



Ministère de l'Intérieur,  
des Collectivités Locales et de  
l'Aménagement du Territoire



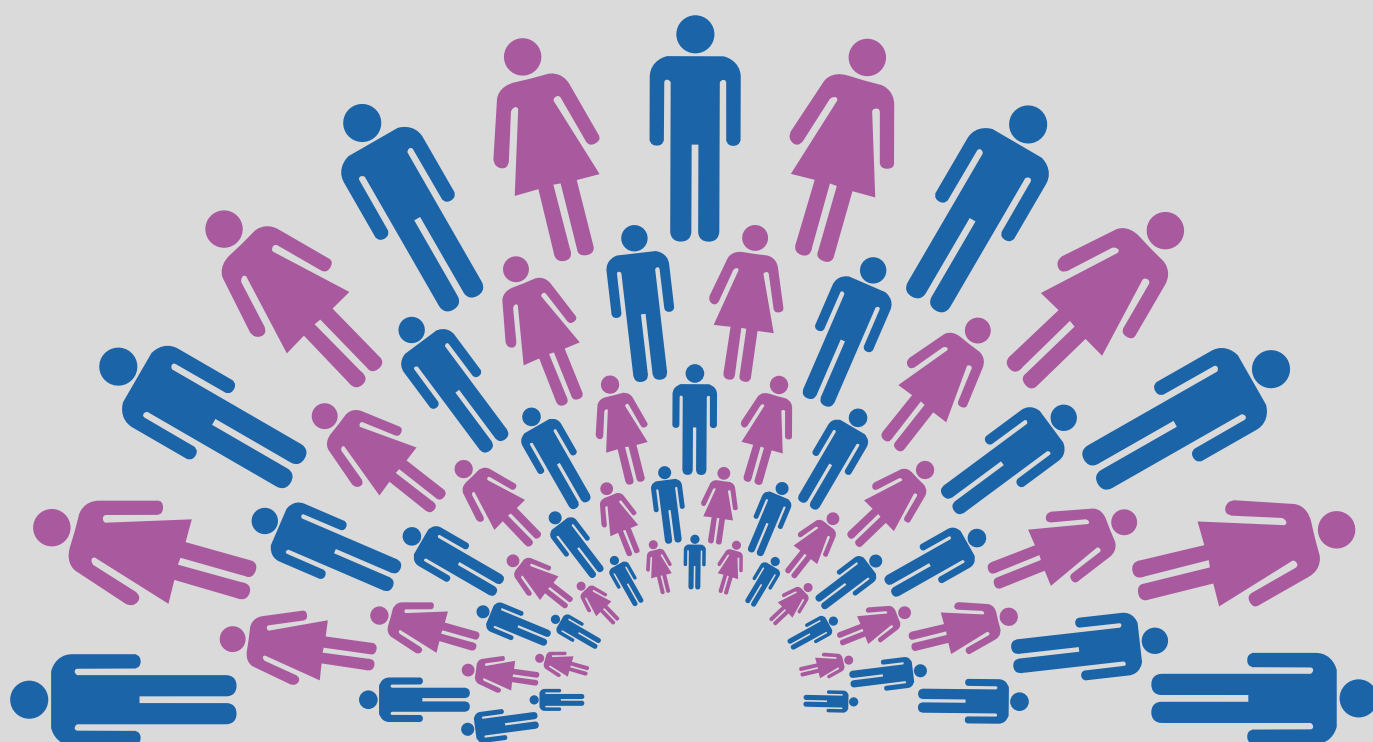
Au service  
des peuples  
et des nations

# Guide de formation

Programme d'appui à la participation  
politique effective et durable

**des femmes**

**au niveau des assemblées élues locales**



POUR UNE REPRÉSENTATION EFFICACE ET UNE GOUVERNANCE DE QUALITÉ





Ministère de l'Intérieur,  
des Collectivités Locales et de  
l'Aménagement du Territoire



