

Université Abderrahmane Mira-Bejaia
Faculté des sciences humaines et sociales
Département de Sciences d'information et de la communication



Spécialité : Communication et relations publiques

Mémoire de fin de cycle

En vue d'obtention du diplôme de master en sciences d'information et
de la communication

Option : Communication et relations publiques

Thème

**La communication territoriale au service de la solidarité
villageoise**

Cas pratique : Association de Maison des Jeunes de Melbou

Préparé par :

Encadreur

- AISSOU Abdeslam
- ADRAR Idir

Dr. AOUDIA Nacer

Année universitaire : 2023/2024.

Remerciement

Nous tenons à remercier toutes les personnes qui ont contribué au succès de notre stage et qui m'ont aidée lors de la rédaction de ce mémoire.

Nous voudrions dans un premier temps remercier, notre encadreur de mémoire AOUDIA NACER professeur à l'université Abderrahmane Mira-Bejaia pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter notre réflexion.

On remercie également toute l'équipe de l'université de Abderrahmane Mira-Bejaia et les intervenants professionnels responsables de notre formation, pour avoir assuré notre travail.

Nous tenons à témoigner toute notre reconnaissance aux personnes suivantes, pour leur aide dans la réalisation de ce mémoire :

Monsieur Zarrouk Rabah qui nous a beaucoup appris sur les défis à relever dans le monde de communication. Il a partagé ses connaissances et expériences dans ce milieu, tout en nous accordant sa confiance et une large indépendance dans l'exécution de missions valorisantes.

Monsieur Bouaissaoui Samir pour ses entretiens et avoir répondu à nos questions sur la communication territoriale, ainsi que leur expérience personnelle. Ils ont été d'un grand soutien dans l'élaboration de ce mémoire.

nos parents, nos frères et sœurs pour leur soutien constant et leurs encouragements.

Dédicace

Je dédie ce travail qui n'aurait pu avoir vu la lumière sans l'aide du bon dieu le tout puissant

A mes très chers parents, qui ont toujours été la pour moi.

Aucun mot ne saurait exprimer ma profonde gratitude et ma sincère reconnaissance envers les deux personnes les plus chères à mon cœur, si mes expressions pourraient avoir quelque pouvoir, j'en serais profondément heureux. Je vous dois ce que je suis. Vos prières et vos sacrifices m'ont comblé tout au long de mon existence. Que ce mémoire soit au niveau de vos attentes, présente pour vous l'estime et le respect que je voue, et qu'elle soit le témoignage de la fierté et l'estime que je ressens. Puisse dieu tout puissant vous procurer santé, bonheur et prospérité.

**A mes frères Nabil, Nassim et Mohamed pour leurs encouragements.
Vous savez que l'affection et l'amour fraternel que je vous porte sont sans limite.**

J'implore dieu qu'il vous apporte bonheur et vous aide à réaliser vos vœux.

Je vous souhaite une vie pleine de prospérité et de joie.

Ce travail est dédié à mes grands parents, décédés trop tôt, qui m'ont toujours poussé et motivé dans mes études. J'espère que, de là où ils sont, ils apprécient cet humble geste comme preuve de reconnaissance de la part d'un bonhomme qui a toujours prié pour le salut de leurs âmes. Puisse dieu, le tout puissant, les avoir en sa sainte miséricorde.

A tous les membres de ma famille : grand-mère, mes oncles, mes tantes, cousins, cousines

Vous m'avez soutenu et comblé tout au long de mon parcours. Que ce travail soit témoignage mes sentiments les plus sincères et les plus affectueux. Puisse dieu vous procurer bonheur et prospérité.

A mon binôme et cher ami ADRAR IDIR

Pour la belle énergie que tu as partagée avec moi chaque jour pour la réalisation de ce travail, pour les moments agréables que nous avons passés ensemble pour notre belle amitié.

AISSOU ABDESLAM

Dédicace

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

À mes parents, dont le soutien inconditionnel, les encouragements et l'amour ont été des sources constantes de motivation tout au long de mon parcours universitaire. Votre confiance en moi a été mon pilier.

À mes enseignants et encadrants, pour leurs conseils avisés, leur patience et leur engagement à m'accompagner tout au long de ce voyage académique. Vous avez été des guides précieux dans cette aventure intellectuelle.

A mes frères et mes sœurs

Cette réussite est autant la vôtre que la mienne. Votre soutien indéfectible, vos encouragements sincères et vos moments de complicité ont été des sources précieuses de force et d'inspiration tout au long de ce parcours. Merci pour votre présence constante et vos précieux conseils.

À mes amis, pour leur compréhension, leur soutien moral et leurs moments de détente partagés, qui ont rendu ce parcours plus agréable et moins solennel.

Enfin, à toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail, je vous adresse un grand merci.

Ce mémoire est aussi le fruit de votre influence et de votre encouragement.

ADRAR IDIR

Liste des figures

| Les figures | Titre | Page |
|--------------------|--|-------------|
| 01 | Interactions entre la communication territoriale et le nouveau modèle de développement économique | 27 |
| 02 | Approches territoriales intégrée et concertée du développement local | 33 |
| 03 | L'emplacement géographique de la maison des jeunes de melbou | 46 |

Sommaire

Remerciement

Dédicaces

Liste des Figures

Introduction générale..... 1

Cadre méthodologique

Chapitre 01 :Analyse conceptuelle..... 6

1. **Problématique**.....8
2. **Hypothèses**.....10
3. **Définition des concepts**.....10
4. **Etudes antérieurs**.....11

Chapitre 02 : Démarche méthodologique.....14

1. **L'approche théorique**.....15
2. **Méthode de l'étude**.....17
3. **Outils de l'étude**.....18
4. **La population d'étude**.....21
5. **L'échantillon d'étude**.....21
6. **Technique d'échantillonnage**.....21
7. **Les étapes de réalisation de l'enquête**.....22
8. **Le déroulement d'enquête**.....23

Cadre théorique

Chapitre 03 : La communication territoriale

Section01 : la communication territoriale, définition, acteurs..... 27

Section 02 : le lien entre la communication territoriale, et le développement local, les fondements de développement locale. 33

Chapitre 04 : La solidarité villageoise

Section 01 : la solidarité dans un territoire définitions, les différentes expressions de la solidarité villageoise..... 38

Section02 :Renforcer le tissu social : Cultiver la solidarité entre les hommes,La Solidarité au Cœur de l'Éthique : Un Pilier de Pratique Inclusive, Les dimensions de la solidarité..... 40

CADRE PRATIQUE

Chapitre 05 : Présentation des données

Section 01 : présentation d'association. 47

Section 02 : présentation du terrain d'étude : 50

Chapitre 06 : Présentation des résultats

Section 01 : analyse et interprétation des données 54

Section 02 : Discussion des résultats : 62

Conclusion générale 66

Liste bibliographique

Annexes

Table de matière

Résumé

Introduction

Introduction :

La communication est l'essentiel de toute interaction humaine, Elle crée nos relations, nos perceptions, tant au niveau individuel que collectif. Depuis longtemps où nos ancêtres communiquaient par des signes basiques jusqu'à l'ère moderne de la communication numérique, cette discipline a évolué pour devenir un pilier fondamental de la société contemporaine.

Au cœur de la communication se trouve le besoin fondamental de se connecter avec les autres, de partager des idées, des émotions, et des informations. Cette connexion est essentielle pour le développement personnel, la cohésion sociale et la construction de communautés solides. De plus, la communication joue un rôle important dans la résolution des conflits, la promotion du changement social, et la diffusion des connaissances et de la culture.

Dans le paysage de la communication contemporaine, la communication territoriale émerge comme un domaine d'étude important, particulièrement pertinent dans le contexte des communautés locales et des Territoires déterminés. La communication territoriale englobe les processus de création, de diffusion et d'échange d'informations, et de récits spécifiques à un territoire donné, qu'il s'agisse d'une ville, d'un village, ou d'une région.

À l'ère de la mondialisation et de l'urbanisation croissante, où les caractéristiques régionales peuvent être menacées par des forces externes, la communication territoriale devient un outil crucial pour renforcer le sentiment d'appartenance et la cohésion sociale au sein des communautés. Elle offre un moyen, outil de valoriser les particularités culturelles, historiques et géographiques d'un territoire, tout en favorisant la participation des citoyens.

La solidarité représente la base essentielle sur lequel reposent les communautés humaines depuis longtemps. Elle représente un concept essentiel de coopération, de solidarité et de soutien mutuel entre les individus au sein d'une société. Au cœur de la solidarité réside une conscience partagée de responsabilité envers autrui, ainsi qu'un engagement à répondre aux besoins collectifs, qu'ils soient d'ordre matériel, émotionnel ou social. La solidarité franchit les frontières individuelles et englobe des valeurs telles que la justice et l'inclusion, créant ainsi un tissu social harmonieux.

Introduction

La solidarité villageoise reflète la manifestation de ces valeurs au sein des communautés rurales ou villageoises. Elle se caractérise par des liens sociaux étroits, une proximité géographique et une interdépendance mutuelle entre les habitants d'un même territoire. Faisant face à des défis uniques tels que l'isolement géographique et la faiblesse des infrastructures, puis les communautés villageoises trouvent dans la solidarité un moyen de dépasser ces obstacles et de promouvoir le bien-être commun. La solidarité villageoise se matérialise à travers une multitude d'actions locales, telles que les réseaux de voisinage, et les associations communautaires, et les événements culturels, qui renforcent le sentiment d'appartenance et la cohésion sociale au sein du village. En favorisant le partage des ressources et le soutien mutuel, la solidarité villageoise contribue à bâtir des communautés dynamiques, durables où chaque individu se sent valorisé et inclus dans un réseau de relations interpersonnelles solides.

Au cœur des dynamiques de solidarité villageoise se trouve la communication territoriale, un facteur primordial pour le renforcement des liens sociaux et la promotion du bien-être communautaire.

La communication territoriale intègre un ensemble de stratégies visant à faciliter l'échange d'informations et la coordination des actions au sein d'une communauté villageoise. À travers des canaux variés tels que les réunions communautaires, les médias locaux, les plateformes en ligne et les événements culturels, la communication territoriale permet aux habitants d'un village de partager leurs inquiétudes, leurs soucis, leurs idées et leurs aspirations, tout en favorisant un sentiment d'appartenance, en facilitant la diffusion des initiatives de solidarité, et en renforçant la participation citoyenne.

La communication territoriale devient un levier puissant pour la construction de communautés rurales robustes, inclusives et prospères. Dans cette optique, explorer les dynamiques de la communication territoriale au sein des villages prend une importance cruciale pour comprendre comment les communautés rurales mobilisent leurs ressources pour relever les défis de manière collaborative et solidaire.

En Algérie, les associations jouent un rôle dominant dans la promotion de la solidarité villageoise à travers la communication territoriale. Ces organisations locales agissent comme des éléments clés en facilitant les échanges d'informations, la coordination des actions et la mobilisation des ressources au sein des communautés rurales. À travers des initiatives telles

que les programmes de développement local, les projets agricoles coopératifs et les programmes d'éducation communautaire.

Les associations telles que Croissant-Rouge Algérien (CRA), Association El Baraka et SOS Village d'Enfants Algérie contribuent à renforcer le tissu social des villages en encourageant la participation citoyenne et en promouvant un sentiment d'appartenance et d'engagement civique. En utilisant des outils de communication adaptés tels que les réseaux sociaux, les radios locales et les rencontres de quartier, ces associations parviennent à toucher un large public et à sensibiliser les habitants aux enjeux locaux.

Dans notre recherche, on parle aussi de territoire qui bien plus qu'un simple espace physique délimité par des frontières géographiques. Il incarne une multitude de significations et de dynamiques sociales, culturelles, politiques et économiques qui façonnent les interactions humaines et les structures de pouvoir à l'échelle locale, régionale ou nationale. En tant que lieu de vie et d'interaction, le territoire englobe les paysages naturels, les infrastructures urbaines, les institutions politiques, les communautés humaines et les écosystèmes qui coexistent et interagissent de manière complexe. Les territoires, quant à eux, représentent des sous-ensembles spécifiques de ce vaste territoire, souvent caractérisés par des identités culturelles distinctes, des modes de vie particuliers, ou des enjeux socio-économiques spécifiques. Ils peuvent prendre différentes formes, telles que les villes, les villages, les régions administratives ou les zones rurales, chacun avec ses propres caractéristiques et dynamiques. Ainsi, la notion de territoire est fondamentale pour comprendre les relations humaines et les processus de développement dans un contexte géographique donné.

Dans ce contexte où se trouve notre recherche, qui a pour objectif la tentative d'étudier et d'analyser la communication territoriale au service de la solidarité villageoise au sein des associations, nous avons effectué notre stage pratique au sein d'une association des maisons des jeunes de Melbou.

Dans le but de répondre à notre objectif de recherche, nous avons élaboré un plan de travail divisé en trois parties :

La première partie est la partie méthodologique qui est divisée en deux chapitres : le premier chapitre est l'analyse conceptuelle composée de problématique, les hypothèses, la définition des concepts, et les études antérieures. Le deuxième chapitre se compose de la démarche

Introduction

méthodologique divisée en deux approches théoriques et méthodologiques suivi de méthode d'étude, outil d'étude, population d'étude et l'échantillon d'étude puis la technique d'échantillonnage et aussi les étapes de la pré-enquête ainsi l'enquête.

La deuxième partie est la partie théorique, divisée en deux chapitres, le premier chapitre intitulé la communication territoriale, composé de deux sections, la première section Fournit une vue d'ensemble la communication territoriale, définitions, et les principes de la communication territoriale et la deuxième section, sur la communication territoriale, au service de développement local.

Le deuxième chapitre aborde la solidarité villageoise, la première section est sur la définition et l'action de la solidarité villageoise, en deuxième section a propos la de la solidarité au service la cohésion sociale.

Comme troisième pratique, la partie pratique qui comporte deux chapitres, le premier est la présentation des données, présentation de l'association des maisons des jeunes de melbou, et la présentation du terrain d'étude. Et le deuxième chapitre qui est nommé présentation des résultats composé d'analyse et interprétation des données et de la discussion de résultat de l'enquête.

Dans notre dernière et finale partie, on a conclu notre travail de recherche avec une conclusion générale et une liste bibliographique, annexes et tables de matière.

Enfin, La communication territoriale au service de la solidarité villageoise représente un thème crucial dans le contexte actuel de transformation sociale et économique. Plusieurs raisons et facteurs motivent ce choix. Tout d'abord, la solidarité constitue un pilier essentiel pour renforcer le lien social au sein des communautés locales, en favorisant l'entraide et le soutien mutuel entre les habitants. Ensuite, la communication territoriale joue un rôle fondamental dans la sensibilisation et l'engagement des citoyens, en leur permettant de s'informer sur les initiatives solidaires et d'y participer activement. De plus, dans un monde de plus en plus numérisé, les outils de communication modernes offrent des opportunités inédites pour connecter les acteurs locaux et promouvoir des actions collectives, renforçant ainsi la cohésion sociale. Enfin, ce thème s'inscrit dans une perspective de développement durable, en soulignant l'importance des ressources locales et des échanges solidaires pour construire un avenir plus résilient. Ainsi, l'exploration de ce sujet permettra de mieux comprendre les

Introduction

dynamiques qui sous-tendent la solidarité au sein des villages et d'identifier des leviers pour améliorer les pratiques de communication et d'engagement communautaire.

Cadre méthodologique

Chapitre 01

L'analyse conceptuelle

1. Problématique :

La communication est un outil essentiel pour la diffusion de l'information, de sensibilisation des populations, et de mobilisation des acteurs. Cependant, la communication traditionnelle, qui est souvent unidirectionnelle, peut être insuffisante pour répondre aux besoins des populations concernées. C'est à partir de cela que la communication participative s'est développée comme une approche qui vise à impliquer les populations dans les processus de communication. Elle permet de prendre en compte les besoins et les aspirations des populations, et de garantir que la communication soit efficace et pertinente. Lorsque la communication vise à promouvoir des valeurs partagées, elle implique beaucoup d'acteurs pour produire des actions collectives et des changements durables.

