



**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**

**Faculté des sciences humaines et sociales**

**Département des sciences de l'information et de la communication**

# **MÉMOIRE DE FIN DE CYCLE**

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

**Option : communication et relations publiques**

## **THÈME**

**Le rôle du métier de chargé de  
communication territoriale dans la  
communication de proximité**

**Cas pratique : APC de Darguina**

**Réalisé par :**

**AMIR Islam  
ZOUAOUI Faycel**

**Encadré par :**

**Mme IFOURAH DIB Rabiaa**

**Année universitaire  
2023/2024**

# *Remerciement*

**Nous remercions avant tout le bon dieu qui nous a donné la volonté, le courage, la patience et la force pour réaliser ce modeste travail en peu de temps.**

**Nous tenons à remercier l'ensemble des enseignants de la faculté des sciences humaines et sociales. Ceux qui nous ont enseigné et accompagné tout au long du cycle.**

**Particulièrement à notre promotrice Madame IFOURAH DIB Rabiaa pour avoir accepté de nous encadrer et pour sa disponibilité, son aide et ses conseils enrichissants dans la réalisation de ce mémoire.**

**On tient également à remercier les membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail.**

**Sans oublier le personnel de l'APC de la commune de Darguina, wilaya de Bejaia pour leurs accueils chaleureux, à leur tête le P/APC Mr BEKTACHE et le chef de la réglementation Mr AISSOU, ainsi que les quatre différents présidents d'associations.**

**Enfin nous remercions tous les responsables, les membres du département et les travailleurs de la Bibliothèque des sciences humaines et la bibliothèque centrale de l'université ABDERAHMANE Mira de Bejaia.**

# Dédicace

*Je dédie ce travail à la mémoire de ma grand-mère, que son âme  
repose en paix.*

*A ma chère mère*

*A mon cher père*

*Qui n'ont jamais cessé de formuler des prières à mon égard, de me  
soutenir et du m'épauler pour que je puisse atteindre mes objectifs.*

*A ma chère sœur, a l'unique sœur que j'ai au monde, merci d'être  
toujours à mes côtés, par ta présence, par ton amour, pour donner  
sens à notre vie de famille, de si petite famille.*

*A mon binôme Faycel*

*A tous ceux qui me sont chers, aux personnes qui m'ont aidé et  
encouragé de près ou de loin, qui étaient à mes côtés et qui m'ont  
accompagné durant mon chemin d'étude*

ISLAM

# Dédicace

*En premier lieu je remercie mon Dieu, source de lumière et de guidance, qui m'a accordé force et persévérance tout au long de ce parcours d'études.*

*Je dédie ce modeste travail à mes chers parents, pour leur amour inconditionnel, leur soutien indéfectible et leurs encouragements constants.*

*À mes frères, pour leur présence et leur inspiration.*

*À mon binôme Islam, pour notre collaboration fructueuse et notre complicité dans ce travail.*

*A mes grands-parents, que je n'oublierai jamais, pour leur sagesse et leurs bénédictions*

*Paix à leurs âmes*

*En fin à toutes ces âmes qui ont enrichi mon chemin. De près ou de loin*

Faycel

### Liste des figures

| Figure | Titre                                       | Page |
|--------|---|------|
| 01     | Un exemple sur la participation citoyenne   | 35   |
| 02     | L'organisation de la structure d'une mairie | 39   |
| 03     | L'organigramme de la commune de Darguina    | 92   |

### Liste des tableaux :

| Tableau n° | Titre  | Page  |
|------------|--|-------|
| 01         | Les indicateurs de recherche                                       | 14-15 |
| 02         | La population d'étude  | 26    |
| 03         | Les données socio-professionnelles des enquêtés au sein de l'APC   | 64    |
| 04         | Les données socio-professionnelles des présidents des associations | 66    |

# Table des matières

**Remercîment**

**Dédicace**

**Dédicace**

**Liste des figures**

**Liste des tableaux**

**Introduction**

**Cadre méthodologique**

**Chapitre 1 : analyse conceptuelle**

**Préambule**

|   |    |
|---|----|
| 1- Problématique.....                                     | 06 |
| 2- Hypothèses.....  | 09 |
| 3- Définition des concepts....                            | 09 |
| 3-1- Communication territoriale .....                     | 09 |
| 3-2- Communication de proximité .....                     | 10 |
| 3-3- Métier de chargé de communication territoriale ..... | 11 |
| 3-4- Le mouvement associatif .....                        | 11 |
| 3-5- Le sentiment d'appartenance .....                    | 12 |
| 3-6- L'engagement civique .....                           | 12 |
| 3-7- Démocratie participative.....                        | 13 |
| 4- Les indicateurs de la recherche .....                  | 14 |
| 5- Les études antérieures .....                           | 15 |
| 6- Les raison de choix de thème .....                     | 19 |
| 7- L'objectif de la recherche.....                        | 20 |

**Conclusion**

**Chapitre 02 : démarche méthodologique**

|   |    |
|---|----|
| 1- L'approche théorique de l'étude..... | 22 |
|---|----|

|  |    |
|--|----|
| 1-1- L'approche managériale .....                  | 22 |
| 1-2- L'approche participative.....                 | 23 |
| 2- La méthode de la recherche .....                | 24 |
| 3- La technique de la recherche .....              | 24 |
| 4- La population de l'étude .....                  | 25 |
| 5- L'échantillon de la recherche .....             | 26 |
| 6- Le type d'échantillonnage.....                  | 27 |
| 7- Les étapes de la réalisation de l'enquête ..... | 27 |
| 7-1- La pré-enquête.....                           | 27 |
| 7-2- L'enquête .....                               | 28 |
| 8- Les difficultés rencontrées.....                | 28 |

## **Cadre théorique**

### **Chapitre 03 : communication des collectivités territoriale**

#### **Introduction**

|   |    |
|---|----|
| Section 01 : un aperçu générale sur la communication territoriale.....          | 32 |
| 1- Définition de la communication territoriale.....                             | 32 |
| 2- Les fonctions de la communication territoriale.....                          | 33 |
| 2-1- Les fonctions centrales.....   | 33 |
| 2-1-1. L'information du public.....   | 33 |
| 2-1-2. Assurer le dialogue entre les collectivités et les citoyens.....         | 33 |
| 2-2- Les fonctions complémentaires.....   | 34 |
| 2-2-1. Accueillir.....  | 34 |
| 2-2-2. Ecouter.....   | 34 |
| 2-2-3. Promouvoir la légitimité des organisations et les actions publiques..... | 34 |
| 2-2-4. Contribuer au maintien du lien social.....                               | 35 |
| Section 2 : communication communale.....  | 36 |
| 1- Un aperçu général sur la communication communale.....                        | 36 |



|   |   |    |
|---|---|----|
| 2-  | Les principes de la communication communale.....  | 36 |
| 3-  | Les acteurs de la communication dans la commune.....                                      | 37 |
| 2-1-  | Le maire et l'adjoint au maire.....   | 37 |
| 2-2-  | Le conseil municipal.....   | 37 |
| 2-3-  | L'administration municipale.....  | 38 |
| Section 03 : le métier de chargé de communication territoriale..... |   | 40 |
| 1-  | Définition de métier de chargé de communication territorial.....                          | 40 |
| 2-  | Les missions de chargé de communication territoriale.....                                 | 40 |
| 3-  | Les compétences et qualités requise pour exercer ce métier.....                           | 41 |
| 4-  | Les avantages et les inconvénients de métier de chargé de communication territoriale..... | 42 |
| 4-1-  | Les avantages.....  | 43 |
| 4-2-  | Les inconvénients.....  | 43 |

## **Conclusion**

## **Chapitre 04 : la communication de proximité**

### **Introduction**

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| <b>Section 01 : un aperçu générale sur la communication de proximité.....</b> |  | <b>45</b> |
| 1-  | Définition de la communication de proximité..... | 45        |
| 2-  | Les outils de travail de proximité.....          | 46        |
| 2-1-  | Les outils basés sur papier.....                 | 46        |
| 2-1-1.  | Kits informatif.....                             | 46        |
| 2-1-2.  | Avis médiatique.....                             | 46        |
| 2-1-3.  | Communiqué de presse.....                        | 46        |
| 2-1-4.  | Lettre de présentation.....                      | 46        |
| 2-1-5.  | Tribune libre.....                               | 47        |
| 2-2-  | Les outils basés sur le face à face.....         | 47        |
| 2-2-1.  | Présentation.....                                | 47        |

|   |    |
|---|----|
| 2-2-2. Appels téléphoniques.....              | 47 |
| 2-2-3. Série de réunion préparatoire.....     | 48 |
| 2-2-4. Conférence de presse.....              | 48 |
| 2-2-5. Interview.....                         | 48 |
| 2-3- Les outils basés sur la technologie..... | 48 |
| 2-3-1. Téléphone mobiles.....                 | 48 |
| 2-3-2. Site internet.....                     | 49 |
| 2-3-3. Blogs.....                             | 49 |
| 2-3-4. Médias sociaux.....                    | 49 |

**Section 02: le mouvement associatif comme un acteur clé de la communication de proximité .....50**

|   |    |
|---|----|
| 1- Généralité sur les associations.....   | 50 |
| 1-1- Définition de l'association.....   | 50 |
| 1-2- Les membres de l'association.....  | 50 |
| 1-2-1. Le président.....  | 50 |
| 1-2-2. Secrétaire générale.....   | 51 |
| 1-2-3. Trésorier.....   | 52 |
| 2- Les canaux de relations qui existent entre les associations et les gouvernements locaux..... | 52 |
| 3- Les objectifs de la communication associative.....   | 54 |

**Conclusion**

**Cadre pratique**

**Chapitre 05 : présentation et interprétation des données**

**Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil.....59**

|   |    |
|---|----|
| 1- Présentation de la commune de Darguina.....              | 59 |
| 2- La situation géographique de la commune de Darguina..... | 59 |
| 3- L'historique de la commune de Darguina .....             | 60 |

|  |           |
|--|-----------|
| 4- Description de l'organigramme.....                          | 60        |
| 5- Les missions des différents services de l'organisme.....    | 62        |
| <b>Section 02 : analyse et interprétation des données.....</b> | <b>64</b> |
| 1- Présentation des données socio-professionnelles.....        | 64        |
| 2- Analyse des entretiens.....                                 | 68        |
| 3- Discussion et vérification des hypothèses.....              | 80        |
| <b>Conclusion.....</b>   | <b>84</b> |
| <b>Liste bibliographique</b>                                   |           |
| <b>Annexes</b>   |           |
| <b>Résumer</b>   |           |



# Introduction

# Introduction

---

## Introduction

Dans un monde en pleine mutation où la communication joue un rôle central dans la création d'une relation solide entre la collectivité territoriale et les citoyens, ainsi que les associations qui le représentent. La communication territoriale est un processus fondamental, notamment elle joue un rôle important dans les échanges et la participation des citoyens aux activités et les événements organisés par la commune.

Au cours de cette dynamique nous retrouvons le métier de chargé de communication territoriale émerge comme une dimension primordiale, de faire impliquer les citoyens à la vie communale et faciliter le dialogue.

Le métier de chargé de communication territoriale regroupe l'ensemble des actions de communication, qui permet de promouvoir les échanges, les valeurs et les interactions d'une collectivité territoriale.

Dans cette étude nous allons exposer le rôle de ce métier de favoriser le dialogue et faciliter la communication de proximité au sein de la commune de Darguina. Cette recherche réside en deux dimensions, d'une part, le chargé de communication contribue à l'implication des citoyens dans la gestion des affaires communales d'une manière directe et interactive. D'autre part, il porte une grande importance en contribuant à la collaboration de l'APC avec le mouvement association.

En abordant cette thématique, nous cherchons à identifier la stratégie de communication pour développer la communication de proximité au sein de l'APC de Darguina. la communication de proximité est une forme de communication qui favorise la participation des citoyens dans les décisions prise par les collectivités territoriale, ainsi que c'est une action de communication qui influence le citoyen de se sentir libre de s'exprimer à travers des réunions publique, des rencontre direct et à travers un spécialiste en communication qui sera chargé de gérer toute les actions de communication publiques que ce soit en interne ou en externe.

C'est dans cette dynamique que la commune de Darguina nécessite une stratégie de communication, qui permet d'améliorer les interactions avec les citoyens. Donc notre problématique de de cette étude consiste à déterminer le rôle du métier de chargé de

## Introduction

---

communication territoriale au sein de l'APC de Darguina, et sa contribution dans l'implication des citoyens dans la gestion des affaires communales.

Dans le cadre de notre recherche, nous avons organisé notre travail en trois parties principales en utilisant la division suivante.

Le cadre méthodologique qui est répartie en deux chapitres, le premier chapitre porte sur l'analyse conceptuelle dans lequel nous avons présenté notre problématique, les hypothèses, les définitions des concepts, les indicateurs de la recherche, les études antérieures, ainsi que les objectifs de la recherche et les raisons de choix de thème. Le deuxième chapitre contient les éléments suivants : l'approche théorique de la recherche, la méthode et les techniques de la recherche, la méthode d'échantillonnage et les étapes de la réalisation de l'enquête et enfin les difficultés rencontrées.

Le cadre théorique qui contient deux chapitres, dont le premier chapitre qui contient trois sections et le deuxième chapitre qui contient deux sections.

Dans le premier chapitre « communication des collectivités territoriales » on trouve :

La première section parle de « la communication territoriale », ou nous avons donné une définition de la communication territoriale et ses fonctions.

Dans la deuxième section « la communication communale » nous avons abordé une définition de la communication communale, les principes de la communication communale, ainsi que les acteurs de la communication dans la commune.

Dans la troisième section qui est « le métier de chargé de communication territoriale » on a consacré sur : une définition d'un chargé de communication en collectivité, les missions du métier de chargé de communication territoriale, les compétences clé requises pour ce métier, ainsi que les avantages et les inconvénients de ce métier.

Dans le deuxième chapitre « la communication de proximité » qui se compose de deux sections :

La première section se compose d'un aperçu général sur la communication de proximité, nous avons donné une définition sur la communication de proximité et les outils de travail de proximité.

## Introduction

---

La deuxième section intitulée « le mouvement associatif comme acteur de la communication de proximité » porte sur des généralités sur les associations, la définition de l'association, les membres de l'association, les canaux de relations qui existent entre les associations et les gouvernances locales, ainsi que les objectifs de la communication associative.

Le cadre pratique contient un seul chapitre qui s'articule sur la présentation et interprétation des données, suivie par deux sections. La première section constitue sur la présentation de l'organisme d'accueil, commençant par la présentation de la commune de Darguina, sa situation géographique, son historique, son organigramme hiérarchique, ainsi que la présentation des missions de ses différents services.

Dans la deuxième section nous allons analyser et interpréter les données, en premier lieu c'est de présenter les données socio professionnelles des enquêtés, puis nous allons analyser les résultats de l'enquête pour enfin arriver à la discussion et à la vérification des hypothèses.

En finale, nous avons terminé notre travail de recherche par une conclusion générale, puis la liste bibliographique et en dernier lieu les annexes.



# **Cadre méthodologique**





# **Chapitre N°01 :** **Analyse conceptuelle**

# Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

## Cadre méthodologique

### Chapitre 1 : analyse conceptuelle

Au cours de ce chapitre, nous avons d'abord présenté notre problématique et nos hypothèses.

Puis nous avons défini les concepts clés de notre thématique, ainsi que l'identification des indicateurs de recherche. Ensuite, nous avons fait appel à deux études antérieures. Enfin nous avons expliqué les raisons du choix de thème et les objectifs de l'étude.

#### **1- Problématique :**

La population d'un territoire constitue le pilier fondamental de toute collectivité territoriale. Elle est composée d'individus aux origines diverses, aux parcours variés et aux aspirations multiples, elle témoigne de la diversité et de la richesse de la communauté locale. Cette population dépasse largement le cadre d'un simple ensemble de personnes. Elle représente la base sur laquelle repose le fonctionnement et le développement de la collectivité territoriale. En effet, chaque individu contribue à sa manière. La vitalité et la dynamique sociale, économique et culturelle de son territoire sont donc indissociables. Des besoins, des attentes et des préoccupations des habitants guident les actions et les politiques mises en place par les autorités locales.

Les devoirs des citoyens envers les collectivités représentent un élément primordial de la vie sociale, alors que les citoyens sont appelés à contribuer activement au bien-être de leur communauté en respectant les règles, en participant aux décisions locales, les collectivités territoriales assurent quant à elles la fourniture des services et la gestion du territoire au profit de tous.

Donc, la relation entre une collectivité territoriale et sa population est interchangeable, et là, la communication s'avère indispensable dans un territoire, une commune à besoin de communiquer au niveau interne et externe. Selon **Gérard Leclerc** « *Toutes les sociétés connaissent le phénomène de communication. Toutes sont fondées sur la communication. La société est une communauté c'est-à-dire un partage de signes, un échange de*

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

*messages* ». <sup>1</sup> Dans ce contexte, la communication territoriale témoigne d'une évolution significative dans la manière dont les collectivités interagissent avec leurs habitants et les parties prenantes locales, **Bruno Raoul** a observé comment, de façon progressive au fil du temps, le concept de communication a donné sens à « l'objet local », permettant ainsi de comprendre comment, dans les années 80, le discours et la mise en pratique du développement local ont évolué pour s'adapter au changement de paradigme autour de l'idée de communication. <sup>2</sup>

La communication occupe généralement une fonction stratégique pour toute organisation, selon Aissa Merah et Vincent Mayer « *le critère de proximité est retenu car il se rapproche de la sphère privée locale, capable à son échelle, de créer de la cohésion sociale, de l'identité, et de fédérer autour du projet local* ». <sup>3</sup>

Donc la communication de proximité émerge comme dimension essentielle de la communication publique, plus qu'une simple transmission d'information, elle vise à favoriser un dialogue ouvert et constructif entre les collectivités et leurs habitants. En encourageant ce dialogue BRUNO Raoul souligne que « *les possibilités d'interactivité technique mettent en évidence la figure d'un habitant actif susceptible de s'impliquer dans les affaires locales tout comme les opérations de concertation jouent aussi sur le registre de l'implication de l'habitant, de sa transformation en citoyen actif et responsable* ». <sup>4</sup>

Comme les collectivités territoriales ne peuvent pas gérer chaque individu de leur territoire, et les citoyens sont souvent confrontés à de multiples questions qui se plantent dans leur esprit ; comment peuvent-ils participer et influencer le développement de leur quartier, il semble qu'il doit exister des solutions pour répondre à ces besoins. La désignation d'un président pour chaque commune, chargé de représenter et défendre les intérêts de son quartier, pourrait être une piste à explorer. En créant des groupes locaux, les citoyens ont la possibilité de se rassembler et d'échanger des idées pour améliorer leur environnement. Ces rencontres permettent de faciliter la communication et de promouvoir

---

<sup>1</sup>Gérard Leclerc, La société de communication : une approche sociologique et critique, Paris, Presse Universitaire de France – PUF, 1999, Page 43

<sup>2</sup> Bruno Raoul, « étude de communication, langages, information, médiations », Développement des territoires et communication : politique et pratique à l'œuvre, 26, Université Charles De Gaulle-Lille 3, Page 22-23

<sup>3</sup>Aissa Merah et Vincent Meyer, « communication publique et territoriale au Maghreb », enjeux d'une valorisation et défit pour les acteurs, Ed. Harmattan, 2015, page55

<sup>4</sup> Bruno Roul, Ibid, page 26

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

un avenir meilleur pour le territoire en favorisant la collaboration entre les habitants et les autorités locales.

Au cœur de cette dynamique, nous retrouvons le chargé de communication territoriale, un acteur clé chargé de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies de communication adaptées aux spécificités et aux besoins de chaque communauté locale. **Assaël ADARY** poursuit « *Il crée les outils et met en place les actions qui s'inscrivent dans la stratégie de communication globale, en externe et en interne* ». <sup>5</sup>

La phase initiale de ce problème revue sur le métier de chargé communication territoriale au sein de la commune, qui ouvre pour le bien-être des citoyens, les actions des membres de la commune représente un pilier fondamental de la vie sociale et politique, le métier de chargé de communication territoriale se déploie à travers une multitude d'initiative visant à répondre aux besoins de la population. D'après Aissa Merah et Vincent Mayer : « *Une communication démocratique doit permettre la participation du citoyen dans la réflexion des projets qui le touchent de près. Elle fait allusion à une nouvelle forme de communication qu'est la communication participative* ». <sup>6</sup>

Cette dynamique participative est d'autant plus renforcée par l'engagement des chargés de communications territoriales. C'est précisément cette implication qui motive notre choix de sujet, afin de mieux comprendre les responsabilités de cette profession envers les citoyens et le développement d'une collectivité territoriale. Pour cela notre recherche aura pour objectifs de déterminer le rôle du métier de chargé de communication territoriale dans la communication de proximité au sein de l'APC de Darguina.

Nous avons donc formulé notre question comme suit :

- **Comment le métier de chargé de communication territoriale au sein de l'APC de Darguina contribue à la communication de proximité de la commune ?**

Pour répondre à cette question et mieux comprendre notre sujet de recherche, on a posé deux questions secondaires suivantes :

---

<sup>5</sup>Assaël ADARY, Céline MAS et Marie- Hélène WESTPHALEN, COMMUNICATOR, Paris, Dunod, 2018, p574

<sup>6</sup>AissaMerah et Vincent Meyer, Ibid, Page 55

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

- **Quel est l'apport du métier de chargé de communication territoriale de la commune de Darguina dans l'implication des citoyens dans la gestion des affaires communales?**
- **De quelle manière la collaboration entre le chargé de communication territoriale de l'APC de Darguina et le mouvement associatif favorise-t-elle la communication de proximité ?**

### **2- Les hypothèses :**

Selon **Ambroise ZAGRE** : « *les hypothèses se proposent de trouver des solutions à différentes sortes de questions. Elles naissent à partir d'une observation de la vie quotidienne ou de contacts opérés au cours d'une recherche. Elles peuvent être aussi le résultat d'une élaboration purement théorique à partir d'un ensemble de connaissances* ». <sup>7</sup>

Pour répondre à notre problématique, nous avons formulé les hypothèses comme suit :

- Le métier de chargé de communication territoriale au sein de l'APC de Darguina contribue à l'engagement civique du citoyen, en renforçant chez lui le sentiment d'appartenance et en encourageant le dialogue.
- La collaboration de la commune de DARGUINA avec le mouvement associatif favorise la communication de proximité en adoptant une démocratie participative pour promouvoir la culture communautaire.

