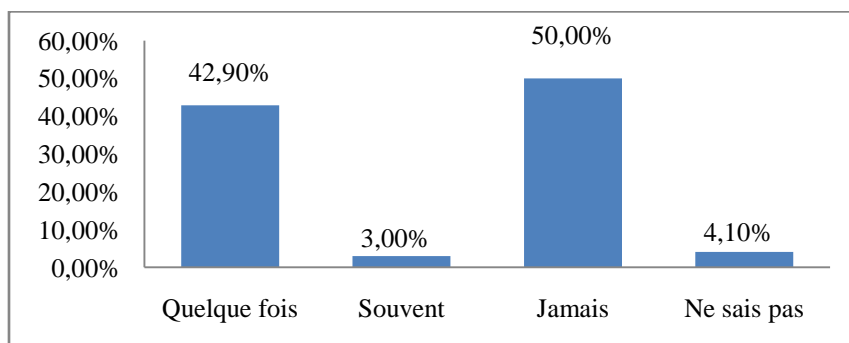
Source : Données de l'enquête ; juin 2015

Le tableau 10 et la figure 9 montrent que 92,90% des habitants enquêtés ne sont pas impliqués dans l'élaboration et l'adoption du Plan de Développement Communal alors que 07,10% sont impliqués. Cela traduit la faible implication des citoyens dans l'élaboration des projets de développement local.

Tableau n° 11: Classification de la population selon l'organisation des séances d'échanges par la Mairie

Est-ce que la mairie organise des séances d'information ou d'échanges avec la population ?		
Fréquence	Effectifs	Pourcentage
Quelque fois	42	42,9%
Souvent	03	03,0%
Jamais	49	50,0%
Ne sais pas	04	04,1%
Total	98	100,0%

Figure 10 : Organisation des séances d'échanges avec les citoyens par la Mairie



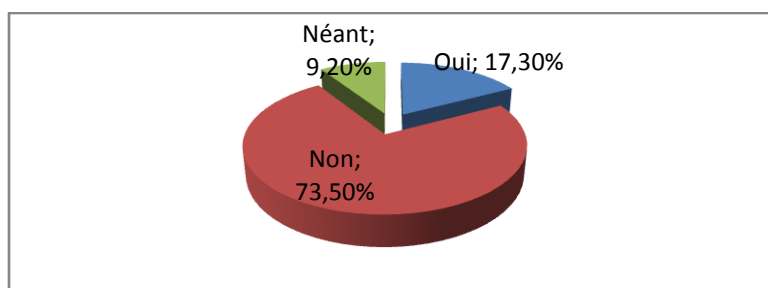
Source : Données de l'enquête ; juin 2015

Selon les données du tableau 11 et de la figure 10, 42,90% des habitants enquêtés affirment que la Mairie organise quelque fois les séances d'information, 03,00% affirment qu'elle l'organise souvent, 50,00% affirment qu'elle n'organise jamais et 04,10% sont dans l'ignorance. Cela justifie le fait que les séances d'échanges ne sont pas fréquemment organisées.

Tableau n°12: Répartition de la population suivant leur appréciation des travaux de communication de la Mairie

Appréciez-vous le moyen de communication par lequel la Mairie vous informe ?		
Réponses des enquêtes	Effectifs	Pourcentage
Oui	17	17,30%
Non	72	73,50%
Néant	09	09,20%
Total	98	100,00%

Figure 11 : Appréciation des travaux de communication de la Mairie



Source : Données de l'enquête ; juin 2015

La présentation du tableau 12 et de la figure 11 révèle que 17,30% des populations enquêtées apprécient le plan de communication de la Mairie. 73,50% de ces citoyens enquêtés ne l'apprécient pas. 9,20% n'ont rien dit. Une partie importante de la population n'a pas apprécié la stratégie de communication. Ce qui traduit l'aspect médiocre de la stratégie de communication de la Mairie.

3.2. Analyse des résultats de l'enquête

Avant de procéder à l'analyse des résultats de l'enquête, il serait judicieux de présenter l'état des lieux en matière de dispositifs de communication à la Mairie.

3.2.1. Plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi

3.2.1.1. Les objectifs de communication

Les objectifs de communication qui sont prévus par la Mairie sont à savoir :

- Faire connaître la ville d'Abomey-Calavi.
- Attirer l'attention des populations sur les réalisations des élus locaux et les perspectives d'avenir pour la Commune.
- Susciter l'intérêt pour les opérateurs économiques, les opérateurs touristiques, les bailleurs de fonds et les partenaires au développement à investir dans la Commune d'Abomey-Calavi.
- Provoquer le désir au niveau des touristiques et de toutes personnes préoccupées par le développement à s'imprégner des atouts et des potentialités de la Commune.
- Entraîner l'action des élus locaux à travers la médiatisation, les séances d'information, d'éducation et de communication.
- Favoriser la communication interne à la Commune pour une meilleure gestion des informations. (Plan de communication, 2010).

3.2.1.2. Les cibles visées

Les cibles visées par les objectifs de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi sont les populations, les partenaires financiers, les partenaires au développement et les organismes internationaux, les responsables locaux, le grand public, la société civile, la sécurité républicaine et le monde via internet et visites.

3.2.1.3. Les actions de communication

Nombreuses sont les actions de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi. Elles sont en occurrence :

- Réalisation d'un documentaire bilan annuel du Conseil communal.
- Rencontre d'échange avec la presse sur les nouvelles visions de développement envisagé par la mandature.
- Publireportage pour vulgarisation du Plan de Développement Communal.
- Réalisation d'un documentaire sur état de la Commune : ses forces et faiblesses.
- Des reportages, des communiqués et des annonces.
- Publication d'articles thématiques de fonds par le biais de la presse écrite et bulletin d'information de la Mairie.
- Participation à des émissions thématiques à travers la télévision, la radio, les relais et la presse écrite.
- Animation site internet : www.abomey-calavi.org.
- Sondage auprès des populations pour appréciation des actions communales à travers les interviews de la société, la population et le micro-trottoir.
- Conférence publique par le biais des organes de presse, population cibles et les acteurs au développement. (Plan de communication, 2010)

3.2.1.4. Les canaux et supports de communication

Au regard des différentes cibles visées par les objectifs de communication de la Mairie, plusieurs canaux et supports sont envisagés.

3.2.1.4.1. Les canaux de communication

Au nombre des canaux de communication, il y a :

- La télévision, la radio, la presse écrite, internet, affichages et animations réseaux. Ces canaux sont utilisés pour que le message atteigne facilement les populations.
- Le contact direct entre les personnes ressources, les acteurs au développement, les partenaires et les populations à une valeur ajoutée en termes de communication.
- Le réseau Intranet dans la Commune qui favorise la circulation et le partage des informations, renforce les compétences et les solidarités et fait gagner du temps.
- Les activités socioculturelles pour informer plus amplement les populations et assurer à leur niveau l'IEC (Information, Education et la Communication).
- Les débats techniques relayés par la presse nationale. (ORTB)
- Les bases de données de personnes ressources, la société civile, les médias, les prestataires de service, les Mairies et les centres de documentation pour des informations utiles.
- Le centre de documentation et des archives pour garantir la mémoire et conserver les informations et d'autres très importantes. (Plan de communication, 2010)

3.2.1.4.2. Les supports de communication

Les supports de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi se présentent comme suit :

- Un logo qui identifie la Commune d'Abomey-Calavi
- Une base de données numérique interne
- Une plaque d'information sur la ville
- Une plaque d'informations relatives aux actes administratifs et juridiques indispensables aux populations
- Des banderoles en matériau durable qui donnent un aperçu de la vision de la Mairie et retrace des slogans propres à cette vision et aux objectifs de l'organisation.

Telle se présente le plan de communication mis en place par la Mairie d'Abomey-Calavi. L'analyse de ce plan se fera avec l'appui des résultats de l'enquête. Elle permettra de connaître le degré d'influence du plan de communication sur la population en matière de participation citoyenne au développement local. Ensuite, l'analyse permettra aussi de relever le niveau d'information du public sur les différentes activités et actions des élus locaux. Elle permettra enfin d'évaluer l'adaptation des canaux d'information et de communication utilisés par la Mairie.

Par ailleurs, il est utile de noter que les objectifs de communication de la Mairie ne font pas mention de la participation des citoyens de façon concrète au développement local comme l'indique les principes de la décentralisation.