C'est dans ce sens que la communication territoriale est considérée une pratique participative complexe qui vise à valoriser et à promouvoir les composantes d'un territoire en impliquant tous les acteurs. Elle est un moyen important pour le développement local, car elle permet de créer un sentiment d'appartenance à un territoire, de susciter des actions collectives, et de promouvoir le côté relationnel et d'entraide avec l'entourage à travers des programmes d'action palpables qui permettent de prendre en charge les besoins et les préoccupations des habitants.

Par ailleurs, il est à rappeler que le territoire est le résultat des représentations et de l'action collective des acteurs qui s'impose comme un construit social permanent, en constante appropriation grâce aux relations durables de proximité géographiques. D'ailleurs, il constitue un objet d'étude pluridisciplinaire étudié par de différentes disciplines ; la géographie, la sociologie, l'économie, l'histoire, la politique, l'urbanisme et la communication. Les différentes disciplines apportent des perspectives complémentaires sur le territoire.

Il est à noter pour toute fin utile, que la solidarité dans toutes ses formes «réflexives», se noue dans un circuit fondé sur la conscience d'intérêts communs et par la mise en pratique collective. Autrement dit, elle est une démonstration d'entraide entre les habitants illustrée par une action commune afin de faire face à une situation (sinistre, bienfaisance ...)

A titre démonstratif, La solidarité villageoise est présente dans de nombreuses cultures et sociétés, notamment dans les sociétés rurales. Elle est un élément important de la vie sociale des villages, car elle permet de faire face aux difficultés de la vie quotidienne et de renforcer le sentiment d'appartenance à la communauté. Elle peut prendre différentes formes et se manifester par des actions concrètes, telles que l'aide aux personnes âgées ou aux

personnes en difficulté, ou par des actions symboliques, telles que la participation à des fêtes ou des cérémonies collectives. Elle est un atout important pour le développement des villages qui permet de renforcer la cohésion sociale et de créer des liens entre les habitants.

Pour justement illustrer la communication territoriale au service de la solidarité villageoise, notre travail de recherche est focalisé essentiellement sur l'approche typiquement sociale, compte tenu des actions caritatives menées par les membres de l'association des activités de jeunes de Melbou véhiculé, surtout par un programme d'actions tracé au préalable autour de l'entraide et la coopération entre les habitants d'un village. Elle est fondée sur des valeurs communes, telles que la fraternité, la solidarité, et la réciprocité. La deuxième approche présente est l'approche de la communication participative qui est illustrée par la mise en valeur des idées véhiculées par les membres du bureau qui versent inéluctablement dans l'intérêt primordial du citoyen et du même pointer l'œil sur le développement local à la ligne de mire. Donc toute action ne peut être concrétisée sans la conjugaison des efforts de chacun. Et pour se faire entendre et se faire suivre, tout repose sur ce qu'on appelle la 'communication' avec ses aspects traditionnels ou modernes, de bouche à oreille, via des placards publicitaires, rassemblement citoyens, réseaux sociaux, mass media, presse écrite ou audiovisuelle. enfin, L'action "rurales, villes..." vise à promouvoir le développement durable des zones rurales et urbaines. Pour ce faire, il est important de tenir compte des caractéristiques géographiques de la région de melbou. En effet, la région présente des particularités uniques, telles que sa position géographique, ses plages au centre urbain, la propreté incomparable de ses ruelles, mais aussi de l'hospitalité de ses habitants, Ces caractéristiques doivent être prises en compte lors de la mise en œuvre de l'action afin de garantir son succès.

A cet effet, compte tenu de l'omniprésence de cette problématique dans le quotidien de tous, le choix de la mettre en lumière dans notre mémoire de recherche, axé sur la communication territoriale au sein de la solidarité villageoise, s'impose naturellement. Un fil qui nous a mené droit vers une association des activités des jeunes de Melbou ou les membres de son Bureau exécutif ont fait de la communication 'inter et intra groupe pour mener à bien sa mission.

À ce niveau se situe notre préoccupation qui concerne la communication territoriale au service de la solidarité villageoise et notre question principale est la suivante :

Quel est le rôle de la communication territoriale dans la promotion de la solidarité dans le village de 'Tizi el Oued' commune de MELBOU ?

A partir de cette question principale se déroule ces questions secondaires :

- Comment le contexte de communication et le travail mené par les membres d'association des jeunes diffère d'une région à une autre de la commune de Melbou ?
- Quelles sont les activités de communication entrepris par l'association des jeunes pour promouvoir la solidarité dans la commune de Melbou ?

2 .Les hypothèses :

Hypothèse 01 : La diversité socio-économique, culturelle et géographique des régions de Melbou impose des adaptations des actions des associations de jeunes et de leur communication pour répondre aux besoins et aux défis propres à chaque territoire.

Hypothèse 02 : les activités de communication entreprises par l'association des jeunes pour promouvoir la solidarité dans la commune de Melbou sont les Indemnités spéciales aux familles défavorisées et l'Opération couffin de Ramadan.

3. Définition des concepts :

Communication territoriale :

Aissa Merah, Vincent Meyer et Soumaya el Mendili définissent :

« La communication est portée par l'ensemble des collectivités locales et des organismes publics locaux. Elle tient une place particulière. Fortement attachée à des territoires et à des institutions, elle a pour mission l'information des habitants sur les services publics, l'animation du territoire et de la vie démocratique ». ¹

Selon toujours Aissa Merah, Vincent Meyer et Soumaya el Mendili « L'ensemble des communications produites dans et sur un territoire. Cette forme de communication présente « un ensemble de moyens et de supports qui diffusent les images de territoires. » ²

Définition opérationnelle :

¹Aissa MERAH, Vincent MEYER et Soumaya EL MENDILI, (2021), communication publique et marketing territoriale au Maghreb : pour une communication responsable sur les territoires, RIMEC Revue Internationale de Management, Entrepreneuriat et Communication, N° 6, page 88.

²Ibid page 126.

La communication territoriale est un processus par lequel une organisation, une institution ou une collectivité locale échange des informations, des idées et des messages avec les membres de sa communauté et d'autres parties prenantes. Son but est de renforcer la cohésion sociale, de promouvoir les activités et les projets locaux, et de gérer l'image et la réputation du territoire.

LE TERRITOIRE :selonAïssa MERAH et Vincent MEYER« est le lieu qui rassemble, qui relie les individus et les acteurs, il est le dénominateur commun, l'ancrage dont a besoin chaque individu : le repère. Un territoire dansl'essence même de sa conception est délimité par ses propres spécificités qui en font un cadre unique. »³

Définition opérationnelle :

Un territoire est une zone géographique délimitée par des frontières administratives, naturelles ou fonctionnelles où une entité, comme une personne, une organisation ou une collectivité, exerce une influence, des responsabilités ou un contrôle. Cette zone peut être aussi petite qu'un quartier ou aussi grande qu'un pays.

La solidarité : selonYves Rinaudo« la solidarité appartient au domaine du quotidien vécu. Pas de cellule villageoise qui ne soit imprégnée, traversée et structurée par ce noyau dur d'une sociabilité Étendue. Elle suscite et anime ainsi la multitude des associations. »⁴

Définition opérationnelle :

La solidarité est un principe par lequel des individus ou des groupes s'entraident et se soutiennent mutuellement, souvent dans le but de surmonter des difficultés ou de promouvoir le bien-être commun. En pratique, cela signifie offrir de l'aide, des ressources ou un soutien moral à ceux qui en ont besoin, que ce soit dans des situations de crise, de pauvreté ou de besoin spécifique.

3. Etudes antérieures :

Première étude :

³ Aïssa MERAH et Vincent MEYER, (2015), communication publique et territoriale au Maghreb : enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs. L'harmattan communication et civilisation.

⁴Yves Rinaudo, (1982), Solidarités, affinités et groupements sociaux dans les pays méditerranéens (XVIe-XXe siècles) : Actes des journées d'études, Bendor, 8, 9 et 10 mai 1980. Cahiers de la Méditerranée, hors série n°6, Page 159.

Cette étude traite la communication et la solidarité villageoise en temps de crises cas des incendies de Kabylie 2021 cas pratique association kafil el yatim réalisé par Dehas Hayat et Benlamri Yanis Ismet, pour l'obtention de diplôme de master 2 en science de l'information et de la communication option communication et relations public. Leur question principale de cette étude est « comment la communication associative a-t-elle conduit à la solidarité villageoise dans les moments de crises en Kabylie ? »

En vue de cerner leur problématique ils ont 3 hypothèses :

Première hypothèse :

L'objectif de la communication associative dans la gestion de crise c'est la création des liens Entre les villageois et des personnes qui pourraient apporter un soutien.

Deuxième hypothèse :

Les limites de la communication de crise employée par les associations ont engendré des Difficultés pour gérer la crise.

Troisième hypothèse :

La multiplication des actions de communication de crise a conduit vers une forte mobilisation citoyenne.

Ce thème de recherche parle sur la communication et la solidarité villageoise en temps de crise, cas des incendies de Kabylie 2021 cas pratique association kafil el yatim, Donc le chercheur a choisi la méthode la plus adaptable qui est la méthode qualitative. En effet, la méthodologie employée repose sur l'observation et l'entretien. Le chercheur a décomposé son travail de recherche en 3 chapitres le premier est composé de section intitulée la communication associative, type, objectif en définissent la communication associative et en introduisons la communication de sensibilisation et ses objectifs. Le deuxième chapitre est composé de deux sections réservées à la crise et à la gestion de crise en donnant un aperçu générale de la crise et comment se fait la gestion de crise. Le troisième chapitre parle sur les activités de la communication associative en temps de crise en définissant la communication de crise et la réalisation de campagne de sensibilisation.

Les résultats de cette étude sont :

1. Le premier résultat approuve que l'objectif de la communication associative dans la gestion de crise est de mettre la communication comme un élément primordial que les associations ne négligent pas pour communiquer en interne et en externe.

2. Le deuxième résultat approuve que les limites de la communication de crise employées par les associations ont engendré des difficultés pour gérer la crise car les citoyens en temps de déclenchements des feus, ils n'ont pas eu les moyens pour combattre le feu alors ils n'ont fait que se protéger (pas d'eau due aux feux, que des pelles pour essayer de limiter un peu les dégâts se disant être impuissant face à ça).

3. Le troisième résultat approuve que La multiplication des actions de communication de crise a conduit vers une forte mobilisation citoyenne car les présidents d'associations ont utilisé les réseaux sociaux comme facebook pour toucher plus des personnes et la collaboration avec d'autres associations.

Ils semblent que notre étude et leur étude partagent des objectifs communs concernant la communication au sein des associations et les actions de communication faite entre les membres de l'association et les membres de village, ce qui permet d'aider à mieux comprendre notre thème...

Les chercheurs ont utilisé la méthode qualitative afin d'analyser et interpréter les résultats de leur recherche: ils ont utilisé l'observation comme technique directe qui visent à collecter des données, et ils ont utilisé aussi comme outil de recherche « l'entretien semi directive ». Ces choix sont justifiés par la visée de cette étude qui consiste à décrire et analyser le phénomène. On observe une convergence notable dans les messages véhiculés par les différentes associations et similitude dans les contextes de communication.

Nous avons soigneusement sélectionné les mémoires les plus pertinentes et appropriées à notre thème afin d'élargir nos perspectives et d'améliorer notre recherche sur la communication territoriale au service de la solidarité villageoise.

Cette étude nous permet d'apporter des connaissances sur notre sujet et d'améliorer notre compréhension et nos pratiques dans ce thème étudié.

Chapitre 02

Démarche méthodologique

1. L'approche théorique :

L'inscription de notre objet d'étude dans un champ thématique pertinent à notre spécialité est une étape cruciale. Cette étape nous permettra de cerner le phénomène étudié et de lui attribuer une signification scientifique. Nous avons sélectionné deux approches pour rendre notre phénomène d'étude intelligible : L'approche de la communication participative et l'approche sociale. En combinant ces deux approches nous permet de mieux comprendre les différentes dimensions du phénomène étudié et d'en dégager une analyse approfondie.

1.1 L'approche sociale :

Selon Jean-Claude Abric ⁵ « L'approche sociale de la communication est une perspective qui met l'accent sur les interactions et les relations entre les individus au sein d'un contexte social. Elle s'intéresse à la manière dont la communication influence ces interactions et relations, et à la manière dont elles influencent la communication ». Dans notre cas, l'approche sociale appliquée à la communication territoriale au service de la solidarité villageoise considère les membres des associations de la maison des jeunes de Melbou comme des intermédiaires clés. En effet, ils permettent de créer des liens entre les habitants, les institutions locales et les autres acteurs du territoire, favorisant ainsi la collaboration et l'échange d'informations. L'approche sociale de Jean-Claude Abric permet d'analyser les représentations sociales que les habitants d'un village ont de leur village et de la solidarité. Puis la communication territoriale Valoriser les initiatives solidaires: La communication peut mettre en lumière les actions solidaires qui existent dans le village et les initiatives qui favorisent le vivre-ensemble. Cette approche permet de Promouvoir les valeurs de solidarité: La communication peut diffuser des messages qui encouragent la solidarité et l'entraide entre les habitants. Créer un sentiment d'appartenance à une communauté solidaire: La communication peut contribuer à créer un sentiment d'appartenance à une communauté solidaire et à renforcer les liens entre les habitants Favoriser la participation des habitants à des actions solidaires. L'approche sociale de Jean-Claude Abric met l'accent sur l'importance de la participation des individus à la construction des représentations sociales. L'approche sociale de Jean-Claude Abric offre un cadre pertinent pour analyser et développer la communication territoriale au service de la solidarité villageoise. En tenant compte des représentations sociales du village et de la solidarité, la communication peut jouer un rôle important dans la construction d'une

⁵Jean-Claude Abric, 1994, pratiques sociales et présentations. Psychologie sociale, page 18.

communauté solidaire et dynamique. Elle vise à tisser des liens de confiance entre les organisations et leur environnement. Cette confiance permet une meilleure interaction et une acceptation accrue de l'organisation sein de la société. En effet, ces relations basées sur la confiance favorisent la recherche d'un bénéfice mutuel et une compréhension réciproque. L'approche sociale s'avère être un outil essentiel pour la communication territoriale au service de la solidarité villageoise. En effet, en s'appuyant sur les principes du dialogue, de la confiance et de la recherche d'un bénéfice mutuel. En conclusion, l'approche sociale est un élément central d'une communication territoriale réussie au service de la solidarité villageoise. En adoptant cette approche, les acteurs du territoire peuvent contribuer à construire une communauté plus solidaire et plus dynamique.

1.2 L'approche de la communication participative :

Selon Armand Mattelart et Seth Siegelau « L'approche de la communication participative est une méthodologie qui vise à impliquer activement les publics cibles dans le processus de communication. Elle se base sur l'idée que la communication est un échange à double sens, où les participants ont autant à donner qu'à recevoir. »⁶ L'approche de la communication participative peut être un outil puissant pour renforcer la solidarité villageoise au sein d'une association. En effet, en impliquant activement les habitants dans le processus de communication, elle permet de créer un sentiment d'appartenance et d'inclusion, En donnant aux habitants l'opportunité de s'exprimer et d'être écoutés, elle permet aussi de renforcer le sentiment d'appartenance à une communauté solidaire, Et de valoriser les contributions de chacun, elle permet de créer un sentiment d'inclusion et de respect mutuel. Elle encourage la participation et l'engagement en informant les habitants des projets et des actions de l'association, l'approche participative les encourage à s'y impliquer et à y participer activement. Selon l'approche de la communication participative, les citoyens ne sont pas de simples récepteurs d'informations, mais ils sont des acteurs actifs qui ont le droit et la responsabilité de participer à la communication publique. Cette approche repose sur le principe que les citoyens ne sont pas de simples destinataires d'informations, mais des parties prenantes actives qui ont le droit et le devoir de contribuer à la communication publique.