### **3- Définition des concepts :**

#### **3-1- La communication territoriale :**

Selon **Michel Rosenberg** la communication territoriale est : « *un ensemble des messages émis par les institutions gouvernementales pour se mettre en scène, se donner une image favorable, auprès de leur propre société et des visiteurs, elle doit évoluer en permanence* »

---

<sup>7</sup> Ambroise ZAGRE, « Méthodologie de la recherche en science sociale » L'Harmattan 2013 page 58

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

*pour ne pas subir la suspicion des citoyens qui sont habiles à décoder les messages publicitaires, comparant les atouts mis en avant. Ils sont exigeants en terme de gestion publique »<sup>8</sup>*

La communication territoriale se définit comme un ensemble des messages transmis par les collectivités territoriales pour informer les habitants sur les services publics, notamment elle met en place des actions de communication dans le but de promouvoir et valoriser l'image d'un territoire.

### ***Définition opérationnelle :***

La communication territoriale englobe toutes les informations officielles d'intérêt général diffusées à l'initiative de la commune de Darguina. Elle repose en partie sur le code de la commune qui affirme que le droit des habitants d'une commune à être informés sur ses affaires et à être consultés sur les décisions qui les concernent, donc la communication territoriale joue un rôle clé en tant que canal de démocratie locale afin de se présenter et se donner une image positive de l'APC de Darguina auprès de son public.

### **3-2- La communication de proximité :**

Selon **Thierry Libaert** : « *La communication de proximité est une communication à dominante relationnelle, s'appuyant sur des outils et des techniques opérationnels, visant à établir et à pérenniser un dialogue permanent et transparent entre une collectivité territoriale et ses publics, en tenant compte de leurs attentes et de leurs besoins spécifiques, afin de favoriser la cohésion sociale et le développement du territoire.* »<sup>9</sup>

On peut dire que la communication de proximité est utilisée par les collectivités territoriales pour informer et impliquer les citoyens dans les décisions et les événements qui les concernent directement.

### ***Définition opérationnelle :***

La communication de proximité est un aspect essentiel de la gestion communale, qui vise à établir un lien étroit entre la commune de Darguina et ses habitants, en favorisant un dialogue constant entre eux, elle permet aux citoyens de s'exprimer, de poser des questions et de partager leurs préoccupations. La communication de proximité assure l'accès aux

---

<sup>8</sup> Michel Rosenberg, « la communication territoriale », Edition Belin, Paris, 2003, pages 184-185.

<sup>9</sup>Thierry Libaert, « La communication de proximité », 2eme édition, 2001, Page 22

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

informations pour tout le monde, ce qui renforce la confiance des citoyens envers leurs élus.

### **3-3- Le métier de chargé de communication territoriale :**

Selon **Mégard, Dominique**, « *le chargé de communication territoriale est un professionnel polyvalent qui joue un rôle crucial dans la stratégie de communication d'une collectivité locale. Il est chargé de promouvoir l'image et les actions de la collectivité auprès de ses différents publics, en interne comme en externe.* »<sup>10</sup>

Donc le métier de communication territoriale est un acteur clé au sein de toutes les collectivités locales. Il met en place une stratégie de communication afin de promouvoir l'image de la collectivité et ses services auprès des citoyens, ainsi que de créer un climat de confiance et de dialogue social.

#### ***Définition opérationnelle :***

Considérer comme une profession polyvalente, le métier de communication territoriale au sein de la commune de Darguina maîtrise un large éventail de compétence et de technique de communication, et ne s'adresse pas uniquement aux publics externes, il doit également communiquer avec les agents de la commune pour informer des projets de l'APC.

### **3-4- Le mouvement associatif :**

Selon **AKKOUCHE Soraya** « *le mouvement associatif est un regroupement de personnes physiques et/ou de personnes morales sur une base contractuelle à durée déterminée ou à durée indéterminée. Ces personnes mettent en commun, bénévolement et dans un but non lucratif, leurs connaissances et leurs moyens pour promouvoir et encourager les activités dans les domaines notamment, professionnel, social, scientifique, religieux, éducatif, culturel, sportif, environnemental, caritatif et humanitaire.* »<sup>11</sup>

Il s'agit d'un groupe d'associations qui répondent volontairement aux besoins de la société. Donc le mouvement associatif est un acteur clé pour les collectivités territoriales, il joue un rôle important dans la société, en sensibilisant les citoyens aux enjeux sociaux et en apportant un soutien aux communautés.

---

<sup>10</sup> Mégard, Dominique. « La communication publique et territoriale ». Dunod 4 avril 2012, Page 27

<sup>11</sup> AKKOUCHE, Soraya, manuel pour les associations algériennes, éd fondation Friedrich Ebert (2012), page13.

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

### ***Définition opérationnelle :***

Ce sont des associations actives sur le territoire de la commune de Darguina dans les différents domaines, (social, culturel, sportifs...etc.), dans le but de représenter et défendre les intérêts et les droits des citoyens auprès des autorités locales.

### **3-5- Le sentiment d'appartenance :**

Selon **BOUCHER.L** et **MOROSE** « *Le sentiment d'appartenance, c'est ce que ressent un individu concernant son appartenance à un groupe, à une organisation ou à une institution. Le fait de se sentir bien ou chez soi à l'école, le fait de se sentir utile au groupe et solidaire des autres constituent des indicateurs du sentiment d'appartenance d'une personne. Plus un individu a un fort sentiment d'appartenance à un groupe, plus il a tendance à adopter les valeurs, les normes et les règles de conduite de ce groupe* »<sup>12</sup>

C'est une sensation qui se définit comme le sentiment de faire partie d'un groupe, d'une communauté ou d'une société, car c'est un lien qui unit les citoyens à leurs territoire ce qui fait de se sentir intégré et impliqué dans la communauté locale.

### ***Définition opérationnelle :***

C'est ce que ressentent les membres de l'APC de Darguina. Le sentiment d'utilité des associations par leurs implications dans la vie de la commune, ainsi que l'engagement actif des citoyens dans la prise de décisions, tel que la participation des citoyens à des réunions publiques.

### **3-6- L'engagement civique :**

Selon **Neil Nevitte** « *L'engagement civique renvoie à l'engagement individuel au sein d'associations qui constituent la société civile. Selon Putnam, le déclin de l'engagement civique dans la société américaine est intimement lié au déclin de la confiance*

---

<sup>12</sup> BOUCHER.L ET MOROSE.L.P, responsabilisation et appartenance : la dynamique d'un projet éducatif, revue des sciences de l'éducation, vol.16, 1990, p415.



## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

*interpersonnelle. En fait, son analyse est fondée sur l'observation que l'appartenance à tout type d'organisation ».*<sup>13</sup>

En effet, c'est une implication volontaire et active des personnes dans la vie publique et au sein de la société dans le but de défendre les valeurs et de promouvoir des changements positifs.

### ***Définition opérationnelle :***

C'est la participation active des acteurs de la commune de Darguina ainsi que les citoyens via les associations au développement et au bien-être de son milieu de vie, c'est le fait d'identifier les problèmes qui affectent la communauté et contribue à trouver des solutions, aussi de participer activement à la réalisation d'actions concrètes au bénéfice de la région. Donc c'est aussi l'instauration de la confiance entre l'APC et la population locale.

### **3-7- Démocratie participative :**

Selon **Mathias Le Galic** est « *un meilleur accès à l'information et la participation accrue du public au processus décisionnel permettent de prendre de meilleurs décisions et de les appliquer plus efficacement* »<sup>14</sup>

C'est un processus dont les citoyens sont activement impliqués dans la prise de décision des affaires de la collectivité, elle permet aussi de faire entendre leurs voix, elle est fondée sur le renforcement de la participation des citoyens à la vie communale.

### ***Définition opérationnelle :***

C'est un modèle de gestion dans lequel les associations et les citoyens sont activement impliqués dans la prise de décisions, c'est un principe basé sur l'élection des représentants des citoyens des différentes parties politiques, ce qui permet d'instaurer ce contact social entre les décideurs locaux de la commune et la population d'une certaine décentralisation administrative.

---

<sup>13</sup> Neil Nevitte, « Nouvelle valeurs et gouvernance au Canada », Les presses de l'Université de Montréal, 2002, Page 105

<sup>14</sup> Mathias Le Galic, La démocratie participative, le cas nantais, édition l'harmattan 2004, p13

# Chapitre 01 : analyse conceptuelle

## 4- Les indicateurs de la recherche :

Les concepts sont des expressions utilisées pour décrire un ensemble de phénomènes, qui seront observés lors des tests empiriques.<sup>15</sup>

Les dimensions sont des éléments constitutifs, des idées qui déterminent les caractéristiques que l'on souhaite observer.<sup>16</sup>

Les indicateurs sont des signes empiriques des dimensions que nous sommes en mesure d'expérimenter en recourant à nos sens.<sup>17</sup>

Dans notre recherche, nous avons identifié les indicateurs de la recherche qui sont en mesure d'examiner les concepts. Nous avons décortiqué ces concepts en dimension pour enfin les reformuler en indicateurs qui nous permettront de mesurer le sujet de notre recherche. Dans le tableau ci-dessous, nous avons regroupé les indicateurs de notre étude:

**Tableau N° 01 : les indicateurs de la recherche**

| Concept  | Dimension   | Indicateur   |
|--|---|--|
| - Communication territoriale                         | - La communication avec les habitants.<br>- L'implication des citoyens.   | - Diffuser les informations d'intérêt général.<br>- Consultation des citoyens sur les décisions locales.   |
| - L'engagement civique<br>- Sentiment d'appartenance | - Les moyens de communication utilisées par la commune.<br>- Méthodes utilisés pour recueillir les préoccupations des citoyens.<br>- Les actions de communication qui ont permis la participation des | - Les réseaux sociaux<br>- Les sites web<br>- Les applications mobiles<br>- Des journées de réceptions quotidiennes.<br>- Utilisations des nouvelles technologies.<br>- Organisation d'événements.<br>- Organisation de réunions entre les élus. |

<sup>15</sup> Omar AKTOUF, « méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations » une introduction à la démarche classique et une critique. Montréal 1987, page 175

<sup>16</sup> Omar AKTOUF, Ibid., page 181

<sup>17</sup>Ibid., page 188

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | citoyens.<br>- Collaboration interne pour la communication communale.   |  |
| - Métier de communication territoriale.   | - Les compétences et les qualités pour exercer ce métier.   | - Maitriser les outils de communication.<br>- Créativité et innovation.<br>- Technique relationnelle.  |
| - Communication de proximité.<br>- Démocratie participative.<br>- Mouvement associatif. | - La communication avec les associations.<br>- Modalité de collaboration.<br>- L'axe de travail en commun.<br>- Les avantages et les bénéfices de la collaboration.<br>- Les facteurs de la réussite d'une collaboration. | - Moyen de dialogue entre l'APC et la population.<br>- Invitation<br>- Téléphone<br>- Célébrer la culture et les traditions locales.<br>- Faire connaître la région.<br>- le partage des objectifs et valeurs en commun. |

### 5- Les études antérieures :

Notre recherche se concentre sur le rôle du métier de chargé de communication territoriale dans la communication de proximité au sein de l'APC de Darguina, nous avons consulté plusieurs études, liées aux variables de notre thématique pour mieux comprendre le sujet et délimiter notre angle de recherche.

- **Etude 01 : « le développement territoriale : de la planification sectorielle a la prospective territoriale : le cas de la wilaya de Bouira »<sup>18</sup>**

<sup>18</sup> AMIR Amar, le développement territorial : de la planification sectorielle a la prospective territoriale : le cas de la wilaya de bouira, thèse de doctorat, Université de Constantine 3, 2021

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

Dans cette étude intitulée « le développement territoriale : la planification sectorielle à la prospective territoriale : le cas de la wilaya de Bouira » Réalisé par AMIR Amar devant les jurys composé de six personnes, en 2021. Il s'agit d'une thèse, en vue de l'obtention du diplôme de doctorat science en gestion et techniques urbaines à l'université de Constantine 3.

L'objectif de cette étude consiste à démontrer comment les collectivités de la wilaya de Bouira ont été développées durant les années, grâce à des plans d'aménagement à long terme.

Il formalise sa problématique sur trois questions :

**Question 01 :** *Quel est le niveau de développement des communes de la wilaya de Bouira ? Et par quel moyen peut-on l'identifier ?*

**Question 02 :** *Quels sont les éléments prioritaires à développer au niveau de la wilaya de Bouira pour asseoir un développement territorial équilibré ?*

**Question 03 :** *Comment qualifier la nature des relations entre les différents acteurs porteurs du développement territorial à Bouira ?*

Il suppose aussi sur trois hypothèses qui sont confirmées par les acteurs des collectivités de la wilaya de Bouira :

**Hypothèse 01 :** *Le développement territorial exige l'existence d'une synergie entre ses outils et ses politiques. A Bouira, il semble que les communes de la wilaya connaissent des niveaux de développement différents. Le recours au diagnostic monographique territorial permet d'établir une typologie de ces communes selon leur niveau de développement.*

**Hypothèse 02 :** *En considérant le territoire comme un système complexe, l'identification des éléments prioritaires exige une analyse profonde basée sur un diagnostic territorial systémique afin de réduire sa complexité. L'analyse de ces données à travers la matrice d'analyse structurelle permet d'identifier les variables clés et prioritaires.*

**Hypothèse 03 :** *La gouvernance territoriale vise la coordination de l'ensemble des parties prenantes dans le but de réaliser en commun un projet de territoire. Seulement, les relations entre ces acteurs peuvent être parfois convergentes et parfois divergentes vis-à-vis les objectifs assignés au développement territorial équilibré de la wilaya de Bouira.*

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

Le chercheur a choisi d'utiliser une série de techniques comme la collecte des données (qualitative et quantitative), une grille d'enquête et des grilles d'analyses. Afin d'effectuer un diagnostic comparatif, déterminer les relations entre les variables et comprendre comment le système d'acteurs fonctionne.

Le choix de cette étude revêt une importance pour la nôtre car :

- Cette étude nous a permis de clarifier les mécanismes qui contribuent à la configuration du territoire, afin de bien déterminer l'importance de la communication dans un territoire.
- Cette étude vise aussi à identifier le rôle des différents acteurs dans le processus de la planification territoriale et son efficacité, ce qui nous a aidés à délimiter notre sujet de recherche et de se focaliser sur les acteurs de la communication territoriale et leurs implications dans la communication de proximité. Nous avons sélectionné les intervenants dans le métier de communication de la commune et aussi les associations qui collaborent activement dans la communication de proximité.
- **Etude 02 : « Communication territoriale et ville marque : cas de comité des villages les plus propre à TiziOuzou »<sup>19</sup>**

Cette étude intitulée « communication territoriale et ville marque: cas de comité des villages les plus propres à TiziOuzou » est réalisée par Kertouz Melaz et Yahia Lynda, sous la direction de Dr Aoudia Nacer en juin 2019. Elle consiste à déterminer à quel point la communication territoriale peut contribuer à la préservation du patrimoine villageois, et qui a métamorphosé un simple village en ville renommée et le transformer en une destination touristique.

Leur question de départ se focalise sur : comment la communication territoriale participe-t-elle à la transformation d'un village kabyle en une ville marque ?

Dans les questions secondaires les étudiantes ont consacré à la recherche trois questions secondaires :

---

<sup>19</sup> Kertouz Melaz, Yahia Lynda, communication territoriale et ville marque : cas de comité des villages les plus propre à TiziOuzou, mémoire de fin de cycle, juin 2019

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

- Comment la communication contribue-t-elle à l'organisation dans les villages kabyles ?
- Quelles sont les activités communicationnelles faites dans le cadre de la promotion des valeurs villageois ?
- Quel est l'apport de la communication pour l'institutionnalisation de l'initiative citoyenne dans les villages kabyles ?

Pour bien mener leur recherche, ils ont émis quatre hypothèses :

- « la réussite de la démarche communicationnelle repose sur la transmission des valeurs culturelles des villages kabyles ».
- « l'objectif communicationnel des comités de villages centre sur la cohésion sociale dans la gestion des affaires ».
- « la communication des villages kabyles sert à la promotion des valeurs villageoise et environnementales dans la construction du lien social ».
- « l'institutionnalisation de l'initiative citoyenne permet de transformer le village propre en une ville marque et le transformer en une destination touristique »

Les chercheuses ont utilisé la méthode qualitative afin d'analyser et interpréter les résultats de leur recherche, elles ont utilisé l'observation participante comme technique directe qui visent à observer un groupe de façon non directif pour faire un prélèvement qualitatif.

Dans le cadre de leur recherche, elles ont opté aussi pour l'entretien semi-directif comme technique de collecte des données avec un outil de recherche « guide d'entretien », et en précisant le champ d'étude les chercheuses ont déterminé leur population de l'étude en fonction d'un échantillonnage par choix raisonné.

### **Les résultats de l'étude :**

À ce sujet qui est bien évidemment confirmé par les chercheuses suite aux résultats qu'ils ont présentés sur le terrain de l'étude :

**Première hypothèse :** au cours de leurs enquête ils ont constaté que la proximité permet de mieux comprendre et expliquer le travail, et impliquer rapidement les villageois dans le projet, et ce que les comités des villages est de gagner la confiance et l'empathie de la société qui permettront par la suite l'entente mutuelle et la création des relations à long terme. Dans ce cas, les comités de village ont compris que la communication est un moyen efficace qui permet de faciliter et augmenter la visibilité, notamment le recours à internet

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

qui permet de diffuser des vidéos, photos tels que les rassemblements dans le quartier et des maisons anciennes, et surtout s'informer sur les traditions de la région.

**Deuxième hypothèse :** Les étudiantes ont remarqué que l'arrivée des nouvelles technologies qui ont bouleversé catégoriquement les utilisateurs, est un atout privilégiés ces derniers temps. Dans ce cas les acteurs des comités des villages utilise les réseaux sociaux numérique comme un moyen de communication qui permet aux internautes ou adhérents de participer, interagir et donner leurs avis sur les publications, afin de développer et renforcer la solidarité et la cohésion entre les acteurs et les citoyens de villages, ce qui permettra par la suite leur implication dans le projet et la construction de la capitale et surtout avoir ce qu'on appelle la responsabilité sociale.

**Troisième hypothèse :** dans ce contexte les chercheuses ont noté que les comités de villages intègrent les citoyens dans le projet d'aménagement de leur territoire dans un contexte de communication, en vulgarisant l'image et la notoriété de la région et inciter les visiteurs à venir découvrir leurs patrimoines. Tout ça en partageant des événements communs et être solide, car cela renforce le sentiment d'appartenance et permet d'avoir une identité symbolique et surtout veiller à un intérêt générale.

**Quatrième hypothèse :** à ce sujet les chercheuses ont constaté que l'initiative citoyenne est un pilier majeur dans la coopération des activités, et pour rendre le village en ville touristique il s'agira de communiquer aux visiteurs la culture kabyle. Les acteurs du comité de villages ont réussi dans la démarche communicationnelle à les rendre plus visités par le biais de leurs efforts, leurs activités et leur stratégie en matière de communication.

### **L'intérêt de la recherche :**

Ils semblent que notre étude et leur étude partagent des objectifs communs concernant la communication territoriale, ce qui pourrait aider à mieux comprendre notre thème, de se concentrer sur les acteurs de la communication territoriale. Notre recherche s'inscrit bien évidemment sur le métier de chargé de communication territoriale, et son rôle dans l'implication des citoyens à la vie communale.

### **6- Les raisons du choix de thème :**

Il y a beaucoup de raisons pour choisir une telle thématique, parmi ceux qui nous ont motivés sont comme suit :

## Chapitre 01 : analyse conceptuelle

---

- Approfondir notre compréhension en communication de proximité et des échanges entre les collectivités territoriales et les citoyens.
- Il nous offre la possibilité d'explorer un domaine d'actualité.
- Connaitre les moyens de communication utilisée au sein de la commune pour informer et impliquer les citoyens dans la vie locale.
- Examiner le rôle du métier de chargé de communication territoriale au sein de la commune en tant qu'acteur clé de la diffusion de l'information auprès des citoyens.

### **7- L'objectif de la recherche :**

L'intérêt de notre recherche, c'est qu'elle va nous permettra d'approfondir notre Compréhension sur le domaine de la communication et enrichir nos connaissances. En particulier le métier de chargé de communication territoriale ainsi que la communication entre les citoyens et la commune. Les objectifs de cette recherche sont :

- Explorer les fondements de la communication territoriale au sein de l'APC de Darguina ainsi que les moyens de communication utilisés pour communiquer avec leurs habitants.
- Comprendre la manière dont le chargé de communication de la commune collabore avec le mouvement associatif.
- Appliquer les connaissances théoriques et méthodologiques que nous avons acquises dans notre recherche.

### **Conclusion**

En conclusion, notre problématique de recherche compose d'une question principale suivis de deux questions secondaires. Pour répondre à ces deux questions, nous avons initialement formulé deux hypothèses de recherche, puis nous avons défini les concepts clés en identifiant les dimensions et les indicateurs de notre recherche. Ensuite, notre attention a été portée sur deux études antérieures. Tout d'abord, nous avons utilisé une thèse de doctorat, puis un mémoire de fin de cycle qui aborde des variables appropriées à notre sujet.

Enfin, nous avons expliqué pourquoi nous avons choisi notre sujet de recherche et fixé les objectifs de cette étude.





# **Chapitre N°02 :**

## **Démarche méthodologique**

## Chapitre 02 : démarche méthodologique

---

### Chapitre 2 : démarche méthodologique :

Au cours de ce chapitre, nous allons présenter l'approche théorique de l'étude, ainsi que déterminer la méthode et la technique de la recherche. Ensuite nous allons identifier notre population d'étude et le type d'échantillonnage afin de choisir la manière de collecter les données de notre échantillon. Et pour réaliser cette étape nous avons dû faire face à l'explication et le déroulement de notre enquête, ainsi qu'aux difficultés rencontrées lors de la réalisation de ce mémoire.

#### 1- L'approche théorique de l'étude :

Toute recherche implique le choix d'une théorie ou d'un modèle pour son étude. Il est important pour le chercheur de définir une approche théorique pour toute recherche scientifique afin de guider sa recherche dans un cadre théorique spécifique. Donc on a opté pour l'approche managériale et l'approche participative.