3.2.2. Adaptation des canaux d'information et de communication

L'introduction des réseaux télématiques et de l'Internet ont conduit les collectivités locales à s'orienter vers une communication plus technologique au détriment des pratiques traditionnelles et d'information de communication. Ainsi, elles utilisent les mêmes outils de communication que les entreprises commerciales. En effet, la Mairie d'Abomey-Calavi utilise la plupart des supports de communication souvent utilisés par les entreprises. On peut citer : les communiqués à la radio et parfois à la télévision, le magazine « Le courrier

Communal », l'affichage, les journaux et les crieurs publics. Ce sont là, les outils d'informations et de communication utilisés par la Mairie pour informer la population. Mais il s'avérait que tous ces canaux d'information utilisés par la Mairie ne répondent pas aux attentes des citoyens. Ainsi, l'offre d'information et les supports utilisés par la Mairie ne correspondent pas exactement aux supports individuels et collectifs des habitants. Par conséquent, l'utilisation combinée des canaux modernes et des canaux traditionnels devient nécessaire.

Parmi les enquêtés, 35,70% préfèrent s'informer par la télévision, 33,70% par la radio, 8,10% préfèrent s'informer par les crieurs publics et 8,10% autres par les journaux. (Tableau 7, figure 6). Ces données prouvent que la population d'Abomey-Calavi est au cœur des informations via les canaux de communication modernes. Pour atteindre alors la grande masse, les autorités communales vont devoir utiliser davantage les chaînes télévisées et radios. Mais sur le terrain, nous avons constaté que seule la radio est plus utilisée par la Mairie. Comme l'indiquent le tableau 5 et la figure 4, 35,70% des enquêtés sont informées des activités de la Mairie par la radio et 14,30% sont informées par la télévision. Or, en matière de préférence de canaux, la télévision est la plus prisée par les citoyens. Cette inadaptation de canaux justifie la raison pour laquelle 34,70% des enquêtés sont informées des activités de la Mairie par les voisins (Tableau 5, figure 4). Au-delà de la radio et de la télévision, ils utilisent également les crieurs publics et les affichages. Lors des enquêtes, il est ressorti que 88,80% des populations enquêtés n'ont pas l'habitude de consulter les affiches à la Mairie (Tableau 6, figure 5). Ce moyen d'information reste inconnu de la population d'une part et n'est pas apprécié d'autre part. Cependant, la Mairie continue d'informer la population via ce moyen qui ne répond pas aux moyens d'information par lesquels les citoyens préfèrent s'informer. Ce qui entraîne le déficit en information du public.

3.2.3. L'information du public

L'information du public est destinée à faciliter et à améliorer les relations des citoyens avec la Commune. Le Maire peut initier des rencontres périodiques avec les populations (ou tout au moins certaines corporations ou groupes professionnels) pour des séances d'information et de sensibilisation dans les maisons du peuple ou lieux publics. L'édition périodique d'un bulletin communal et la propagande de proximité sont également indispensables pour susciter la participation du citoyen. Le bulletin communal est édité pour informer la population de la vie de la Commune et des actions du Conseil communal. Il favorise la création d'une relation durable entre la population et les élus, le développement d'un sentiment d'appartenance, la promotion de l'image de la Collectivité et l'attraction des acteurs économiques et investisseurs. Mais, dans la Commune d'Abomey-Calavi, 23,50% des populations enquêtées sont souvent informées des activités de la Mairie alors que 33,70% sont quelques fois informées. Par contre 42,80% des populations enquêtées ne sont jamais informées (Tableau 3, figure 2). La loi 97-029 du 15 janvier 1999 portant organisation des Communes en République du Bénin, en son article 30 rend obligatoire l'ouverture des séances du Conseil communal au public et si possible la retransmission en direct des débats par le biais des radios locales. Cependant, 69,40% des sujets enquêtés ne sont jamais informés des procès verbaux des sessions du Conseil communal (Tableau 4, figure 3). Avec cette insuffisance d'information de la population, comment pourra-t-elle s'impliquer véritablement dans les affaires locales ?

3.2.4. L'implication du citoyen dans les affaires locales

L'implication du citoyen dans les affaires locales inclut la prise en compte de son opinion dans la réalisation du Plan de Développement Communal. Des cadres de concertation doivent être créés et dynamisés pour faciliter les échanges entre les élus locaux et les citoyens. Des groupes de travail informels

peuvent être constitués selon les opportunités et des cellules de réflexion peuvent être encouragées. Les sondages d'opinion et les consultations sont également des moyens pour solliciter la participation du citoyen et de recueillir son avis avant de prendre une décision importante. Il n'est pas difficile de constater la faible implication de la population dans la Commune d'Abomey-Calavi. Ainsi, 92,90% des personnes interrogées ne sont jamais impliquées dans l'élaboration et l'adoption du Plan de Développement Communal (Tableau 10, figure 9). Il revient donc à la Mairie d'Abomey-Calavi de dynamiser les cadres de réflexion existants et d'organiser régulièrement les réunions de proximité, les rencontres périodiques, le contact direct entre autorités et population. Ces espaces non seulement induisent la confiance entre citoyens et élus mais aussi favorisent l'adhésion des populations aux projets de développement local. Mais pourquoi la communication est si importante pour une participation citoyenne et au développement local?

3.2.5. L'importance de la Communication dans le processus de la participation citoyenne au développement local

Il est important de rappeler que le développement local, l'un des objectifs de la décentralisation, nécessite l'effectivité de la participation du citoyen et de son implication active à toutes les initiatives du dit développement dans une communauté. Cette participation et implication de la population dépend du processus de l'information et de communication mis en place par l'administration communale. La communication permet aux citoyens d'apprécier la gestion de sa Commune en s'informant des actions menées qui lui permettront de découvrir les atouts et les faiblesses de celle-ci afin de participer au développement et au rayonnement de ladite Commune. C'est donc grâce à la communication que le citoyen se trouve important dans sa Commune, se sent utile car il est écouté et compris et en lui se suscite un sentiment d'appartenance à une communauté.

De l'enquête réalisée dans la Commune d'Abomey-Calavi, il ressort que la participation citoyenne aux activités de la Mairie est faible. Ainsi, 82,60% des populations enquêtées ne participent jamais aux activités tandis 16,40% y participent quelque fois. De toutes les personnes interrogées, seulement 01,00% participe toujours aux activités de la Mairie (Tableau 9, figure 8). Il est donc évident que la participation citoyenne souffre au sein de la Commune d'Abomey-Calavi malgré le fait que 57,20% des populations enquêtées sont conscientes de leur rôle dans le processus du développement local (Tableau 2, figure 1). De même, il ressort de nos enquêtes que 92,90% des populations interrogées ne sont jamais impliquées dans le processus de l'élaboration et de l'adoption du Plan de Développement Communal (Tableau 10, figure 9).

Par ailleurs, le Chef de service de suivi et de planification de la Mairie nous révèle que la faible participation des citoyens est liée premièrement au faible niveau intellectuel. La deuxième difficulté serait liée au fait que les populations n'ont pas la notion d'identification de leurs besoins. C'est-à-dire qu'une localité voulant faire savoir son besoin va d'abord regarder ce qui est fait dans la localité voisine. Or le besoin de cette localité n'est pas forcément ce qui est techniquement constaté sur le terrain. En lieu et place de marché, elle dira maternité. La troisième difficulté est liée aux moyens. Selon ses propos « *qui dit développement, dit moyen et c'est difficilement que la Mairie aussi arrive à avoir les partenaires pour les accompagner dans le processus* ». Le problème de moyen se pose avec acuité tant à la Mairie qu'au niveau de la population. La quatrième difficulté selon lui est liée à la politique. Que cela soit au niveau de la population et celui du Conseil communal, la politique est mélangé au développement. Ainsi, l'on assiste à la formation des clans qui s'opposent mutuellement et rejettent les opportunités de développement des leaders des uns et des autres.

La résolution de ces problèmes liés à la faible participation citoyenne réside dans l'intensification de la communication entre population et responsables locaux. Les séances de sensibilisation, les réunions de proximités, les cadres de réflexion, les supports d'information et de communication modernes et traditionnels doivent être dynamisés. Ceci permettra la bonne circulation de l'information et l'accès facile de cette dernière par la population. Le niveau d'information des citoyens sera ainsi élevé et la participation citoyenne connaîtra un essor.

Au regard de toutes ces informations recueillies, la communication dans une collectivité locale facilite les processus de décisions et de réalisations extrêmement difficiles en les rendant simple et clairs. Le citoyen en prenant part à l'élaboration des projets de développement et aux décisions, a l'opportunité de se renseigner sur les sources de financement et du rôle réel que jouent les élus locaux. Il a aussi l'opportunité de se renseigner sur l'importance du paiement des taxes et des impôts pour faciliter la réalisation des projets. Les élus locaux ont donc pour tâche de rendre compte de façon claire de la manière dont ils gèrent la Commune aux citoyens. Ceci favorisera la confiance entre élus et population et l'adhésion de cette dernière. Les citoyens doivent être consultés avant l'exécution d'un projet de développement les concernant. Ainsi, ils seront informés des rôles qui sont les leurs dans la réalisation dudit projet. La communication est un maillon important dans une démocratie locale, elle est un moyen pour assurer le flux d'informations entre l'administration communale et les citoyens. Elle permet de promouvoir les valeurs patriotiques et crée la sympathie entre les habitants d'une même Commune qui se sentent tous concitoyens et formant donc une nation. Mais quelle est l'utilité des canaux de communication traditionnels dans le processus de la participation citoyenne au développement local ?