« L'expression « communication participative pour le développement », réfère à cet usage. Nous pouvons la définir ainsi : La communication participative pour le développement est une

⁶Mattelart, Armand et Seth Siegelau, 1997, *Communication and Class Struggle*, vol. 1 : *Capitalism, Imperialism*, page 20.

action planifiée, fondée d'une part sur les processus participatifs et d'autre part sur les médias et la communication interpersonnelle, qui facilite le dialogue entre différents intervenants réunis autour d'un problème de développement ou d'un but commun, afin d'identifier et de mettre en œuvre une initiative concrète visant à solutionner le problème ou atteindre le but fixé, et qui soutient et accompagne cette initiative. »⁷

2. Méthode de l'étude :

Le choix de la méthode de travail dépend intrinsèquement de l'objet de recherche et des objectifs. En l'occurrence, notre recherche vise à évaluer l'efficacité de la communication territoriale au service des cas de solidarité, spécialement villageoise. C'est pourquoi nous avons opté pour une méthode qualitative, car elle nous semble la plus appropriée pour générer les données nécessaires à l'analyse et au traitement, permettant ainsi une meilleure compréhension du phénomène étudié et de comprendre les ressorts de la solidarité villageoise et comment la communication territoriale contribue à la renforcer et à la pérenniser et de connaître leur enjeux et leur défis.

Selon Antoine Bioy, Marie-Carmen Castillo, Marie Koenig : « La méthode qualitative s'attache à expliquer un phénomène, à lui donner une signification voire un sens. Les résultats sont exprimés en mots (analyse à la suite d'entretiens, observations cliniques...). »⁸

Selon toujours Antoine Bioy, Marie-Carmen Castillo, Marie Koenig : « Les approches qualitatives et leur développement décomplexé en psychologie clinique sont à mettre en lien avec une certaine philosophie du sujet. Certes, on a toujours prétendu mettre le patient au centre de nos pensées et actions. Mais il était paradoxalement parfois peu impliqué dans les recherches, alors même que ces dernières sont ce qui justifie et nourrit les dispositifs cliniques d'analyse et d'accompagnement. »⁹

Selon Pierre Paillé et Alex Mucchielli :

« L'enquête qualitative de terrain, en particulier, comporte de nombreuses inconnues, car ses opérations ne sont pas aussi prévisibles que, disons, une recherche expérimentale. Nous entendons par « enquête qualitative de terrain » la recherche qui implique un contact

⁷Guy Bessette, (2004), *Communication et participation communautaire*. Les Presses de l'Université Laval, page 10.

⁸Bioy, A., Castillo, M.-C., & Koenig, M. (Eds.). (2021). *Les méthodes qualitatives en psychologie clinique et psychopathologie* (Collection Univers Psy). Paris, France : Dunod. Page 21.

⁹ Ibid. page 21.

personnel avec les sujets de la recherche, principalement par des entretiens et par l'observation des pratiques dans les milieux mêmes où évoluent les acteurs (Paillé, 2009a). »¹⁰

Selon toujours Pierre Paillé et Alex Mucchielli :

« L'enquête est dite « qualitative » principalement dans deux sens : d'abord, dans les sens que ses méthodes et ses instruments sont conçus, d'une part, pour recueillir des données qualitatives (témoignages, notes de terrain, images vidéo, etc.), et, d'autre part, pour analyser ces données de manière qualitative (c'est-à-dire en extrayant le sens plutôt qu'en les transformant en pourcentages ou en statistiques) »¹¹

3. Outils de l'étude :

3.1 L'entretien semi directif :

Dans le cadre de notre recherche, nous avons opté pour l'entretien semi-directif comme technique de collecte de données. Selon Jean-Claude Kaufmann (2016): L'entretien semi-directif est une méthode de recueil de données qualitatives qui consiste à interroger un individu en face à face à partir d'un guide d'entretien. Il se caractérise par sa souplesse et sa flexibilité, permettant à l'enquêteur d'adapter son questionnement en fonction des réponses du participant. Pour mener à bien notre enquête, il est crucial de préparer un guide d'entretien. Ce guide servira de base pour les entretiens semi-directifs et permettra d'aborder tous les thèmes importants de notre étude. Il contiendra l'ensemble des questions relatives à notre thématique, ce qui nous permettra de recueillir des données précises et cohérentes. En d'autres termes, le guide d'entretien est un outil essentiel pour garantir la qualité et la fiabilité de notre recherche. Il nous permettra de rester sur la bonne voie et de ne pas oublier d'aborder des points importants. De plus, il permettra aux participants de mieux comprendre l'objectif de l'entretien de se préparer en conséquence. L'entretien semi-directif est un choix pertinent pour plusieurs raisons : Flexibilité et adaptabilité, Permet d'adapter le questionnement en fonction des réponses du participant et Approfondir les points importants et explorer des pistes inattendues. Nous avons rédigé un guide d'entretien, divisé en trois axes, le premier axe est composé de Cadre juridique et organisationnel des associations locales : Décret, création, élections. Le deuxième axe est composé de Diversité des styles de communication à Melbou,

¹⁰ Pierre Paillé, Alex Mucchielli, (2021). L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales. RAMAND COLIN, Cinquième édition, page 15.

¹¹ Ibid. page 15.

un aperçu des principaux médias et canaux de communication, enfin le 3ème axe est composé de mission, portée et objectifs de l'association.

Selon Geneviève Imbert :

« L'entretien semi-directif est donc une conversation ou un dialogue qui a lieu généralement entre deux personnes. Il s'agit d'un moment privilégié d'écoute, d'empathie, de partage, de reconnaissance de l'expertise du profane et du chercheur. Ce dernier ayant établi une relation de confiance avec son informateur va recueillir un récit en s'appuyant sur un guide préalablement testé et construit à l'issue de travaux de recherche exploratoire »¹²

Selon Jean-Claude Combessie :

« le guide d'entretien est un memento (un pense-bête). Il est rédigé avant l'entretien et comporte la liste des thèmes ou des aspects du thème qui devront avoir été abordés avant la fin de l'entretien. Comme tout memento, il doit être facilement et rapidement consultable : détaillé et précis mais avec des notations brèves et claires (mots clefs ; phrases nominales...). L'ordre des thèmes de la liste est construit pour préfigurer un déroulement possible de l'entretien, une logique probable des enchaînements. »¹³

3.2 Observation :

L'observation est un outil précieux pour compléter l'entretien et enrichir les données collectées. En effet, elle permet de constater les faits, d'observer les comportements non verbaux et de détecter les incohérences entre les paroles et les actes. Lors de notre enquête, nous avons utilisé l'observation pour comprendre le contexte des réponses des participants et repérer des éléments non verbaux significatifs et de vérifier la cohérence des réponses avec les comportements observés.

Selon Lydia Fernandez

« Observer c'est, étymologiquement, se mettre devant. Ainsi, observer quelqu'un, c'est le prendre comme « objet ». L'observation suppose l'attention centrée sur un objet et la capacité de discriminer les différences entre les phénomènes. Elle repose sur une stricte opposition

¹²Geneviève Imbert, 2010, Recherche en soins infirmiers. Association de Recherche en Soins Infirmiers, (N° 102), Page 19.

¹³Jean-Claude Combessie, 2007, La méthode en sociologie. La Découverte, page 24.

entre le sujet (observant) et l'objet (perçu). L'observation est l'action de regarder avec attention les êtres, les choses, les événements, les phénomènes, pour les décrire, les étudier, les expliquer, en tirer des conclusions. »¹⁴

Grille d'Observation : sur l'opération couffin de ramadan faite au sein d'association de maison des jeunes de Melbou.

| Critères d'Observation | Description | Échelle de Notation |
|---------------------------------------|---|----------------------------|
| Type d'Initiative | Opération couffin de ramadan | Observée |
| Participation des Citoyens | participation sporadique, quelques personnes impliquées | moyen |
| Communication Utilisée | affichage | partielle |
| Impact sur la Cohésion Sociale | L'initiative a renforcé les liens sociaux. Les habitants se sentent plus unis, solidaires et engagés les uns envers les autres. | positif |
| Satisfaction des Acteurs | Les participants sont globalement satisfaits, apprécient l'initiative et expriment des commentaires positifs. | satisfait |
| Durabilité des Initiatives | Les actions sont conçues pour être pérennes. Il existe des plans pour maintenir et développer les initiatives dans le temps. | Durable |

¹⁴Antoine Bioy, Marie-Carmen Castillo, Marie Koenig, 2021, Les méthodes qualitatives en psychologie clinique et psychopathologie. Dunod, page 161.

Source : faite par nous même.

4. La population d'étude : les membres d'association des jeunes de melbou.

La population d'étude est composée de l'ensemble des membres d'association de la maison des jeunes melbou, elle regroupe 7 membres de l'association.

Selon Clotilde Coron :

« Le périmètre de l'étude, ou population, correspond à l'ensemble des unités (individus) étudiées. Il peut s'agir d'êtres humains, mais pas uniquement ! Dans le cas d'une étude portant sur des produits, la population (ou les individus étudiés) est constituée des produits. L'analyse peut porter sur un recensement exhaustif de la population (ex. : tous les salariés d'une entreprise) ou sur un échantillon composé d'une partie de la population (ex. : 1 000 produits étudiés parmi 10 000). » ¹⁵

5. L'échantillon d'étude :

La majorité de notre population cible est constituée de membres d'associations des jeunes demelbou, notre étude s'agit d'interroger les membres d'association sur la contribution de la communication territoriale dans la sensibilisation des habitants aux enjeux communs de territoire.

Le type de notre échantillon est " l'échantillonnage non probabiliste " car on choisit nos participants selon leur jugement professionnel et le mieux de la population étudiée est de répondre a les objectifs de notre recherche.

6. Technique d'échantillonnage :

En raison d'interroger l'ensemble de la population cible, un échantillon représentatif doit être sélectionné. L'échantillonnage typique ou appelée choix raisonnée s'avère adapté à notre contexte car il permet de viser une représentation de manière fidèle une population en sélectionnant un sous-groupe ou un échantillon qui partage certaines caractéristiques importantes avec notre population. L'objectif principal de l'échantillonnage typique est d'obtenir des données qui peuvent être généralisées à la population qu'on a choisie. Dans notre cas, nous cherchons à concevoir des stratégies de communication adaptées qui

¹⁵Clotilde Coron, 2020, La Boîte à outils de l'analyse de données en entreprise. Dunod, page 30.

prennent compte la diversité socio-économique, culturelle et géographique des différentes régions de Melbou, tout en identifiant précisément les acteurs responsables de l'information en fonction des publics cibles.

Les critères de sélections que nous avons choisies se présentent comme suit :

Observation de la diversité des besoins et des défis rencontrés dans différentes régions de Melbou.

Analyse des pratiques de communication actuelles des associations de jeunes.

« Parmi les procédés qui viennent à l'esprit lorsqu'on se propose de représenter un ensemble par un échantillon des unités qui le constituent, le plus naturel, et de beaucoup, consiste à construire un échantillon qui ressemble à la population dont il est issu, qui en soit, au sens courant du mot : représentatif.

La désignation de l'échantillon résultera d'un choix "raisonné" d'où le nom de la méthode ("purposive Sampling" en anglais)*». ¹⁶

7. Les étapes de réalisation de l'enquête :

7.1 La pré-enquête :

Notre pré-enquête s'est déroulée en trois étapes. La première étape consistait une analyse des contenus Facebook des associations. Nous avons identifié les différentes publications relatives aux appels de solidarité villageoise dans un territoire commun. En parallèle, nous avons consulté des sources documentaires pour avoir un aperçu et collecter des connaissances sur notre thématique de recherche. La deuxième étape était une phase de recherche. Nous avons contacté les membres des associations par téléphone pour obtenir leur participation et fixer des entretiens individuels. La pré-enquête s'est déroulée le 01 janvier 2024 au sein des associations des jeunes de Melbou.

Lors de la troisième étape, nous avons rencontré le président de l'association pour l'expliquer notre thématique de recherche et les objectifs de l'étude. Enfin, à l'issue de ces entretiens exploratoires, nous avons collecté des données qui nous ont permis de rédiger notre question de recherche et de formuler les questions de l'entretien.

¹⁶ J. DESABIE Méthodes empiriques d'échantillonnage Revue de statistique appliquée, tome 11, no 1 (1963), page 5.

7.2 L'enquête :

l'enquête se présente comme une démarche exploratoire approfondie, itérative et centrée sur les acteurs, permettant d'enrichir la compréhension d'un sujet d'étude en éclairant ses multiples dimensions, en générant des hypothèses et des questions pertinentes, et en donnant la voix aux individus impliqués. Notre enquête s'est déroulée du 01 janvier 2024 jusqu'au 28 février 2024, pendant deux mois au sein d'association des jeunes de melbou .

La mise en œuvre de l'enquête a nécessité l'élaboration d'un guide d'entretien de 9 questions qui est composée de 3 axes, le premier axe s'appuie sur le Cadre juridique et organisationnel des associations locales : Décret, création, élections. Le deuxième axe est sur la gouvernance et opérations de l'association, Adapter l'approche communicationnelle .enfin le troisième axe est sur la Navigation dans le paysage communicationnel : Stratégies, indicateurs et défis L'examen des données collectées a permis de constater comment la communication territoriale est construite au sein et par les actions d'association des jeunes de melbou.

« En sciences humaines, l'enquête est le recueil de données qui seront exprimées sous une forme statistique. »¹⁷

« L'enquête est une méthode de recueil de données primaires à partir d'un questionnaire administré à un échantillon issu d'une population cible. Elle peut prendre diverses formes telles que le sondage politique, un essai clinique, une étude transversale, etc. »¹⁸

8. Le déroulement d'enquête :

L'analyse des données collectées sur le terrain nous permettra de répondre à nos questions de Recherche et de valider ou d'invalider nos hypothèses.

Notre enquête a été menée sur un échantillon de 7 personnes :

- Le président de l'association des jeunes de melbou.
- Le premier vice-président
- Le deuxième vice-président

¹⁷Marc Deprez, 2022, L'enquête en sciences sociales et en sciences humaines. GEO-B2, GEO-B3.

¹⁸Ibidem.

- Le premier secrétaire général
- Le vice-secrétaire général
- Le trésorier
- Le trésorier adjoint

Cadre théorique

Chapitre 03

La communication territoriale

Section01 : la communication territoriale, définition, acteurs.

1.1 La définition de la communication territoriale :

Miryam chafik et abderrazzak définissent « La communication territoriale est bien plus qu'une simple stratégie de marketing ou une série de messages promotionnels. Elle incarne l'âme et l'identité d'une région, d'une ville ou même d'un quartier. C'est l'art de raconter une histoire, de tisser des liens et de créer un sentiment d'appartenance profondément enraciné dans les gens qui y vivent et ceux qui la visitent.

Mais la communication territoriale ne se limite pas à l'esthétique ou à l'histoire. C'est aussi un outil puissant pour stimuler le développement économique, encourager le tourisme durable et renforcer le tissu social d'une communauté. »¹⁹

Chafik meriam et abderezak el abbadil expliquent : « La communication territoriale se définit comme l'ensemble des actions stratégiques de communication orchestrées par les acteurs d'un territoire. Son objectif principal est de promouvoir l'identité, les atouts et les potentialités de cette zone géographique auprès d'une multitude de publics clés. Parmi les cibles privilégiées, on retrouve les habitants du territoire, les touristes, les investisseurs potentiels »²⁰

El abbadil et el mattichi précisent : « L'adoption de la politique de la communication territoriale pour planifier et gérer les territoires est très ancienne (Ashworth, 2009). L'historien Stephen Ward (1998), considère que cette politique a commencé dès le 19e siècle. Encore, pendant la période coloniale aux Etats-Unis, la communication territoriale servait comme outil dans le secteur agricole permettant la promotion et la commercialisation des terres agricoles, afin d'attirer des gens pour le peuplement et la construction (Echattabi&Moussalim, 2020). »²¹

« La communication territoriale s'adresse par défaut à un territoire (Melo, 2021). »²²

« Selon le Ministère de la Transition Numérique et de la Réforme de l'Administration, et qui voit en la communication territoriale« une communication locale (ou de proximité) qui

¹⁹Miryam Chafik, and Abderrazzak El Abbadil, 2023, La communication territoriale et les enjeux du développement local : une revue de littérature. Territorial Communication and Local Development Challenges: A Literature Review, SHS Web Conf. Volume 175, page 03.