##### 1-1- L'approche managériale :

L'approche managériale nous permettra d'apprendre et de découvrir les différentes fonctions de la commune de Darguina, en particulier celle du métier de chargé de communication territoriale. Selon **Imbert Maurice** « *Elle se traduit par des actes de management pour impliquer et faire engager les collaborateurs dans la mise en œuvre des projets et des décisions* ». <sup>20</sup>

L'approche managériale est un concept important en communication et relation publique, car elle nécessite une gestion stratégique des communications au sein de l'APC de Darguina. **Imbert Maurice** poursuit « *Si l'on admet que le management est une fonction d'équipe, alors la question se pose différemment. La communication devient une composante de la gouvernance comme du management* ». <sup>21</sup>

*« Si la communication devient un enjeu du management, elle le devient aussi particulièrement pour les managers de proximité, qui doivent gérer la circulation de l'information et la traduction des messages stratégique du top management. Les managers de proximité qui ont démontré leurs performances technique manquent de compétences en*

---

<sup>20</sup> Imbert, Maurice avec la collaboration de brouardValerie , la communication managériale , édition Dunod Paris 2015 Page 8.

<sup>21</sup> Imbert, Maurice, Ibid. p48

## Chapitre 02 : démarche méthodologique

---

*communication pour gérer leur activité, leur équipe et leur propre fonction. A ce niveau, la fonction des ressources humaines en scène. Cette fonction intervient au cœur d'une collectivité dans les domaines nombreux et variés comme les formalités administratives, le recrutement, la gestion de carrière, les relations sociales, la formation, etc. son objectif est la mobilisation et le développement des ressources du personnel pour accroître la productivité de la collectivité »<sup>22</sup>*

Grâce à cette approche nous pourrions évaluer le rôle du métier de chargé de communication territoriale dans une version stratégique de gestion de la communication de proximité au sein de la commune, cette gestion de communication peut être mise en place afin d'atteindre les objectifs de la commune et renforcer les liens avec ses habitants.

### **1-2- L'approche participative :**

Selon **Marta Anadon** « *l'approche participative constitue une perspective méthodologique dans le domaine de l'éducation, des organisations ou de développement local et régional* »<sup>23</sup>

L'approche participative est une méthode de travail qui vise à donner plus de valeur aux individus à s'impliquer dans les décisions locales. Notamment elle adopte des stratégies de communication qui favorisent l'implication des associations dans les affaires de la commune.

Donc on a opté pour cette approche car elle nous permettra d'expliquer les actions de communication au sein des associations comme l'association {Oxy-jeunes}, l'association {Imdukal}, l'association {Taddukli}, et l'association {Taffath}. Cette approche nous aidera ainsi à mieux comprendre les projets et les activités réalisés en commun avec l'APC.

Selon **Guy Bessette** « *l'approche participative aidera à tisser un lien plus étroit entre le projet et les besoins réels et à mener la communauté et les autres intervenants concernés à participer à la planification, à la mise en œuvre et à l'évolution des activités* ».<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Ibidem

<sup>23</sup> Marta Anadon, « la recherche participative », multiple regards, 2007, page 04

<sup>24</sup> Guy Bessette, « communication et participation communautaire » guide pratique de communication participative pour le développement, Les presses de l'université de Laval, 2004, page 14

## Chapitre 02 : démarche méthodologique

---

Guy Bessette ajoute aussi que la participation n'est pas seulement synonyme de mobilisation. Le concept va bien loin que la simple obtention du soutien de la communauté pour un projet et développement territorial conçu par les autorités. La participation est un bon indicateur, étant donné lorsque les gens prennent la responsabilité de mener à bien une initiative de développement, c'est-à-dire que les membres de la communauté prennent non seulement part aux activités, mais sont engagés directement dans le processus décisionnel et dans la planification de l'initiative de développement territorial.<sup>25</sup>

### 2- La méthode de la recherche :

La réussite d'une étude repose principalement sur le choix judicieux de la méthode qui permet à l'étudiant de recueillir les informations nécessaires pour étudier le phénomène, les objectifs et les hypothèses. « *C'est la procédure logique d'une science, c'est-à-dire l'ensemble des pratiques particulières qu'elle met en œuvre pour que le cheminement de ses démonstrations et de ses théories soit clair, évident et irréfutable.* »<sup>26</sup>

Le choix de la méthode ne dépend pas d'une manière aléatoire, il est délimité par l'objectif de notre sujet de recherche qui porte sur le rôle du métier de chargé de communication territoriale dans la communication de proximité au sein de la commune de Darguina. Selon **Maurice ANGERS**, la méthode *qualitative* « *est une méthode qui vise d'abord à comprendre le phénomène à l'étude, il s'agit d'établir le sens de propos recueillis ou de comportements observés. On se base d'avantages sur l'étude de cas ou de petits nombres d'individus* »<sup>27</sup>

Donc on a opté pour la méthode qualitative, car elle est plus adéquate à notre sujet de recherche, elle offre la possibilité d'explorer en profondeur les interactions et les dynamiques locales spécifiques à ce secteur, grâce à des techniques comme l'entretien, il est possible d'analyser et comprendre les attentes et besoins des communautés locales, elle permet aussi d'examiner les interactions interpersonnelles entre le métier de chargé de communication territoriale, le mouvement associatif et les citoyens.

### 3- La technique de la recherche :

---

<sup>25</sup> Guy Bessette, *ibid.* page 19

<sup>26</sup> Omar AKTOUF, « méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations » une introduction à la démarche classique et une critique. Montréal 1987, page 27

<sup>27</sup> Maurice ANGERS, « initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », page 60

## Chapitre 02 : démarche méthodologique

---

Dans chaque démarche scientifique on a besoin des techniques que ce soit quantitative ou qualitative, qui nous aident à atteindre les résultats de notre étude, selon **Ambroise ZAGRE**« *pour la recherche, l'étudiant constitue généralement plusieurs outils ou technique de collecte des données, des « faits ». Ces outils ou technique sont des procédés qui donnent accès à l'information. En d'autres termes, ce sont des instruments capables de recueillir ou de produire l'information. »*.<sup>28</sup>

Dans le cadre de notre recherche nous avons opté pour la technique d'entretien, qui se définit comme un moyen dont dispose le chercheur pour collecter ses données. Donc on s'est focalisé sur l'entretien semi directif qui se distingue par la possibilité de permettre aux individus interrogés d'exprimer librement leurs opinions d'une manière spontanée par rapport au sujet étudié. Selon **Ambroise ZAGRE** l'entretien « *Il est semi-directif en ce sens qu'il n'est ni entièrement ouvert, ni canalisé par un grand nombre de questions précises. L'étudiant dispose d'un guide d'entretien qui permet de suivre une certaine linéarité, sans s'en tenir à une chronologie ou à une formulation stricte.*»<sup>29</sup>

Comme nous l'avons mentionné dans l'annexe N°01 à la fin du mémoire, notre guide d'entretien contient 3 axes :

**Axe 1** : est basé sur les données socio-professionnelle, il est constitué de 4 questions : genre, Âge, fonction et l'expérience professionnelles.

**Axe 2** :« *Le métier de chargé de communication territoriale au sein de l'APC de Darguina contribue à l'engagement civique du citoyen, en renforçant chez lui le sentiment d'appartenance et en encourageant le dialogue* ». il contient 7 questions.

**Axe 3** : « *La collaboration de la commune de Darguina avec le mouvement associatif favorise la communication de proximité en adoptant une démocratie participative pour promouvoir la culture communautaire* ».il contient 7 questions.

### 4- La population d'étude :

---

<sup>28</sup> Ambroise ZAGRE, « Méthodologie de la recherche en science sociale » L'Harmattan 2013 page 84

<sup>29</sup> Ambroise ZAGRE, Ibid. p85

## Chapitre 02 : démarche méthodologique

Selon Maurice Angers la population d'étude est « *un ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur lesquels porte l'investigation* »<sup>30</sup>.

Notre recherche se concentre sur deux populations d'études.

La première est basée sur le contact direct entre l'APC de Darguina et les citoyens. Donc la population d'étude ici se focalise sur les acteurs de l'administration locale de la mairie et qui sont en contact direct avec la population.

La deuxième est basée sur la collaboration entre le mouvement associatif et l'APC de Darguina. Donc la population de cette étude se focalise sur les associations actives au niveau de la commune de Darguina.

### 5- L'échantillon de la recherche :

Il s'agit de déterminer l'univers de l'enquête, car avant de savoir à qui on demandera de répondre aux questions, faut préciser les personnes concernées pour entretenir avec.

Notre échantillon se compose de six personnes au sein de l'APC, ainsi que quatre personnes du mouvement associatif, qui se compose comme suit :

### Tableau N°02 : échantillon de l'étude

| Les fonctionnaires de l'APC de Darguina  | Les présidents des associations  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- P/APC</li><li>- S.G</li><li>- Chef de la réglementation des affaires générale</li><li>- Chef de service des finances</li><li>- Chef du bureau d'état civil</li><li>- Ingénieur en informatique</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Président de l'association {Oxy-jeunes}</li><li>- Président de l'association {Imdukali}</li><li>- Président de l'association {Taddukli}</li><li>- Président de l'association {Taffath}</li></ul> |

<sup>30</sup>Maurice ANGERS, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, page 226

## Chapitre 02 : démarche méthodologique

---

### 6- Type d'échantillonnage :

Selon **Ambroise ZAGRE** L'échantillonnage est « un ensemble des procédés visant à la sélection d'une fraction de la population telle qu'elle puisse être considérée comme représentative de la population totale de référence. C'est donc une procédure par laquelle un petit nombre d'unités d'analyse sont sélectionnées pour étude dans le but de généraliser les résultats à la population-mère, appelée l'univers. »<sup>31</sup>

Dans notre cas d'étude nous avons opté pour l'échantillonnage typique. Selon **Maurice ANGERS** : « prélèvement d'un échantillon de la population de recherche par la sélection d'élément exemplaire de celle-ci »<sup>32</sup>

Donc on a opté pour ce type d'échantillonnage, cela nous permettra de choisir notre population d'une manière ciblée. En utilisant un échantillonnage de ce type vise aussi à nous donner des réponses qui peuvent être généralisées à une plus large population.

### 7- Les étapes de la réalisation de l'enquête :

#### 7-1- La pré-enquête

La pré-enquête joue un rôle essentiel dans n'importe quelle recherche scientifique. Grâce à cette dernière, les études scientifiques sont plus précises car les données qu'elles mettent en évidence sont plus claires du fait que les décisions de l'enquêteur, les lieux, ainsi le type d'informateurs sont plus définis une fois qu'une étude préliminaire a été réalisée. En d'autres termes, l'objectif de cette étape vise à établir un cadre du terrain observé et à définir le protocole d'enquête.

Dans notre étude, la pré-enquête s'est déroulée pendant 3 semaines du 17 mars 2024 au 07 avril 2024. Dans les deux premières semaines s'était au sein de l'APC et nous avons réservé la dernière semaine pour les associations.

Pendant la première période, nous avons organisé deux séances une fois par semaine. Pendant cette période on a pu collecter des informations générales sur notre thématique de recherche et cela en interrogeant les fonctionnaires qui travaillent dans des différents

---

<sup>31</sup> Ambroise ZAGRE, « Méthodologie de la recherche en science sociale » L'Harmattan, 2013 page 73

<sup>32</sup> Maurice ANGERS, *ibid*, page 237

## Chapitre 02 : démarche méthodologique

---

services. Le secrétaire général nous a offert une documentation qui contient la présentation de l'APC et l'organigramme.

En deuxième lieu, cette pré-enquête nous a permis aussi de nous familiariser avec le terrain en faisant le tour sur des différents sièges des associations où chacun nous a expliqué ces tâches et son rôle.

### **7-2- L'enquête**

Nous avons mené notre enquête du 21 avril 2024 au 25 avril 2024 à l'APC de Darguina. Nous avons mené l'entretien avec le P/APC le 22 avril 2024 pendant une durée de quarante (40) minutes. Le même jour, l'enquête avec le S.G a duré trente (30) minutes.

L'enquête avec le chef de la réglementation des affaires générales le 23 avril 2024 d'une durée d'une heure (60 min), ainsi que la chef du bureau d'état civil et la chef du bureau des finances pendant vingt (20) minutes.

Nous avons aussi mené l'entretien avec l'ingénieur en informatique le 25 avril 2024 d'une durée de quarante (40) minutes.

Ensuite auprès du mouvement associatif du 28 avril 2024 au 2 mai 2024 :

- Le 29 avril 2024 avec le président de l'association (Oxy-jeunes) pendant une durée d'une heure (60) minutes.
- Le 30 avril 2024 avec le président de l'association (Tafath) d'une durée de trente minutes (30 min),
- Le 1 Mai 2024 avec le président de l'association (Taddukli) avec une durée de trente minutes (30 min).
- Et enfin le 2 Mai 2024 avec le président de l'association (Imdukali) avec une durée de trente (30min).

### **8- Les difficultés rencontrées**

Durant notre recherche nous avons dû faire face à plusieurs difficultés qui ont eu un impact sur notre avancement. Voici certaines de ces difficultés :

- Nous avons eu la difficulté de trouver le lieu de stage, en raison du manque de service de communication ou de la rareté des postes de chargé de communication



## Chapitre 02 : démarche méthodologique

---

au sein des collectivités de Béjaïa, cela a conduit à élargir nos recherches en dehors de notre ville, jusqu'à Darguina, où bien que le poste de chargé de communication n'était pas explicitement présent, mais le métier de communication existe et nous a offert la possibilité de réaliser enfin notre stage.

- Au sein de notre bibliothèque, nous avons également fait face à un manque de documentation sur le métier de chargé de communication territoriale. Il était difficile de trouver des informations précises sur ce sujet, ce qui a restreint notre capacité à approfondir cette variable.
- Le manque des études antérieures.
- Le refus d'utiliser l'enregistreur vocal des entretiens par certains enquêtés au sein de l'APC, en raison de la confidentialité.

Malgré ces difficultés, nous avons fait de notre mieux pour les surmonter, cela nous permettra de gagner en expérience, ainsi la possibilité de renforcer notre capacité de faire face à des situations complexes dans le domaine de la recherche.

### **Conclusion**

Enfin, dans ce chapitre de la démarche méthodologique, en commençant par l'approche théorique, nous avons employé deux approches. Tout d'abord nous avons adopté l'approche managériale pour mieux comprendre notre première variable, puis nous avons adopté l'approche participative pour mieux comprendre notre deuxième variable. Pour mener à bien cette tâche, on a opté pour la méthode qualitative, car elle est plus adéquate à notre sujet de recherche. Nous avons adopté la technique d'entretien et élaboré un guide d'entretien pour collecter les données de notre population. Deux populations sont présentes, la première était les membres de l'APC de Darguina, tandis que la deuxième c'était les présidents d'associations. Afin d'accomplir cette tâche, nous avons employé une méthode d'échantillonnage classique qui nous a donné la possibilité de sélectionner notre population de manière ciblée.

Notre pré-enquête s'est déroulée pendant trois semaines, dans les deux premières semaines c'était au sein de l'APC, et la dernière semaine aux associations. Notre enquête a été menée du 21 avril 2024 au 2 mai 2024. Enfin, nous avons expliqué plusieurs difficultés qui ont un impact sur notre avancement.

# Cadre théorique



**Chapitre N°03 :**  
**communication des**  
**collectivités territoriale**

### Cadre théorique

## Chapitre 3 : communication des collectivités territoriales

### Introduction :

La communication joue un rôle important dans un territoire, en particulier au niveau de la commune. Toute collectivité a besoin de communiquer, donc la communication au sein des collectivités territoriales est un élément important pour informer les citoyens et les engager dans la vie communale. Dans ce chapitre nous allons commencer par un aperçu général sur la communication territoriale et ses fonctions en premier section, et la communication communale et ses acteurs de communication dans la commune en section 2, suivie par le métier de chargé de communication territoriale dans la troisième section, en déterminant les missions, les compétences et les avantages de ce métier.

### Section 1 : un aperçu générale sur la communication territoriale :

#### 1- Définition de la communication territoriale :

Ces dernières années la communication territoriale est devenue une approche prioritaire et unique, qui permet de collaborer sur des projets visant à rendre un territoire visible et accessible dans sa gestion et sa valorisation. Sa mission consiste à consolider l'identité du territoire, à attirer les investisseurs, les touristes et les résidents potentiels, dans le but de favoriser et mettre en valeur l'image d'un territoire dans son ensemble.

*« Le concept de territoire a alors commencé à prendre plus de l'ampleur par la mise en avant des spécificités territoriales, à travers des opérations de communication axées sur des avantages comparatifs ancrés aux territoires et dans les zones rurales. Il s'agit en général de produits de terroir et d'une offre touristique distinctive »<sup>33</sup>*

La communication territoriale est celle qui porte sur la vie quotidienne locale. Selon **Richard AWONO** est « une communication qui porte sur le territoire en tant que collectivité

---

<sup>33</sup>AissaMerah et Vincent Meyer, « communication publique et territoriale au Maghreb », enjeux d'une valorisation et déficit pour les acteurs, Ed. Harmattan, 2015, page 22

## Chapitre 03 : communication des collectivités territoriales

---

*humaine dans un espace donné, autrement dit la communication territoriale est un ensemble de communications produites dans et sur un territoire »<sup>34</sup>*

La communication publique territoriale est une communication locale de service public « en faveur d'un rapprochement entre la sphère publique et la sphère citoyenne, d'une démocratisation et d'une modernisation de l'action publique ». <sup>35</sup> 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 »<sup>36</sup>

### **2- Les fonctions de la communication territoriale :**

#### **2-1- Les fonctions centrales :**

Les fonctions centrales résultent généralement d'une responsabilité légale confiée à une institution ou une organisation publique.

##### **2-1-1. L'information du public :**

Il s'agit de la fonction la plus importante dans une démocratie et résulte du principe de la publicité, afin de garantir le déroulement d'une démocratie, il est important que les discussions et les décisions soient transparentes et accessibles à tous, à condition de préserver les intérêts publics. La collectivité territoriale est donc tenue par les démocraties de publier toutes les lois, les décrets, les arrêtés et les ordonnances dans des documents accessibles à tous.

##### **2-1-2. Assurer le dialogue entre les collectivités et les citoyens :**

La démocratie repose principalement sur la participation des citoyens aux collectivités et aux débats, en raison de l'évolution de la gouvernance multi-niveaux, ou le membre de niveaux de décision politique argumente, et de la complexité de nombreuses politiques publiques, font que la collectivité a la responsabilité de maintenir un dialogue permanent avec les citoyens, de nombreuses communautés ont tendance à communiquer lorsqu'elles ont des informations à transmettre.

---

<sup>34</sup> Richard awono, « la communication territoriale : construction d'un champ, communiquer », Revue de communication Sociale et publique ; N° 15, 2015, page85

<sup>35</sup> AissaMerah et Vincent Meyer, ibid, page22

<sup>36</sup> Ibidem

## Chapitre 03 : communication des collectivités territoriales

---

Il est vrai qu'il est impossible d'estimer que les individus recevront et traiteront des informations si la collectivité qui les transmet n'est pas connue et quelle manque de crédibilité. Dans une société moderne, la communication est une tâche continue et interactive.

### **2-2- Les fonctions complémentaires :**

#### **2-2-1. Accueillir :**

Il existe que très peu de loi concernant l'accueil des citoyens dans une collectivité, l'information mise en œuvre de manière anticipée, le confort matériel de l'accueil, l'attitude adaptée dans les relations personnelle, l'accueil est le premier contact avec les citoyens, le temps et le confort d'attente, l'amabilité et l'empathie du personnel, ainsi que la facilité du contact avec une attitude et un langage appropriées sont des composantes essentiel dans l'évolution du service public.

#### **2-2-2. Ecouter :**

L'écoute va au-delà de l'accueil, car elle demande des processus et des outils particuliers de la part de la collectivité. En écoutant, il est important de ne pas se limiter à la capacité d'un agent individuel à comprendre les besoins d'une personne et à fournir une réponse approprié, mais plutôt à la capacité d'une administration à collecter les informations d'une manière organisée prévenant des citoyens, à les traiter et à leurs donner du sens afin d'apporter une réponse nécessaire.

Parmi les méthodes traditionnelles d'écoute, on trouve la gestion des réclamations, des colloques, ou les critiques entendus sont présentées et enregistrées, ainsi que des échanges avec les associations qui représentent les citoyens.

#### **2-2-3. Promouvoir la légitimité des organisations et les actions publiques :**

Souvent la population ne connaît pas suffisamment les organisations publiques et leurs actions, soit parce qu'elles ne concernent que des groupes minoritaires, ou encore sont rarement à l'ordre du jour politique.

Afin d'accomplir leur missions, il peut être bénéfique qu'elles soient mieux connues par la population, que leur légitimité soit reconnue et que les services qu'elles proposent soient clairement identifiés. De cette manière, les mesures de communication vont sensibiliser la

## Chapitre 03 : communication des collectivités territoriales

population, aider les personnes concernées à mieux comprendre leurs droits et leurs obligations.

### 2-2-4. Contribuer au maintien du lien social :

Cette fonction est la plus difficile à délimiter, cependant elle revêt une importance capitale car une société entretient des liens qui se forment entre ses membres. S'il n'est pas difficile pour une population urbaine bien intégrée de développer des liens sociaux, il est souvent difficile pour une personne simple de se sentir intégrée à la collectivité et de contribuer à son développement.