3.2.6. L'importance des canaux de communication traditionnels dans le processus de participation citoyenne au développement local

Les canaux de communication traditionnels sont d'une grande importance dans le processus de participation citoyenne au développement. Il s'agit des moyens d'échanges plus adaptés et efficace pour intégrer l'administré dans la vie de la communauté. Dans le milieu rural, ces moyens de communication sont utiles parce que la langue utilisée est souvent la langue locale. Comme canaux de communication traditionnels, nous avons en occurrence :

3.2.6.1. Les réunions de proximité comme espaces de concertation et de socialisation

Les réunions recouvrent une série d'activités, de rencontres et de discussions dont les formes varient selon la nature des relations qui fondent le rassemblement. En parlant de participation aux réunions, il faut entendre les modes de concertation à caractère social, politique, économique, culturel, religieux ou sportif. L'objectif étant de voir dans quelle mesure les populations peuvent agir dans des structures de communication formalisée. Les groupes sociaux n'ayant pas directement accès aux médias publics et privés peuvent exploiter les réunions pour s'informer et pour s'exprimer sur les questions d'intérêt local. Ces réunions sont aussi des lieux de formation parce qu'elles impliquent des partages de connaissances entre les participants. Elles reposent sur une démarche inclusive et participative dont l'objectif est d'engager un dialogue constructif, critique et prospectif sur les problèmes de société. En tant que telles, elles élargissent les espaces de dialogue et de délibération en suggérant des voies à explorer, en insufflant une nouvelle dynamique issue de réflexions sereines ou critiques. (FAO, 2001)

3.2.6.2. Les buvettes comme un espace de relais

Les buvettes sont sans conteste des espaces plutôt conviviaux d'un certain art de vivre entre amis et buveurs, mais c'est aussi des lieux de communication où l'oralité retrouve toute sa force créatrice. C'est une opportunité de contacts directs entre individus du village au moyen du "bouche à oreille". La plus grande masse des nouvelles et des connaissances s'éparpillent, en particulier par l'intermédiaire du "bouche à oreille"; c'est grâce à ce dernier mode de communication que, dans un campement (ou village), tout le monde sait en détail ce qui se passe, et souvent plus". Dans les buvettes, les récits des plus âgés sont souvent les plus écoutés. Dans ces causeries accompagnées de consommation de liqueur traditionnelle, chaque intervenant précise autant qu'il le peut les sources de l'information qu'il révèle, tant et si bien que l'auditoire se perd parfois dans un labyrinthe de phrases construites et où la formule « d'après que ... d'après que ... » prolifère. Dans ces genres de lieu, la tradition orale n'offre aucune garantie de précision rigoureuse. Le risque de déformation est souvent proportionnel à la fièvre alcoolique. C'est aussi un espace de jouissance verbale où les clients s'adonnent volontiers à des fantaisies littéraires, à des défoulements à la faveur des citadins anonymes. Les buvettes sont des lieux où les paroles n'ont de valeur que le temps de leurs expressions. (FAO, 2001).

3.2.6.3. Les fêtes comme période de communication

Les fêtes dans la société traditionnelle obéissent à des rituels culturels, à des symbolismes religieux et à des cultes socio-éducatifs dont la finalité est la communication sociale. Ainsi les communautés villageoises disposent de systèmes de réseaux de défoulement collectif issus de traditions anciennes. Ils répondent à des besoins d'éducation, de divertissement, de socialisation, de gestion des conflits locaux, de souvenirs des anciens, d'intégration inter-villageoise. Généralement lors des fêtes, la communication est vivante parce que

les manifestations offrent l'opportunité aux composantes de la société d'intégrer les différents espaces de la communication propres à chaque sexe et à chaque groupe d'âge. (FAO, 2001).

3.2.6.4. Les cérémonies religieuses comme espaces ancestraux et modernes de la communication didactique

Dans la société traditionnelle, la religion n'est pas seulement un phénomène mental puisque le caractère obligatoire des faits religieux se marque dans l'observation des rites. Ceux-ci font partie des pratiques sociales dans lesquelles on retrouve les cultes privés et publics, les célébrations chrétiennes ou musulmanes. Ces différents aspects donnent lieu à des pratiques de communication sociale. Ce sont des moments d'intense communication où les informations capitales sont décodées à travers le son, le souffle, le geste, où l'on découvre que la religion est faite d'un ensemble d'interdictions, de notions du pur et de l'impur, du bien et du mal, du sacré et du profane. Toutes ces cérémonies aux consonances religieuses sont animées par des prêtres qui sont de véritables initiés aux sciences et techniques de la communication. (FAO, 2001).

3.2.6.5. Dignitaires traditionnels et religieux comme vecteurs de communication

La religion qu'elle soit traditionnelle ou moderne, elle est une source importante de régulation sociale. Elle éveille la conscience morale, sociale et spirituelle et favorise de façon constante et ascendante une meilleure gestion des affaires publiques ainsi que locales sans oublier le développement humain. Les chefs traditionnels et les dignitaires sont en charge de la conservation des valeurs culturelles ou immatérielles à transmettre à la population surtout juvénile. Ils ont une responsabilité aux côtés des pouvoirs centraux et décentralisés. Les chefs traditionnels peuvent participer à l'exercice du pouvoir central et décentralisé par la consultation, la concertation. Les dignitaires quant à

eux, facilitent la gestion des conflits et savent intégrer la morale dans le comportement quotidien du citoyen. Par conséquent, la communication via les dignitaires se révèle très utile et importante dans nos localités en vue d'une prise de conscience de la population vis-à-vis du développement et en vue d'un partage de l'information à tous les groupes sociaux de la communauté.

Au-delà de ces canaux de communication traditionnels ci-dessus développés qui ont une utilité importante dans la bonne marche du développement des localités, il s'avère que l'utilisation de ces canaux de communication évite à l'administration communale des dépenses exorbitantes pour la mise en œuvre des plans de communication. Par ailleurs, les canaux de communication traditionnels peuvent-ils résister face à l'évolution rapide des nouvelles technologies de l'information et de la communication (avec les réseaux sociaux) ? C'est là une question qui mérite d'être approfondie ailleurs.

3.2.7. Budget alloué à la réalisation des actions de communication

La mise en route d'une stratégie de communication dépend de la disponibilité financière qui lui est destinée. Son efficacité en dépend également. Ainsi, dans le Plan de Travail Annuel (2015) de la Mairie d'Abomey-Calavi, le budget alloué aux objectifs de communication est de cinquante millions (50.000.000) de FCFA soit une proportion de 0,01% du budget total qui est de 4.915.022.249 FCFA.

3.3. Forces et faiblesses du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi pour le développement

3.3.1. Tableau récapitulatif des forces et faiblesses du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi

Pour réaliser ce tableau, nous avons procédé à l'analyse par la méthode SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats). En français il s'agit de

FFOM (Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces). C'est un outil d'analyse stratégique. Il combine l'étude des forces et des faiblesses d'une organisation, d'un territoire, d'un secteur...avec celle des opportunités et des menaces de son environnement, afin d'aider à la définition d'un plan de développement. Certains éléments inscrits dans le tableau sont relevés des analyses des résultats de l'enquête. Le tableau se présente comme suit :

Tableau n° 13:Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi

	Forces	Faiblesses
Niveau Interne	<ul style="list-style-type: none"> - La Mairie d'Abomey-Calavi dispose d'une cellule de communication et de protocole. - Utilisation de la radio par la Mairie pour informer la population. - Utilisation de magazine, des affiches et des crieurs publics. - Contrat avec les Radios et les Télévisions (Radio Tado FM, Golf FM, Canal 3) 	<ul style="list-style-type: none"> - Cellule de communication et protocole directement rattachée au Maire - Effectif du personnel très faible au niveau de la Cellule de communication et protocole (1personne) - L'utilisation limitée des crieurs publics. - Absence totale des documents administratifs en langue nationale - Inexistence des relais d'information. - Inexploitation du site Web de la Commune. - Inexploitation des cadres de concertation et des

		<p>réunions de proximité, des rencontres avec la population.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Information par affichage inappropriée
Niveau Externe	Opportunités	Menaces
	<ul style="list-style-type: none"> - Existence des chaînes radios et télévisés - Existence des agences de communication spécialisées dans la réalisation de spot - Présence de l'Université d'Abomey-Calavi et des universités privées. - Couverture de la Commune par les opérateurs Gsm offrant des services de connexion Internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Une couverture médiatique limitée dans la Commune. - La vaste étendue de la Commune - Les mutations au niveau du personnel en charge de la communication - Inexploitation des canaux de communication traditionnels. - L'utilisation massive des canaux de communication modernes au détriment des canaux de communication traditionnels

Source : Données de l'enquête, juin 2015

3.3.1.1. Analyse des forces

3.3.1.1.1. Cellule de communication et de protocole

L'efficacité d'une stratégie de communication mise en place dans une société dépend d'une cellule de communication. Cette dernière s'occupe de la communication interne et externe de l'entreprise. Elle est chargée de résoudre tous les problèmes liés à la communication de ladite société. Il peut-être question de la notoriété, de l'image, de la promotion d'un produit, du rétablissement de la confiance du consommateur, de l'apaisement et de la clarification des rumeurs qui sont prononcés à l'endroit de l'institution. La cellule de communication est aussi chargée de mettre en place des dispositifs pour rivaliser la scène concurrentielle afin de permettre à son entreprise d'être soit une référence, soit une puissance... Ainsi, la cellule de communication et de protocole de la Mairie d'Abomey-Calavi assume toutes ces fonctions pour maintenir une bonne relation entre le personnel de la Mairie et entre élus et populations. Elle favorise le rapprochement de la population des actions des élus locaux et aux services offerts par la Mairie.