²⁰ Ibidem.

²¹EL ABBADI & EL MATTICHI, (Juin, 2023), La communication territoriale : Un levier de la mise en place du nouveau modèle de développement ?Revue AME, Numéro spécial 2, page 11.

²²Ibid, page 11.

ambitionne d'informer et de fédérer l'ensemble des parties prenantes concernées autour du développement et de l'attractivité du territoire. Portée par les collectivités locales et les organismes publics locaux, elle permet de renforcer la démocratie participative, la transparence et la recevabilité au niveau local. »²³

« Loin de toute préoccupation mercantile, la communication territoriale place donc l'intérêt général en tant que finalité ultime et reste attentive aux besoins et aux attentes des citoyens. Elle constitue un catalyseur de l'action collective et ambitionne alors de susciter l'intérêt et l'adhésion des publics auxquels elle s'adresse et de guider leurs efforts dans le sens d'un objectif commun : le développement de leur territoire. »²⁴

« la communication territoriale présente quelques particularités. Son objectif est de servir une communauté d'hommes attachée à son territoire, de faire valoir au mieux les enjeux nationaux à l'échelle locale, d'entretenir une proximité avec les destinataires auxquels ses supports s'adressent, en étant guidée par le sens du service public et en agissant dans le sens de la démocratie locale. »²⁵

« La communication publique territoriale se définit selon Pierre ZEMOR : « c'est la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'information d'utilité publique ainsi qu'au maintien du lien social et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ». »²⁶

« La communication publique territoriale est une pratique qui accompagne la collectivité territoriale dans ses interactions quotidiennes avec son environnement externe (citoyens, partenaires, services extérieurs) et interne (élus et fonctionnaires) elle est aussi un carrefour de disciplines diverses, tel que la gouvernance, le management, la culture d'organisation etc. »²⁷

²³Miryam Chafik, and Abderrazzak El Abbadil, 2023, La communication territoriale et les enjeux du développement local : une revue de littérature. Territorial Communication and Local Development Challenges: A Literature Review, SHS Web Conf. Volume 175, page 04.

²⁴Ibid, page 04.

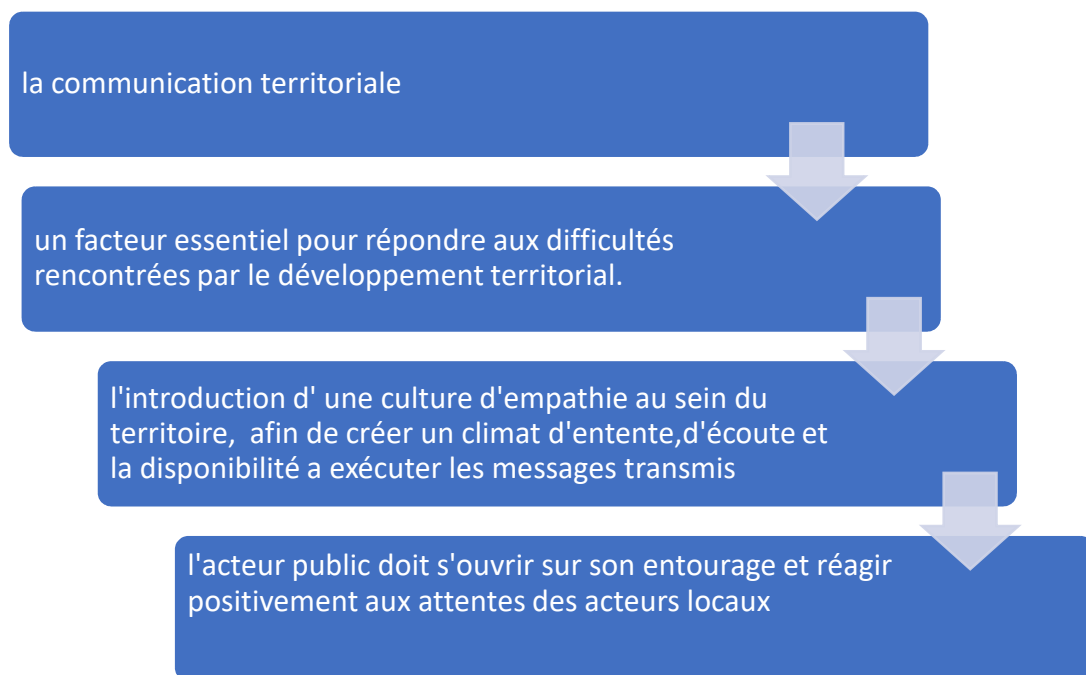
²⁵Hélène Cardy, 2011, Les collectivités territoriales en quête d'identité. Mots. Les langages du politique, ENS Editions, (n° 97), page 12.

²⁶Samira ammor, Juillet-Décembre 2018, COMMUNICATION PARTICIPATIVE ET GOUVERNANCE: ENJEUX ET LIMITES D'UNE RELATION. Revue Marocaine de recherche en management et marketing, N°18, page 152.

²⁷Ibid, page 153.

Cette figure nommée "Interactions entre la communication territoriale et le nouveau modèle de développement économique" illustre et représente de manière claire les liens forts qui existent entre ces deux concepts clés. Il met en lumière le rôle crucial que joue la communication territoriale dans la réussite des modèles de développement territoriale et économique, car ce développement souligne la compréhension entre les acteurs et renforce le sentiment d'appartenance et enfin de promouvoir le territoire et ses atouts

Figure 01 : interactions entre la communication territoriale et le nouveau modèle de développement économique²⁸



²⁸EL ABBADI & EL MATTICHI, (Juin, 2023), La communication territoriale : Un levier de la mise en place du nouveau modèle de développement ?Revue AME, Numéro spécial 2, page 254.

1.2 Les acteurs de la communication territoriale :

La communication territoriale est un domaine essentiel pour la promotion et le développement des territoires, qu'ils soient locaux, régionaux ou nationaux. Cette forme de communication cherche à maintenir et renforcer les liens entre les différents acteurs d'un territoire, qu'ils soient publics ou privés, afin de faciliter le dynamisme économique, social et culturel de celui-ci.

Les acteurs de la communication territoriale sont divers et variés, allant des autorités locales aux entreprises en passant par les associations et les médias, Chacun de ces acteurs joue un rôle important dans la construction de l'image du territoire, ainsi que dans l'élaboration des stratégies de communication adaptées aux enjeux locaux.

« A l'heure de la mondialisation et des échanges hyper-connectés, les territoires se livrent à une débats d'idées pour se démarquer et attirer investisseurs.

Acteurs spécialistes : ce sont bien évidemment des ingénieurs et inspecteurs diplômés dans différents spécialités : biologie, écologie, aménagement de territoires, urbanisme, hydraulique, forêts et agriculture. Ils interviennent entre autre sur des projets et des sites environnementaux. Leurs interventions sont aussi appuyées sur de études empiriques scientifiques réalisées dans le cadre de programme de recherche ou d'encadrement des travaux de mémoires et thèses des étudiants.

Acteurs institutionnels : cette catégorie de représentants des institutions publiques locales chargées de l'environnement est constituées de cadres administratives et techniques, de directeurs départementaux de l'environnement, de l'agriculture, du développement agricole, des travaux publics, de l'hydraulique, de la conservation de la faune et de la flore et de l'urbanisme d'une manière générale, la logique d'action de ce type d'acteurs qui regroupe l'ensemble des représentations institutionnelles locales s'inscrit dans une vision de normativité déguisée de la problématique environnementale.

Acteurs élus : la catégorie représente les élus locaux relèvent des conseils communaux et départementaux. Les élus locaux intervient dans les émissions retenus dans le corpus, a savoir le maire, ses adjoints chargés de l'environnement et de l'hygiène et deux élus départementaux membres de la commission santé et environnement et dans leurs démarche d'intervention, ils

insistent sur leur engagement sur le terrain pour la prise en charge des préoccupations légitimes dont l'objectif principal est l'inscription de nouveaux projets locaux. . .

Acteur associatifs : cette dernière catégorie est composée des animateurs et militants actifs du mouvement associatif écologique, de nombreux acteurs d'association et clubs des verts et écoles interviennent surtout dans les opérations de sensibilisation ou des actions de terrain.

La démarche d'action adoptés doit être structurées dans un cadre bien organisée et en effet, ces acteur doivent s'inscrire dans une logique d'action et ancré dans argumentaire perspectif fondé sur la comparaison entre l'ancienne et nouvelle démarche. »²⁹

1.3 Exploration du sentiment d'appartenance dans la communication territoriale

Dans le domaine de la communication territoriale, le sentiment d'appartenance un rôle important. Il s'agit de la manière dont les individus se sentent liés à un lieu géographique spécifique, qu'il s'agisse d'une ville ou d'une région ou d'un pays. Cette relation émotionnelle avec leur territoire peut être renforcée par une communication efficace qui valorise les caractéristiques uniques, l'histoire, la culture et les atouts de la région. En cultivant et en introduisant ce sentiment d'appartenance, les acteurs de la communication territoriale vise à favoriser l'engagement des résidents locaux, à attirer les visiteurs et les investisseurs, ainsi qu'à promouvoir le développement économique et social durable. Ainsi, l'identification positive des individus à leur territoire peut constituer un levier puissant pour renforcer son attractivité, tout en contribuant au bien-être et à l'épanouissement des communautés locales.

Donc selon quelques auteurs on trouve ces citations :

« Le sentiment d'appartenance, traduit par l'attitude envers la région qui englobe l'identité, l'attachement, et la solidarité envers cette dernière constitue, par excellence, le moteur de réussite de l'intelligence territoriale, qui est à la base de toute compétitivité et attractivité d'une région. Ce sentiment est en mesure de faire réagir la population locale avec ses responsables institutionnels et non institutionnels et de les impliquer dans le processus de développement régional. »³⁰

²⁹ Aïssa MERAH et Vincent MEYER, (2015), communication publique et territoriale au Maghreb : enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs. L'harmattan communication et civilisation, page 85.

³⁰ Syrine Ben Slymen, 2016, Acteurs locaux : quelles pratiques communicationnelles pour une valorisation territoriale ?, *Communiquer*, 16, page 26.

« Le sentiment d'appartenance à un territoire figure parmi la multitude des référents identitaires potentiels que sont l'appartenance sociale, religieuse, familiale, professionnelle, etc. Cette composante n'est pas nécessairement présente dans le registre identitaire et, si c'est le cas, elle n'est pas forcément mise en avant par les individus. Si certaines personnes se définissent plus volontiers par leur appartenance géographique, d'autres mettent en avant leur situation familiale, leur métier, etc. La place accordée aux différentes appartenances, leur hiérarchie, constitue l'identité de chacun. »³¹

³¹France Guérin-Pace, 2006, L'espace géographique, Belin, 2006/4 (Tome 35), page 01.

Section 02:le lien entre la communication territoriale, et le développement local, les fondements de développement locale.

1.1Le développement local :

Le développement local est un processus complexe et essentiel qui vise à améliorer les conditions de vie dans les communautés à l'échelle locale. Il met l'accent sur l'autonomisation des acteurs locaux, tels que les gouvernements municipaux, les entreprises locales, les organisations de la société civile et les résidents, afin de créer des solutions adaptées aux besoins spécifiques de chaque région. Ce concept repose sur l'idée que les dynamiques économiques, sociales, culturelles et environnementales d'une communauté sont mieux comprises et traitées au niveau local. Ainsi, le développement local implique souvent une approche participative et inclusive, où les habitants sont activement engagés dans la prise de décision et la mise en œuvre des initiatives qui façonnent leur propre avenir. En mettant l'accent sur le renforcement des capacités locales, la promotion de l'entrepreneuriat, l'amélioration des infrastructures et la protection de l'environnement, le développement local cherche à créer des communautés résilientes, prospères et durables.

Miryam chafik et abderrazzak el elabbadilexplicitent « Les collectivités territoriales sont donc amenées à penser leur angle d'approche et à miser sur un développement endogène et territorialisé qui prend en compte les singularités et les spécificités du territoire, tout en veillant à penser des projets publics en diapason avec les attentes et les problèmes de la population. »³²

1.2 Les fondements de développement local :

Le développement local est un concept multidimensionnel et évolutif qui englobe un large éventail de pratiques, de politiques et de stratégies visant à stimuler la croissance économique, sociale et environnementale au niveau des communautés locales. Fondamentalement, il repose sur l'idée que le changement et le progrès peuvent être mieux réalisés en prenant en compte les besoins, les ressources et les dynamiques spécifiques de chaque région ou communauté.

L'importance du développement local réside dans sa capacité à créer des solutions adaptées aux défis uniques rencontrés par différentes localités. Contrairement aux approches

³²Miryam Chafik, and Abderrazzak El Abbadil, 2023, La communication territoriale et les enjeux du développement local : une revue de littérature. Territorial Communication and Local Development Challenges: A Literature Review, SHS Web Conf. Volume 175, page 06.

universelles ou centralisées, le développement local reconnaît la diversité des contextes sociaux, économiques, culturels et environnementaux, et cherche à tirer parti de ces spécificités pour favoriser le progrès.

« Le développement local est à l'ordre du jour un peu Partout dans le monde. Ainsi, et de façon assez naturelle s'est installée l'évidence du passage Immédiat vers une nouvelle approche de développement plus collective, endogène, inclusive Et surtout participative. En effet, et dans un contexte où le concept de subsidiarité des territoires a le vent en Poupe, l'idée d'un développement « par le bas, pour et par la population »³³

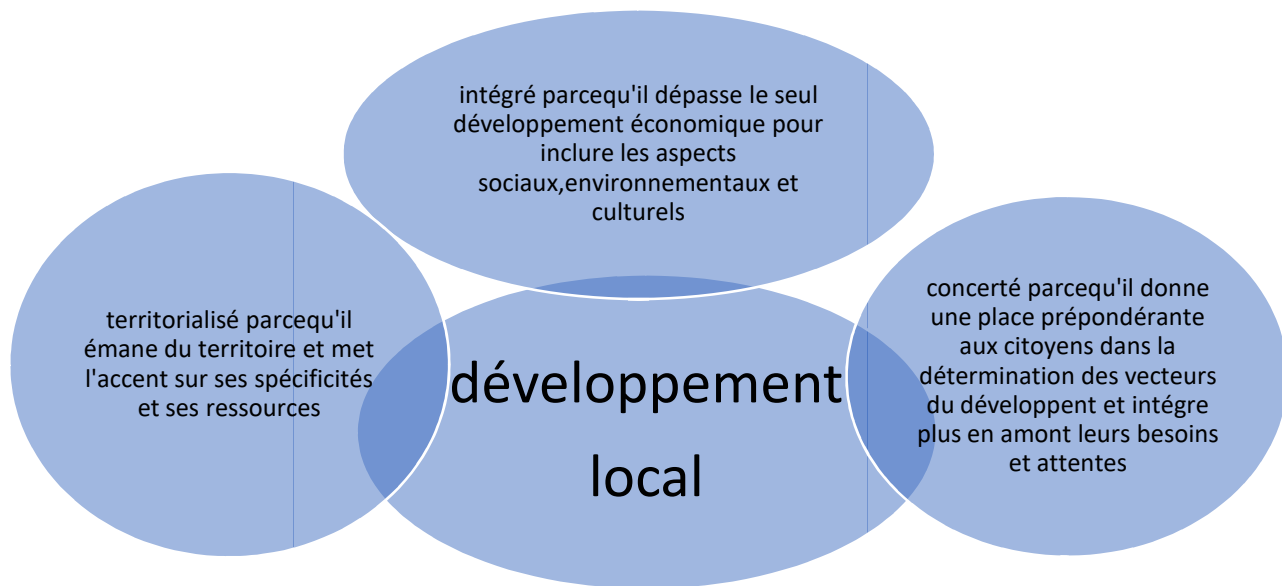
1.3 Vers un développement local durable inclusif

On a choisi cette figure car elle clarifie et explique le développement économique ne peut se faire au détriment des autres aspects du territoire. Il est important de préserver l'environnement, de promouvoir la cohésion sociale et de valoriser le patrimoine culturel pour assurer un développement durable et inclusif.