Les organismes publics ont également la possibilité d'utiliser la communication afin de favoriser la création et la maintenance de liens sociaux entre eux.<sup>37</sup>

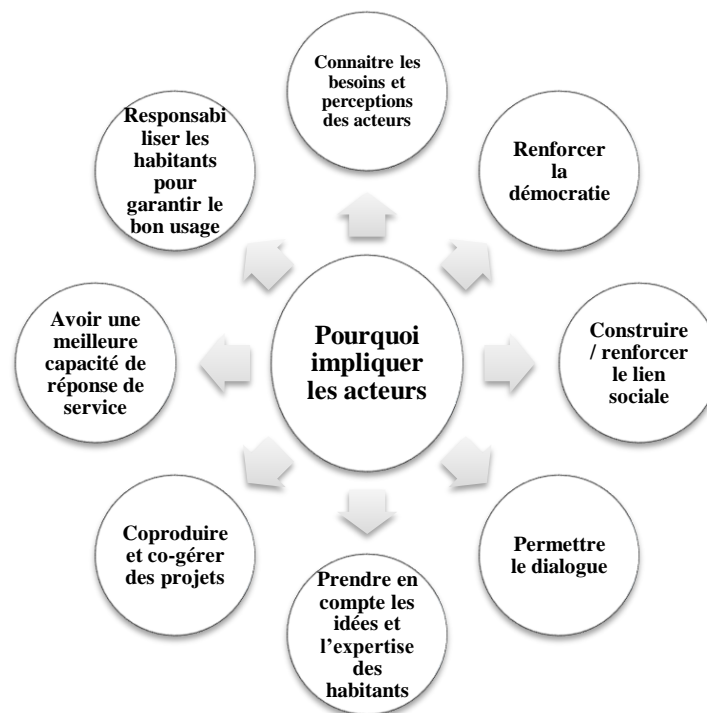


Figure N°01 : Un exemple sur la participation citoyenne <sup>38</sup>

<sup>37</sup> MARTIAL PASQUIER, « Communication des organisations publiques », Préface d'Olivier Keramidas, 2<sup>e</sup> édition, Paris, 2017, Page36

<sup>38</sup>DGCT, Guide De Communication Communale, coopération allemande, Edition 2015, page 20

### Section 2 : la communication communale

#### 1- Un aperçu général sur la communication dans la commune :

##### 1-1- Définition de la communication communale :

D'après l'article 2 de code la commune : « *La commune est l'assise territoriale de la décentralisation et le lieu d'exercice de la citoyenneté. Elle constitue le cadre de participation du citoyen à la gestion des affaires publiques* ». <sup>39</sup>

La communication des collectivités selon **Thierry LIBAERT**, sont les communes, les conseils généraux, les conseils régionaux et les structures intercommunales disposent désormais de services de communication qui gèrent les événements, animent les concertations, éditent des journaux, des lettres, des périodiques et des documents variés, ainsi que construisent et gèrent des sites et des portails internet. Il est probable que la communication au sein des collectivités soit la plus essentielle des communications de proximité. Elle constitue un élément clé de l'animation des villes et des territoires, en tant qu'interface entre les différentes institutions locales et les citoyens. Elle donne aussi des renseignements sur tous les projets, les choix de gestion des équipes et des responsables politiques locaux, ce qui en fait un élément essentiel de la vie démocratique et politique. <sup>40</sup>

##### 1-2- Les principes de la communication communale :

La communication communale offre aux habitants une meilleure compréhension afin de bien maîtriser leur environnement, y compris l'agriculture, la santé, et les autres éléments qui influencent la qualité de leur existence. Elle est basée sur des principes majeurs:

- 1- Favoriser la participation des citoyens dans la formulation, la mise en œuvre et l'évaluation des principaux objectifs.
- 2- Soutenir les actions communales au sein des communautés de base en encourageant le partage d'informations, de connaissances et de techniques entre ces communautés.

---

<sup>39</sup> Loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 juin 2011 relative à la commune, article 2

<sup>40</sup> Thierry LIBAERT, le plan de communication, définir et organiser votre stratégie de communication, 3e édition DUNOD, Paris2008, Page 25



## Chapitre 03 : communication des collectivités territoriales

---

3- Éliminer le système de communication vertical afin de le remplacer par une communication interactive, qui favorise les échanges entre les décideurs, les techniciens et les populations.

4- Trouver un équilibre et une cohérence entre les différentes méthodes dans le domaine du développement.<sup>41</sup>

### **2- Les acteurs de la communication dans la commune :**

#### **2-1- Le maire et les adjoints au maire :**

Le maire est le responsable de l'administration municipale, il a été choisi par les habitants de la région, pour un mandat déterminé, dans l'objectif de représenter la commune et de gérer ses affaires notamment gérer les services publics.

L'article 62 affirme que « *Le président de l'assemblée populaire communale est élu pour le mandat électoral conformément aux dispositions de la présente loi. Le président de l'assemblée populaire communale exerce des pouvoirs, au nom de la collectivité territoriale qu'il représente, et au nom de l'Etat* »<sup>42</sup>.

Selon **JEAN-CLAUDE Douence** la commune est composée du maire et de ses adjoints. Cependant, il ne s'agit en aucun cas d'un organisme collectif. Le maire est le seul patron de la commune, tandis que les adjoints ne sont que ses assistants.<sup>43</sup>

#### **2-2- Le conseil municipal :**

Le conseil municipal est une assemblée des élus de la municipalité, qui a pour but de discuter sur la gestion et le fonctionnement de la commune. Dans la plupart des cas, il est ouvert au public et doit se réunir au moins quatre fois.

D'après l'article 29 : Le Conseil municipal donne son avis sur toutes les affaires qui présentent un intérêt local, notamment au plan administratif, économique, social ou culturel, et toutes les fois que cet avis est requis par les lois et règlements ou demandé par

---

<sup>41</sup> DGCT, Guide De Communication Communale, coopération allemande, Edition 2015, page 23

<sup>42</sup> Loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 juin 2011 relative à la commune, article 62

<sup>43</sup> Jean - Claude DOUENCE, la commune, Ed DALLOZ, Paris, 1995, Page 46

## Chapitre 03 : communication des collectivités territoriales

---

l'autorité de tutelle et notamment sur tout document d'urbanisme et plan de lotissement élaboré par l'Etat.<sup>44</sup>

D'après l'article 28 : Le Conseil municipal règle par ses délibérations les affaires de la commune. Il exerce notamment les attributions suivantes :

- Il vote le budget communal, examine et approuve les comptes administratifs et de gestion.
- Il détermine les ressources de la commune telles que définies aux articles 68 et suivants.
- Il fixe chaque année, en concertation avec l'autorité administrative locale, les conditions de réalisation des actions de développement dans les domaines où il est nécessaire de coordonner l'action de la commune et de l'Etat.
- Il décide du classement, du déclassement, de l'affectation et de la désaffectation des biens du domaine public de la commune.
- Il décide de la création et de l'organisation des services publics municipaux et de leur gestion soit par régie directe, soit par concession ; il crée les emplois municipaux.
- Il règle par ses délibérations les affaires fiscales qui relèvent de sa compétence en conformité avec le Code général des impôts.
- Il décide des contributions que la commune apporte aux actions relevant de la compétence de l'Etat et exercées sur son territoire.
- Il adopte le cahier des charges des concessions domaniales qui sont accordées par l'Etat à la commune dans les conditions fixées par les textes en vigueur.
- Il autorise le maire à procéder à toute transaction, vente, acquisition au nom de la commune pour un montant supérieur à un seuil fixé par un arrêté conjoint des ministres chargés de l'Intérieur et des Finances.
- Il autorise le maire à accepter les dons et legs.<sup>45</sup>

### **2-3- L'administration municipale :**

L'administration municipale joue un rôle important dans le contexte de la communication, avec les fonctionnaires, la gestion des relations avec les médias locaux et l'organisation des événements et des campagnes de sensibilisation. Le concept administration municipale fait

---

<sup>44</sup>L'ordonnance n°87.289 instituant les communes et ses décrets et arrêtés d'application, Article 29

<sup>45</sup>Ibid, 28

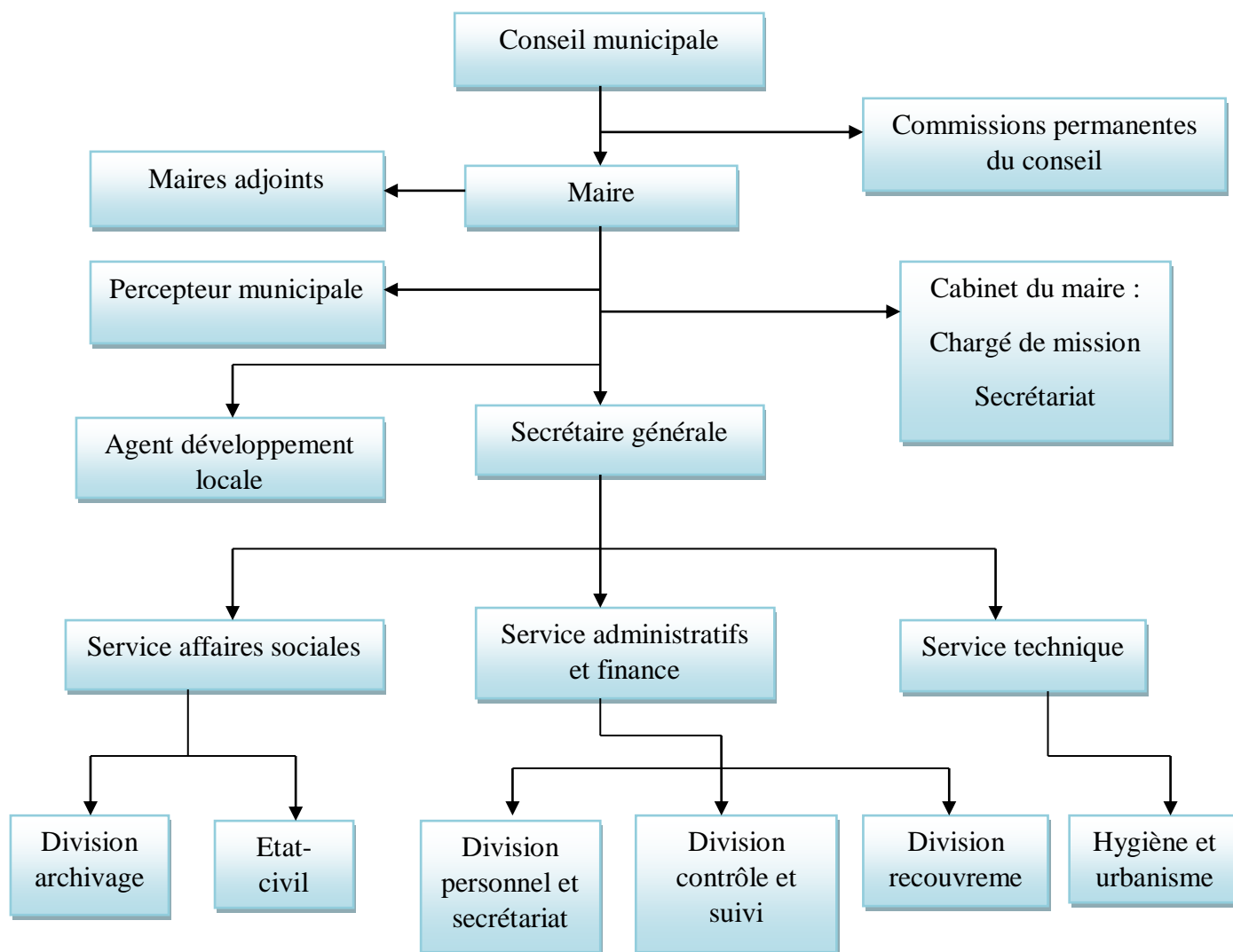
## Chapitre 03 : communication des collectivités territoriales

référence à tous les services et fonctionnaires impliqués dans l'exécution d'une fonction administrative.

Elle constitue le personnel administratif de la mairie<sup>46</sup> :

- Le secrétaire général.
- Le responsable administratif et financier.
- Les services administratifs et techniques de la commune.

**Figure N°02 : Un exemple de l'organisation de la structure d'une mairie<sup>47</sup>**



<sup>46</sup>DGCT, Guide De Communication Communale, coopération allemande, Edition 2015, page 17

<sup>47</sup> ibidem

### Section 3 : le métier de chargé de communication territoriale

#### 1- Définition :

Le chargé de communication en collectivité joue un rôle important auprès des administratives locales, c'est le bras droit du directeur ou président d'une collectivité, c'est le responsable de l'image et la communication de la collectivité ou l'organisation qu'il représente, il est chargé à bien mener les campagnes de communication en interne et en externe mais aussi de forger et maintenir une image positive de la collectivité, assure une liaison efficace entre le gouvernement local, les associations, ainsi les citoyens, c'est le garant des bonnes relations de l'organisme ou de l'institution qui représente avec l'ensemble des acteurs locaux.

Selon Assaël ADARY « Le chargé de communication contribue au développement de la communication au sein des organisations, des entreprises, des administrations ou des établissements publics. Véritable soutien opérationnel, il crée les outils et met en place les actions qui s'inscrivent dans la stratégie de communication globale, en externe et en interne ». <sup>48</sup>

#### 2- Les missions du métier de chargé de communication territoriale :

En tant que chargé de la communication, vous avez intérêt de travailler en collaboration avec les opérations de relations publiques et les actions de promotion publique. Vous élaborez et mettez en place plusieurs moyens et initiatives de communication, que ce soit en ligne, ou lors d'un événement. L'objectif de ces actions est de créer et de préserver des liens de confiance avec le monde interne et externe, dans le but de promouvoir une image positive de la collectivité. En encourageant la communication, vous participez à maintenir une dynamique collective au sein de la commune.

##### En interne <sup>49</sup>:

- Il anime son réseau de correspondants dans un esprit de mutualisation, capitalisation et échange de bonnes pratiques.

---

<sup>48</sup> Assaël ADARY, Céline MAS et Marie- Hélène WESTPHALEN, COMMUNICATOR, Paris, Dunod, 2018, p574

<sup>49</sup> Ibid, page 575

## Chapitre 03 : communication des collectivités territoriales

---

- Il conduit des projets transversaux destinés à favoriser la coopération en interne.
- Il conçoit et met en place des dispositifs d'écoute et de recueil des attentes des « clients interne » : direction, managers et opérationnels.
- Il contribue à élaborer les moyens de mesure des actions de communication interne.

### **En externe <sup>50</sup>:**

- Il doit convaincre et fidéliser les différents publics ciblés et parties prenantes de l'entreprise.
- Il peut être en relation avec les médias et est en charge des actions de communication destinées à l'externe : opérations de relations publiques, élaboration de dossiers de presse, etc.
- Il s'appuie sur des partenaires extérieurs (agences, sociétés d'études, de veille, etc.) et des relais au sein de l'organisation pour s'assurer de la mise en œuvre de ses objectifs.

### **3- Les compétences clé et requises pour le métier de chargé de communication territoriale**

Le métier de communication territoriale est une profession qui exige un ensemble de compétences clés. En tant que chargé de communication territoriale, il est important de maîtriser certaines compétences essentielles pour mener à bien ses missions.

Ce métier devra donc avoir les compétences nécessaires pour faire face à ces eaux souvent difficiles de la communication au sein des entreprises. Il devra :

- Avoir une bonne connaissance du secteur d'activité de l'environnement politique, socio-économique et culturel
- Bonne connaissance des techniques de management et de gestion des équipes.
- Être à jour avec les outils de communication pour chaque type de communication (relations media, institutions, employés, etc.)
- Être à jour avec les techniques rédactionnelles adaptées pour chaque type de communication, orthographe et règles typographiques.
- Connaitre les techniques d'élaboration et bonne gestion du budget.
- Être à jour avec les outils des TIC (Microsoft Office) et les logiciels de communication.

---

<sup>50</sup> Ibidem

## Chapitre 03 : communication des collectivités territoriales

---

- Bien connaître sa langue principale de communication et savoir s'exprimer en public.
- Savoir créer et maintenir des relations durables.
- Connaissances des techniques de management et leadership organisationnel.
- Connaissance des règles juridiques en matière de communication (droit d'auteur, droit d'image, règles d'usages des spam, sites web/blogs, etc.
- Faire preuve de rigueur professionnelle, d'organisation et avoir un sens élevé des priorités.
- Avoir les compétences interculturelles avancées.<sup>51</sup>

### 4- Les avantages et les inconvénients du métier de communication territoriale :

Le métier de communication territoriale est une profession polyvalente qui joue un rôle important de mettre en valeur l'image de la collectivité. Cependant en tant qu'étudiant il est crucial de comprendre les avantages et les inconvénients de ce métier.

#### 4-1- Les avantages :

**Variété et challenges intéressants** : Le métier de communication territoriale présente des opportunités d'apprentissage et de développement sans limite. Vous pouvez travailler avec des chefs de service, des membres de l'association et faire partie d'une équipe variée.

**Évolutivité** : grâce à une formation supplémentaire, de l'expérience et des compétences, il est facile de progresser vers des postes plus élevés et des responsabilités dans le domaine de la communication.

**Récompenses financières** : ce poste offre une rémunération assez élevée, surtout pour ceux qui décident de s'élargir dans le contexte de la communication.

**Rôle de leader** : En tant que responsable dans le service de communication, vous jouez un rôle de guide et de leader, ce qui vous donne la possibilité de prendre des décisions concernant les messages à envoyer aux différentes parties prenantes.

---

<sup>51</sup> NEEMA B.ATOSHA, « Guide Métier - chargé de communication », 2022, Page 7. Disponible sur : <https://fr.scribd.com/document/572998906/Guide-Metier-Charge-de-Communication>  
Consulté le 15/02/2024

## Chapitre 03 : communication des collectivités territoriales

---

*Apporte du changement* : tous ceux qui s'ont chargé de ce métier ont la capacité d'apporter une contribution significative et de faire progresser les choses, ce qui leur permet de donner une signification à leur travail.<sup>52</sup>

### 4-2- Les inconvénients :

*Stresse et pression* : le travail de chargé de communication représente une profession extrêmement exigeante qui peut entraîner un niveau élevé de stress et de pression.

*Délais serrés* : Les délais serrés peuvent engendrer des difficultés dans la gestion de projet et la planification des tâches.

*La nécessité d'être à jour* : il est essentiel que les responsables de communication surveillent attentivement les dernières tendances et nouvelles afin d'être à jour sur les sujets et les messages à transmettre.

*La compétition* : ce n'est pas toujours facile de trouver des postes dans ce domaine et il existe une forte concurrence pour les postes de communication.

*Interruptions fréquentes* : il est courant que les responsables de communication soient constamment interrompus par des demandes et des messages tout au long de la journée.<sup>53</sup>

### Conclusion

Ce troisième chapitre, on a vu que la communication territoriale est un pilier fondamentale qui occupe une grande importance au sein de la collectivité territoriale.

Cette partie nous permettra d'analyser plus scientifiquement les moyens de communication utilisés au sein de la commune de Darguina et le rôle des acteurs locaux dans la transmission des informations et la gestion communicationnelle.

Finalement, nous avons constaté que le service de communication au sein d'une collectivité a besoin d'un chargé de communication qui vise à maintenir la relation entre l'APC et les leurs habitants, de promouvoir son image et garantir la bonne circulation de l'information, ainsi que d'impliquer les citoyens dans la gestion des affaires communale.

---

<sup>52</sup>Chargé de communication: métier, missions et salaire. Disponible sur :<https://jobs.makesense.org/fr/fiches-metiers/marketing-communication/charge-de-communication> Consulté le 22/03/2024

<sup>53</sup> ibidem



**Chapitre N°04 :**  
**La communication**  
**de proximité**



## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

### Chapitre 4 : la communication de proximité

#### Introduction

la communication de proximité est un concept qui peut être examiné à travers divers approches théorique, malgré le désaccord entre les opinions des chercheurs en définissant la communication de proximité, ce dernier est considéré comme un ensemble de dispositifs de communication structure autour des lieux de vie et des centres d'intérêt, qui ont pour objectifs de créer des relations personnalisées et interactives entre les émetteurs et les récepteurs. Dans ce chapitre nous avons deux sections, dans la première section, nous allons explorer les généralités sur la communication de proximité et ses outils. Ensuite, dans la deuxième section, nous allons explorer le mouvement associatif comme un acteur clé de la communication de proximité.

#### Section 1 : un aperçu générale sur la communication de proximité

##### 1- Définition de la communication de proximité

Selon **Thierry Libaert** « *la communication de proximité est une approche communicationnelle qui se concentre sur les interactions entre les organisations et les individus dans un environnement local. Cette approche vise à créer une relation de confiance entre les parties prenantes en favorisant l'interaction directe, la participation, l'écoute et l'engagement mutuel. La communication de proximité implique l'utilisation de différents canaux de communication tels que les médias locaux, les réseaux sociaux, les événements publics, les rencontres avec les citoyens et les groupes communautaires. Cela permet aux organisations de communiquer directement avec les citoyens et de mieux comprendre leurs besoins et leurs attentes* ». <sup>54</sup>

Cette définition met en avant l'importance de la communication de proximité qui permet aux collectivités de créer des liens directs avec le monde extérieurs, Ceci peut favoriser la consolidation de la relation de confiance entre les collectivités territoriales et les citoyens, en leur offrant un espace de communication et en les impliquant dans les processus décisionnels.

---

<sup>54</sup> Thierry Libaert, « La communication de proximité », 2eme édition, 2001, p.15 et p.28

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

### **2- Les outils de travail de proximité<sup>55</sup>**

#### **2-1- Outils basé sur le papier :**

##### **2-1-1. Kits informatifs :**

Un kit informatif est un lot de différents matériels de communication remis par votre organisation pour renseigner de façon générale sur votre organisation. Généralement, il contient un profil de votre organisation/coalition, les communiqués de presse antérieurs, des brochures décrivant vos activités et méthodes d'observation électorale, une courte biographie de votre porte-parole, et vos coordonnées.

##### **2-1-2. Avis médiatiques :**

Les avis médiatiques sont essentiellement des invitations adressées aux journalistes pour qu'ils assistent aux événements que vous organisez. Généralement, ces avis ne dépassent pas un paragraphe de deux ou trois phrases, fournissant juste assez d'informations pour inciter les médias à dépêcher quelqu'un pour couvrir le sujet.

##### **2-1-3. Communiqués de presse/ d'informations :**

Le communiqué de presse est la méthode standard pour communiquer avec les journalistes. Les chefs de rédaction et les journalistes reçoivent chaque jour des centaines de communiqués de presse. Ainsi, il est important de rendre votre information digne d'intérêt médiatique. Un bon communiqué de presse utilise des faits, statistiques et citations pour appuyer un sujet, présenter et valider un point de vue.