3.3.1.1.2. Utilisation de la radio par la Mairie

La radio est aujourd'hui un moyen d'information incontournable dans le monde et nombreux sont les genres d'émissions qui sont diffusés sur ces chaînes radios. Il y a en toute première page l'édition du journal parlé, les émissions interactives, les grognes, les pages cultures, les débats politiques, les publi-reportages et bien d'autres. Il s'agit là des émissions pouvant permettre à une entreprise, société, institution de passer des informations relatives à ses activités, ses produits. Par conséquent, la Mairie d'Abomey-Calavi, avec ce moyen d'information est capable d'atteindre la grande masse de la population si la radio installée a une importante audience et dispose d'une large couverture médiatique. Ainsi, sur le terrain, l'enquête a révélé que 35,70% des populations

sont informées des activités de la Mairie par la Radio (Tableau 5, figure 4). Ce qui nous permet de dire que la radio est le canal le plus utilisé et par lequel la Mairie informe la population. Par ailleurs, il est important de rappeler que la radio est écoutée partout, dans les fin fonds des agglomérations. Avec l'avènement des postes radio qu'on traîne à la main et qui fonctionnent grâce aux piles et à l'électricité, les habitants n'ont plus de difficultés à s'en approprier pour s'informer. Ils sont moins chers et résistants.

3.3.1.1.3. Utilisation de magazine, des affiches et des crieurs publics

Les crieurs publics sont les canaux d'information traditionnels qui permettent de transmettre l'information aux populations les plus inaccessibles d'une localité. Leurs fonctions consistent à passer de maisons en maisons ; des rues en rues pour informer les citoyens. L'autre avantage de l'utilisation des crieurs public est qu'ils diffusent l'information en langue locale et favorisent ainsi la compréhension du message transmis à tous les niveaux. Ils sont employés à tout moment et en tout temps. Ce sont des relais d'information les mieux efficaces qui peuvent être utilisés. Par conséquent, la Mairie d'Abomey-Calavi, utilisant ce moyen d'information parviendra à informer non seulement la couche analphabète de la population de la Commune mais elle parviendra aussi à informer les citoyens qui n'ont pas pu recevoir le message véhiculé à la radio. En ce qui concerne les affiches et les magazines, ils sont des supports de communication les plus souvent utilisés dans la communication hors média pour informer certaines cibles visées. Dans la Commune d'Abomey-Calavi, les affiches sont utilisées pour informer la population des services qu'offrent la Mairie, des prix des prestations et des procès-verbaux des sessions du Conseil communal. Les magazines sont utilisés pour informer les personnes ressources, les partenaires financiers et techniques des actions du Maire, des élus locaux dans la Commune. C'est une manière d'archiver les actions des élus locaux.

3.3.1.1.4. Contrat avec les Radios et les Télévisions

Au cours de notre entretien avec le Délégué administrateur de la Radio Tado, il nous a affirmé que la radio est en contrat avec la Mairie d'Abomey-Calavi. Il en est de même avec la chaîne télévisée Canal 3 Bénin. Ce contrat avec la radio permet à la Mairie de bénéficier des formes de communication telles que les communiqués radio, les reportages. Avec la télévision, elle bénéficie des publi-reportages, des publicités audiovisuelles. Ces formes de communication favorisent la diffusion fiable et efficace des messages. Ce qui permet à la Mairie de profiter des audiences des chaînes radios et télévisées pour atteindre une masse importante de la population.

3.3.2. Analyse des faiblesses

3.3.2.1. Cellule de communication et protocole directement rattachée au Maire

Dans une entreprise commerciale ou une organisation, le secteur communication est un domaine à part entier. Il n'est ni rattachée au Président ni au Directeur. Il est autonome et fonctionne comme une branche complète de la société et dispose d'un personnel compétent dans le domaine de la Communication. Il peut y avoir le responsable du service chargé de la stratégie de communication, de la conduite de projets (magazine, site web...) de la programmation des actions et du budget. Il peut y avoir aussi le webmaster chargé de la gestion du site web de l'institution et enfin il peut y avoir un attaché de presse chargé des relations avec la presse pour l'institution et la présidence. Ces qualités d'une cellule de communication ne sont pas observées au sein de la Mairie d'Abomey-Calavi. Non seulement, la cellule est rattachée au Maire mais aussi elle dispose juste d'une seule personne comme personnel (Données de l'enquête, juin 2015).

3.3.2.2. Effectif du personnel très faible au niveau de la Cellule de communication et protocole

La cellule de communication de la Mairie dispose juste d'une seule personne comme personnel. Cette insuffisance d'employés ne favorise pas le bon fonctionnement de la dite cellule. Une cellule de communication a besoin d'au moins trois personnes qualifiées. Ainsi, les tâches sont partagées et sont bien accomplies. Une seule personne ne saurait être à la charge de la définition de la stratégie de communication, de la création et de l'animation du site web et en même temps à l'attachée de presse. C'est une surcharge de fonction qui risque de mettre en péril la cellule de communication. Cette dernière ne sera pas efficace dans ses services. Et c'est d'ailleurs le cas d'espèce au niveau de la Mairie d'Abomey-Calavi où la cellule de communication est gérée par une seule personne. Il est impératif pour la Mairie d'employer un webmaster, un attaché de presse pour permettre à la cellule de communication de bien fonctionner pour assurer les relations internes et externes. Car, il est observé lors des enquêtes une inertie du site Web de la Commune.

3.3.2.3. L'utilisation limitée des crieurs publics

Les crieurs publics ne sont pas utilisés de façon globale dans l'information du public. Et cela, contribue également au déficit en information de la population. Les crieurs publics sont des canaux efficaces pour porter les messages dans les oreilles des citoyens dans les localités inaccessibles et qui ne sont pas couvertes par les chaînes radios et télévisions. Ils réussissent là où les autres échouent. Ils utilisent les langues locales pour informer et facilitent ainsi la compréhension des messages. Et dans une Collectivité locale comme celle d'Abomey-Calavi où la majorité de la population est constitué de ceux qui travaillent à Cotonou et de ceux qui viennent d'Allada et de Zê pour y travailler, l'utilisation holistique et conjointe des crieurs publics aux canaux modernes est importante pour informer la masse de la population. C'est ainsi que lors de nos

enquêtes, il est révélé que 42,80% des populations enquêtés ne sont jamais informés des activités de la Mairie (Tableau 3, figure 2). Il est aussi révélé que 34,70% des populations enquêtées sont informées par les voisins. Pour quoi alors ne pas réussir à plus déployer les crieurs publics sur le terrain pour informer que de laisser la population s'enquérir des informations auprès des voisins. Lesquelles informations seront en différées et intoxiquées. L'usage limité de ce canal traditionnel est une faiblesse de la stratégie de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi. Car ici, il s'agit d'imposer ce canal à la population pour son information. Cette population qui préfère s'informer par la télévision et radio mais qui malheureusement est absence lors des diffusions des informations. Il est alors important pour la Mairie de dynamiser ce canal d'information.