Chaque territoire a ses propres atouts et faiblesses. Il est important de les identifier et de les valoriser pour mettre en place des actions de développement efficaces.

le rôle central des citoyens dans le processus de développement local. Ils doivent être impliqués en amont dans la définition des objectifs et des stratégies de développement.

³³Ibid, Miryam Chafik, and Abderrazzak El Abbadi, page 4,5.

Figure02 : Approche Territoriale Intégrée et Concertée du Développement Local.³⁴

1.4 Intelligence territoriale pour le développement local :

L'intelligence territoriale est une approche stratégique et multidimensionnelle qui vise à comprendre, analyser et valoriser les ressources et les potentiels d'un territoire dans le but de favoriser son développement durable et son bien-être collectif. C'est une démarche qui dépasse les simples données statistiques pour englober une vision holistique du territoire, intégrant à la fois ses dimensions économiques, sociales, culturelles et environnementales.

Dans cette optique, l'intelligence territoriale repose sur la collecte et l'analyse d'informations variées et pertinentes, allant des données démographiques et économiques aux savoirs locaux et aux perceptions des habitants. C'est un processus interactif et collaboratif qui implique la participation active des acteurs locaux, des institutions publiques, des entreprises, des organisations de la société civile et des citoyens, dans le but de créer une vision partagée et de définir des stratégies concertées pour l'avenir du territoire.

Syrine Ben Slymen dit « Notion nouvellement introduite, l'intelligence territoriale est un paravent à la montée des incertitudes concurrentielles, économiques, sociales, ou managériales, du fait qu'elle permet une coordination bénéfique d'intelligences des acteurs

³⁴Ibid, page 05.

dans un espace donné. Cette coordination est un condensé de recherches et d'activités fondé sur la base d'une veille d'informations et de connaissances riches et variées. »³⁵

³⁵Syrine Ben Slymen, 2016, Acteurs locaux : quelles pratiques communicationnelles pour une valorisation territoriale ?, *Communiquer*, 16, page 10.

Chapitre 04

La solidarité villageoise

Section 01 : la solidarité dans un territoire définitions, les différentes expressions de la solidarité villageoise.

1.1 Définition et importance de la solidarité villageoise :

La solidarité, cet élan profondément humain qui unit les individus dans leur désir d'aider et de soutenir ceux qui en ont besoin, est une force essentielle qui transcende les frontières et les différences. Dans un monde en constante évolution, marqué par des défis sociaux, économiques et environnementaux complexes, la solidarité revêt une importance capitale pour renforcer le tissu social et construire des communautés résilientes et inclusives.

Définition de solidarité :

« Solidarité » et « solide » partagent la même étymologie, Caractéristique d'une matière dont les constituants tiennent ensemble fermement. , La première utilisation du mot «solidarité» est juridique: plusieurs personnes sont dites solidaires lorsqu'un engagement commun les oblige ensemble, par exemple à rembourser une dette. Elles sont « responsables l'une pour l'autre d'une même chose ». ³⁶

« La solidarité est aussi une « relation entre personnes ayant conscience d'une communauté d'intérêts, qui entraîne pour les unes, l'obligation morale de ne pas desservir les autres et de leur porter assistance » ³⁷

« La solidarité sert de fondement à des politiques organisées qui visent à instaurer davantage de justice sociale dans la société » ³⁸

Au cœur de cette solidarité se trouve souvent le concept de "solidarité villageoise", une notion qui évoque l'idée d'une entraide et d'un soutien mutuel au sein d'une communauté locale, qu'il s'agisse d'un petit village, d'un quartier urbain ou d'une zone rurale. Contrairement à la solidarité impersonnelle et distante que l'on peut observer à l'échelle nationale ou internationale, la solidarité villageoise repose sur des liens étroits et des relations de proximité entre les habitants, fondés sur la confiance, le partage et le sentiment d'appartenance à un même territoire.

³⁶Dominique Giorgi, Valérie saintoyant, 2018, La solidarité en quête de sens, Presses de l'EHESP, page 06.

³⁷ ibidem

³⁸ ibidem

1.2 Les différentes expressions de la solidarité villageoise :

« Solidarité, charité, générosité et fraternité

La notion de solidarité est souvent rapprochée d'autres termes considérés comme proches ou équivalents, et d'abord des deux vertus que sont la charité et la générosité.

La charité dispose d'une dimension religieuse que ne revêt pas la solidarité, de nature plus laïque, au moins dans son sens

le plus abouti. La charité est d'abord l'amour de l'homme pour Dieu, avant d'être l'amour de l'homme pour son semblable. Elle est l'une des trois vertus théologiques à côté de la foi et de l'espérance. Quant à la générosité, elle est la vertu même de celui qui donne, spontanément, largement, de manière désintéressée, sans attendre de gratitude ou de retour, et sans même, le cas échéant, de lien avec le bénéficiaire. La générosité est le mouvement, l'élan personnel qui peut donner son ampleur à la solidarité, mais elle n'a pas à être motivée ou limitée par une communauté d'appartenance ou d'intérêts. Elle est un acte libre qui, selon saint Thomas, « affirme la grandeur de l'homme »³⁹

³⁹Ibid, Dominique Giorgi, Valérie saintoyant, page 6.

Section02 :**2.1 Renforcer le tissu social : Cultiver la solidarité entre les hommes**

Dans un monde souvent marqué par l'individualisme et la fragmentation sociale, renforcer le tissu social et cultiver la solidarité entre les hommes sont des impératifs essentiels pour construire des communautés plus résilientes, inclusives et épanouissantes. Ces concepts s'inscrivent dans une volonté de promouvoir des valeurs de partage, d'entraide et de collaboration au sein de la société, créant ainsi un environnement propice au bien-être collectif et au développement harmonieux de chacun.

La solidarité entre les hommes, quant à elle, représente l'expression concrète de cette volonté de soutien mutuel et d'engagement envers le bien-être de tous. Elle se manifeste à travers des actions concrètes telles que l'aide aux personnes dans le besoin, la participation à des projets communautaires ou la défense des droits et des intérêts collectifs. La solidarité entre les hommes repose sur un sentiment de responsabilité partagée et sur la reconnaissance de l'interdépendance qui lie les individus au sein de la société.

Marie-Claude Explique « Certes, la solidarité est avant tout un fait scientifiquement prouvé : nous sommes tous dépendants les uns des autres. Mais cette réalité, comprise et rectifiée en fonction de l'idéal de justice, peut devenir le principe des obligations de l'être en société à condition d'être voulue par la masse des individus. Si l'on veut ménager la liberté, il importe que les volontés individuelles soient prêtes à se plier d'elles-mêmes aux nécessités de la justice. Si l'on veut substituer l'union pour la vie à la lutte pour la vie, il faut que les personnes aient l'habitude de se placer d'elles-mêmes au point de vue du collectif. Ces deux objectifs, liberté individuelle et justice sociale, peuvent paraître incompatibles à celui qui ne voit pas que sa propre liberté ne peut être assurée que par l'unité du groupe.»⁴⁰

⁴⁰Marie-Claude Blais, 2008, Théories éducatives et réformateurs sociaux, Le Télémaque, Presses universitaires de Caen, (n° 33), page 03.

2.2 La Solidarité au Cœur de l'Éthique : Un Pilier de Pratique Inclusive

Olivier Bellefleur et Michael Keeling disent : « Dans la première partie de cette section, nous traiterons des obligations morales attribuées au principe de solidarité. Nous examinerons d'abord ces obligations à partir des relations que la solidarité caractérise. L'État (et le système de la santé publique qui en fait partie) aurait ainsi des obligations de solidarité envers les citoyens; les citoyens en auraient envers l'État (ou le système de la santé publique); et les citoyens en auraient aussi les uns envers les autres. Nous nous pencherons ensuite sur le rôle du principe de solidarité lors d'un appel à la solidarité. »⁴¹

« Dans la deuxième partie, ils expliquent : comment le principe de solidarité peut mener à l'adoption de perspectives plus sociales en éthique de la santé publique. Et dans la dernière partie, nous nous attarderons aux implications normatives de la solidarité dans trois domaines d'action de la santé publique : la pandémie, la santé mondiale et la recherche. Nous traiterons de ces trois domaines parce que la littérature au sujet de la solidarité porte principalement sur ceux-ci, et non parce qu'il s'agit des seuls domaines de la santé publique où la solidarité pourrait être pertinente. »⁴²

2.3 Les dimensions de la solidarité :

Pour dégager sept dimensions plus variables de la solidarité. Celles-ci nous permettront d'explorer les différentes significations et implications éthiques qui lui sont attribuées. Pour aider les acteurs de la santé publique à voir certaines de ces implications éthiques dans leur pratique et à s'interroger sur leur propre compréhension de la solidarité.

-Valeur instrumentale ou intrinsèque :

La solidarité instrumentale considère la solidarité comme un moyen pour atteindre un objectif ou réaliser un avantage. Elle met l'accent sur les conséquences positives que la solidarité peut engendrer

L'attribution d'une valeur morale instrumentale ou intrinsèque à la solidarité ou à certaines de ses formes spécifiques peut aussi entraîner des obligations, notamment celle de la respecter

⁴¹Olivier Bellefleur et Michael Keeling, 2015, La solidarité dans l'éthique et la pratique de la santé publique : conceptions, usages et implications, page 17.

⁴² Ibidem, p.17.

et d'en faire la promotion. Si la solidarité a une valeur uniquement instrumentale, alors sa valeur morale, dans un cas précis, dépendra entièrement du but qu'elle permet d'atteindre.⁴³

Solidarité de projet ou constitutive : « la solidarité peut référer à des groupes formés d'individus relativement autonomes qui décident de coopérer pour mener à bien des projets, comme en s'associant pour fonder une entreprise. Rippe parle alors de « solidarité de projet »
44

Donc dans cette citation l'auteur explique que Au lieu de se fonder sur des liens de sang, d'appartenance ethnique ou religieuse, la solidarité de projet se construit autour d'un objectif commun que les individus souhaitent atteindre en coopérant.

- **Solidarité désintéressée, intéressée ou intérêt commun :** « la plupart des conceptions de la solidarité sont basées soit sur l'intérêt personnel des membres du groupe, soit sur leur intérêt dans un bien commun. Dans le premier cas, les personnes sont conçues comme étant des êtres qui, en faisant le calcul entre les coûts liés à la participation et les gains potentiels (souvent à long terme), décident de participer à des pratiques solidaires »⁴⁵

Ici l'auteur on parle d'approche considère que les individus s'engagent dans des pratiques solidaires parce qu'ils en espèrent un bénéfice personnel. Puis, la Solidarité par intérêt dans un bien commun il considère Cette approche que les individus s'engagent dans des pratiques solidaires parce qu'ils reconnaissent la valeur d'un bien commun et qu'ils sont désireux de le préserver ou de le promouvoir.

- **Solidarité affective ou différenciée :** « la solidarité peut être basée sur divers liens affectifs, comme l'amitié, l'amour, le patriotisme ou l'empathie Elle peut aussi être fondée sur des liens plus rationnels, comme lorsque la coopération entre étrangers permet de mener à bien un projet , Elle peut également reposer sur une compréhension rationnelle de notre participation indirecte à des injustices à travers des relations d'interdépendance, comme les relations qui nous lient aux travailleurs des pays en développement dont nous achetons les produits à bas prix »⁴⁶

⁴³ Ibidem, p.17.

⁴⁴ Ibidem. P.17.

⁴⁵ Ibidem, p.17.

⁴⁶ Ibidem. P.17.

L'auteur précise deux solidarités, la première est la solidarité affective qui est basée sur des sentiments d'attachement et d'identification entre les individus. Et Elle se manifestée dans des groupes unis par des liens familières, amicaux, amoureux, et patriotiques ou encore par l'empathie envers des personnes en situation de souffrance.

-L'étendue de la solidarité (nous, eux et nous tous) : « en fonction des conceptions de la solidarité, l'étendue des groupes solidaires peut être limitée (voire très limitée) ou universelle. Lorsque la solidarité est limitée, elle présuppose qu'à l'extérieur du « nous », il y a eu, les autres. La relation d'exclusion peut prendre différentes formes (p. ex., la marginalisation, l'oppression ou la confrontation) et avoir diverses conséquences morales et pratiques »⁴⁷

Ici l'auteur s'intéresse a cette question : es que la solidarité s'applique a tous les individus ou elle est limités a des groupes ? il clarifier que la solidarité limitée consiste De nombreuses conceptions de la solidarité qui limitent son application à des groupes spécifiques. Et Cette limitation peut se fonder sur divers critères, tels que l'appartenance ethnique, la nationalité, la religion, l'idéologie politique ou encore les liens familiaux ou amicaux.

- Se tenir debout pour, avec ou comme d'autres : « divers degrés d'identification peuvent exister entre les membres solidaires. Un membre peut être solidaire avec les autres parce qu'il « se tient debout pour » d'autres et les représente en plaidant leur cause, qu'il « se tient debout avec » ceux avec lesquels il se considère sur un pied d'égalité malgré des différences, ou qu'il « se tient debout comme » membre à part entière du groupe solidaire auquel il s'identifie. »

Dans cette dimension, l'auteur exprime que la solidarité ne se manifeste pas de manière uniforme, Le degré d'identification des individus à un groupe solidaire peut varier en fonction de leurs motivations, de leurs expériences et de leurs convictions.

- Solidarité spontanée, organisée ou obligée : « selon les conceptions de la solidarité, celle-ci peut référer à des pratiques ou à des actes spontanés, à l'institutionnalisation de ces pratiques et de ces actes au sein d'organisations plus ou moins officielles, ou encore à des pratiques obligées, notamment parce qu'appuyées par la force coercitive de l'État (p. ex., payer ses taxes pour financer un système public de soins de santé. »⁴⁸

L'auteur disent qui il y'a 3 solidarité la première est spontanée qui se caractérise par des actes ponctuels et non planifiés d'entraide ou de soutien mutuel. Puis la solidarité organisée qui se

⁴⁷ Ibidem. P.17.

⁴⁸ Ibidem. P.17.

caractérise à travers des structures formelles telles que des associations, des coopératives ou des syndicats. Et la dernière qui la solidarité obligée qui se caractérise par l'imposition de la loi ou la force.⁴⁹

⁴⁹ Ibidem. P.17.