##### **2-1-4. Lettres de présentation :**

Parfois, vous pouvez avoir besoin de susciter l'intérêt de votre public cible pour votre organisation en lui envoyant une lettre de présentation ou « pitch ». Une lettre de présentation peut débiter par une question ou un fait intéressant qui relie votre organisation à votre public cible et suscite une réaction de la part de ce dernier ; elle n'a pas besoin de donner tous les éléments. Parfois, les lettres de présentation sont rédigées

---

<sup>55</sup> Anastasia SoeryadinataWibawa, « LE TRAVAIL DE PROXIMITÉ ET LA COMMUNICATION EXTERNE », Un guide de terrain destiné au (ROASE), Page 12. Disponible sur : [https://www.ndi.org/sites/default/files/Le%20travail%20de%20proximit%C3%A9%20et%20la%20communication%20externe%20WAEON\\_FR%20%281%29.pdf](https://www.ndi.org/sites/default/files/Le%20travail%20de%20proximit%C3%A9%20et%20la%20communication%20externe%20WAEON_FR%20%281%29.pdf) Consulté le 25/03/2024

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

pour accompagner les communiqués de presse ou les avis médiatiques. Beaucoup de médias imprimés ont une section réservée aux lettres adressées à la rédaction. Vous pouvez envoyer une lettre au rédacteur en chef d'un journal ou média imprimé en tant que réponse consécutive à la publication d'un article spécifique dans son média, ou si elle présente un intérêt pour ses lecteurs. Pour accroître les chances que votre lettre soit publiée, appelez le responsable éditorial du courrier à l'avance.

### **2-1-5. Tribunes libres :**

Une tribune libre est plus longue qu'une lettre. La fonction d'une tribune libre est de porter des éléments à la connaissance d'un certain lectorat concernant un sujet d'intérêt, par le biais d'un commentaire écrit. Cela offre la possibilité d'aborder une question spécifique qui n'a pas été traitée par les médias, ou de proposer à votre organisation un point de vue unique sur le thème qui est couvert dans les médias. Il se peut que vous ayez besoin de contacter le média pour prendre connaissance des exigences en termes de longueur (généralement de 600 à 800 mots). Vous devriez éviter d'envoyer la même tribune libre à différents organes de presse qui se partagent le même marché, sachant qu'ils préfèrent généralement obtenir les droits de publication exclusifs. Néanmoins, vous pouvez soumettre la même tribune à des médias de régions différentes. Si vous savez que vous allez soumettre une tribune à un moment précis (par exemple, après avoir finalisé les conclusions de votre travail d'observation), appelez la rédaction au moins une semaine à l'avance et demandez-lui de réserver un espace pour votre contribution.

### **2-2- Outils basé sur le face à face :**

#### **2-2-1. Présentation :**

La plupart du temps, vous devrez présenter votre méthode et vos conclusions d'observation à un groupe. Le cas échéant, le défi pour vous consiste à impliquer votre public et obtenir son adhésion. Ainsi, vous devrez effectuer une présentation claire qui capte l'intérêt et l'attention de votre public. Une bonne présentation implique un orateur dynamique et peut comporter des supports visuels tels que des diapositives PowerPoint ou des photos.

#### **2-2-2. Appels téléphoniques :**

Le fait que votre équipe de proximité appelle individuellement un journaliste ou un média est une excellente manière de promouvoir un sujet, de réagir rapidement à une nouvelle

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

fraîche et de susciter une interview de radio, de télévision ou de presse écrite sur votre sujet. Cependant, organisez-vous avant de passer un appel téléphonique à la presse. Assurez-vous d'avoir à votre disposition les éléments de contexte appropriés, les noms des porte-paroles et des contacts de presse ainsi que leurs coordonnées avant de réaliser l'appel.

### **2-2-3. Série de réunions préparatoires :**

Le fait d'organiser une série de réunions préparatoires est considéré comme une bonne pratique, au début de vos activités, pour présenter le projet d'observation électorale et expliquer publiquement vos objectifs aux différentes parties prenantes. Si possible, l'organisation de visites de votre centre de données le jour de la simulation de scrutin constitue une bonne occasion pour promouvoir vos activités électorales auprès des médias et des autres acteurs électoraux. À l'issue de la simulation, vous pouvez organiser une conférence de presse pour détailler la méthode, le nombre d'observateurs, le pourcentage d'appels prévus qui ont été reçus et la capacité du centre de communications à recueillir et traiter les informations.

### **2-2-4. Conférences de presse :**

Les conférences de presse constituent un moyen essentiel pour diffuser les informations auprès du public ; une conférence de presse est un événement médiatique organisé durant lequel un porte-parole de votre organisation transmet votre message et répond aux questions des médias. Il existe deux types de conférences de presse : tout d'abord, les réunions préparatoires normales pour tenir les parties prenantes au fait des avancées de votre mission d'observation ; ensuite, les événements spéciaux pour communiquer vos conclusions.

### **2-2-5. Interviews :**

Les interviews sont des conversations seul à seul et officielles avec des journalistes, qui ont pour fonction principale de recueillir des informations auprès de vous.

## **2-3- Outils basé sur la technologie**

### **2-3-1. Téléphones mobiles :**

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

Utilisez votre liste de contacts pour élaborer un répertoire de numéros de téléphones mobiles. Vous pouvez avoir recours aux SMS avec les médias comme avec votre réseau pour inviter les parties prenantes, annoncer des appels à l'action ou des activités de réseau, transmettre des commentaires, ou effectuer des collectes de fonds. Pour les communications bilatérales avec les observateurs, il existe des plateformes telles que Frontline SMS et Clickatell pour effectuer aisément des envois groupés de SMS à des contacts spécifiques.

### **2-3-2. Sites Internet :**

Idéalement, un groupe d'observateurs doit avoir une présence en ligne sous la forme d'un site Internet. Ce site Internet doit être facile à trouver par le biais d'une simple recherche Internet et certains éléments doivent figurer sur le site : l'historique de l'organisation, sa mission, les biographies de ses principaux membres, les informations concernant son financement et ses projets en cours, rapports, questions fréquentes la concernant, nouvelles archivées, bulletins d'information, rapports annuels, brochures en ligne, événements à venir, etc.

### **2-3-3. Blogs :**

Un blog est une forme simple de site Internet contenant essentiellement des messages brefs et régulièrement mis à jour, en général dans un format de journal déroulant. Les blogs ont rapidement gagné en influence en tant qu'outil pour informer, influencer, gérer et, dans certains cas, manipuler les médias. Il est plus simple et aisé de mettre à jour un blog qu'un site Internet qui nécessite souvent un développeur. L'objectif de la tenue d'un blog est de communiquer vos observations à votre public.

### **2-3-4. Médias sociaux :**

Les médias sociaux comprennent différentes plateformes permettant aux utilisateurs de participer à, de formuler des commentaires sur et de créer des contenus comme moyen de communiquer avec leur groupe social, d'autres utilisateurs et le public. Les médias sociaux accroissent la vitesse de diffusion des informations et permettent une communication en temps réel. Ils donnent de surcroît la possibilité aux groupes d'observation de s'éloigner des modes de communication unilatéraux pour adopter un mode nouveau avec lequel ils peuvent interagir avec leurs circonscriptions, les écouter et engager le dialogue avec elles. Ils complètent et dans certains cas amplifient les grands médias, mais ne doivent pas s'y

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

substituer. Les groupes d'observateurs peuvent utiliser les médias sociaux tels que YouTube, Facebook et Twitter pour informer le public de leurs projets d'observation, collecter des fonds, recruter des observateurs, améliorer les activités de communication existantes, etc. Si votre organisation lance une nouvelle initiative en ligne, assurez-vous d'avoir la capacité à la fois pour une stratégie marketing et pour la gérer une fois qu'elle est lancée. Les réseaux sociaux consistent souvent à susciter un dialogue plutôt qu'à représenter simplement un autre canal par lequel vous diffusez vos informations.

### Section 2 : le mouvement associatif comme acteur de la communication de proximité

#### 1- Généralité sur les associations

##### 1-1- Définition de l'association :

Selon **Eric Dacheux** Les associations *sont* « des organisations non lucratives qui sont créées par des citoyens et qui poursuivent des buts d'intérêts généraux. »<sup>56</sup>

**GRAWITZ** définit comme « un ensemble de groupes plus ou moins étendu et organisé poursuivant un but de changement ». <sup>57</sup>

De ces deux définitions, il ressort qu'un mouvement associatif est une structure qui regroupe un ensemble de personnes dans un but commun sans intérêt, Les associations peuvent en effet jouer un rôle crucial dans la mise en place de changements positifs dans la société, en agissant collectivement pour promouvoir de nouveaux modes de fonctionnement ou de pensée.

##### 1-2- Les membres de l'association

###### 1-2-1- Le président :

Le président de l'association est un mandataire chargé de nombreuses tâches au sein de l'association, c'est le responsable de la mise en œuvre des lois par l'association et peut être considéré comme employeur lorsqu'elle recrute un ou plusieurs employés.

---

<sup>56</sup>Eric Dacheux, Etude de communication langage, information, médiations, développement des territoires et communication : politiques et pratiques à l'œuvre, 26, Université Charles-de-Gaulle- Lille 3, Page 149

<sup>57</sup> GRWITIZ, M, LEXIQUE DE la science sociale, DALLOZ, paris (1996), Page 25

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

Selon l'article 23, du statut de l'association le président représente l'Association dans tous les actes de la vie civile. Il est chargé :

- d'ester en justice au nom de l'Association ;
- de souscrire l'assurance en garantie des conséquences attachées à sa responsabilité civile ;
- de convoquer les organes, d'en présider et d'en diriger les débats ;
- de proposer l'ordre du jour des sessions de l'Assemblée Générale ;
- d'animer et de coordonner l'activité de l'ensemble des organes ;
- d'établir semestriellement les bilans et synthèses sur la vie de l'Association ;
- de transmettre tout renseignement à l'autorité administrative habilitée à cet effet ;
- de préparer le rapport moral et financier et d'en faire compte rendu à l'Assemblée Générale qui statue sur sa gestion ;
- de l'exercice de l'autorité hiérarchique sur les travailleurs de l'Association.<sup>58</sup>

### **1-2-2- Le secrétaire général :**

C'est l'un des membres le plus important d'une association car c'est lui qui fait tout, il est chargé des tâches administratives. Sa polyvalence et son sens de l'organisation sont essentiels pour le bon fonctionnement de l'association et de garantir une communication efficace entre les membres.

D'après l'article 24, le secrétaire général est chargé de toutes les questions d'administration générale. Il assure à ce titre :

- la tenue de la liste des adhérents.
- le traitement du courrier et de la gestion des archives.
- la tenue du registre des délibérations ;
- la rédaction des projets de procès-verbaux des délibérations et leurs transcriptions sur le registre des délibérations.
- la conservation de la copie des statuts.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Centre de Développement des Energies Renouvelable (CDER), « STATUTS DE L'ASSOCIATION », Article 23

<sup>59</sup>Ibid, article 24

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

### 1-2-3- Le trésorier :

Le trésorier au sein d'une association est un membre important qui joue un rôle crucial dans la bonne gestion des fonds de l'association. Il doit faire preuve de transparence dans ses fonctions avec les membres

Dans ce contexte l'article 25 du statut de l'association qui affirme que le trésorier est chargé des questions financières et comptables. A ce titre, il assure :

- le recouvrement des cotisations.
- la gestion des fonds et la tenue de l'inventaire des biens meubles et immeubles de l'Association.
- la tenue d'une régie de menues dépenses.
- la préparation des rapports financiers.
- Il assure en outre, le recouvrement :
  - des ressources provenant de la vente des produits des publications et inventions.
  - des frais de participation aux manifestations scientifiques.
  - des frais des études et réalisations en relation avec son objet.<sup>60</sup>

### 2- Les canaux de relation qui existe entre les associations et les gouvernements locaux

C'est-à-dire quels sont les canaux, formels (conseils consultatifs, réunions régulières, institutions spécifiques...) et informels (relation entre politiques et leaders associatifs, réunions occasionnelles...), permettant de mettre en rapport les associations et les gouvernements locaux ? En outre, commenter quels sont les avantages et inconvénients de chaque modèle.

Les canaux constatés sont aussi bien formels qu'informels. Il semblerait que dans certains pays africains ce sont les canaux informels qui prédominent dans deux contextes : le social (protection de l'environnement, microcrédits, vaccination...) et le politique (budgets participatifs, promouvoir la participation des jeunes et des femmes). Mais la relation est toujours plus aisée dans le contexte social que dans le contexte politique. D'autres canaux

---

<sup>60</sup> (CDER), « STATUTS DE L'ASSOCIATION », Article 25



## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

cités sont les conseils consultatifs et les réunions hebdomadaires avec les habitants et les institutions publiques ou privées.

Nous indiquons à la suite les principaux avantages et désavantages mentionnés à propos des canaux de relation entre gouvernement local et associations :

### *Les avantages :*

- Donner la possibilité aux associations d'acquérir une plus grande expérience et d'avoir plus d'influence.
- Connaître les besoins de la population sous différents points de vue et permettre d'accueillir des initiatives innovantes.
- Aider à élaborer des stratégies permettant de résoudre des problèmes.
- En ce qui concerne les canaux informels, par exemple la relation personnelle entre gouvernants et leaders d'ONG, ils sont parfois plus efficaces que les canaux formels parce qu'ils facilitent les relations et peuvent briser les barrières de communication.
- Les maires qui encouragent des processus de participation citoyenne peuvent obtenir un plus grand soutien de la part des citoyens.

### *Désavantage :*

- Souvent, le dialogue ne sert qu'à porter l'attention sur des problèmes qui ne concernent qu'un groupe donné.
- Lorsqu'il s'agit de prises de décisions de manière concertée, souvent les décisions ont déjà été prises. Dans les cas, par exemple, où il faut prendre des décisions en matière de politiques du travail, le gouvernement a l'obligation d'écouter la voix des associations et des syndicats, mais la plupart du temps on est en présence de décisions qui ont déjà été prises et qui, par conséquent, se traduisent par une mauvaise pratique : le célèbre système DAD (Decide-Announce-Defend).
- Parfois, dans les canaux informels, nous pouvons constater un manque de légitimation, de transparence et des soupçons de corruption.
- Souvent, pour les administrations, la collaboration avec les entités dépendra malheureusement de la couleur politique des bénéficiaires des projets.

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

• Le déséquilibre de la relation compte tenu du fait que les ressources dont disposent les associations sont très limitées.<sup>61</sup>

### **3- Les objectifs de la communication associative :**

La communication associative se démarque de celle du secteur public en raison de ses objectifs et de ses enjeux particuliers. Elle vise tout d'abord à créer des liens en incitant les citoyens à s'investir un projet. La communication associative doit donc permettre l'engagement et la participation, de mettre en œuvre les objectifs des associations.

On peut donc classer les objectifs de la communication en plusieurs catégories :

#### **Assurer le financement de l'association et de ses missions**

La collecte de fonds est la principale activité des départements marketing et communication. Les fonds collectés serviront à couvrir les frais de structure, les actions entreprises et les investissements de l'Association. Pour la plupart des associations, la collecte de fonds privés est vitale en ce sens qu'elle garantit leur indépendance financière vis à vis des bailleurs de fonds publics. Toutefois, la répartition des financements entre fonds privés et fonds publics varie d'une association à l'autre.

#### **Mobiliser**

Mobiliser consiste à motiver les différentes ressources humaines de l'association. L'élaboration de formes de participation adaptées à chaque public est nécessaire, afin de recruter et retenir la ressource essentielle de l'association que sont ses membres. A ce propos, différents types d'engagements exigent autant d'actions spécifiques selon que l'on s'adresse aux sympathisants, aux adhérents, aux bénévoles ou aux salariés et volontaires.

#### **Informier**

La prise de conscience précède tout engagement, c'est la pré-phase de toutes les formes de participation des publics à la vie de l'association. Cette fonction revêt une importance croissante depuis qu'il est fait appel au grand public pour financer les associations. Les méthodes d'information et de sensibilisation sont classiques. Il s'agit de l'organisation de campagnes de presse, de séries de conférences et d'émissions, des spots radio ou

---

<sup>61</sup>Richard awono, « la communication territoriale : construction d'un champ, communiquer », Revue de communication Sociale et publique ; N° 15, 2015, page86

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

télévision, des remises de rapports aux pouvoirs publics, mais aussi l'impression de tracts, la diffusion du journal de l'association, etc.

### **Modifier les comportements**

Dans la mesure où elles se substituent parfois aux institutions publiques, pour la promotion de règles d'hygiène ou de santé, certaines associations ont un objectif de modification de comportements, de la même façon que certains services publics.

### **Promouvoir l'association**

Pour exister, s'affirmer notamment face à ses concurrents, l'association doit assurer sa propre promotion : il est nécessaire de se faire connaître auprès du grand public, mais aussi des institutionnels, de se positionner par rapport à une cause, d'afficher ses particularités, ses principes, voire sa méthodologie.<sup>62</sup>

### **Conclusion :**

Dans ce quatrième chapitre, nous avons abordé l'explication de la communication de proximité et de ses outils qui reposent sur le papier, le face à face et sur la technologie.

Nous constatons que la communication de proximité permet de créer un lien direct entre les collectivités territoriales et le monde extérieur, cela favorise la confiance des citoyens envers leurs communes, de les accueillir en leur offrant un espace de communication, les écouter et de mettre en considération leurs préoccupations.

Nous voyons aussi dans ce chapitre que le mouvement associatif joue un rôle important dans l'implication des citoyens, en collaborant avec l'APC afin de faciliter les échanges avec les citoyens.

Finalement, dans le contexte de proximité et l'engagement citoyen, nous constatons que le rôle du mouvement associatif est crucial dans cette collaboration pour le développement local. Les associations agissent comme un acteur clé dans la société en apportant la démocratie participative et un engagement citoyen à la vie communale. Enfin, nous constatons que la réussite d'une telle collaboration dépend d'un seul individu, qui est

---

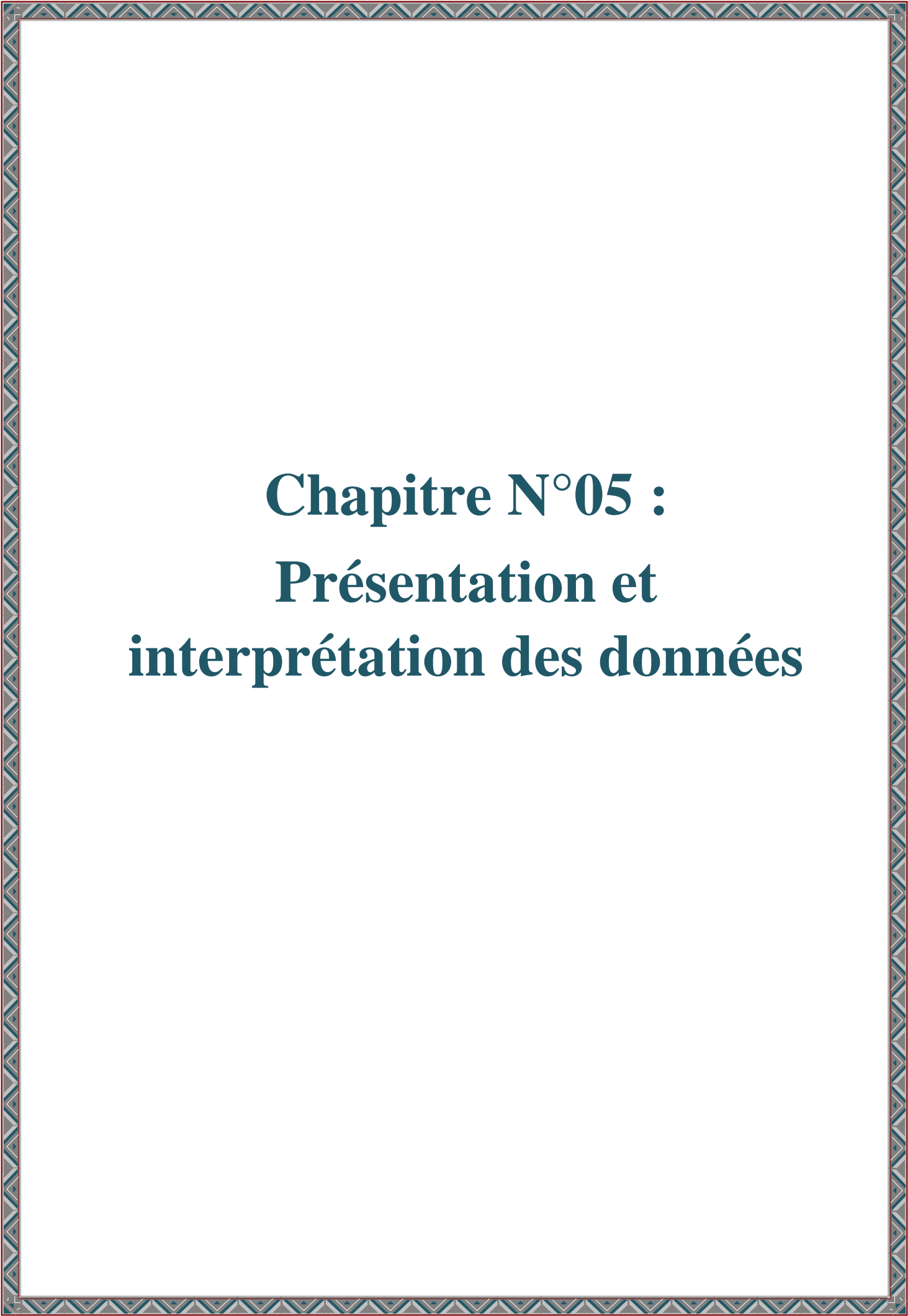
<sup>62</sup> Alfred Opubor, « Communication des associations page 10. Disponible sur : <https://docplayer.fr/4867717-Communication-des-associations.html> Consulté le 20/02/2024

## Chapitre 04 : la communication de proximité

---

capable de bien gérer la circulation des informations et qui maîtrise les compétences communicationnel tel que le chargé de communication territoriale.

# Cadre pratique



**Chapitre N°05 :**  
**Présentation et**  
**interprétation des données**

### Cadre pratique

#### Chapitre 5 : présentation et interprétation des données

Dans cette dernière étape de notre recherche, nous avons un seul chapitre à aborder, décortiquer en section. Dans la première section intitulé, présentation de l'organisme d'accueil, nous allons commencer par présenter la commune de Darguina, puis sa situation géographique et son historique, ensuite, la description de l'organigramme de l'APC, enfin sur les missions des différents services de l'organisme. Dans la deuxième section intitulé, l'analyse et interprétation des données, premièrement nous avons commencé par déterminer les données socio-professionnelle pour chaque enquêté, ensuite nous avons analysé les entretiens, enfin, c'est la discussion et vérification des hypothèses.

#### Section 1 : présentation de l'organisme d'accueil

##### 1- Présentation de la commune de Darguina :

Darguina est une commune de la wilaya de Bejaia en Algérie. Elle abrite une population estimée de 16000 habitants, la société de Darguina est fortement marquée par la culture Kabyle, avec une importance accordée aux traditions, aux festivités locales et la langue berbère. Les structures sociales sont souvent basées sur des liens familiaux et communautaires solides, favorisant la cohésion et la solidarité.