3.3.2.4. Information par affichage inappropriée

Il s'avérait que dans la Commune d'Abomey-Calavi, la population n'aime pas et n'apprécie pas ce moyen d'information qu'est l'affichage. Pourtant la Mairie continue d'informer par ce moyen. Cela se justifie par le fait que 88,80% des populations enquêtées n'ont pas l'habitude de consulter les affiches à la Mairie (Tableau 6, figure 5). Nombreuses sont les raisons qui sont avancées par la population pour se justifier. La première raison est le manque de moyen de déplacement. Un citoyen qui est à Zinvié par exemple ne pourra quitter chez lui juste pour aller consulter les affiches à la Mairie s'il n'avait pas un autre centre d'intérêt qui devrait le conduire à la Mairie. Le quotidien de la population est plus important que d'aller consulter une affiche. Il est de même pour un citoyen de Godomey et de Hêvié. La seconde raison est le désintérêt de la population à la vie de la communauté. La troisième raison est que les affiches sont en français. Les analphabètes ne peuvent pas alors aller consulter. Au-delà de ces raisons, nous avons relevé des insuffisances au niveau des lois de la décentralisation. Lesquelles insuffisances sont à la base du déficit en

information du public. En effet, quatre articles de la loi n° 97-029 du 15 janvier 1999 ont fait obligation aux Mairies de communiquer avec les administrés à travers le moyen d'affichage. Il s'agit des articles 30, 33, 34 et 74. En ces articles, il est admis que le moyen d'affichage est la voie principale par laquelle les Mairies vont transmettre les procès-verbaux issus des sessions du Conseil communal. Ces affiches sont mises à la disposition du public au lieu destiné au sein de la Mairie. Or, l'information n'est pas seulement limitée à la Mairie. Et si les lois sur la décentralisation ont porté un regard plus ou moins important sur la communication territoriale ou locale, c'est parce qu'elle est utile pour le développement à la base, l'intégration des citoyens et une bonne relation entre population et élus locaux. Mais lors des enquêtes, nous avons noté que l'emploi du moyen d'affichage n'est pas fiable. La majorité des populations béninoises étant analphabètes, les lois sur la décentralisation devraient prendre en compte leur statut social dans le processus d'information. Car, l'affiche n'est pas disponible en langue locale. Pour une exploitation efficace et exhaustive du moyen d'affichage, il serait idéal qu'à l'issue des sessions du Conseil communal, deux copies des procès-verbaux soient mises à la disposition des Chefs d'Arrondissement, des Chefs de villages et quartiers de ville. Une copie sera affichée et l'autre restera dans leur boîte d'archive. Par ailleurs, il serait mieux aussi qu'en outre des affiches, qu'il ait des communiqués de presse produits en français et en langue locale pour faciliter la réception et la compréhension de l'information à tous les niveaux sociaux. La radio devient alors la solution la plus fiable et efficace dans l'information des citoyens. Et la Mairie d'Abomey-Calavi devrait commencer par diffuser ces informations sur toutes les radios, telles que la chaîne nationale (ortb) qui couvre d'ailleurs tout le territoire béninois.

3.3.2.5. Inexploitation du site Web de la Commune

La commune d'Abomey-Calavi dispose d'un site web. Il s'agit de www.abomey-calavi.org. Mais ce site web n'est pas animé par un webmaster. Et au cours de nos enquêtes, il est révélé que le site est en vente déjà. Nous avons essayé de consulter le site et il nous a été affiché ceci « www.abomey-Calavi is for sale ». Or, l'utilisation de ce site web serait un atout pour la Mairie d'Abomey-Calavi dans la diffusion des messages, dans la promotion de la Commune, dans la création des plateformes de discussions et d'échanges. Puisque qu'un nombre important de la population est lettrée, et est aussi constituée des étudiants, ce site leur permettra d'obtenir en un temps record des informations dont ils ont besoin sur la Commune. L'animation du site web permettra à la Mairie d'atteindre d'une manière ou d'une autre la population hors de la Commune. Car aujourd'hui, nous disposons partout des réseaux wifi, et des opérateurs GSM qui couvrent le territoire des dispositifs de connexion. Après avoir dynamisé le site, elle sensibilisera la population ciblée de l'existence d'un tel site web.

3.3.2.6. Inexploitation des cadres de concertation, des réunions de proximité et des rencontres avec la population

Les creusets de réflexion, les réunions, les rencontres sont des moyens de communication qui favorisent le partage d'opinion, la confiance entre population et entre élus et population. Ils favorisent aussi la participation de la population aux actions de développement et suscitent en elles le sentiment d'appartenance à une communauté. Ainsi, dans un contexte de décentralisation, où la population n'est plus un simple bénéficiaire des actions de développement, ces moyens sont importants à exploiter. L'inexploitation de ces canaux conduit les collectivités locales à des projets de développement sans l'avis de la population et sans son adhésion. Telle est le cas de la Commune d'Abomey-Calavi où 92,90% des populations enquêtées ne sont pas impliqués dans

l'élaboration et l'adoption du Plan de Développement Communal (Tableau10, figure 9). Dans une collectivité où la population est mise en marge des programmes de développement, les élus locaux sont traités de corrupteurs et de faux dirigeants. Et cela suscite de la méfiance au niveau des citoyens et des rumeurs à l'endroit des élus locaux. C'est ainsi que les conflits intergroupes sociaux naissent au sein d'une même Commune. Ces canaux doivent être plus exploités en vue d'établir la bonne relation au sein d'une collectivité.

3.3.2.7. Inexistence des relais d'information

Les relais d'information jouent presque les mêmes rôles que les crieurs publics. Juste que dans ce registre précis, ce sont les personnes ressources, les personnes d'influences, les responsables de groupes sociaux qui sont utilisés pour relayer les informations au niveau de leurs clans respectifs. Les Mairies peuvent aussi utiliser des Arrondissement comme des centres de relais d'information. Mais dans la Commune d'Abomey-Calavi, il est difficile aux citoyens d'avoir accès aux Arrondissements. Et dans une Commune aussi vaste comme celle d'Abomey-Calavi qui comprend neuf arrondissements aussi loin des uns et des autres et loin de la Mairie, il est impératif d'utiliser les Arrondissements comme relais d'information pour faciliter la circulation du flux de l'information à tous les niveaux. Les responsables des clans sont importants à employer comme relai d'information dans la Commune d'Abomey-Calavi en raison de la multitude des clans et des groupes socioculturelles. Il y a Adja, Aizɔ, kotafɔ̃, Nago, Tofi, Yoruba. Ces groupes sociaux sont de jour en jour nombreux dans la Commune. Ces moyens d'informations permettront d'atteindre chaque clan, ce qui favorisera la transmission de l'information et sa compréhension au niveau de chaque couche sociale et l'adhésion de ces derniers aux projets de développement.

3.3.3. Analyse des opportunités

3.3.3.1. Existence des chaînes radios et télévisées

Le paysage médiatique de la Commune d'Abomey-Calavi n'est pas à négliger. Il y a tout au moins la présence de deux radios ; une communautaire et l'autre locale. Il s'agit de la radio Tado FM (communautaire) et de la radio Diaspora FM (locale). Ces deux radios sont implantées dans l'Arrondissement d'Abomey-Calavi et disposent d'une audience plus ou moins importante. Elles sont importantes pour la Mairie dans la transmission, la diffusion des messages relatifs aux activités, aux actions de développement, aux appels aux citoyens pour le paiement des taxes et impôts, pour l'appel à l'ordre public et au calme. A travers ses radios, la Mairie peut sensibiliser la population par le biais des émissions interactives. Elle peut aussi échanger de façon directe avec la population sur des sujets de développement via les débats, les émissions de grogne spécialisés et bien d'autres. Ce sont des espaces d'échanges, de réflexion qui sont en mesure de faire adhérer et participer la population aux actions de développement. Et dans une Commune comme celle d'Abomey-Calavi où la population prend d'assaut les chaînes radios (Golf FM, Radio Tokpa, Tado FM) et autres pour dénoncer, pour apporter leur pierre à l'édifice, la présence de ses radios sont vraiment d'une importance capitale. Car, pendant nos essayages à écouter ou suivre les émissions sur les différentes radios, qu'elles soient à Cotonou ou à Calavi, nous avons noté que la grande partie des auditeurs qui appellent résident dans la Commune d'Abomey-Calavi. Ce qui signifie que la population s'intéresse aux émissions radio et que la Mairie d'Abomey-Calavi peut toutefois en profiter pour ses actions de communication. Par ailleurs, ces radios constituent aussi des espaces de compte rendu des actions des élus locaux, des règlements de compte entre opérateurs économiques et des espaces de négociation. Et dans le contexte de la décentralisation les comptes rendus des procès-verbaux issus des sessions du Conseil communal doivent être diffusés

par toutes les voies capables d'atteindre la population. Et la radio est une de ces voies qui est en mesure d'atteindre une grande masse de la population. Ces deux radios constituent ainsi des opportunités pour la Mairie dans la reddition des comptes et dans la transmission des informations liées aux actions des élus locaux et aux actions en rapport avec la population. Plus loin, la Mairie peut aussi profiter des autres chaînes radios en occurrence : ortb ; la chaîne nationale.

3.3.3.2. Existence des marchés

Dans les sociétés traditionnelles, la communication de proximité a plus de valeur que l'information à distance diffusée par les mass médias. Introduits par la colonisation, les moyens de diffusion modernes n'ont pas supplanté totalement les circuits de transmission de l'information dans les villages et localités reculés du pays. Et même dans les quartiers populaires des grandes villes, on note la survivance des canaux et circuits oraux fondée sur des modes de communication de proximité et des échanges interpersonnels. Les marchés, lieux d'échanges et de rencontres, sont demeurés des espaces publics de communication sociale pour le monde rural et pour le secteur informel des communautés urbaines.