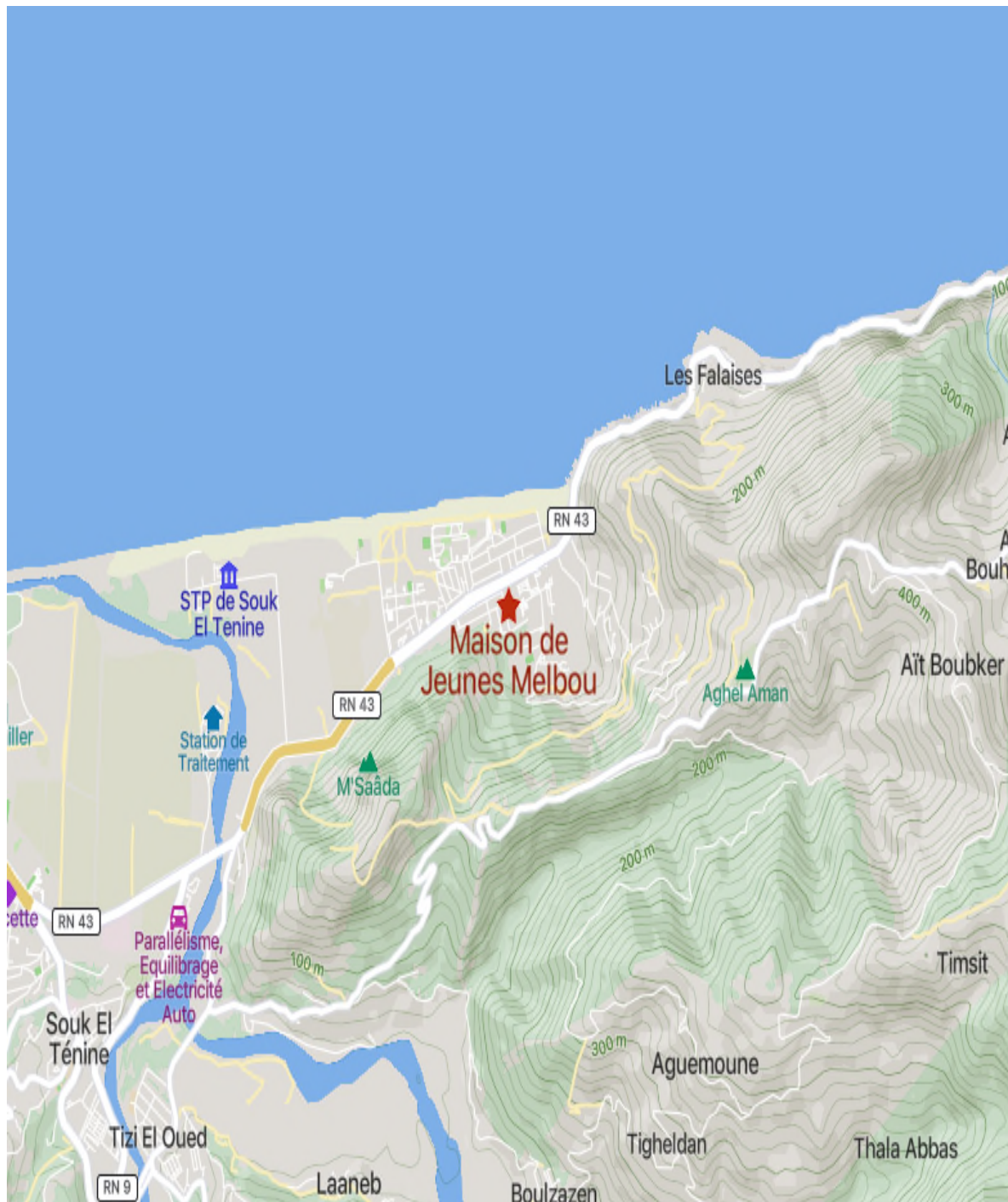
Cadre pratique

Chapitre 05

Présentation des données

Section 01 : présentation d'association.

A- **Création** : l'association des activités des jeunes de la maison de jeunes de melbou a été créée en 2007 suite aune assemblée générale d'une trentaine de jeunes issus des différentes localités de la commune de melbou. Ces derniers, ont de décidé de créer un espace de regroupement et d'échange d'idées, notamment à l'autre des fléaux sociaux qui perses telle une herbe Folle en plein printemps et mettre en place des mécanismes comme alternative plus adéquates. Effectivement après plusieurs concertations, une assemblé générale électorale a été tenue le 2 février 2007 ou via bureau exécutif étroit élu et désigner M. Zarrouk Rabah qui est conseiller principal au lycée de melbou. Pour driver la composante pour un mandat de trois ans renouvelable qualité de président, qui entamé la tâche avec les membres du bureau exécutif qui sont 9 qui adoptèrent comme première étape le Dépôt du dossier d'agrément Auprès des services de la DRAG de la wilaya de Bejaïa et furent agréés sous le numéro é 044/ 2007.

Figure 03 : L'emplacement géographique de la maison des jeunes de melbou

B_Règlement intérieur : étant la pièce maitresse des activités de l'association a été préparé au premier lieu par les membres du bureau exécutif et présenté à l'assemblée générale pour adoption sachant que son élaboration repose inéluctablement sur des critères liés a la situation géographique, les désirs de la jeunesse et les infrastructures de prise en charge.

Le règlement intérieur propre à l'association des activités de jeunes de la maison de jeunes de melbou est :

Article 01 : le siège de l'association est à l'intérieur de la maison de jeunes de la commune de melbou, daira de souq el tenine.

Article 02 : l'association des activités de jeunes de la maison de jeunes exerce ses activités au niveau de territoire de la commune de melbou.

Article 03 : les activités de l'association des activités de jeunes de la maison de jeunes de melbou sert à but non lucratif.

Article 04 : le nombre des membres de l'association des activités de jeunes de la maison de melbou est 9 membres.

Article 05 : tous les membres peuvent postuler à la présidence de l'association.

Article 06 : la durée de l'assemblée électorale est de 3ans renouvelable.

Article 07 : les activités de l'association des jeunes de la maison de jeunes de melbou sont :

- Loisirs
- Sport
- Sociales
- Culturelles
- Bénévolat

Article 08 : le trésorier de l'association est tenu de mettre à jour toute la comptabilité (De recettes-dépenses) sur des registres spéciaux.

Article 09 : des membres de l'association se réunissent une fois par mois et d'une manière extraordinaire sur demande De l'assemblée générale.

Section 02 : présentation du terrain d'étude :

2.1 Présentation :

L'association des activités de jeunes de melbou est une association activant à travers plusieurs volets, tracés par les membres du bureaux exécutifs et soumis à l'assemblée générale conformément à la loi 06/12/2012 régissant le mouvement associatif .cette dernière arrêté le membres des présents à l'assemblée générale pour une association locale a plus de 10 membres elle a été créé en 2007 ayant un agrément n°044/2007 son siège est un niveau de la maison de jeunes du chef-lieu de la commune melbou gérée par 04 bureau exécutif de 07 membres, présidée par M_ZERROUK RABAH

Le terrain d'étude de l'association des activités de la maison de jeunes de melbou représente l'ensemble des localités de la commune demelbou :

Tasefsaft, sahel, tiziwar, tahmilt ,melbou, centre et bouzazen et d'autres.

2.2 Les activités de différentes localités :

Les activités sont diverses conformément aux missions installées par les membres du bureau exécutifs qui sont essentiellement les activités culturelles, sportives, sociales et autres. Nous citons d'exemple le mariage traditionnel, les expositions De plots et tenues traditionnels et la sauvegarde du patrimoine ancestral Surtout Soutenir les familles décavées.

Les activités environnementales, organisation des volontariats pour le nettoyage des plages, les cimetières et les actions par l'apc.

Des activités de sensibilisation contre la drogue, contre la mauvaise utilisation des réseaux sociaux par les jeunes.

Cours de soutien aux élevés candidats aux différents examens (bac_bem).

Des activités sportives (organisation des tournois de football, handball)

2.3 Les domaines d'associations :

L'association des activités de jeunes de melbou, active dans plusieurs volets initiés par les membres du bureau visant primordialement, d'abord la prise en charge de la masse juvénile. Avec notamment 4 programmes liés aux activités de loisirs

(Excursion, activités culturelles, la troupe musicale, club internet, club vert spécialisé dans le volet environnemental et les opérations de volontariat.

Par ailleurs, les membres du bureau ont rajouté un volet spécial “ solidarité“ pour aider les familles diminuées à assister.

2.4 Les objectifs de l'association :

1_ assurer un climat propice pour l'épanouissement des jeunes.

2_créer de sections spéciales à savoir la musique, l'internet, sensibilisation contre les fléaux sociaux, les volontariats

3_aider les collectivités locales à affronter certaines situations notamment le nettoyage, des plages, l'organisation des galas artistiques (saison estivales)

2.5 Les missions et les objectifs :

Mettre en ouvre les programmes et les mesures de promotion et de développement de la culture kabyle. Et d'en évaluer les résultats.

Soutenir les acteurs associatifs intervenant Dans le cadre du projet d'aménagement des localités avec l'application des élus locaux.

S'associer à l'élaboration des plans études ayant trait au développement touristique de la commune de melbou et l'exploitation des sites et région d'expansion tour touristique

Proposer toute mesure visant l'amélioration du cadre de vie des citoyens.

Participer à la promotion des activités festives et artisanales.

Prévoir périodiquement des actions de charité et d'entraide au projet des familles décavées.

Activer et cordonner avec les acteurs associatifs, les activités visant à combattre tus les formes de dégradation de l'environnement.

Prévoir des espaces adéquats pour la prise en charge de la jeunesse Juvénile et lutter de tout force contre le délinquance.

1- Tableau : caractéristiques socioprofessionnelle de la population visée :

| L'équité | Age | genre | NIVEAUT D'étude | ancienneté | Poste occupé |
|----------|-------|-------|--------------------|------------|----------------------------|
| 01 | 54ans | M | universitaire | 14ans | président |
| 02 | 34ans | M | terminale | 8ans | 1vice président |
| 03 | 20ans | F | universitaire | 1ans | 2vice président |
| 04 | 25ans | F | universitaire | 1ans | 1Secritaire général |
| 05 | 56ans | M | universitaire | 14ans | Vise Secrétaire général |
| 06 | 39ans | M | universitaire | 1ans | trésorier |
| 07 | 40ans | M | universitaire | 1ans | Trésorieradjoint |

Source : établir par nous même

Analyse

Ce tableau consiste les caractéristique d'étude qui contient des acteurs associatifs qui font une communication territoriale et permettre à la solidarité villageoise

Chapitre 06

Présentation des résultats

Section 01 : analyse et interprétation des données

À travers nos multiples entretiens avec les enquêtés, nous avons compilé un ensemble de données potentiellement significatives, de nous aider à mieux appréhender les éléments ou variables qui déterminent la communication territoriale au sein de la solidarité villageoise, cas des activités des jeunes de Melbou

Après avoir présenté les caractéristiques de la population, Cette phase de notre travail de recherche est dédiée à l'analyse approfondie et à l'interprétation des données collectées dans le but de valider nos hypothèses, lesquelles seront ultimement confirmées ou réfutées. Notre guide d'entretien est composé de 10 questions réparties en 2 axes : l'ensemble des questions ont été posés aux membres de l'association : maison de jeunes, de Melbou(villageTizi l'oued).

1.1 Axe 02 : Adaptations des associations de jeunes et de leur communication selon les spécificités régionales de Melbou

Dans le cadre de réalisations d'un mémoire de fin cycle pour l'obtention d'un master en science humaines option : communication et relation publique : nous vous remercions de bien vouloir nous accorder un peu de votre temps pour nous assister a réaliser une étude portant sur la communication territoriales au service de la solidarité villageoise.

2. Quels sont les leviers à actionner pour toucher un public le plus large possible en vue d'organiser une activité collective?

Réponse : selon E1, E3, E4, E7 « l'atteint de plus grand nombre de citoyens pour l'organisation d'une activité se fait par :

Les membres de bureau qui se réunissent en session ordinaire qui adoptent un engagement et qui font appel.

Ensuite à l'ensemble général via l'affichage, réseaux sociaux.

Et représentativités en niveau de bureau.

On souligne que l'association mise en avant spécifique sur la diversification des canaux de communication pour toucher un public aussi large que possible. Cela englobe l'utilisation efficace des médias sociaux, des affichages dans des lieux stratégiques, ainsi que des annonces et des invitations directes lors des réunions de bureau. L'objectif est d'assurer que l'information sur l'activité soit diffusée de manière détaillée et accessible à tous les membres potentiels intéressés.

3. Comment votre association communique telle avec ses publics dans votre commune de Melbou ?

Réponse : selon E1, E3, E6« la communication d'association avec ses publics se fait par :

Des activités de terrain.

Programmes à court et à long terme fonde essentiellement sur la communication de proximité.

Organiser des activités au niveau des différentes localités de la commune de Melbou avec une prise de contact avec le citoyen au préalable.

On met en évidence l'importance accordée à la communication directe et locale. Cela contient des activités de terrain ciblées, des programmes de communication à court et à long terme axés sur la proximité, ainsi que l'organisation d'événements dans différentes localités de la commune de Melbou, précédé d'une prise de contact directe avec les citoyens.

4. Quels sont les principaux médias et canaux de communication utilisés par les membres d'association dans ces différentes régions ?

Réponse : selon E1, E3, E4 « les membres d'associations utilise ces canaux de communication :

Les réseaux sociaux.

Messagerie instantanée entre nos membres.

Des réunions, et emails, affiches.

On souligne que les membres d'association reconnaissent l'importance des médias sociaux, de la messagerie instantanée entre les membres, ainsi que des réunions physiques, des e-mails et des affiches comme des canaux de communication primordiaux.

5. Comment votre association de jeunes tient compte des différences régionales pour personnaliser ses messages et ses activités, afin de mieux atteindre les citoyens de différentes régions ?

Réponse : selon E1, E4, E7 « approche très attentive aux particularités régionales.

Des recherches approfondies sur chaque région.

La compréhension de la culture locale, des enjeux spécifiques et des préférences de communication.

Organisons des événements en personne.

Rendre nos messages et nos activités aussi pertinents et accessibles que possible pour chaque communauté que nous servons.

On remarque que l'association accorde une grande importance à la diversité régionale. Ils prennent le temps de plonger dans les spécificités de chaque région où ils sont actifs. Cela signifie mener des recherches approfondies pour comprendre la culture locale,

Les problématiques qui y sont importantes et même les préférences en matière de communication.

Grâce à cette connaissance approfondie, ils adaptent leurs messages et leurs activités pour qu'ils résonnent au mieux avec chaque communauté.

Par exemple, là où les interactions en personne sont privilégiées, ils organisent des événements locaux pour mieux connecter avec les citoyens.

Leur objectif ultime est de garantir que leurs initiatives soient aussi inclusives et significatives que possible pour toutes les régions qu'ils servent.

6. Quels défis spécifiques rencontre votre association de jeunes lors de l'adaptation de sa communication aux diverses spécificités régionales, et comment les surmontez-vous efficacement ?

Réponse : selon E1, E5, E6, E7 « L'un des défis majeurs est la diversité des besoins et des attentes dans chaque région.

Pour surmonter cela, nous maintenons un dialogue constant avec les membres locaux et les leaders communautaires.

Cela nous permet de rester à l'écoute des besoins et des préoccupations spécifiques à chaque région.

De plus, nous investissons dans la formation de nos équipes locales pour qu'elles comprennent pleinement les nuances culturelles et sociales de leur région respective.

Enfin de compte, nous nous efforçons de rester flexibles et réceptifs, en ajustant notre approche en fonction des défis spécifiques rencontrés dans chaque région, afin de garantir que notre communication reste pertinente et efficace.

Ici On met en lumière que l'association de jeunes est confrontée à un défi de taille, celui de répondre à la diversité des besoins et des attentes dans chaque région où ils interviennent.

Cette diversité implique souvent des nuances culturelles, sociales et même économiques qui nécessitent une approche adaptative et flexible de leur part.

Pour relever ce défi, ils ont mis en place plusieurs stratégies clés. Tout d'abord, ils entretiennent un dialogue constant avec les membres locaux et les leaders communautaires, ce qui les permet de rester à l'écoute des besoins et des préoccupations spécifiques à chaque région.

Ensuite, ils investissent dans la formation de leurs équipes locales, afin qu'elles puissent pleinement comprendre ces nuances régionales et s'y adapter efficacement. Enfin, ils efforcent d'être flexibles et réactifs, en ajustant leur approche en fonction des défis rencontrés dans chaque région.