##### 2- Situation géographique de la commune de Darguina :

Comme nous l'avons mentionné dans l'Annexe N°03 a la fin du mémoire, Darguina est située dans la région nord-est de la wilaya de Bejaia, faisant partie de la Kabylie, une région montagneuse réputée pour sa beauté naturelle et sa diversité écologique. La commune est entourée de massifs montagneux, avec un climat méditerranéen caractérisé par des étés chauds et secs et des hivers doux et humides.

Ces limites géographiques : A l'est c'est la commune de Souk El Tenine et la commune de Tamridjet au nord de Souk El Tenine et Aokas, à l'ouest de la commune c'est Taskriout, au sud c'est la Daïra de Kherrata et la wilaya de Sétif du côté du babours.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

Cette commune compte de sept (07) villages : IghzerOuftis, Ait Boudjit, Tadergount, Saadane, Aït Anane, Tamridjt, Ait Atik et quelques d'autres hameau comme : El –MiTt, Tighza, A Kabaou.

### **3- Historique de la commune de Darguina :**

Historiquement, Darguina a toujours été un point de rencontre entre différentes cultures et civilisations. La région a été influencée par diverses dynasties et colonisations, notamment les Romains, les Phéniciens et plus récemment les Français. Le patrimoine local a été marqué par chaque époque, caractérisé par les vestiges archéologiques, les traditions orales et les pratiques culturelles.

Il existe des grottes à la commune de Darguina qui témoignent aujourd'hui des affres qui ont subi la kabylie sous le joug coloniale français seraient une majorité des mines datant d'une époque antérieure à l'invasion française. Ces cachettes servent de zone de remplissage pour les valeureux combattants sont un haut lieu de la résistance algérienne face au colonisateurs. Envoyer ces lieux, c'est se remémorer inévitablement l'horrible opération « jumelle » lancée par l'armée coloniale contre les maquis de l'ALN en Kabylie en 1959. Selon les témoignages, le colonelle Amirouche est installé dans la région d'Ait Felkai pour une durée de 21 jours. La commune de Darguina compte 241 martyrs dont le premier est un collégien tombé sur le champ d'honneur à Tadergount.

### **4- Description de l'organigramme :**

L'organigramme a été mentionné sous forme d'un schéma dans l'annexe N°02.

#### **Secrétariat général :**

- Service de la réglementation des affaires générales de l'animation sociale, culturelle et de l'état civil.
- Service des finances, du patrimoine et de l'action économique.
- Service technique, de l'équipement, des moyens généraux et de la maintenance.
- Service du personnel et de l'action sociale.



## **Chapitre 05 : présentation et interprétation des données**

---

Le secrétaire général chargé de la coordination et de l'animation de l'ensemble des services de la commune est doté d'un bureau courrier et de synthèse.

**Le service de la réglementation, des affaires générales et de l'animation sociale, culturelle et de l'état civil, comprend deux (02) bureaux et deux (02) sections :**

- 1- Bureau Etat Civil.
  - Section Etat-civil.
- 2- Bureau de la réglementation des affaires générales, de l'animation sociales et culturelles.
- 3- Section la réglementation des affaires générales, de l'animation sociales et culturelles.

**Service des finances du patrimoine et de l'action économique comprend deux (02) bureaux et deux (02) sections :**

- 1- Bureau des finances
  - Section finances et comptabilité.
- 2- Bureau patrimoine et action économique
  - Section patrimoine communal (mobilier et immobilier)

**Service du personnel doté d'un (01) bureau et d'une (01) section :**

- Bureau du personnel et de l'action sociale.
- Section du personnel et de l'action sociale.

**Service technique, de l'équipement, des moyens généraux et de la maintenance comprend deux (02) bureau et deux (02) sections :**

- 1- Bureau de l'équipement et des moyens généraux
  - Section parc et matériel... (Responsable de service intérieur).
- 2- Bureau de la maintenance.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

- Section, réseaux divers, hygiène et environnement... (Chef de parc).

### **5- Les missions des différents services de l'organisme :**

#### **P/APC :**

- La mission principale du P/APC est de prendre des initiatives afin de développer les revenus de la commune.
- Chargé de la représentation officielle de la commune.
- Mettre en place les décisions prise par l'assemblée populaire communal.

#### **Secrétaire générale :**

Le secrétaire général de la commune de Darguina est chargé de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au recueil des actes administratifs de la commune de Darguina.

- Chargé d'assurer la préparation des réunions de l'APC.
- Veiller à la mise en œuvre des décisions prise par l'APC.
- L'animation et coordination du fonctionnement des services administratifs.
- Promouvoir la collaboration entre les différents services.

#### **Service du secrétariat de l'APC :**

- Assurer le secrétariat particulier du président de l'APC.
- Organiser et préparer les cérémonies officielles de la commune.
- Gérer les procédures concernant les missions de jumelage.

#### **Bureau de la réglementation :**

- Chargé de l'établissement et du contrôle des actes administratifs.
- Chargé des réserves foncières et du cadastre dans son aspect réglementaire.
- L'instruction et délivrance du certificat de possession (CP).
- L'étude et le suivi des dossiers des enquêtes foncières.

#### **Bureau d'état civil :**

- Chargé des documents de l'état civil, et du recensement de la population.
- Elaboration des statistiques de l'état civil sur les mariages, changement de résidence etc....

#### **Service informatique :**

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

- La prise en charge des travaux de saisie.
- Chargé de la conception et la réalisation des programmes d'application.
- Assurer l'analyse et le contrôle des logiciels, et l'entretien du matériel informatique.
- Gérer la cellule de la communication au sein de l'APC.

### Section 2 : analyse et interprétation des données

#### 1- Présentation des données socio-professionnelles

##### Axe 1 : analyse des données socio-professionnelles

**Tableau N°03 : tableau des données socio-professionnelle des enquêtés au sein de l'APC :**

| Enquêtés     | Genre | Âge    | Fonction  | Expérience professionnel |
|--------------|-------|--------|---|--------------------------|
| Enquêté n°01 | Homme | 65 ans | P/APC   | 4 ans                    |
| Enquêté n°02 | Homme | 44 ans | S.G   | 14 ans                   |
| Enquêté n°03 | Homme | 60 ans | Chef de la réglementation des affaires générale | 20 ans                   |
| Enquêté n°04 | Femme | 45 ans | Chef du bureau d'état civil                     | 10 ans                   |
| Enquêté n°05 | Femme | 40 ans | Chef de service des finances                    | 2 ans                    |
| Enquêté n°06 | Homme | 44 ans | Ingénieur en informatique                       | 13 ans                   |

**Source : selon les informations requises auprès de nos enquêtés**

Tout d'abord, ce tableau constitue les enquêtés que nous avons interrogés au sein de l'APC de Darguina comme nous l'avons mentionné également dans l'annexe N°04. Afin de répondre à nos question qui ont relation avec notre variable, tels que la communication territoriale et son apport dans l'implication des citoyens dans la gestion des affaires communale.

Selon le tableau ci-dessous, nous allons présenter les informations qui concernent nos enquêtés, telles que le genre, l'âge, la fonction et l'expérience professionnelle.

Commençant par le genre, notre échantillon d'étude est constitué de six enquêtés dont le genre masculin représenté par 4 personnes, cela montre que la majorité est du genre masculin.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

Donc nous avons constaté que ce déséquilibre peut refléter par des normes sociales de la région qui peut être influencé par des facteurs socio-culturels et historiques. Il est possible que les traditions et les coutumes de la région favorisent la présence de la majorité masculine, ce qui peut influencer les opportunités d'avancements.

Ensuite nous allons analyser les enquêtés selon leurs âge, leurs expérience professionnelle et leurs postes au sein de l'APC.

Enquêté N°01: est le président de l'APC de Darguina, âgé de 65 ans, qui occupe ce poste depuis sa nomination en tant que maire de la commune, il y a 4 ans. D'après son âge, nous pouvons constater qu'il peut apporter plusieurs avantages en raison de son expérience et de sa maturité.

Enquêté N°02: est un secrétaire général, âgé de 44 ans et occupe ce poste depuis 14 ans, ce qui témoigne une expérience et une connaissance approfondie dans le domaine, et qui favorise aussi la stabilité, la continuité dans la gestion administrative de l'APC.

Enquêté N°03: âgé de 60 ans, occupe le poste du chef de la réglementation des affaires générales depuis 22 ans. Il a commencé sa carrière dans ce poste en 2004, ce qui résume une longue expérience dans le domaine du savoir-faire et de la stabilité, sa longue carrière témoigne de sa capacité de transmettre son savoir faire à la nouvelle génération de la commune.

Enquêté N°04: quant à elle, âgé de 45 ans qui occupe le poste de chef du bureau d'état civil depuis 10 ans, son rôle clé est d'assurer le contact direct avec les citoyens, ce qui favorise la communication de proximité.

Enquêté N°05: âgé de 40 ans qui occupe le poste du chef de services des finances, elle a rejoint ce poste en 2022, c'est la plus jeune en terme de l'expérience, par rapport à son âge et sa courte expérience, elle pouvait apporter des idées émouvante, aussi un impact positif sur la vie quotidienne et le bien-être des citoyens de la commune.

Enquêté N°06: enfin, l'enquêté n°06, âgé de 44 ans, est un ingénieur en informatique depuis 13 ans, il a rejoint ce poste en 2011, non seulement il a de l'expérience dans le domaine, cependant il prend la responsabilité de gérer le service de communication qui a permet à l'APC de renforcer les liens sociaux.

**Tableau N° 04 : données socio-professionnel des présidents des associations**

| Enquêtés     | Genre | Âge    | Fonction                                | Expérience professionnelle |
|--------------|-------|--------|---|----------------------------|
| Enquêté N°01 | Homme | 40 ans | Président de l'association (Oxy-jeunes) | 8 ans                      |
| Enquêté N°02 | Homme | 40 ans | Président de l'association (Taffath)    | 3 ans                      |
| Enquêté N°03 | Homme | 42 ans | Président de l'association (Taddukli)   | 6 ans                      |
| Enquêté N°04 | Homme | 46 ans | Président de l'association (Imdukal)    | 4 ans                      |

**Source : selon les informations requises auprès de nos enquêtés**

Ce tableau constitue les enquêtés de notre deuxième échantillon de l'étude. Donc nous avons décidé d'interroger les présidents des associations qui sont actives avec l'APC de Darguina, et qui nous a permis de répondre à nos questions sur la collaboration du mouvement associatif et la commune de Darguina.

D'après ce tableau nous allons analyser les informations qui concernent nos enquêtés, telles que le genre, l'âge, la fonction et l'expérience professionnelle.

Nous avons constaté l'inexistence des femmes parmi les présidents d'associations, cela peut refléter le manque de diversité et d'équité. Il est important de favoriser la mixité de genre afin d'assurer une gouvernance équilibrée et représentation de la diversité de la population.

L'enquêté N°01: âgé de 40 ans, il est président de l'association (Oxy-jeunes) depuis sa création il y a 8 ans, et il est considéré comme fondateur de cette association. C'est le plus jeune et le plus expérimenté à la tête de son association. Cette enquête apporte une expérience significative dans la collaboration entre son association et l'APC de Darguina, son âge peut

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

favoriser une dynamique et l'innovation dans le renforcement de la communication de proximité.

L'enquêté N°02: âgé de 40 ans, président de l'association (Taffath) depuis 3 ans, c'est le moins expérimenté de nos enquêtés, et malgré une expérience récente sauf qu'il peut apporter une vision fraîche et des opportunités pour la collaboration entre l'association et l'APC de Darguina.

L'enquêté N°03: âgé de 42 ans, président de l'association (Taddukli) depuis 6 ans, sa longue expérience dans le domaine associatif permet d'apporter une certaine stabilité et maturité dans ses interactions avec l'APC.

L'enquêté N°04: âgé de 46 ans, président de l'association (Imdukal), avec 4 ans d'expérience à la tête de son association, cela lui permettra d'offrir un regard récent sur le besoin et les attentes des citoyens. Il est le plus âgé des autres présidents, lui fait gagner une capacité de prise de décisions.

### **2- Analyse des entretiens**

**AXE 02 :** Le métier de chargé communication territoriale au sein de l'APC de Darguina contribue à l'engagement civique du citoyen, en renforçant chez lui le sentiment d'appartenance et en encourageant le dialogue.

#### **1- La communication avec les citoyens et les moyens utilisés par l'APC de Darguina :**

L'ensemble de nos enquêtés ont été d'accord sur la même idée, disant que la communication avec les citoyens se déroule d'une manière directe, comme des journées de réception qui sont organisées chaque lundi. Ou par des affichages publiés sur leur page Facebook mentionnés dans l'annexe N°5, sous le nom de « cellule de communication APC de Darguina » et aussi affichés dans des espaces publics (les cafés, quartiers...), des réunions publiques, ainsi que les permanences des élus.

Le P/APC a déclaré que la communication se déroule d'une manière directe avec les citoyens à travers des réceptions ou des rencontres de proximité à chaque occasion, soit au niveau de la mairie ou lors des réunions de l'assemblée populaire communale.

D'après l'ingénieur en informatique, « *Le réseau social Facebook est le moyen de communication le plus couramment utilisé. En effet, il existe une interaction directe en commentant ou en envoyant des messages privés. De plus, les citoyens peuvent également soumettre une demande de service ou obtenir des informations sur un CP. Facebook est utilisé en raison de sa facilité d'utilisation, de sa capacité à cibler précisément les citoyens, de sa capacité à partager des photos, des vidéos et d'autres contenus multimédias* ».

Grâce à l'analyse de cette question, nous avons pu saisir le processus de communication au sein de l'APC avec les citoyens. Qui nous ont permis de comprendre que l'APC utilise une communication directe et interactive, généralement à travers les moyens de communication traditionnels, et aussi en accordant une grande importance au réseau sociale Facebook qui est le plus pratiquant actuellement

#### **2- Collaboration avec les services de la mairie pour l'implication citoyenne.**



## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

La majorité des personnes interrogées partagent le même avis sur la collaboration avec les services de la mairie pour l'organisation des actions de communication avec les citoyens, ils disent qu'ils collaborent par l'organisation des réunions de coordination pour discuter des actions de communication à venir,

Selon le chef de la réglementation des affaires générale, le maire organise souvent des réunions avec les responsables et les associations locales pour l'organisation des événements tels que Yennayer, semi-marathon. Grâce à cette collaboration nous avons su développer une culture de la communication au sein de notre APC.

D'après cette question nous avons constaté qu'il existe une collaboration efficace et structurée, à travers des réunions de coordination organisée pour discuter des actions de communication à venir, notamment le maire organise des réunions avec les représentants et les associations locaux pour discuter sur l'organisation des événements, ce qui permet de développer la culture de la communauté au sein de l'APC.

### **3- Etude de préoccupation des citoyens par l'APC de Darguina :**

L'ensemble des personnes interrogées s'est mis d'accord que la commune prend en compte les inquiétudes des citoyens ; en consultant le registre de doléance ou sur le site web ainsi l'application mobile ECHKI.

Le secrétaire général qui confirme aussi qu'il organise des réunions pour discuter des préoccupations des citoyens, pour enfin arriver à trouver des solutions afin de délibérer en affichant sur leurs pages Facebook.

Le président de l'APC a déclaré que l'écoute des citoyens est essentiel pour une gouvernance efficace c'est pour cela qu'ils prennent en compte les inquiétudes des citoyens par la communication à travers les associations, à travers le site ou l'application ECHKI ainsi le registre de doléance là où le citoyen peut écrire ses réclamations, ensuite il va être consulté par l'ensemble des élus pour discuter des solutions ou des décisions à prendre

Aussi, malgré qu'ils organisent des journées spéciales pour la réception des citoyens, le maire propose de recevoir quotidiennement les cas d'urgence, afin de renforcer le sentiment d'appartenance.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

Par rapport à cette question et à la lumière des informations recueillies, nous avons constaté que l'APC s'engage à écouter les préoccupations des citoyens, en organisant des journées de réception chaque jour, cela permettra de renforcer le sentiment d'appartenance chez les citoyens.

### **4- Les actions de communication qui ont permis l'implication des citoyens dans la vie de l'APC de Darguina :**

L'ensemble des réponses des enquêtés étaient presque similaires ; Tous les fonctionnaires qui occupent des postes supérieurs qui partagent la même déclaration que la mairie mettent en place une stratégie de communication pour favoriser la participation citoyenne, par la mise en place d'outils de communication participative comme le sondage. L'organisation d'événements participatifs telle que les réunions publiques pour informer les citoyens pour qu'il puisse donner leurs avis, l'organisation des journées portes ouvertes ainsi que les fêtes et les événements culturels.

Le P/APC a bien détaillé par rapport aux autres enquêtés en disant que la commune de Darguina organise plusieurs événements tels que le 8 Mai, YENNAYER et le semi-marathon qui se déroule chaque année. Les actions de communication au sein de la commune se divisent en divers branches :

- Rencontre et atelier participatif : des réunions publiques afin d'organiser et présenter directement les événements pour recueillir les avis des citoyens sur le lieu de déroulement de cet événement.
- Communication numérique : la commune partage sur Facebook des sondages afin de voter sur les activités proposées par l'APC.
- Outils collaboratifs: La commune a mis en place un budget participatif de 200 mille Dinars pour le gagnant. Les citoyens peuvent proposer des projets et voter pour ceux qu'ils souhaitent voir réalisés. Les projets qui reçoivent le plus de votes sont financés par les citoyens.

Concernant cette question, on a remarqué que la mairie fait toujours participer ses citoyens aux différentes actions de communication et des événements organisés dans le but de renforcer la confiance et d'impliquer les citoyens à la vie communale.

### **5- L'intégration des NTIC dans la stratégie de communication de l'APC de Darguina :**

Seul l'ingénieur en informatique était en mesure de répondre à cette question, son rôle au sein de l'APC est de garantir la continuité des services numériques et la sécurité des données. Ensuite il a pris en charge de gérer le service de communication depuis que les nouvelles technologies ont fait leur apparition.

Dans ce contexte il nous déclare que ces dernières années, l'utilisation des nouvelles technologies est devenue une priorité, elles permettent de communiquer d'une manière efficace et plus accessible avec les habitants, parmi les nouvelles technologies utilisées au sein de l'APC, il a cité les sites web qui offre des informations sur la commune et ses projets, de plus ils ont une application mobile appeler ECHKI, qui permet ou citoyens de formuler et d'envoyer leurs préoccupations, ainsi que de participer à un Sondage pour sélectionner les travaux et les activités futurs de la commune. Facebook est également une nouvelle technologie pour l'APC, et elle est la plus utilisée. Cependant, malheureusement, les autres technologies sont moins utilisées car les citoyens de nos jours préfèrent se présenter par eux-mêmes plutôt que d'utiliser ce qui est en ligne. Et ils espèrent que dans les prochains jours, ils auront un spécialiste en communication capable de convaincre les citoyens d'utiliser ces nouvelles technologies, et que les autorités leurs fournissent les moyens nécessaires.

D'après cette question, et les informations recueillies, nous avons constaté que la commune de Darguina est parmi les collectivités territoriales les plus innovantes par rapport à les autres communes d'autre régions et la commune de Béjaïa.

En utilisant le site web, l'application ECHKI, et en particulier le réseau social Facebook, cela fait progresser la commune, qui offre une opportunité de renforcer le dialogue avec les citoyens.

### **6- Les compétences et les qualités requises pour exercer le métier de communication territoriale :**

Le P/APC nous a confirmé qu'il n'existe ni le métier ni le poste, en particulier le service de communication, car ce dernier n'est pas mentionné dans le code communal ou bien l'organigramme de l'APC, pour des raisons inconnues.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

D'après les enquêtés qu'on a interrogés, à leur tête le sécuritaire générale, il affirme que le métier de communication territoriale existe, mais nous n'avons pas un spécialiste qui est chargé de ce poste. Et par rapport à l'arrivée des nouvelles technologies, on était obligé de donner la responsabilité de gérer la cellule de communication à notre ingénieur en informatique pour faciliter la communication interne et externe.

Le P/APC a déclaré que c'est un métier polyvalent et exigeant qui demande une variété de compétences tels que les compétences technique ou le chargé de métier de communication doit maîtriser les outils de communication, savoir rédiger des textes clairs et précis, connaissance du droit et des réglementations, tels que les qualités personnel qui se résume sur les bonnes qualités relationnelles, esprit d'équipe, la créativité et l'innovation, il est très important de savoir gérer l'imprévu.

Concernant cette question on a constaté l'importance d'avoir un chargé de communication au sein de toutes les collectivités et des organisations publiques, et pour accrocher ce métier doit y avoir des compétences spéciales.

### **7- Les évolutions envisagées par l'APC de Darguina pour l'implication des citoyens dans la gestion communale :**

D'après le chef du bureau de la réglementation des affaires générales, beaucoup de réunions ont été organisé afin de discuter sur la mise en place d'un chargé de communication au sein de la commune, le P/APC a proposé cette idée aux autorités et n'a pas été prise en considération, et il espère qu'à l'avenir ce poste sera officialisé.

Le président de l'APC était en mesure aussi de répondre à cette question, *« on envisage de créer un web tv ainsi un site web spécial dédié à l'APC de Darguina avec tous ses planification, pour que le citoyen trouve tous les rubriques comme le tourisme dans le but de créer une interaction plus que celle qui existe »*.

Un autre enquêté qui est chargé des finances, du patrimoine et de l'action économique, nous a partagé son opinion sur l'amélioration des moyens de communication au sein de la commune : *« c'est vrai que les autorités nous ont demandé de nous concentrer davantage sur le numérique, tels que les emails, les applications mobile et les sites en ligne mais ils n'ont pas encore réussi à améliorer cette idée, il n'y a pas suffisamment de ressources pour le faire. De plus, un autre problème réside dans le fait que le citoyen n'arrive pas à convaincre lui-même*

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

*d'utiliser toutes les formes de communication en ligne, préférant même se rendre sur place pour régler leurs affaires, c'est pour cela qu'on a besoin d'un spécialiste dans le domaine qui sera chargé de convaincre et de changer la mentalité de ses gens vers le numérique ».*

Le P/APC a exprimé aussi son souhait de voir le code communal révisé et changé dans l'avenir, afin d'officialiser le poste de chargé de communication territoriale au sein de l'APC. Ce changement va permettre de mieux structurer les actions de communication au sein de la commune ainsi que de mieux répondre aux attentes des citoyens.