3.3.3.3. Existence des agences de communication spécialisées dans la réalisation de spot et autres

La présence de ses structures dans l'environnement de la Commune d'Abomey-Calavi est en mesure de favoriser la visibilité et la promotion de celle-ci. Ce sont des espaces de création, de réalisation, d'arts dans le choix des supports de communication pouvant mettre en relief une idée, un message à véhiculer. C'est aussi des espaces de concertation, de culture ayant pour objectif d'attirer les consommateurs qui sont d'ailleurs les populations. Ces espaces sont des opportunités pour la Mairie dans la réalisation des plaquettes d'information, des publicités, des panneaux publicitaires dans la ville et sur la ville, des supports audiovisuels, etc. Parce que lors de nos observations, il est remarqué

que la Mairie dispose moins des informations sur la ville dans les différents Arrondissements que la Commune compte. Or il est important aux populations, à tout étranger qui entre dans les quartiers de ville et villages d'avoir le minimum d'information sur la Commune.

3.3.3.4. Présence de l'Université d'Abomey-Calavi et des universités privées

Les universités sont de meilleurs espaces pour la circulation du flux de l'information. Elles regorgent des étudiants, des professeurs, des chercheurs, des vendeuses, des opérateurs économiques, etc. Ces espaces favorisent les échanges et les négociations et les utiliser comme étant des vecteurs de communication est un atout pour la Commune. L'information circule vite à ces lieux de formation, d'apprentissage. Elle est portée de la bouche à oreille et est reçue par une majorité absolue. C'est alors une opportunité pour la Mairie dans le but d'informer une masse importante de la population. Car, il est révélé au cours de nos enquêtes, que la population qui reçoit l'information est minime. Soit un taux de 23,50% des populations enquêtées sont souvent informées. (Tableau 3, figure 2). L'idéal serait pour la Mairie que plus de 50% des populations soient toujours informées. Par conséquent, la prise en compte des universités comme des vecteurs de communication est un élément favorable à l'efficacité de la stratégie de communication de la Mairie.

3.3.3.5. Couverture de la Commune par les opérateurs Gsm offrant des services de connexion internet

Il s'agit ici d'une opportunité qui permet de garder les citoyens connectés aux réseaux sociaux pour s'informer. L'emploi de ces opérateurs Gsm favorise non seulement l'accès fiable aux informations sur l'Internet mais aussi favorise les échanges via les réseaux sociaux. Et étant donné que la Mairie a un site web pour la Commune, la connexion est un maillon important pour l'animation de ce

site. Il est important aussi dans le partage des informations sur les activités de la Mairie via l'Internet.

3.3.4. Analyse des menaces

3.3.4.1. Couverture médiatique limitée

La couverture médiatique de la Commune est limitée et cela s'explique par deux raisons. La première raison est liée à la vaste étendue de la Commune et la deuxième raison est liée à la couverture médiatique des radios Tado FM et Diaspora FM qui sont installées dans l'Arrondissement d'Abomey-Calavi. Elles disposent effectivement d'une audience non négligeable mais elles n'arrivent pas à couvrir tous les neuf arrondissements de la Commune. Seuls, les citoyens de Calavi et environs reçoivent chez eux les ondes de ces radios. Ce qui justifie la concentration de l'information que nous avons notés lors de nos investigations. Il est alors impératif de solliciter l'installation de bien autres radios dans les arrondissements qui ne sont pas couverts par les deux radios existantes. Par ailleurs, la Mairie, dans ses actions de communication peut faire recours aux autres chaînes radios qui disposent d'une grande audience. Nous citerons la chaîne nationale en particulier. Elle est reçue partout dans le Bénin avec des programmes plus alléchants. Cette initiative permettra la bonne circulation et la meilleure réception des informations au niveau de tous les citoyens. Ce qui d'ailleurs, rendra plus efficace la stratégie de communication de la Mairie. Car, le maximum de citoyens sera informé et le déficit en information ne serait plus un problème de communication. Une population civilisée est une population bien informée.

3.3.4.2. La vaste étendu de la Commune

Selon les statistiques, la Commune d'Abomey-Calavi est la Commune la plus vaste du département de l'Atlantique. La Commune occupe plus de 20%

du département. Cet aspect entrave la diffusion de l'information au niveau de tous les Arrondissements, les quartiers de ville et les villages de la Commune.

3.3.4.3. Les mutations au niveau du personnel en charge de la communication

Les mutations au niveau du personnel constituent une menace pour la ténacité et le bon fonctionnement du plan de communication d'une entreprise. Il est idéal de maintenir le même personnel en charge de la communication jusqu'à l'échéance du plan de communication en cours. Dans le cas où, le changement serait une obligation, il serait judicieux de choisir quelqu'un dont les compétences seront égales ou supérieures à son prédécesseur.

3.3.4.4. Inexploitation des canaux de communication traditionnels

L'utilisation exclusive des canaux de communication modernes au niveau des administrations communales ne répond pas véritablement aux attentes des enjeux de la décentralisation. Pour assurer un développement à la base dans une localité telle qu'Abomey-Calavi où il y a des quartiers de villes et des villages, l'utilisation associée et ordonnée des canaux de communication modernes et traditionnels est utile. Elle est utile dans la mesure où les différents groupes sociaux dans la Commune sont en prise en compte dans la transmission de l'information. Par conséquent, les canaux de communication traditionnels sont à explorer de façon exhaustive.

Au totale, de l'analyse des forces et faiblesses de la stratégie de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi, nos différentes hypothèses ont été validées. La première hypothèse signifie que « *la radio est le canal de communication le plus utilisé par la Mairie d'Abomey-Calavi pour informer la population* ». 35,70% des populations enquêtées ont affirmé que la Mairie les informe souvent par la radio. De ce fait la première hypothèse est validée. La deuxième hypothèse est « *la non traduction des documents administratifs en langue nationale constitue la faiblesse majeure du plan de communication de la*

Mairie d'Abomey-calavi» Cette hypothèse est validée de part les informations traitées sur le moyen d'affichage qui non seulement est limité au sein de la Mairie mais aussi il est uniquement traduit en langue française. Il en est de même avec la diffusion des procès verbaux sur les chaînes radios. Les procès verbaux sont uniquement diffusés en langue française. Et 88.80% de la population enquêtée ne consultent les affiches à la Mairie. Quant à la troisième hypothèse qui signifie que « *le recours à la radio diffusion est le meilleur point d'amélioration du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi* » est aussi validée vu les résultats de notre recherche. En effet, la radio diffusion permet aux habitants des agglomérations de la Commune d'avoir les informations au même titre que les autres. Elle est le moyen de communication le plus accessible de tous les citoyens. La radio rassemble la communauté autour des sujets de développement, favorise les échanges entre les élus et les administrés. Elle favorise également la participation de la population au développement de leur Commune. Toutes les informations en diffusion radiophonique sont non seulement en langue française mais en langue nationale. Le plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi est ainsi amélioré.

En sommes, nous vous présentons les raisons qui nous ont motivées à effectuer cette recherche. Les raisons sont présentées dans le tableau ci-dessous :

Tableau n° 14: Identification des problèmes de communication et les objectifs pour leur résolution

Problèmes de communication	Objectifs de communication
1. Faible niveau de vulgarisation et de maîtrise des lois sur la décentralisation	1.1. Faire connaître les compétences et attributions de la Mairie
	1.2. Informer les citoyens sur la compétence et rôles actuels de l'Etat dans les Communes
	1.3. Populariser les systèmes de gestion des ressources naturelles sous la décentralisation
	1.4. Informer et former les associations d'usagers et associations professionnelles sur les conditions de délégation de maîtrise d'ouvrage et de gestion d'infrastructures par la Commune
	1.5. Informer sur les principes de base d'un contrôle de citoyen légal et efficace
2. Faible niveau d'information et d'implication des populations à la gestion des affaires publiques locales	2.1. Rendre disponible les informations sur le budget communal
	2.2. Faire connaître aux citoyens les projets de développement en cours dans la Commune
	2.3. Rendre disponibles les informations sur la gestion quotidienne de la Mairie
	2.4. Faciliter l'accès des usagers aux services de la Mairie
	2.5. Populariser le contenu du PDC
	2.6. Sensibiliser les populations sur l'importance de la mobilisation des ressources

	pour la mise en œuvre du PDC
	2.7. Renforcer le civisme fiscal des citoyens
	2.8. Sensibiliser les populations sur l'importance de la mobilisation des contreparties financières, matérielles et en main d'œuvre des populations dans la réalisation des projets de développement
	2.9. Eduquer les citoyens au respect des biens publics
	2.10. Faciliter l'accès aux domaines administratifs et comptes-rendus des délibérations du Conseil Communal.