1.2 Axe 03 : la communication des associations sur les actions de solidarité dans un territoire.

1. Quelle est la stratégie engagée pour l'adhésion massive des citoyens à votre association?

Réponse : selon E1, E2, E5, E7 «:tous se base sur la crédibilité des membres de bureaux exécutif.

Ce qui engage le tissage d'un climat de confiance suivi par la concrétisation acte palpable sur le terrain.

On souligne que l'association s'appuie sur la crédibilité de ses membres du bureau exécutif pour attirer une adhésion massive des citoyens. Cela implique la mise en place d'un climat de confiance solide, suivi de la concrétisation d'actions tangibles sur le terrain. En mettant en avant la fiabilité et l'engagement de ses membres, l'association cherche à inspirer la confiance des citoyens et à les inciter à rejoindre ses rangs pour contribuer aux actions de solidarité dans le territoire.

2. Comment financez-vous vos activités, avec l'aide ou des subventions, ou autrement ?

Réponse : selon E1, E4, E7 « Certainement, d'abord notre association subsiste grâce à la contribution financière des citoyens (200 dinar) plus les subventions annuelles qu'elle reçoit de la part de l'APW et la DGS.

L'association met en valeur la contribution financière des citoyens, qui constitue une part importante de ses ressources et démontre leur engagement envers les actions solidaires menées. En plus de cela, elle souligne l'importance des subventions annuelles fournies par l'APW et la DGS, qui viennent compléter les fonds nécessaires pour soutenir ses activités. Cette combinaison de soutiens financiers permet à l'association de maintenir et d'étendre son impact dans la communauté en fournissant des services et des programmes essentiels de solidarité.

3. Quels sont les d'activités privilégiées par votre association, indicateurs que vous utilisez pour mesurer l'impact de votre communication ?

Réponse : selon E1, E3, E6, E7 « indemnités spéciale aux familles diminués et surtout prévoir l'opération couffin de ramadan avant le mois sacré.

Donc L'association se concentre principalement sur les activités suivantes :

Indemnités spéciales aux familles défavorisées : Cela peut inclure des aides financières directes, des distributions de nourriture ou d'autres ressources essentielles pour aider les familles dans le besoin.

Opération couffin de Ramadan : Cette initiative consiste à fournir des paniers alimentaires ou des provisions spéciales aux personnes défavorisées avant le début du mois sacré du

Ramadan. C'est une action importante pour aider les personnes qui pourraient avoir du mal à subvenir à leurs besoins pendant cette période.

Pour mesurer l'impact de la communication de l'association, elle peut utiliser plusieurs indicateurs, tels que :

Nombre de bénéficiaires : Suivre combien de familles bénéficient des indemnités spéciales ou des paniers alimentaires fournis pendant l'opération couffin de Ramadan.

Taux de participation : Évaluer la participation des membres de la communauté aux événements ou aux programmes de l'association, ce qui peut indiquer l'efficacité de la communication pour mobiliser les gens.

Réactions et retours : Recueillir des commentaires et des retours d'information des bénéficiaires et des membres de la communauté pour évaluer l'impact perçu de la communication de l'association.

Évolution des besoins : Surveiller les changements dans les besoins et les situations des familles défavorisées au fil du temps pour ajuster les activités de l'association et sa communication en conséquence.

4. Et comment vous faite pour arrêter la liste des définitives des familles en état de détresse ou en état de besoin ?

Réponse : selon E1, E3, E7 « D'abord a travers des affiches les invitants a se manifester.

Et à déposer de dossier d'indulgence.

Ou via les membres de bureau.

L'association L'association utilise plusieurs méthodes pour établir une liste définitive des familles en état de détresse ou en état de besoin :

Affiches d'invitation : L'association peut diffuser des affiches dans les communautés locales, invitant les personnes dans le besoin à se manifester et à solliciter de l'aide. Ces affiches peuvent contenir des informations sur les services offerts par l'association et les démarches à suivre pour demander de l'aide.

Dépôt de dossier d'indulgence : Les personnes dans le besoin peuvent être encouragées à déposer un dossier auprès de l'association, décrivant leur situation et leurs besoins. Ces dossiers peuvent inclure des informations sur les membres de la famille, les revenus, les dépenses et d'autres éléments pertinents permettant d'évaluer leur situation.

Recours aux membres du bureau : Les membres du bureau de l'association peuvent également être chargés de repérer les familles en détresse dans leur communauté et de collecter des informations sur leurs besoins. Ils peuvent agir comme des points de contact pour les personnes dans le besoin et les orienter vers les services appropriés de l'association.

5. Comment assurez-vous la distribution efficace de l'aide aux familles défavorisées ?

Réponse : selon E1, E2, E4, E6 « Une fois recensée par localité, les membres de bureau s'engage à faire de porte à porte pour remettre les colis ou les couffins à toutes les familles et on manifeste leur besoin d'aide.

L'association assure la distribution efficace de l'aide aux familles défavorisées en suivant ces étapes :

Recensement par localité : L'association effectue un recensement régulier pour identifier les familles dans le besoin dans chaque localité ou quartier. Cela permet de maintenir une base de données à jour des bénéficiaires potentiels.

Engagement des membres du bureau : Les membres du bureau s'engagent à coordonner la distribution de l'aide. Ils planifient les itinéraires de distribution et s'assurent que chaque famille identifiée reçoive l'assistance nécessaire.

Distribution porte à porte : Les membres du bureau se rendent directement aux domiciles des familles dans le besoin pour remettre les colis alimentaires ou les couffins de provisions. Cette approche garantit que l'aide parvienne directement aux destinataires sans intermédiaires superflus.

Écoute des besoins : Pendant la distribution, les membres du bureau restent attentifs aux besoins spécifiques de chaque famille et s'efforcent de répondre à ces besoins dans la mesure du possible. Cela peut inclure des ajustements dans les provisions fournies en fonction des régimes alimentaires, des conditions médicales, ou d'autres circonstances particulières.

Discussion des résultats

Section 02 : Discussion des résultats :

Fort d'une collecte de données rigoureuse sur le terrain et d'une analyse approfondie des résultats, notre étude s'est attelée à la validation des hypothèses initialement formulées sur la recherche sur la diversité socio-économique, culturelle et géographique des régions de Melbourne. La diversité socio-économique, culturelle et géographique des régions de Melbourne impose des adaptations des actions des associations de jeunes et de leur communication pour répondre aux besoins et aux défis propres à chaque territoire et les techniques de communication territoriale utilisées par les membres d'association sont basées sur la désignation des acteurs en charge de l'information conformément aux publics cibles dans l'association des jeunes de Melbourne.

Après une analyse minutieuse des données collectées sur le terrain et une évaluation approfondie des résultats, notre étude a confirmé la pertinence des hypothèses initiales formulées concernant la recherche sur la diversité socio-économique, culturelle et géographique des régions de Melbourne. Nous avons constaté que cette diversité impose des adaptations cruciales dans les actions entreprises par les associations de jeunes, ainsi que dans leur communication, afin de répondre de manière adéquate aux besoins et aux défis spécifiques de chaque territoire.

Parmi les associations étudiées, l'Association de la Maison des Jeunes de Melbourne s'est particulièrement distinguée. En effet, notre enquête a révélé que cette association se distingue par son fort engagement communautaire et sa capacité à s'adapter aux différentes réalités locales. De plus, elle met en œuvre des stratégies de communication territoriale qui s'alignent sur les besoins des différents publics cibles au sein de la région. Cette approche holistique et personnalisée a permis à l'association de jouer un rôle central dans le renforcement du tissu social et économique de Melbourne, tout en favorisant une collaboration fructueuse avec d'autres acteurs locaux.

L'Association de la Maison des Jeunes de Melbourne représente un exemple inspirant de la manière dont les associations peuvent s'adapter efficacement à la diversité des contextes régionaux et contribuer de manière significative au développement communautaire.

D'après les résultats obtenus dans notre terrain, nous constatons « La diversité socio-économique, culturelle et géographique des régions de Melbourne impose des adaptations des actions des associations de jeunes et de leur communication pour répondre aux besoins et aux défis propres à chaque territoire et les techniques de communication territoriale utilisées par les

membres d'association sont basée sur la désignation des acteurs en charge de l'information conformément aux publics cibles dans l'association des jeunes de Melbou. » est considéré comme une reconnaissance de l'importance cruciale de la prise en compte des particularités locales dans la planification et l'exécution des initiatives des associations de jeunes. Cela indique également une approche stratégique et réfléchie, où les membres des associations reconnaissent la nécessité de désigner des acteurs spécifiques chargés de diffuser l'information, en alignant leurs efforts sur les besoins et les caractéristiques propres à chaque public cible dans la région de Melbou. En résumé, ce constat met en lumière une approche adaptative et contextuelle qui vise à maximiser l'efficacité des actions des associations de jeunes en tenant compte des réalités locales et en utilisant des techniques de communication appropriées.

Dans la région de Melbou, la diversité socio-économique, culturelle et géographique impose des ajustements aux actions des associations de jeunes et à leur communication pour répondre aux besoins spécifiques de chaque territoire. Les stratégies de communication territoriale mises en œuvre par les membres des associations sont conçues pour désigner les acteurs responsables de l'information en fonction des publics cibles au sein de la communauté.

Pour atteindre un plus grand nombre de citoyens et organiser des activités, les associations privilégient une approche multi-canaux, combinant des réunions en personne du bureau, une présence active sur les réseaux sociaux et des affichages stratégiques dans des lieux fréquentés. Cette approche vise à garantir une diffusion exhaustive et détaillée de l'information sur les événements et les initiatives de l'association, afin d'engager efficacement tous les membres potentiels intéressés.

La communication directe et locale est au cœur des interactions de l'association avec les publics de la commune de Melbou. Des activités de terrain ciblées, des programmes de communication à court et à long terme axés sur la proximité, ainsi que des événements organisés dans différentes localités, sont précédés d'une prise de contact directe avec les citoyens pour garantir une participation maximale.

Les médias sociaux, la messagerie instantanée entre les membres, les réunions physiques, les e-mails et les affiches sont identifiés comme des canaux de communication essentiels pour les associations de jeunes dans la région. Cette diversité de canaux permet de toucher

efficacement les différents segments de la population et de diffuser des informations pertinentes.

La personnalisation des messages et des activités en fonction des spécificités régionales est une priorité pour les associations. Des recherches approfondies sur chaque région, une compréhension des cultures locales, des enjeux spécifiques et des préférences de communication, ainsi que l'organisation d'événements en personne, sont des pratiques courantes pour garantir la pertinence et l'accessibilité des initiatives.

Cependant, ces efforts ne sont pas sans défis. La diversité des besoins et des attentes dans chaque région nécessite une approche adaptative et flexible. Les associations s'efforcent de maintenir un dialogue constant avec les membres locaux et les leaders communautaires, investissent dans la formation de leurs équipes locales, et ajustent leur approche en fonction des défis spécifiques rencontrés dans chaque région pour assurer une communication pertinente et efficace.

En ce qui concerne les actions de solidarité, les associations s'appuient sur la crédibilité de leurs membres pour attirer une adhésion massive des citoyens. La contribution financière des citoyens, complétée par des subventions gouvernementales, permet de financer les activités solidaires, notamment des programmes d'aide aux familles défavorisées.

Pour mesurer l'impact de leur communication, les associations utilisent divers indicateurs tels que le nombre de bénéficiaires, le taux de participation et les retours d'information. Elles s'efforcent également d'établir une liste définitive des familles dans le besoin et assurent une distribution efficace de l'aide en mobilisant les membres du bureau pour des distributions porte à porte, tout en restant attentives aux besoins spécifiques de chaque famille.

En conclusion, les associations de jeunes à Melbou adaptent leurs actions et leur communication pour répondre aux besoins et aux défis spécifiques de chaque région, en s'appuyant sur une approche multi-canaux, une communication directe et locale, une personnalisation des messages, et une écoute active des besoins de la communauté.

Conclusion générale

Conclusion

Au fil du temps, la communication territoriale s'est révélée être un élément fondamental pour renforcer la solidarité au sein des villages. En mettant en avant les valeurs communautaires et les initiatives locales, elle a permis de créer un sentiment d'appartenance et de responsabilité partagée. Cette communication, qu'elle soit à travers les réseaux sociaux, les événements locaux ou les médias traditionnels, a joué un rôle essentiel dans la mise en lumière des défis et des réussites de la vie villageoise. En soulignant les efforts collectifs et en mettant en vue les réussites individuelles, elle a contribué à tisser des liens plus forts entre les habitants, et de les favoriser ainsi une solidarité durable et un engagement renouvelé envers le bien-être et le développement de la communauté locale.

D'après notre recherche qui a été sur « la communication territoriale au service de la solidarité villageoise » que on a réalisé au sein de l'association des maisons des jeunes de melbou.

L'objectif de notre recherche a été d'étudier et d'analyser comment la communication territoriale est utilisée et la manière qu'elles servent la solidarité entre les villageois. Nous sommes arrivés à conclure : que la communication territoriale au sein des associations est un pilier indispensable pour favoriser la cohésion sociale et le développement local. En effet, cette forme de communication permet de renforcer les liens entre les membres de la communauté et de promouvoir les valeurs d'entraide et de solidarité.

Grâce à une communication efficace, les associations peuvent informer les résidents des initiatives locales, des événements communautaires et des ressources disponibles, favorisant ainsi leur participation active dans la vie du territoire. De plus, en facilitant les échanges d'informations et la collaboration entre les différentes parties prenantes, la communication territoriale contribue à la mise en œuvre de projets collectifs et au dynamisme économique et social de la région. En somme, elle joue un rôle crucial dans la promotion du vivre ensemble et dans la construction d'une communauté plus solidaire et résiliente.

On a remarqué aussi que les acteurs de cette communication qu'ils soient élus locaux, membres d'associations, jouent un rôle central dans la diffusion et la promotion des valeurs. Leur engagement actif permet de créer un réseau d'échanges et de partage d'informations essentiel. Par leur implication, ils deviennent les porte-parole de leur territoire, véhiculant son identité, ses richesses et ses défis, et En collaborant étroitement, ces acteurs contribuent à bâtir

une communication territoriale participative, où chaque voix compte et chaque contribution est valorisée. Ainsi, en travaillant ensemble, ils renforcent la cohésion sociale à la communauté locale, faisant de la communication territoriale un véritable levier de développement.

Dans notre recherche scientifique, on a constaté que Les associations en Algérie, à travers leur implication dans le renforcement de la solidarité villageoise, témoignent de l'importance cruciale de la communication territoriale dans le tissage du lien social au niveau local. En favorisant la diffusion d'informations pertinentes et en mobilisant les ressources disponibles, ces associations jouent un rôle vital dans la promotion du vivre ensemble et de la coopération intercommunautaire. Leur engagement actif dans la communication territoriale permet non seulement de sensibiliser les habitants aux enjeux locaux, mais aussi de stimuler leur participation à des actions solidaires et à des initiatives de développement durable. Ainsi, en encourageant le dialogue et la collaboration entre les différents acteurs du territoire, les associations en Algérie contribuent à bâtir des communautés plus résilientes, inclusives et solidaires.

Ainsi que dans notre recherche nous avons suivi la méthode qualitative, en utilisant l'entretien pour collecter des données, et pour cela on a interviewé 7 acteurs de l'association des maisons des jeunes de melbou.

Enfin, la communication territoriale au service de la solidarité villageoise se révèle être un catalyseur essentiel pour l'épanouissement des initiatives locales et la consolidation des liens communautaires. En mobilisant les ressources et en facilitant les échanges d'idées, elle permet aux villages de renforcer leur cohésion sociale et de répondre de manière plus efficace aux défis locaux. Cette approche participative et inclusive, soutenue par les associations en Algérie, illustre la valeur ajoutée d'une communication proactive dans la construction d'une société plus solidaire et équitable. En plus, il est également important de souligner que la communication territoriale doit être Ethique et responsable: La communication territoriale doit respecter les principes d'éthique et de responsabilité, en veillant à diffuser des informations véridiques et objectives et en évitant toute forme de discrimination ou de manipulation. Accessible à tous: La communication territoriale doit être accessible à tous les publics, en tenant compte des différents handicaps et en utilisant des langages et des formats adaptés.