D'après les réponses des enquêtés, nous avons constaté que le recrutement d'un spécialiste en communication est une nécessité pour l'APC.

Nous avons constaté aussi que le maire a des ambitions de valoriser d'avantage et mettre en avant les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

- **AXE 03** : La collaboration de la commune de Darguina avec le mouvement associatif favorise la communication de proximité en adoptant une démocratie participative pour promouvoir la culture communautaire.

### **8- La communication entre l'APC de Darguina et le mouvement associatif**

La collaboration entre la commune de Darguina et le mouvement associatif était jusqu'alors limitée par une assemblée qui ne permettait pas la collaboration, car l'ancien maire ne l'autorisait pas. Toutefois, avec l'arrivée du nouveau maire, les associations peuvent travailler en collaboration avec l'APC de Darguina.

La communication avec l'APC est extrêmement performante, et les présidents d'associations interrogés maintiennent une relation solide avec elle. La communication avec la commune se fait principalement par invitations et par téléphone, les emails sont les moins fréquents.

Il arrive que la communication soit à la fois formelle et informelle. D'après le président de l'association {Oxygène}, « on communique par des invitations, parfois nous les invitons, parfois c'est l'APC qui nous invite ». Il précise aussi que lorsque la commune organise un événement, ils contactent le maire par téléphone pour y participer, ce qui confirme que la plupart des associations communiquent généralement par téléphone.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

D'autre part le président de l'association {Taddukli} affirme que : « malheureusement, nous ne parvenons pas à communiquer par mail, même si c'est un moyen efficace et professionnel. Actuellement, nous utilisons un moyen de communication qui fait partie des nouvelles technologies, à savoir les réseaux sociaux, en particulier le Facebook », comme nous l'avons mentionné dans l'annexe N°06, ainsi que d'autres pages des autres associations qu'on a interrogées.

Les deux autres présidents soutiennent l'idée que le téléphone est généralement le moyen le plus utilisé entre les associations et la commune, car il est le plus rapide et renforce les bonnes relations. Il ajoute aussi que lorsque la communication se fait par téléphone, cela signifie que les liens sont très forts.

Pour cette analyse nous avons su qu'il existe une communication directe et interactive entre l'APC de Darguina et le mouvement associatif, l'arrivée de nouveau maire a tout changé et a permis de dépasser les obstacles afin d'établir une collaboration plus efficace avec les associations. On a remarqué que le téléphone est le plus utilisé en termes de collaboration, grâce à cet outil, les membres de l'APC et les associations peuvent se joindre facilement.

### **9- Les facteurs clé d'une telle collaboration entre la commune de Darguina et le mouvement associatif**

Tous les enquêteurs qu'on a interrogés, ils ont mis d'accord sur le contexte et la sphère politique, parmi le facteur clé de la réussite d'une telle approche, c'est de ne pas mêler les affaires politiques. Dans le statut des associations interdit de parler et mélanger le côté politique, il y a plusieurs formations politiques, mais il ne faut pas qu'ils influencent la collaboration.

L'enquête N°01 qui s'occupe le groupe de l'Oxygène définit l'association comme un organisme qui travail bénévolement, le président est choisi par le peuple afin d'apporter le développement du territoire, et non pour les affaires personnels, de l'autre côté le maire doit aider toute les associations, pas seulement ce qui sont voté pour lui.

D'autre part, l'enquête N°03 qui détermine un autre facteur de réussite, comme suit : « *une relation familiale est un facteur important dans le terme de la collaboration, malgré un malentendu entre les membres on reste toujours soudé car nous somme de la même région, ce qui rend la collaboration solide et indéfectible* »

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

D'après cette analyse nous avons constaté que la sphère politique est le facteur le plus sensible dans la collaboration entre l'APC et le mouvement associatif. Et la réussite d'une telle collaboration est liée à plusieurs facteurs clés tels que la confiance et le respect mutuel, ainsi que le partage des objectifs et valeurs en commun, cela permet d'avoir une collaboration logique et productive.

### **10- Les projets et les actions de communication réalisées en commun entre l'APC de Darguin et le mouvement associatif**

D'après les réponses des enquêtés, la collaboration est efficace et très favorable, le message passe, et ils ont l'accès au maire à tout moment. Les activités se font chaque année entre 70 et 80 activités, parfois elles dépassent les 100 activités. Parmi ses activités, la fête de yennayer, célébration de la journée mondiale de l'arbre, dénombrement des oiseaux migrateurs et aussi la célébration du 18 février la journée nationale du Chahid.

Ses activités se font en collaboration avec l'APC, sur le plan organisationnelle c'est l'association qui occupe cette tâche, par contre l'APC occupe de tout ce qui est logistique.

Selon l'enquête N°01 : *« la première convention avec la commune c'était pour organiser des événements tels que la célébration de la journée mondiale de l'arbre, et dénombrement des oiseaux migrateurs, après le renouvellement de la convention, c'était en terme de chapitre comme suit : le développement locale, la lutte contre les feux de forêts et la lutte contre la chasse non régulier ».*

Concernant les résultats de ses événements le président de l'association {Imdukul} explique comment cette collaboration est parvenu : *« avant y avait pas d'activités en commun, car la collaboration n'est plus, après l'arrivé de nouveau maire tout a changé, une nouvelle stratégie de communication, un service de communication a fait son apparition, donc la collaboration est là. Beaucoup de contacts et des travaux en commun ».*

D'après cette analyse, nous avons constaté qu'il existe une collaboration efficace et très favorable entre l'association et l'APC de Darguina, ce qui permet a réalisé des projets et des activités qui ont un impact positif sur la communauté, l'organisation de la fête Yennayer a permet de célébrer la culture et les traditions locales, tandis que la journée mondiale de l'arbre

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

sensibilise le public à l'importance des arbres. L'objectif de cette collaboration était de renforcer les liens sociaux, et favoriser la participation citoyenne.

### **11- Les avantages et les bénéfices de la collaboration entre l'APC et le mouvement associatif**

Plusieurs projets ont vu le jour grâce à cette collaboration, d'après tous les membres de l'association qui ont bien déterminé les avantages et les bénéfices de cette collaboration, que ce soit pour les associations, l'APC et pour les citoyens aussi.

Selon l'enquête N°01, les citoyens ont bénéficié de cette collaboration grâce à des événements organisés en collaboration avec l'APC, ce qui permettra aux visiteurs de connaître la région. S'il n'y a pas de collaboration l'événement n'est plus. D'ailleurs, nous avons organisé un événement où les autres agriculteurs qui ont assisté ont établi une relation avec les agriculteurs de notre village, leur promettant de les aider et de leur fournir des abeilles et des graines.

De l'autre côté l'APC a beaucoup de bénéfices sur la collaboration avec les associations, comme l'a confirmé le président de l'association {Taddukli} « *l'APC a besoin des associations, grâce à elle le citoyen peut bénéficier dans le côté social. Dans le cadre de la participation, le maire ne peut pas gérer son territoire et sa commune tout seule, il doit faire appel à des associations, comme la création d'un stade de proximité, un citoyen a fait une opposition pour les autorités, et grâce à nous qu'ils ont réussi à trouver un accord pour lancer ce projet* »

Concernant les bénéfices de l'association auprès de l'APC, l'enquête N°02, président de l'association {Tafath} qui affirme qu'en collaborant avec l'APC, l'association a bénéficié de plusieurs facteurs tels que la mise en place des locaux, du matériel ainsi des subventions pour l'accompagner à la réalisation de ses projets. Cette collaboration permet à notre association d'être plus visible auprès des citoyens et des élus, elle permet aussi de gagner en crédibilité et en légitimité.

D'après l'analyse de cette question on a remarqué que tout le monde a bénéficié que ce soit l'APC pour mieux connaître les besoins et les attentes des citoyens, les associations qui gagnent en visibilité et en légitimité auprès des citoyens et des élus, ainsi les citoyens qui ont



## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

la possibilité de participer à la vie de leurs communauté et de prendre part aux décisions qui les concernent.

### **12- Le métier de chargé de communication territoriale comme un acteur clé de la collaboration entre l'APC et le mouvement associatif**

L'ensemble des enquêtés disent, que le métier de chargé de communication territoriale joue un rôle indispensable au sein de la mairie et essentiel pour bien gérer les relations entre le mouvement associatif et l'APC, selon le président de l'association {Taddukli} : « *son rôle est important et indispensable. Dans notre association on a un chargé spécialisé dans le domaine de la communication, il facilite notre travail, c'est lui qui partage l'information.*

*À mon absence il est chargé de recevoir les informations, aussi il fait des conférences et celui qui parle avec la presse au nom de l'association, car il a des capacités spéciales et c'est quelqu'un spécialiste dans le domaine. Avant c'était notre S.G qui s'occupe de tout ça, car le statut des associations qui exige ce poste, le S.G n'arrive pas accomplie le travail d'un chargé et spécialisé dans la communication, c'est pour cela qu'il très important de recruter un spécialiste avec des compétences communicationnelle ».*

A partir de notre enquête auprès des fonctionnaires de la commune de Darguina, selon le code communal de l'APC, le métier de chargé de communication territoriale n'existe pas, et ils sont obligés de désigner quelqu'un pour gérer le service de communication.

D'après les enquêtés, ont mis d'accord sur le rôle du métier de chargé communication dans cette collaboration, en disent : on espère dans le changement de code communale, ils vont faire un chargé de communication spécialisé dans le domaine de la communication territoriale car :

- Il diffuse les informations concernant les actions et les décisions de l'APC de manière claire et accessible.
- Il facilite l'accès à l'information pour tous les citoyens en utilisant des canaux de communication variée.
- Il renforce la confiance entre l'APC et le mouvement associatif afin de créer un dialogue favorable à cette collaboration.
- Il encourage la mise en place de collaboration pour la réalisation des projets communs.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

D'après cette analyse nous avons constaté que le métier de chargé de communication territoriale joue un rôle important dans cette collaboration et la gestion des affaires communales. Étant donné qu'il facilite le travail des deux partenaires en informant les citoyens sur les activités et les actions de communication liées à cette collaboration. Ainsi, il est essentiel d'avoir un chargé de la communication territoriale au sein de la commune.

### **13- Les perspectives d'évolution et les pistes d'amélioration envisagées pour renforcer encore davantage cette collaboration**

Chaque enquêté a donné son avis et des pistes d'amélioration qu'il espère pour renforcer cette collaboration.

Le premier enquêté, président de l'association {Oxy-jeunes} : *« on espère que l'APC va créer un conseil consultatif de jeune pour améliorer cette collaboration, quand l'APC prend une décision administrative à-propos de notre association, même à l'arrivée d'un autre maire, la décision pourra pas changer, ce qui nous permettra d'avancer sur notre collaboration »*

Le deuxième enquêté, président de l'association {Taddukli} : *« on envisage de créer un réseau spécialisé entre les associations et l'APC, car ça va nous faciliter la diffusion de l'information auprès des citoyens. Et aussi d'intensifier les réunions, au lieu de les faire annuellement, on espère de rassembler chaque trois mois afin de clarifier les besoins et les préoccupations des citoyens. »*

Le troisième enquêté, président de l'association {Tafath} : *« on espère dans l'avenir on sera en mesure de pratiquer les emails professionnel entre les associations et l'APC et même le citoyen va y avoir l'accès à ses emails »*

Le quatrième enquêté, président de l'association {Imdukali} : *« dans les jours à venir on espère améliorer le réseau sociale Facebook, notamment les autres réseaux sociaux dans le cadre de cette collaboration, et aussi de pratiquer des réunions par l'application ZOOM, qui permet de faire des réunions à distance »*

D'après cette analyse, nous avons constaté que les moyens de communication utilisés entre le mouvement associatif et l'APC de Darguina sont suffisants pour établir une relation solide. Cependant, chaque enquêté estime qu'il existe de nombreux moyens de communication modernes qui pourraient renforcer davantage cette collaboration.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

### 14- Les difficultés et les défis rencontrés dans la mise en place de la collaboration entre l'APC et le mouvement associatif

D'après les enquêtés,  $\frac{3}{4}$  qui ont trouvé des difficultés dans la collaboration avec l'APC de Darguina, et  $\frac{1}{4}$  qui a une bonne relation de 100% réussite.

L'enquêté N°02, président de l'association {Tafath}, il déclare : « *on a une bonne relation avec le P/APC et les membres de la commune, depuis la création de notre association, la même année de l'arrivée de nouveau maire, depuis ce temps-là on a des bonnes relations* ».

Les autres enquêtés, commençant par le président de l'association {Oxy-jeunes}, affirme : « *nous avons soumis une demande au P/APC pour l'aménagement du territoire, mais nous avons reçu un avis défavorable, pour des raisons inconnues, on s'est pas arrêté mais on s'est adapté, nous avons travaillé en dehors de la commune, afin d'éviter de faire face à l'APC, nous avons réalisé des activités sans même avoir besoin de demander l'autorisation* ».

En revanche, les deux autres enquêtés rencontrent la même difficulté. Elles ont demandé directement au maire sans écrit de leur donner un espace pour organiser un événement. Cependant, le maire a refusé, en raison des risques qu'il ne voulait pas prendre en leur donnant un espace sans une demande écrite et signée. Après ce refus, les présidents ont finalement rédigé un écrit et ont reçu un avis favorable de la part du maire.

D'après cette analyse nous avons constaté que les associations ont rencontré plusieurs obstacles ce qui les a poussé à mettre en place des différentes stratégies de communication, tels que le maintien d'un dialogue ouvert et constructif avec l'APC afin de trouver des solutions communes.

### 3- Discussion et vérification des hypothèses :

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

**Première hypothèse :** *Le métier de communication territoriale au sein de l'APC de Darguina contribue à l'engagement civique du citoyen, en renforçant chez lui le sentiment d'appartenance et en encourageant le dialogue.*

A travers les questions 1, 2, 3, de deuxième axe, la communication territoriale joue un rôle important entre les citoyens et l'APC de Darguina. Grâce à cette communication, les citoyens peuvent être informés des décisions de l'APC et exprimer leurs avis sur les activités de la commune en utilisant et en diversifiant les canaux de communication. Le but est de bien accueillir les citoyens et de répondre à leurs préoccupations.

D'après la quatrième question nous avons constaté que les actions de communications menées par l'APC de Darguina visent à faire ressentir au citoyen qu'il est proche des décisions concernant les affaires de la commune, et à lui offrir la possibilité de participer à ces événements ce qui renforce chez lui le sentiment d'appartenance.

Il est évident que la commune de Darguina est un organisme moderne et innovant. Les moyens et les outils de communication utilisés au sein de l'APC sont parmi les moyens les plus avancés que l'on puisse voir par rapport à d'autres institutions publiques. Qui peuvent renforcer l'implication et le dialogue avec les citoyens.

Finalement la sixième et la septième question résument l'importance d'avoir un spécialiste ayant des compétences communicationnelles au sein de l'APC de Darguina, et aussi nous avons observé les ambitions des enquêtés notamment du P/APC, d'améliorer cette tâche de communication, afin de faciliter le travail de l'APC que soit à l'intérieur et à l'extérieur de l'organisme.

D'après cela, nous constatons que l'APC de Darguina est parmi les collectivités territoriales les plus innovantes par rapport à d'autres communes, en utilisant les moyens de communication les plus avancés que l'on puisse voir ici à Bejaia.

Selon les informations requises auprès des enquêtés, la communication au sein de l'APC joue un rôle important dans la relation entre l'APC et les citoyens. L'APC de Darguina informe ses habitants sur toutes les activités et les projets de proximité à venir, notamment de les faire partie de ces projets, tout en leur donnant la liberté de s'exprimer sur leurs opinions envers ses projets et les impliquer dans les décisions à prendre, dans le but de faire sentir au citoyen qu'il est proche de la commune.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

Concernant le métier de chargé de communication territoriale, le code communal n'a pas officialisé ce poste au sein de l'APC, mais le métier de communication existe grâce aux actions de communication menées par l'ingénieur en informatique qui a pris en charge cette tâche de communication, ce qui permet au métier de communication de contribuer à l'engagement civique du citoyen.

A partir de cette analyse de l'axe 2, «Le métier de communication territoriale au sein de l'APC de Darguina contribue à l'engagement civique du citoyen, en renforçant chez lui le sentiment d'appartenance et en encourageant le dialogue. », cette première hypothèse est confirmée.

**Deuxième hypothèse :** *La collaboration de la commune de DARGUINA avec le mouvement associatif favorise la communication de proximité en adoptant une démocratie participative pour promouvoir la culture communautaire.*

A travers les questions 8, 9, 10, la communication entre le mouvement associatif et l'APC de Darguina, a été optimisée avec l'arrivée de nouveau maire, le changement a permis de surmonter les obstacles et d'établir une collaboration plus efficace avec les associations.

Les moyens de communication utilisés sont le téléphone et les invitations, d'après les enquêtés, il n'y avait pas de difficulté de communiquer avec l'APC, mais ils espèrent explorer d'autres moyens afin de renforcer cette collaboration. Dans ce contexte, plusieurs facteurs tels que la confiance et le respect, l'objectif est d'instaurer une collaboration cohérente et productive.

Les questions 11, 12, 13, 14, soulignent l'importance de la collaboration entre les associations et l'APC pour le développement communautaire. Nous avons constaté aussi que le métier de chargé de communication territoriale au sein de l'APC de Darguina géré par un ingénieur en informatique est insuffisant pour maintenir cette collaboration, nous sommes arrivés à un moment où tout est basé sur le numérique, donc il est temps de mettre en place un chargé de communication territoriale, qui sera chargé de mener à bien les campagnes de communication tant en interne qu'en externe, ainsi de maintenir une image positive de la collectivité, tout en assurant une liaison efficace entre la commune, les associations, et les citoyens.

Selon ses informations, nous avons constaté que la communication entre l'APC et le mouvement associatif est efficace grâce aux moyens de communication utilisés, en particulier le téléphone.

## Chapitre 05 : présentation et interprétation des données

---

La réussite de cette collaboration est basée sur l'organisation des événements qui partagent des objectifs et des valeurs en communs, dans le but de faire en sorte d'impliquer plus directement les citoyens dans les décisions environnementales.

Nous avons constaté aussi que le métier de communication territoriale au sein de la commune de Darguina, joue un rôle important dans cette collaboration en facilitants les interactions entre les associations, l'APC et les citoyens, basé sur la circulation de l'information, l'écoute et l'accueil des habitants.

En adoptant cette participation citoyenne, l'APC de Darguine dispose des stratégies de communication en collaborant avec les associations, qui permet aux citoyens de s'exprimer, de poser des questions et de partager leurs opinions, mais en plus ce sont eux les mieux placés pour transmettre aux décideurs ce qui se passe sur le terrain et ainsi à contribuer et à améliorer les projets.

A partir de cette analyse de l'axe 2, «La collaboration de la commune de DARGUINA avec le mouvement associatif favorise la communication de proximité en adoptant une démocratie participative pour promouvoir la culture communautaire.», cette deuxième hypothèse est confirmée.

# Conclusion

# Conclusion

---

## Conclusion

La recherche que nous avons effectuée porte sur le rôle du métier de chargé de communication territoriale dans la communication de proximité, réalisé au sein de l'APC de Darguina, une commune située à 46 km de la wilaya de Béjaïa, du 13 mars 2024 jusqu'au 09 mai 2024.

Notre objectif est de constater comment le métier de chargé de communication territoriale au sein de l'APC de Darguina contribue à la communication de proximité de la commune.

Au cours de notre recherche, nous avons effectué une analyse sur l'apport du métier de chargé de communication territoriale de la commune de Darguina dans l'implication des citoyens dans la gestion des affaires communales, notamment sur la manière dont le mouvement associatif collabore avec le P/APC afin de favoriser la communication de proximité.

Nous avons donc opté pour la méthode qualitative tout en utilisant la technique d'entretien, destinée à une dizaine d'employés dans les différents postes (P/APC, SG, chef de la réglementation des affaires générales, chef du bureau d'état civil, chef de service des finances, ingénieur en informatique), ainsi que les membres du mouvement associatif.

Pour réaliser ce travail nous avons rédigé un guide d'entretien qui contient une liste de questions, afin d'assurer que tous les points sont abordés, à travers cette technique, cela nous a permis d'arriver à des résultats désirés de notre part.

Les résultats obtenus nous ont démontré que malgré le manque de soutien de la part des autorités envers toutes les communes de Béjaïa, sauf que le Président de l'APC de Darguina qui s'efforce de développer et d'améliorer la communication avec ses habitants et de les impliquer dans les affaires de la commune en participant à ses projets et activités. A ce sujet, cela a été confirmé et témoigné auprès de tous les fonctionnaires interrogés au sein de la commune, notamment par les présidents d'associations avec lesquels ils collaborent.

Après avoir traité et analysé les réponses de nos enquêtés, on peut dire que les données obtenues lors de notre travail de recherche, confirment les deux hypothèses que nous avons énoncées au début de notre recherche, les résultats obtenus confirment la contribution du métier de communication territoriale à l'implication des citoyens dans la gestion des affaires communales, notamment à la collaboration entre la commune et le mouvement associatif.

En conclusion, on constate que la commune ne peut pas avancer dans ses travaux sans la nomination d'un chargé de communication. Ce métier est une profession polyvalente qui joue un rôle essentiel au sein d'une collectivité. Il garantit la bonne circulation de l'information tant



## Conclusion

---

en interne qu'en externe, ainsi qu'il contribue à promouvoir les actions, les projets et les événements organisés par la collectivité afin d'informer et de mobiliser les citoyens.

Sans oublier aussi que le métier de chargé de communication territoriale joue un rôle important dans la collaboration entre le mouvement associatif et les collectivités territoriales, cette alliance favorise une communication directe et interactive, ce qui facilite la gestion efficace des actions de communication et les préoccupations des citoyens.

Donc on constate que l'APC a besoin des associations, car ses membres prennent en charge leurs travail de proximité, ainsi que c'est un échantillon de toute la région, cela permet de contacter tout le monde.

Finalement, si l'on s'éloigne un peu du sujet, vers lequel tout le monde tend, une équipe de football ne parviendra jamais à prendre l'avantage lors d'une rencontre sans un meneur de jeu.

De la même manière, dans un territoire, entre une collectivité et le citoyen, il existe un élément essentiel et décisif tel que le chargé de communication territoriale, qui contribue à la communication de proximité grâce à ses actions et sa stratégie de communication.