Sources : CEBEDES Xudodo, 2006.

SUGGESTIONS

La rubrique suggestion de notre travail va à l'endroit des autorités locales et des autorités étatiques. Ainsi, il s'agit pour :

➤ Les autorités locales de :

- Explorer les moyens de communication traditionnels tels que : les crieurs publics, les rencontres, les réunions de proximité, les cadres de concertation, les marchés, les fêtes, les spectacles, les dignitaires traditionnels et religieux.
- Favoriser l'échange permanente avec les citoyens par les moyens de communication modernes et traditionnels
- Travailler avec les représentants des différentes couches sociales (Têtes couronnées, autorités religieuses, chefs de quartiers et de villages et les leaders d'opinion)
- Utiliser les moyens d'information de masse pour une communication de proximité, pédagogique et civique pour impliquer et mobiliser les populations
- Intensifier les contacts directs avec la population pour instaurer la confiance et faciliter l'échange entre élus locaux et citoyens.
- Rendre plus effectif le personnel de la cellule de communication et de protocole

➤ Les autorités étatiques

- Elaborer une politique de communication pour faciliter la participation citoyenne au développement local
- Former un personnel spécialisé en communication pour le développement
- Mettre en place une politique d'appui financier aux réalisations des objectifs de communication au niveau des collectivités locales
- Renforcer la capacité des acteurs du développement local.
- Prendre conscience de l'importance de la communication pour le développement et encourager la communication locale.

CONCLUSION

Le thème de recherche « *Analyse du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi* » est d'une grande importance dans la participation citoyenne au développement local dans les Communes en général, et en particulier dans la Commune d'investigation.

En effet, au Bénin, l'institution de la décentralisation a permis le transfert de certaines compétences de l'Etat central vers les entités locales dont le bus est de promouvoir la démocratie et le développement à la base. Ce nouveau processus de gestion implique davantage la population à la base. Cette dernière n'est plus seulement un bénéficiaire mais elle est aussi un acteur principal du développement. Avec ce processus, chaque acteur a son rôle à jouer. Celui des élus locaux est d'assurer l'information et la communication des populations pouvant susciter leur participation au développement local.

Les principaux résultats de cette recherche montrent que la participation citoyenne au développement local est très faible malgré les efforts que fournit l'Administration communale.

Par ailleurs, de l'analyse des forces et faiblesses du plan de communication de la Mairie, il ressort que la principale force est le recours à la radio diffusion. Elle est le principal canal utilisé par la Mairie pour informer la population. Et de l'analyse des faiblesses, il est retenu que la non traduction des documents administratifs en langue nationale constitue la faiblesse majeure du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi.

Sommaire toute, la Mairie d' Abomey-Calavi priorise les moyens de communication moderne pour informer les citoyens. Ceci doit continuer mais en combinaison avec les canaux d'information traditionnels tels que les réunions de proximité, les crieurs publics, les cadres de concertation, les rencontres etc. Car ils sont utiles et importants dans la communication participative en vue d'un bon

développement local. La Mairie d'Abomey-Calavi est appelée à plus considérer l'utilisation de la langue nationale dans ses différentes formes de communication. Les affiches sont à exploiter au niveau de toutes les entités locales de la Commune et doivent être traduites en langue nationale.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Ouvrages généraux

Ahohounkpanzon M., 2010, *Stratégie de communication des institutions*. Document de synthèse sur les stratégies de communication marketing et communication institutionnelle, DSLC/FLASH/ UAC. Inédit.

Dadélé A., 2009, *Introduction aux sciences sur langage et de la communication*, Document de synthèse sur la communication pour le développement, DSLC/FLASH/UAC. Inédit.

Dèhoumon P., 2006, *La décentralisation entre risques et espoirs*, Editions COPEF.

Dossou C., *Décentralisation-Déconcentration-Découpage territorial : ce qu'il faut savoir*. Cotonou.

Guidibi Emmanuel, 2006, *Monographie de la Commune d'Abomey-Calavi*, Afrique Conseil.

Georg, C., Lichtenberg, 1997, *Le Miroir de l'âme*, Corti.

Thierry Libaert, 2013, *Le plan de communication*, Dunod.

Zannou, G., 1984, *Les collectivités locales dans la nouvelle réforme de l'administration territoriale en République Populaire du Bénin*. Cotonou : CEFAP.

- Mémoires et thèses :

Amadou, Moukaila, 2008, *la problématique de la communication dans la gouvernance locale au Bénin : le cas de la Commune de Savè*, Mémoire de Maîtrise, UAC/INJEPS.

Olou, M., 2001, *Contribution à la mise en œuvre de la décentralisation pour un développement humain durable au Bénin : cas de la Commune de Savè*, Mémoire de Maîtrise, UAC/INJEPS.

Amèdomey, C., 2015, *Analyse des forces et des faiblesses de la stratégie de communication de la Mairie de Lokossa avec les administrés (Département du Mono, Sud-ouest du Bénin)*, Mémoire de Maîtrise, FLASH/DSLCL.

Comlan, B. et Tonou, T., 2007, *Analyse du mécanisme de mobilisation des ressources par les municipalités : cas de la Commune d'Abomey-Calavi*, Mémoire de DESS, UAC, Bénin.

Nansounon C.K., 2010, *L'appui à la communication locale : un outil de promotion de la bonne gouvernance dans les communes des départements de l'Atacora et de la Donga*, Mémoire de Master 2 en Science de Gestion, Le CNAM et Isor Bénin.

Nutsugan A., 1998. *La communication locale comme moteur de développement de la future commune de Comé*. ENAM, STID.

Sogbo, E.A., 2013, *Dynamisme urbaine et insécurité dans la Commune d'Abomey-Calavi*, mémoire de maîtrise, UAC/FLASH/DGAT.

- **Rapports et autres documents**

ADEA, 2000, *Techniques et outils de la communication institutionnelle*, rapport de synthèse de la Banque Mondiale.

ADEA, 2000, *Le rôle de la communication dans l'éducation et le développement*, rapport de synthèse de la Banque Mondiale.

ANCB, 2007, *rapport général sur l'auto-évaluation de la gouvernance locale au Bénin*, Cotonou.

Assah G., 2015, *Décentralisation et participation citoyenne au Bénin*, Cotonou.

DIRO-CENTER, 2005, *Plan de Développement Communal; Commune d'Abomey-Calavi*.

Mégard D., 2012, *La communication publique et territoriale*, édition Dunod.

FAO, 2002, *la communication pour le développement manuel 1*, guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia, Atelier régional bilingue, Niamey, Niger.

FAO, 2001, *La situation de la communication pour le développement au Burkina Faso Tome 1*.

INSAE, 2013, *Que retenir des effectifs de population en 2013 ? RGPH4*.

Konan, M.Y., 2008, *Marketing mix et stratégie*, support de cours, Groupe MISA.

MSC., *Synthèse du Plan de Développement Communal 2012-2016, Commune d'Abomey-Calavi*. Document de synthèse.

MD., 2002, *Recueil des lois sur la Décentralisation*. Cotonou.

Tchacondoh, O. et Dèhoumon P., 2011, *Démocratie participative et citoyenneté*, COPED, rapport de projet dougore 2011 sur la décentralisation au Togo.

PDC, 2005, *Autorités locales et populations sur la même longueur d'onde; Élaboration et mise en œuvre de plans de communication dans les Communes*.

OCDE, 2005, *Processus de décentralisation et de développement local en Afrique de l'Ouest*, édit : Normand Lauzon et Laurent Bossard.

Sommet du Montréal, 2002, *Le développement local*, Document de synthèse sur les principes du développement local.

Zémor, P., 1995, *La communication publique*, Paris.

- **Site internet et blog**

Blog love-communication, février 2016, 10h18min33s.

ANNEXES :

Annexe 1 : Questionnaire adressé à la population de la Commune d'Abomey-Calavi

GENERALITES

Madame, Messieurs

Dans le cadre de mes recherches pour la soutenance du mémoire dont le thème est « Analyse des forces et faiblesses de la stratégie de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi », je vous prie d'y contribuer en répondant aux questions ci-après. Merci de votre appui.

Sexe.....

Profession et lieu de travail:.....

Arrondissement :.....

I/ Conscience citoyenne

01/ Avez-vous connaissance du rôle que vous avez à jouer dans le développement de votre Commune ? Oui Non

II/ Implication de la population dans les affaires locales

02/ Etes-vous impliqué dans l'élaboration et l'adoption du Programme du Développement Communal (PDC) ? Oui Non

III/ Participation citoyenne

03/ Participez-vous aux activités de la Mairie? Oui Non

Si oui, est-ce que c'est : Toujours Souvent Quelque fois

IV/ Information du public

04/ La Mairie organise t- elle des réunions ou des séances d'informations pour les populations? Oui Non

Si oui, est-ce que c'est: Toujours Souvent Quelque fois

05/ Le conseil communal vous rend-t-il régulièrement compte de ses délibérations ? Oui Non

Si oui, par quel moyen ? Radio Affiche Crieur public

06/ Etes-vous souvent informés des activités organisées par la mairie ?