Conclusion générale

Sans oublier que la solidarité villageoise est un atout précieux pour le monde rural. En la préservant et en la renforçant, nous contribuons à la construction de sociétés plus justes, plus résilientes et plus respectueuses de leurs traditions et de leur environnement. En s'adaptant aux défis du 21ème siècle et en valorisant les initiatives locales, la solidarité villageoise peut continuer à jouer un rôle essentiel dans le développement durable des communautés rurales.

Liste bibliographique :

Ouvrage :

1. Aïssa MERAH et Vincent MEYER, (2015), communication publique et territoriale au Maghreb : enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs. L'harmattan communication et civilisation.
2. Bioy, A., Castillo, M.-C., & Koenig, M. (Eds.). (2021). *Les méthodes qualitatives en psychologie clinique et psychopathologie* (Collection Univers Psy). Paris, France : Dunod
3. Combessie Jean-Claude, La méthode en sociologie, La découverte repères découverte N° 194
4. Clotilde Coron, La boîte à outils de l'analyse de données en entreprise.
5. Dominique Giorgi, Valérie Saintoyant, 2018, La solidarité en quête de sens, Presses de l'EHESP

Revue de littérature :

1. Aïssa MERAH, Vincent MEYER et Soumaya EL MENDILI, communication publique et marketing territoriale au Maghreb : pour une communication responsable sur les territoires, RIMEC Revue Internationale de Management, Entrepreneuriat et Communication, No 6 <https://isiam.ma/wp-content/uploads/2021/06/version-prefinale-.pdf>
2. EL ABBADI & EL MATTICHI, (Juin, 2023), La communication territoriale : Un levier de la mise en place du nouveau modèle de développement ? Revue AME, Numéro spécial 2.
3. France Guérin-Pace, 2006, L'espace géographique, Belin, 2006/4 (Tome 35)
4. Hélène Cardy, 2011, Les collectivités territoriales en quête d'identité. Mots. Les langages du politique, ENS Editions, (n° 97)
5. <https://shs.cairn.info/revue-recherche-en-soins-infirmiers?lang=fr>
6. Jean-Claude Abric (Dir.), *Pratiques sociales et représentations*, Paris, P.U.F., (Psychologie sociale), 1994 [compte-rendu]
7. J. DESABIE Méthodes empiriques d'échantillonnage Revue de statistique appliquée, tome 11, no 1 (1963)

Liste bibliographique

8. Miryam Chafik, and Abderrazzak El Abbadil, 2023, La communication territoriale et les enjeux du développement local : une revue de littérature. Territorial Communication and Local Development Challenges: A Literature Review, SHS Web Conf. Volume 175
9. Samira ammor, Juillet-Décembre 2018, COMMUNICATION PARTICIPATIVE ET GOUVERNANCE: ENJEUX ET LIMITES D'UNE RELATION. Revue Marocaine de recherche en management et marketing, N°18

Webographie :

1. https://www.persee.fr/issue/camed_0395-9317_1982_hos_6_1 consulté le 15/02/2024.
2. https://www.persee.fr/doc/comin_0382-7798_1981_num_3_3_1133 consulté le 20/02/2024.
3. <https://www.dunod.com/sciences-humaines-et-sociales/methodes-qualitatives-en-psychologie-clinique-et-psychopathologie> consulté le 02/03/2024. consulté le 02/01/2024.
4. <https://prof.scienceshumaines.be/enquete-en-sciences-sociales-et-en-sciences-humaines/> consulté le 12/01/2024.
5. <https://journals.openedition.org/communiquer/1901> consulté le 15/01/2024.
6. <https://www.cairn.info/revue-le-telemaque-2008-1> consulté le 16/01/2024.
7. <https://journals.openedition.org/communication/554> consulté le 25/01/2024.
8. https://www.dunod.com/sites/default/files/atoms/files/Feuilletage_844.pdf consulté le 05/02/2024.
9. https://www.ccnpps.ca/docs/2015_Ethique_Solidarite_Fr.pdf consulté le 12/02/2024.

Annexes

Annexes 01

Guide d'entretien

Dans le cadre de réalisations d'un mémoire de fin cycle pour l'obtention d'un master en science humaines option : communication et relation publique : nous vous remercions de bien vouloir nous accorder un peu de votre temps pour nous assister a réaliser une étude portant sur la communication territoriales au service de la solidarité villageoise.

Les données personnelles de l'interviewer

Nom :

Prénom :

Age :

Ancienneté :

Niveau d'étude :

La fonction :

Axe 01 : Adaptations des associations de jeunes et de leur communication selon les spécificités régionales de Melbou

Dans le cadre de réalisations d'un mémoire de fin cycle pour l'obtention d'un master en science humaines option : communication et relation publique : nous vous remercions de bien vouloir nous accorder un peu de votre temps pour nous assister a réaliser une étude portant sur la communication territoriales au service de la solidarité villageoise.

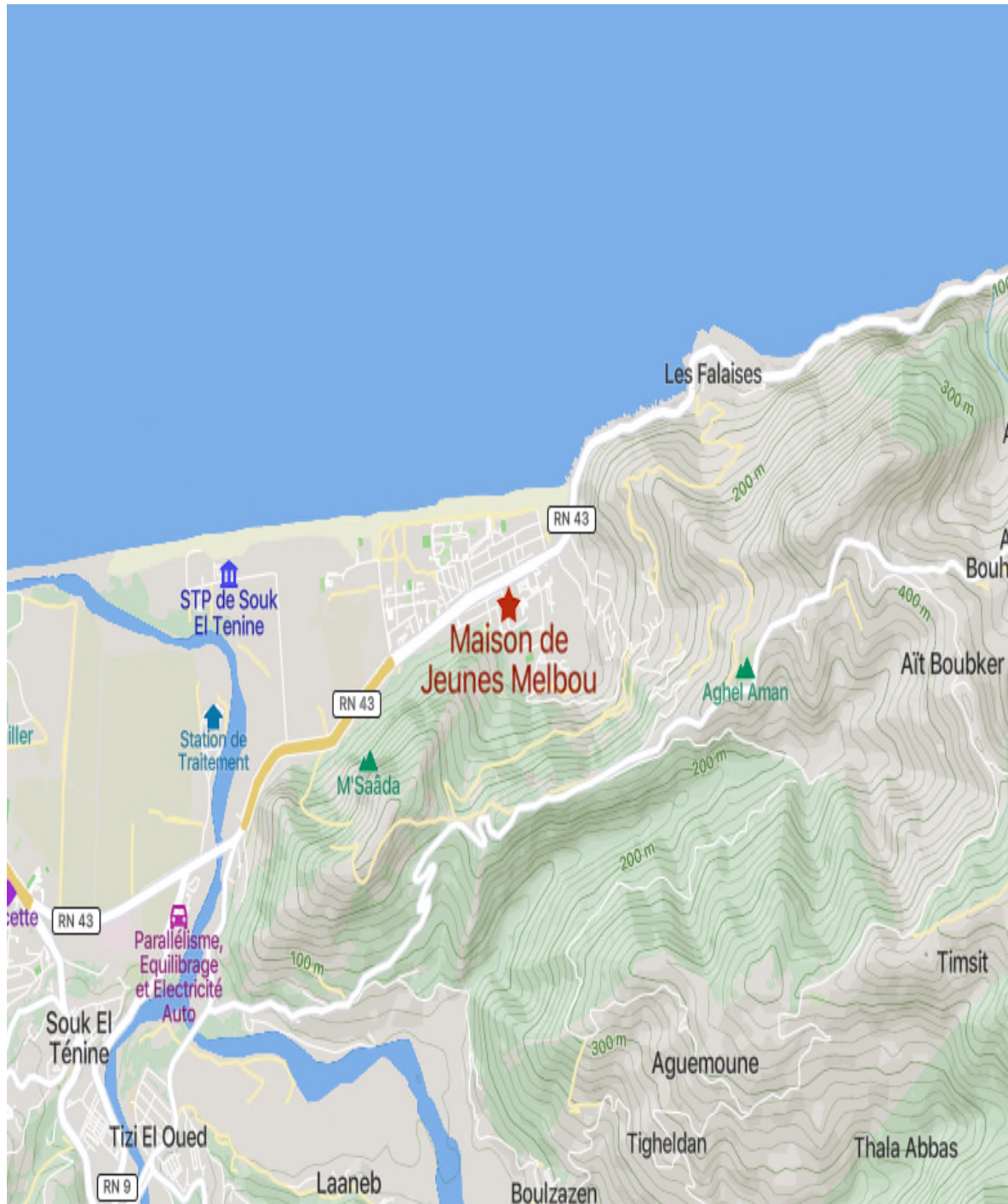
- 1. Quels sont les leviers à actionner pour toucher un public le plus large possible en vue d'organiser une activité collective ?**
- 2. Comment votre association communique telle avec ses publics dans votre commune de Melbou ?**
- 3. Quels sont les principaux médias et canaux de communication utilisés par les membres d'association dans ces différentes régions ?**

- 4. Comment votre association de jeunes tient compte des différences régionales pour personnaliser ses messages et ses activités, afin de mieux atteindre les citoyens de différentes régions ?**
- 5. Comment votre association de jeunes tient compte des différences régionales pour personnaliser ses messages et ses activités, afin de mieux atteindre les citoyens de différentes régions ?**
- 6. Quels défis spécifiques rencontre votre association de jeunes lors de l'adaptation de sa communication aux diverses spécificités régionales, et comment les surmontez-vous efficacement ?**

Axe 02 : la communication des associations sur les actions de solidarité dans un territoire.

- 1. Quelle est la stratégie engagée pour l'adhésion massive des citoyens à votre association?**
- 2. Comment financez-vous vos activités, avec l'aide ou des subventions, ou autrement ?**
- 3. Quels sont les d'activités privilégiées par votre association, indicateurs que vous utilisez pour mesurer l'impact de votre communication ?**
- 4. Et comment vous faite pour arrêter la liste des définitives des familles en état de détresse ou en état de besoin ?**
- 5. Comment assurez-vous la distribution efficace de l'aide aux familles défavorisées?**

Annexe 02 : l'emplacement géographique de la maison des jeunes de melbou



Annexe 03 :

Comme chaque année, de multiples actions de solidarité sont organisées à l'occasion du mois de ramadhan. Ces opérations sont menées depuis plusieurs jours dans la maison des jeunes de Melbou.



Table des matières

Remerciement

Dédicaces

Liste des Figures

Introduction générale..... I

Cadre méthodologique

Chapitre 01 L'analyse conceptuelle

1. Problématique : 8

2. Les hypothèses : 10

3. Définition des concepts : 10

4. Etudes antérieures : 11

Chapitre 02 Démarche méthodologique

1. L'approche théorique : 15

1.1 L'approche sociale : 15

1.2 L'approche de la communication participative : 16

2. Méthode de l'étude : 17

3. Outils de l'étude : 18

3.1 L'entretien semi directif : 18

3.2 Observation : 19

4. La population d'étude : les membres d'association des jeunes de melbou..... 21

5. L'échantillon d'étude : 21

6. Technique d'échantillonnage : 21

7. Les étapes de réalisation de l'enquête : 22

7.1 La pré-enquête : 22

7.2 L'enquête : 23

8. Le déroulement d'enquête : 23

Cadre théorique

Chapitre 03 La communication territoriale

Section 01 : la communication territoriale, définition, acteurs..... 27

1.1 La définition de la communication territoriale : 27

| | |
|---|-----------|
| 1.2 Les acteurs de la communication territoriale : | 30 |
| 1.3 Exploration du sentiment d'appartenance dans la communication territoriale | 31 |
| Section 02 : le lien entre la communication territoriale, et le développement local, les fondements de développement locale..... | 33 |
| 1.1 Le développement local : | 33 |
| 1.2 Les fondements de développement local : | 33 |
| 1.3 Vers un développement local durable inclusif | 34 |
| 1.4 Intelligence territoriale pour le développement local : | 35 |
| Chapitre 04 La solidarité villageoise | |
| Section 01 : la solidarité dans un territoire définitions, les différentes expressions de la solidarité villageoise. | 38 |
| 1.1 Définition et importance de la solidarité villageoise : | 38 |
| 1.2 Les différentes expressions de la solidarité villageoise : | 39 |
| Section 02 : Renforcer le tissu social..... | 40 |
| 2.1 Renforcer le tissu social : Cultiver la solidarité entre les hommes..... | 40 |
| 2.2 La Solidarité au Cœur de l'Éthique : Un Pilier de Pratique Inclusive | 41 |
| 2.3 Les dimensions de la solidarité : | 41 |
| Chapitre 05 Présentation des données | |
| Section 01 : présentation d'association..... | 47 |
| Section 02 : présentation du terrain d'étude : | 50 |
| 2.1 Présentation : | 50 |
| 2.2 Les activités de différentes localités : | 50 |
| 2.3 Les domaines d'associations : | 51 |
| 2.4 Les objectifs de l'association : | 51 |
| 2.5 Les missions et les objectifs : | 51 |
| Chapitre 06 Présentation des résultats | |
| Section 01 : analyse et interprétation des données..... | 54 |
| 1.1 Axe 02 : Adaptations des associations de jeunes et de leur communication selon les spécificités régionales de Melbou..... | 54 |
| 1.2 Axe 03 : la communication des associations sur les actions de solidarité dans un territoire. | 57 |
| Section 02 : Discussion des résultats : | 62 |
| Conclusion générale | 66 |

Liste bibliographique

Annexes

Résumé

Résumé

Tout au long de la réalisation de ce travail qui est effectué au sein des associations, nous avons essayé de comprendre la communication territoriale et comment à contribuer a la solidarité villageoise dans le village de tizi el oued a Melbou, ainsi les différents moyens utilisée.

La communication territoriale joue un rôle crucial dans la construction et la consolidation des solidarités locales au sein des villages. Cette étude examine comment les stratégies de communication peuvent être optimisées pour renforcer la cohésion sociale et favoriser des initiatives solidaires dans un contexte rural. En se concentrant sur un cas d'étude spécifique, ce mémoire explore les pratiques de communication mises en œuvre par les acteurs locaux, y compris les collectivités territoriales, les associations et les citoyens.

Mots clés : communication territoriale, solidarité villageoise.

abstract

Throughout the completion of this work which is carried out within the associations, we tried to understand territorial communication and how to contribute to village solidarity in the village of Tizi eloued a Melbou, as well as the different means used.

Territorial communication plays a crucial role in building and consolidating local solidarity within villages. This study examines how communication strategies can be optimized to strengthen social cohesion and promote solidarity initiatives in a rural context. By focusing on a specific case study, this study explores the communication practices implemented by local actors, including local authorities, associations and citizens.

Keys words : territorial communication, village solidarity.

ملخص:

طوال استكمال هذا العمل الذي يتم تنفيذه داخل الجمعيات، حاولنا فهم التواصل الإقليمي وكيفية المساهمة في التضامن القروي بقرية تيزي الواد وملبو، وكذلك الوسائل المختلفة المستخدمة.

يلعب التواصل الإقليمي دورًا حاسمًا في بناء وتعزيز التضامن المحلي داخل القرى. تبحث هذه الدراسة في كيفية تحسين استراتيجيات الاتصال لتعزيز التماسك الاجتماعي وتعزيز مبادرات التضامن في السياق الريفي. من خلال التركيز على دراسة حالة محددة، تستكشف هذه الأطروحة ممارسات الاتصال التي تنفذها الجهات الفاعلة المحلية، بما في ذلك السلطات المحلية والجمعيات والمواطنين.

المفتاحيةالكلمات:الاتصال الإقليمي، التضامن القروي