Notre sujet de recherche qui s'est focalisée sur le rôle du métier de chargé de communication territoriale dans la communication de proximité, a traités une partie sur le rôle de la communication au sein d'une collectivité et son apport en vers les citoyens, pour cela nous pouvons proposer d'autre sujet de recherche pour les futurs étudiants de master comme : l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication au sein des collectivités territoriale.

# Liste bibliographie

## *La liste bibliographique*

### **A. Les ouvrages sur la thématique :**

- 1- Aissa Merah et Vincent Meyer, « communication publique et territoriale au Maghreb », enjeux d'une valorisation et déficit pour les acteurs, Ed. Harmattan, 2015.
- 2- Assaël ADARY, Céline MAS et Marie- Hélène WESTPHALEN, COMMUNICATOR, Paris, Dunod, 2018.
- 3- AKKOUICHE, SORAYA, manuel pour les associations algériennes, éd fondation Friedrich Ebert 2012
- 4- Bruno Raoul, « étude de communication, langages, information, médiations », Développement des territoires et communication : politique et pratique à l'œuvre, 26, Université Charles De Gaulle-Lille 3.
- 5- BOUCHER.L ET MOROSE.L.P, responsabilisation et appartenance : la dynamique d'un projet éducatif, revue des sciences de l'éducation, vol.16, 1990.
- 6- GERRARD Leclerc, La société de communication : une approche sociologique et critique, Paris, Presse Universitaire de France – PUF, 1999
- 7- Guy Bessette, « communication et participation communautaire » guide pratique de communication participative pour le développement, Les presses de l'université de Laval, 2004.
- 8- GRWITIZ, M, LEXIQUE DE la science sociale, DALLOZ, paris (1996).
- 9- Imbert, Maurice avec la collaboration de brouard Valerie, la communication managériale, édition Dunod Paris 2015.
- 10- Jean - Claude DOUENCE, la commune, Ed DALLOZ, Paris, 1995.
- 11- Mathias Le Galic, La démocratie participative, le cas nantais, édition l'harmattan 2004.
- 12- Marta Anadon, « la recherche participative », multiple, regards, 2007.
- 13- MARTIAL PASQUIER, « communication des organisations publiques », préface d'olivier keramidas, 2eme édition, Paris, 2017.
- 14- Mégard, Dominique. La Communication Publique et Territoriale. Dunod, 4 Apr. 2012.
- 15- Michel Rosenberg, « la communication territoriale », Edition Belin, Paris, 2003.
- 16- Neil Nevitte « Nouvelle Valeurs et gouvernance au Canada », les presses de l'Université de Montréal, 2002.

- 17- NEEMA B.ATOSHA, « chargé de communication » votre guide pour comprendre le métier de chargé de communication.
- 18- Richard Awono, « la communication territoriale : construction d'un champ, communiquer », Revue de communication Sociale et publique ; N° 15.
- 19- ROUSSO Jean Jacques, Du Contrat Social, éd. Flammarion, Paris, 2006.
- 20- Thierry Libaert, La communication de proximité, 2eme édition. 2001.
- 21- Thierry LIBAERT, le plan de communication, définir et organiser votre stratégie de communication, 3e édition DUNOD, Paris2008.

## **B. Les ouvrages sur la méthodologie :**

- 1- Ambroise ZAGRE, « Méthodologie de la recherche en science sociale » L'Harmattan 2013.
- 2- Maurice ANGERS, initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines.
- 3- Omar AKTOUF, « méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations » une introduction à la démarche classique et une critique. Montréal 1987.

## **C. Textes de loi sur Internet :**

- 1- Loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 juin 2011 relative à la commune, article 2.
- 2- Loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 juin 2011 relative à la commune, article 62.
- 3- l'ordonnance n°87.289 instituant les communes et ses décrets et arrêtés d'application.
- 4- Centre de Développement des Energies Renouvelable (CDER), « STATUTS DE L'ASSOCIATION », Article 23.

## **D. Thèses et mémoires :**

- 1- AMIR Amar, le développement territorial : de la planification sectorielle a la prospective territoriale : le cas de la wilaya de bouira, thèse de doctorat, Université de Constantine 3, 2021

- 2- Kertouz Melaz, Yahia Lynda, communication territoriale et ville marque : cas de comité des villages les plus propre à TiziOuzou, mémoire de fin de cycle, juin 2019

### **E. Sites internet :**

- 1- Chargé de communication / chargé de communication : métier, missions et salaire.  
Disponible sur : <https://jobs.makesense.org/fr/fiches-metiers/marketing-communication/charge-de-communication> consulté le 22/03/2024.
- 2- DGCT, Guide De Communication Communale, coopération allemande.  
Disponible sur : <https://docplayer.fr/21507047-Guide-de-communication-communale.html> consulté le 20/02/2024
- 3- Kristel Pairoux, Guide pour la vie associative, la communication associative.  
Disponible sur :  
[http://fipf.org/sites/fipf.org/files/livret04\\_lacommunicationassociative-final\\_0.pdf](http://fipf.org/sites/fipf.org/files/livret04_lacommunicationassociative-final_0.pdf)  
Consulté le 25/03/2024
- 4- Le travail de proximité et la communication externe, un guide de terrain destiné aux réseaux ouest Africain pour la surveillance des élections (ROASE). Disponible sur :  
[https://www.ndi.org/sites/default/files/Le%20travail%20de%20proximit%C3%A9%20et%20la%20communication%20externe\\_WAEON\\_FR%20%281%29.pdf](https://www.ndi.org/sites/default/files/Le%20travail%20de%20proximit%C3%A9%20et%20la%20communication%20externe_WAEON_FR%20%281%29.pdf)  
consulté le 25/03/2024.
- 5- Marie-Angnès Nadeau, communication des Associations. Disponible sur :  
<https://docplayer.fr/4867717-Communication-des-associations.html> consulté le 24/04/2024.
- 6- Neema Bahati Atosha, Guide Métier-chargé de communication. Disponible sur :  
<https://fr.scribd.com/document/572998906/Guide-Metier-Charge-de-Communication> consulté le 15/02/2024.

# Annexes

## **Annexe N°01 :**

### **Guide d'entretien**

Dans le cadre de la réalisation du mémoire de fin de cycle en master 2 en communication et relation publique. Sur le thème le rôle du métier de communication territoriale dans la communication de proximité. Nous avons rédigé un guide d'entretien avec plusieurs questions ouverte qui nous permettra de répondre à notre question de départ.

#### **AXE 01 : Données socio-professionnelles**

-Age

-Genre

-fonction

-Expérience professionnelle

#### **AXE 02 : Le métier de communication territoriale au sein de l'APC de Darguina contribue à l'engagement civique du citoyen, en renforçant chez lui le sentiment d'appartenance et en encourageant le dialogue.**

- 1- Comment se déroule la communication avec les citoyens quels sont les moyens utilisés ?
- 2- Comment collaborez-vous avec les services de la mairie pour organiser les actions de communication avec les citoyens ?
- 3- Comment la communication procède à l'étude des préoccupations des citoyens ?
- 4- Pouvez-vous nous donner des exemples d'actions de communication qui ont permis l'implication des citoyens dans la vie communale ?
- 5- Comment intégrez-vous les nouvelles technologies et le digital dans votre stratégie de communication ?
- 6- Quelles sont les principales compétences et qualités requises pour exercer le métier de communication territoriale ?

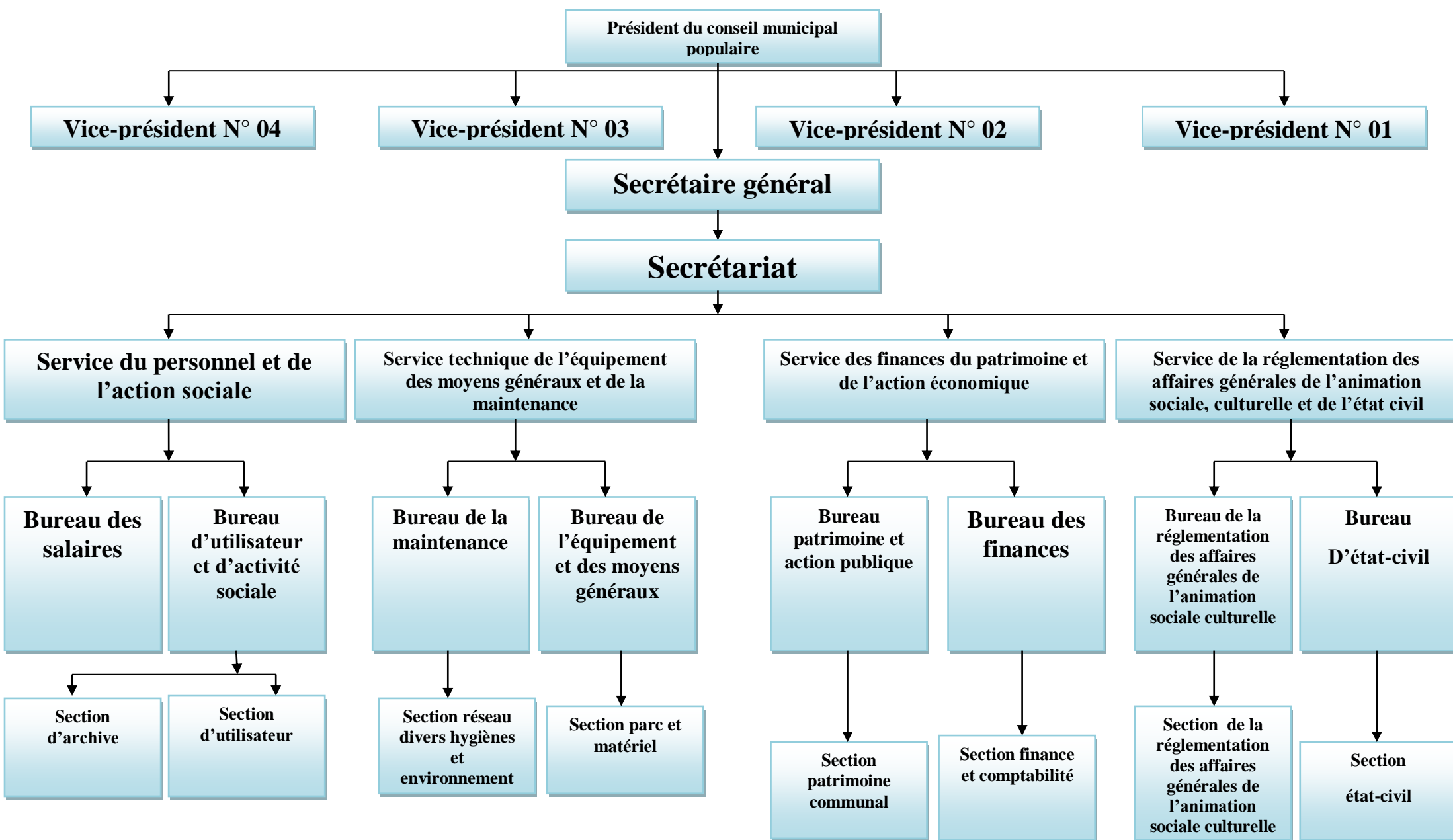
- 7- Quelles évolutions envisagez-vous dans les années à venir pour renforcer encore l'implication citoyenne dans la gestion des affaires de la commune ?

**AXE 03 : La collaboration de la commune de Darguina avec le mouvement associatif favorise la communication de proximité en adoptant une démocratie participative pour promouvoir la culture communautaire.**

- 1- Comment se déroule la communication entre la commune de Darguina et le mouvement associatif ?
- 2- Selon vous, quels sont les facteurs clés de réussite d'une telle approche partenariale entre les institutions publiques et le tissu associatif local ?
- 3- : Pouvez-vous nous décrire des exemples de projet ou d'action de communication co-construit entre l'APC et les associations ? Quels sont les principaux résultats ?
- 4- Quels sont, selon vous, les avantages et les bénéfices de cette collaboration entre l'association et la commune en termes de renforcement de la démocratie participative et de promotion de la culture communautaire ?
- 5- : Que pensez-vous du métier de communication territoriale dans la collaboration de l'APC avec le mouvement associatif et les citoyens ?
- 6- Quelles sont les perspectives d'évolution et les pistes d'amélioration envisagées pour renforcer encore davantage cette dynamique partenariale ?
- 7- : Quelles sont les principales difficultés ou défis rencontrés dans la mise en place de cette collaboration ? Comment y faites-vous face ?



## Annexe N°02 : l'organigramme de la commune de Darguina



Annexe N°03 : photo 01 : la carte géographique de la commune de Darguina

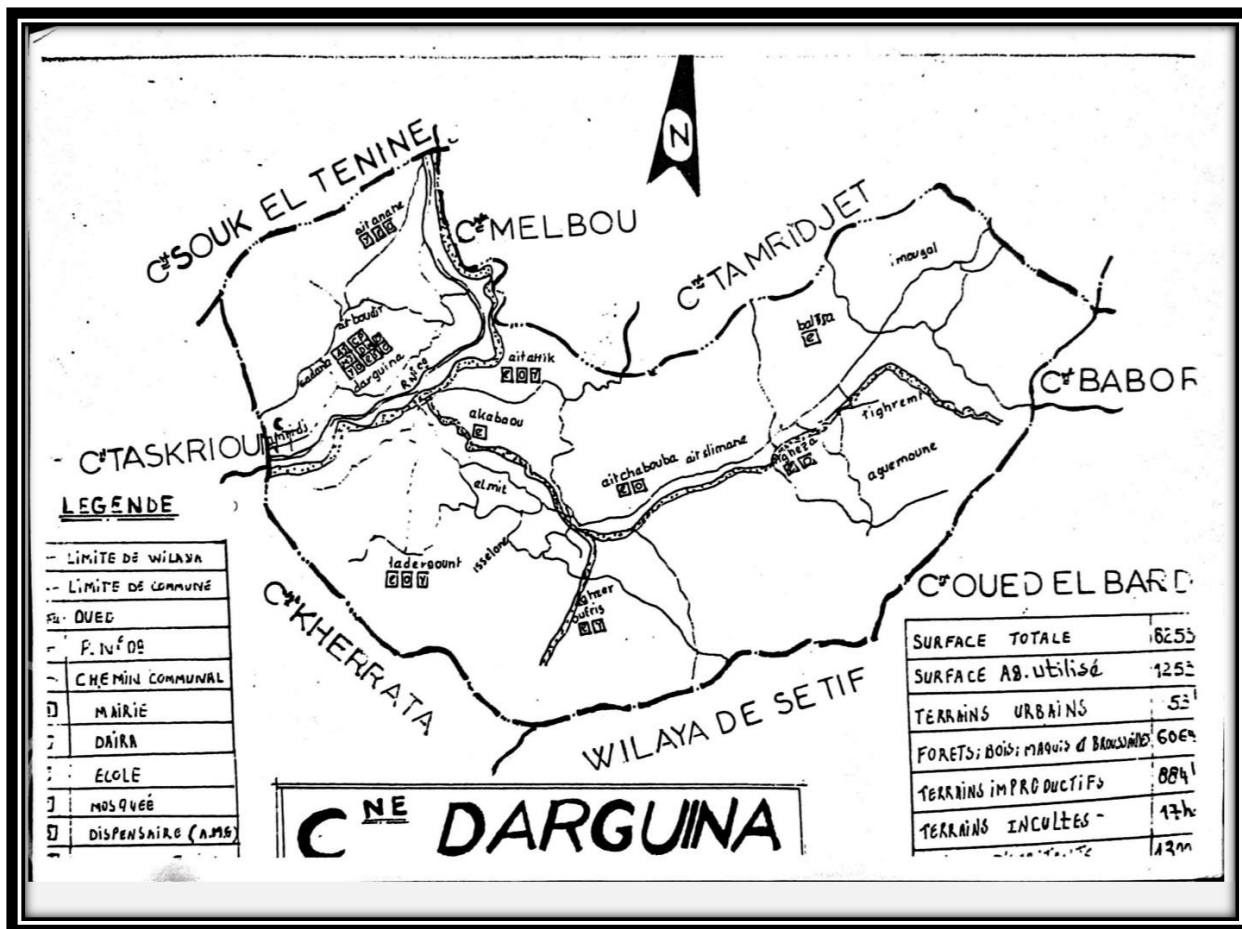
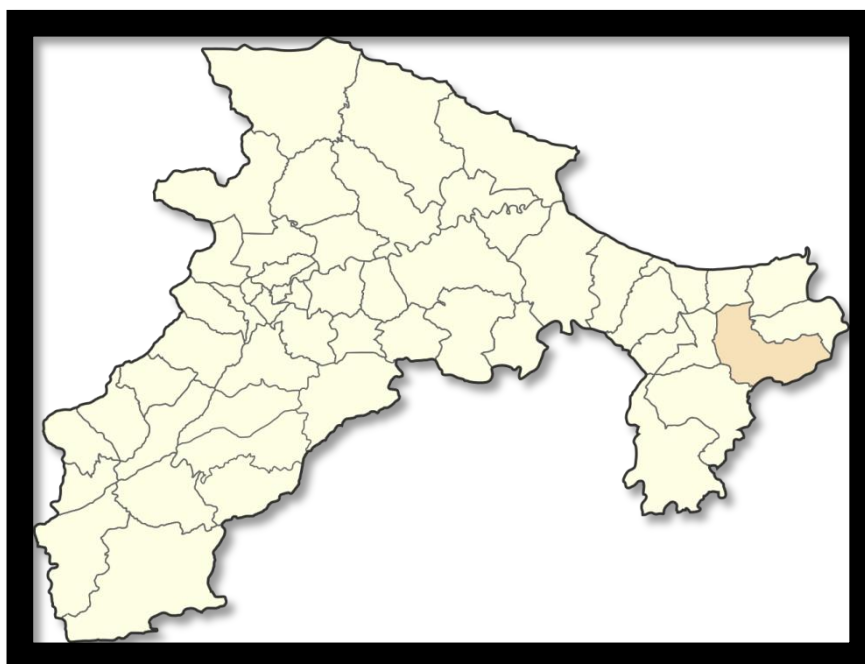


Photo 02 : localisation de la commune de Darguina dans la wilaya de Bejaia




## Annexe N°04 : l'APC de Darguina



Annexe N°05 : la page Facebook de l'APC de Darguina



## Annexe N°06 : les pages Facebook des Associations



Association oxyjeunes06@gmail.com  
0542166124 / 0669404048

**Association OXY-Jeunes Darguina**  
18 K J'aime • 22 K followers

Message J'aime déjà  
Rechercher



جمعية تادكلي أيت أعنان  
Association Taddukli Ait Anane

acts: 0674 02 94 09 / 0661 87 19 51 / 0560 91 77 69 - E-mail: asso.taddukli.aitanane@gmail.c  
association taddukli ait anane - RIB N°: 01100804700008589758 - CNEP BANQUE I

Association Taddukli Ait Anane  
جمعية تادكلي أيت أعنان  
آيت أعنان

Message  
Suivre  
Rechercher



جمعية إمدوكل درقينة

CULTURE • SOCIAL • LOISIRS • ENVIRONNEMENT

**Association Imddukal Darguina**  
655 J'aime • 1,5 K followers

WhatsApp Message  
J'aime

## **Résumé :**

Notre étude porte sur le rôle du métier de communication territoriale dans la communication de proximité au sein de l'APC de Darguina. Pour réaliser cette étude on s'est focalisé sur la méthode qualitative et la technique d'entretien semi directif. Nous avons utilisé l'approche managériale qui nous a permis d'apprendre et de découvrir les différentes fonctions de la commune de Darguina en particulier celle du métier de communication territoriale et son apport dans la participation citoyenne. Aussi nous avons utilisé l'approche participative qui nous permettra de comprendre les stratégies de communication qui favorisent l'implication des associations dans les affaires de la commune et la manière dont le métier de communication territoriale contribue à la collaboration entre le mouvement associatif et l'APC de Darguina. Pour répondre à notre problématique, une interview a été réalisée avec six enquêtés auprès de l'APC qui représente notre premier échantillon d'étude, et nous avons interrogé quatre personnes de l'association qui sont actives auprès de l'APC de Darguina et qui représente notre deuxième échantillon d'étude.

Au cours de notre enquête nous avons constaté que le recrutement d'un spécialiste en communication est devenu une nécessité.

**Les mots clé : communication territoriale, communication de proximité.**

## Abstract

Our study focuses on the role of territorial communication in local communication within the APC of Darguina. To conduct this study, we centered on the qualitative method and the semi-directive interview technique. We utilized a managerial approach, enabling us to learn and explore the various functions within the commune of Darguina, particularly the role of territorial communication and its contribution to citizen engagement. Additionally, we employed a participatory approach to understand communication strategies that promote the involvement of associations in municipal affairs and how territorial communication facilitates collaboration between the associative movement and the APC of Darguina.

To address our research question, interviews were conducted with six respondents from the APC, representing our first study sample, and four individuals from associations active within the APC of Darguina, representing our second study sample. Throughout our investigation, we observed that the recruitment of a communication specialist has become a necessity.

**Key words :** Territorial communication, Proximity communication.

## ملخص

تتمحور دراستنا حول دور مهنة الاتصال الإقليمي في التواصل المحلي داخل المجلس الشعبي لبلدية دارقينة. لتنفيذ هذه الدراسة، ركزنا على الطريقة النوعية وتقنية المقابلة شبه الموجهة. تبيننا نهجاً إدارياً، مما سمح لنا بالتعلم واستكشاف الوظائف المختلفة داخل بلدية دارقينة، ولا سيما دور الاتصال الإقليمي وإسهامه في جذب المواطنين. بالإضافة إلى ذلك، استخدمنا نهجاً مشاركاً لفهم استراتيجيات الاتصال التي تعزز مشاركة الجمعيات في الشؤون البلدية وكيف يسهم الاتصال الإقليمي في تعزيز التعاون بين الحركة الجمعوية ومجلس بلدية دارقينة.

للرد على سؤالنا البحثي، تم إجراء مقابلات مع ستة عاملين من المجلس الشعبي، الذين يمثلون عينة الدراسة الأولى لدينا، وأربعة أشخاص من الجمعيات النشطة داخل مجلس دارقينة، الذين يمثلون عينة الدراسة الثانية لدينا، وخلال استقصائنا لاحظنا أن توظيف أخصائي الاتصال قد أصبح ضرورة.

**الكلمات المفتاحية:** الاتصال الإقليمي، الاتصال المحلي .