Oui Non

V/ Canaux de communication par lesquels la population s'informe

07/ Est-ce que vous avez l'habitude de consulter à la mairie les procès-verbaux, les comptes rendus des délibérations du Conseil Communal ? Oui Non

Si non, pourquoi ?.....

08/ Quels sont les moyens par lesquels la Mairie vous informe ?

Radio Télé Affiches Crieur public Réunion Voisin

09/ Quel est le canal par lequel vous préférez être informé(e) ?

Choisissez parmi les canaux suivants

Radio Télé Journaux Réunion Crieur public

Pourquoi ce canal ?.....

10/ Est-ce que vous arrivez à donner votre opinion aux autorités locales?

Oui Non

11/ Avez-vous connaissance du site Internet de la Mairie ? Oui Non

12/ Appréciez-vous le moyen de communication par lequel la Mairie vous informe ? Oui Non

Pourquoi ?.....

13/ Avez-vous connaissances des services que la Mairie peut vous offrir ?

Oui Non

Merci d'avoir répondu à nos questions !

Annexe 2 : Questionnaire adressé aux organes de presse

GENERALITES

Nom de l'organe de presse :

Direction régionale :

Titre :

1/ Quelles sont les modalités avec lesquelles la Mairie vous utilise-t-elle?

Contrat : Prestation de service

2/ La Mairie vous associe-t-elle vraiment à la communication de la Commune ?

Oui Non

Si c'est oui, est-ce : Souvent Toujours Quelquefois

3/ Quelles sont les formes de communication que la Mairie fait passer par votre Canal ?

.....

4/ Quels sont les moyens utilisés ?

Message Meeting Conférence de presse Autres

5/ Quelles sont les langues que vous utilisez pour les travaux de communication de la Mairie ?

Aïzɔ Fɔn Tɔfin Yoruba Nago Gun Français

6/ Médiatisez-vous les sessions du conseil communal lorsqu'elles sont ouvertes au public ?

Oui Non

Si oui, est-ce : Souvent Toujours Quelque fois

7/ Dans quelles langues ces sessions sont-elles animés ?

Aïzɔ Fɔn Tɔfi Yoruba Nago Gun Français

8/ Etes-vous au courant des résultats des délibérations du conseil communal ?

Oui. Non

Si oui est-ce : Souvent Toujours Quelque fois

9/ Dans quelles langues ces résultats sont-ils délibérés ?

Aïzɔ Fɔn Tɔfi Yoruba Nago Gun Français

10/ Quels sont les moyens par lesquels ces résultats sont-ils délibérés ?.....

11/ Comment percevez-vous les opérations de communication de la Mairie ?

Très bien Bien Assez-bien Passable Médiocre

12/ Que pouvez-vous nous dire du paysage médiatique de la Commune de d'Abomey-Calavi ?.....

13/ Selon vous, est-il nécessaire pour une collectivité locale de communiquer ?

Oui Non

Si oui, pourquoi ?.....

14/ Etes-vous satisfait de la communication faite par la Mairie ?

Oui Non

Si c'est non, pourquoi ? Et que proposeriez-vous ?.....

Merci d'avoir répondu à nos questions!

TABLE DES MATIERES

DEDICACE	i
REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES	iii
LISTE DES TABLEAUX.....	iv
RESUME	vi
Xota.....	vi
SOMMAIRE	vii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 : PROBLEMATIQUE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE	3
1.1. PROBLEMATIQUE.....	3
1.1.1. Revue de littérature	4
1.1.1.2. Clarification des concepts	4
1.1.2. Objectifs et hypothèses	11
1.1.2.1. Objectifs	11
1.1.2.1.1. Objectif général.....	11
1.1.2.1.2. Objectifs spécifiques.....	11
1.1.2.2. Hypothèses :.....	11
1.2. APPROCHE METHODOLOGIQUE.....	12
1.2.1. Justification du choix du thème	12
1.2.2. Population et échantillonnage	14
1.2.2.1. Population d'enquête	14
1.2.2.2. Echantillonnage.....	14
1.2.2.2.1. La méthode raisonnée	15
1.2.2.2.2. La méthode au hasard	15
1.2.2.2.3. Technique d'échantillonnage	16
1.2.3. Données et informations à Collecter.....	16
1.2.4. Outils de collecte de données.....	17
1.2.5. Techniques de collecte de données	17
1.2.6. Techniques d'analyse.....	17

CHAPITRE 2 : PRESENTATION DU CADRE THEORIQUE ET DU CADRE DE RECHERCHE.....	18
2.1. Présentation du cadre théorique.....	18
2.1.1. Le paradigme d'Harold Dwight Lasswell.....	18
2.1.2. Modèle de motivation de Maslow	19
2.1.3. Difficultés rencontrées	20
2.2. Présentation du cadre de recherche.....	21
2.2.1. Situation géographique et administrative	21
2.2.1.1. Situation géographique	21
2.2.1.1.1. Les caractéristiques physiques.....	22
2.2.1.1.2. Les caractéristiques humaines	22
2.2.2. Situation administrative	23
CHAPITRE 3 : PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE	24
3.1. Présentation des résultats de l'enquête	24
3.1.1. Conscience citoyenne	24
3.1.2. Le niveau d'information du public	25
3.1.3. Les canaux d'information et de communication utilisés par la Mairie	26
3.1.6. L'implication de la population dans les projets de développement à la base.....	31
3.2. Analyse des résultats de l'enquête	33
3.2.1. Plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi	33
3.2.1.1. Les objectifs de communication	33
3.2.1.2. Les cibles visées.....	34
3.2.1.3. Les actions de communication.....	34
3.2.1.4. Les canaux et supports de communication	35
3.2.1.4.1. Les canaux de communication.....	35
3.2.1.4.2. Les supports de communication	35
3.2.2. Adaptation des canaux d'information et de communication	36
3.2.3. L'information du public.....	38
3.2.4. L'implication du citoyen dans les affaires locales.....	38

3.2.5. L'importance de la Communication dans le processus de la participation citoyenne au développement local	39
3.2.6. L'importance des canaux de communication traditionnels dans le processus de participation citoyenne au développement local.....	42
3.2.6.1. Les réunions de proximité comme espaces de concertation et de socialisation	42
3.2.6.2. Les buvettes comme un espace de relais	43
3.2.6.3. Les fêtes comme période de communication.....	43
3.2.6.4. Les cérémonies religieuses comme espaces ancestraux et modernes de la communication didactique	44
3.2.6.5. Dignitaires traditionnels et religieux comme vecteurs de communication.....	44
3.2.7. Budget alloué à la réalisation des actions de communication	45
3.3. Forces et faiblesses du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi pour le développement.....	45
3.3.1. Tableau récapitulatif des forces et faiblesses du plan de communication de la Mairie d'Abomey-Calavi	45
3.3.1.1. Analyse des forces	48
3.3.1.1.1. Cellule de communication et de protocole	48
3.3.1.1.2. Utilisation de la radio par la Mairie	48
3.3.1.1.3. Utilisation de magazine, des affiches et des crieurs publics	49
3.3.1.1.4. Contrat avec les Radios et les Télévisions.....	50
3.3.2. Analyse des faiblesses	50
3.3.2.1. Cellule de communication et protocole directement rattachée au Maire	50
3.3.2.2. Effectif du personnel très faible au niveau de la Cellule de communication et protocole	51
3.3.2.3. L'utilisation limitée des crieurs publics.....	51
3.3.2.4. Information par affichage inappropriée	52
3.3.2.5. Inexploitation du site Web de la Commune	54
3.3.2.6. Inexploitation des cadres de concertation, des réunions de proximité et des rencontres avec la population	54
3.3.2.7. Inexistence des relais d'information.....	55

3.3.3. Analyse des opportunités	56
3.3.3.1. Existence des chaînes radios et télévisées	56
3.3.3.2. Existence des marchés	57
3.3.3.3. Existence des agences de communication spécialisées dans la réalisation de spot et autres	57
3.3.3.4. Présence de l'Université d'Abomey-Calavi et des universités privées	58
3.3.3.5. Couverture de la Commune par les opérateurs Gsm offrant des services de connexion internet.....	58
3.3.4. Analyse des menaces	59
3.3.4.1. Couverture médiatique limitée.....	59
3.3.4.2. La vaste étendu de la Commune	59
3.3.4.3. Les mutations au niveau du personnel en charge de la communication.....	60
3.3.4.4. Inexploitation des canaux de communication traditionnels.....	60
SUGGESTIONS	64
CONCLUSION.....	65
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	67
ANNEXES :.....	70
TABLE DES MATIERES	75