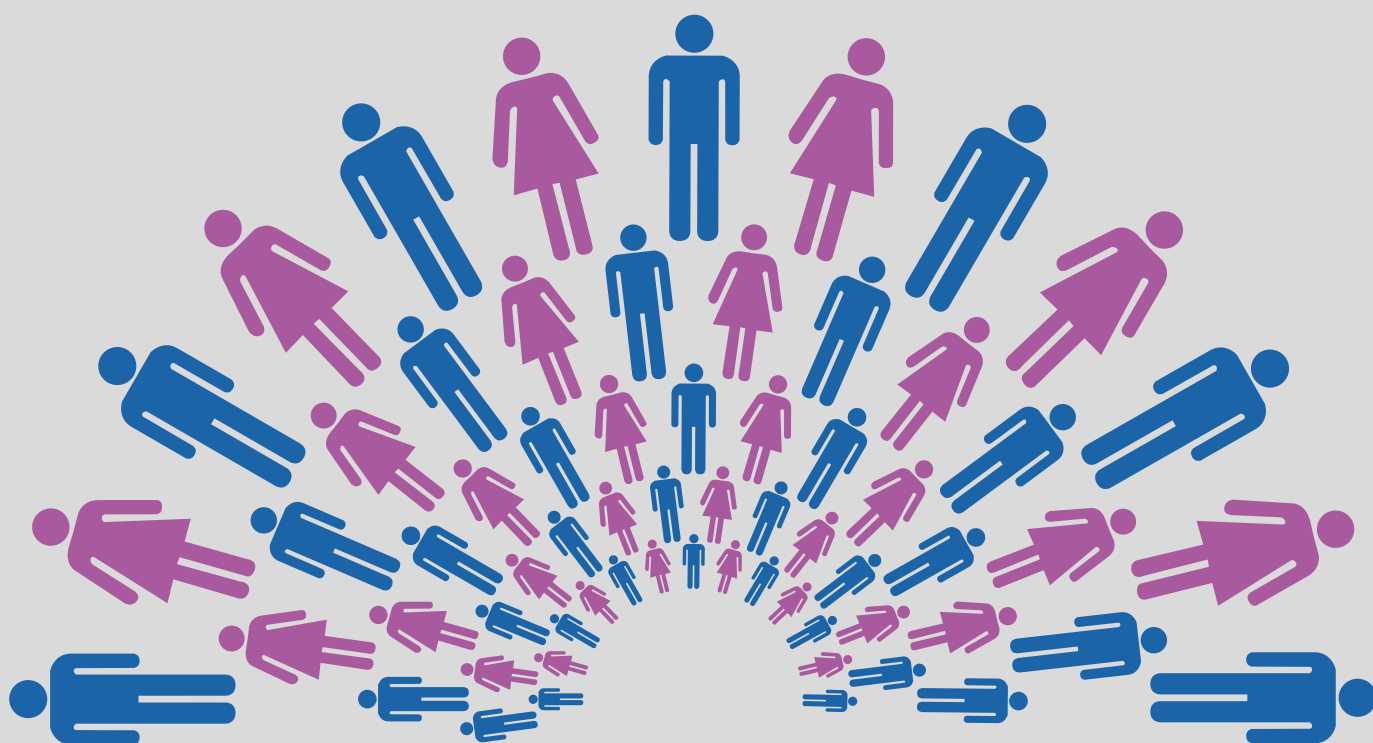
Au service  
des peuples  
et des nations

# Guide de formation

Programme d'appui à la participation  
politique effective et durable

**des femmes**

au niveau des assemblées élues locales



POUR UNE REPRÉSENTATION EFFICACE ET UNE GOUVERNANCE DE QUALITÉ



# Table des matières

## Allocution de Monsieur le Ministre de l'Intérieur, des Collectivités Locales et de l'Aménagement du Territoire

### Contexte

### Préambule : Pourquoi un guide pour les femmes élues

## I - Approche pédagogique des ateliers de formation

1. Critères méthodologiques de l'intervention.
2. Objectifs et contenus par module
3. Compétences (résultats) par module
4. « Dynamiques participatives » par module

## II - Modules des formations :

### MODULE I - Relations avec la société civile et démocratie participative

1. Femme et élue : Un double défi !
2. La confiance en soi pour réussir
3. Savoir entretenir une relation de qualité avec les citoyens
4. Travailler en réseau
5. Partenariat élues - associations et organisations de la société civile
6. La démocratie participative

### MODULE II - Gouvernance locale et décentralisation

1. Les concepts de base de l'administration territoriale :
  - 1.1 La gouvernance locale et le travail d'une représentante élue
  - 1.2 La bonne gouvernance
  - 1.3 Décentralisation et déconcentration
2. Les collectivités territoriales en Algérie
  - 2.1 Les organes /institutions de la Commune/ Wilaya
  - 2.2 Les compétences de la Commune/ Wilaya
  - 2.3 La décentralisation administrative et financière
  - 2.4 L'intercommunalité : la collaboration entre collectivités territoriales
3. Politiques publiques et gestion des services publics
  - 3.1 Le cycle des politiques publiques pour mettre en place un service public.
    - ✓ Comment se traduit l'action des collectivités territoriales ?
    - ✓ Le rôle des représentants élus dans le cycle de formulation d'une politique publique
    - ✓ Quelques outils pratiques pour la formulation d'une politique publique
  - 3.2 Services publics locaux :
    - ✓ La notion de service public local
    - ✓ Les catégories de services publics
    - ✓ Les services publics locaux en Algérie : le Code Communal
  - 3.3 Les modes de gestion des services publics au niveau local :
    - ✓ La gestion des services publics par des organismes publics
    - ✓ La gestion des services publics par des personnes privées

## MODULE III – La communication publique et la communication de crise

### 1 . La communication publique

- ✓ Définitions
- ✓ Règles et principes de la communication
- ✓ Les obstacles à la communication
- ✓ Le parcours de la communication et la perte des données
- ✓ Comment réussir sa communication ?
- ✓ L'impact de la présentation dans la communication
- ✓ L'écoute active

### 2 . La communication de crise

- ✓ Définition
- ✓ Les étapes de la communication de crise
- ✓ Les défis de la communication de crise
- ✓ Environnement de la communication en temps de crise
- ✓ Les mesures à prendre en temps de crise

### 3 . Les représentants politiques, les médias et les réseaux sociaux

- ✓ Comment s'adresser aux médias ?
- ✓ Les réseaux sociaux
- ✓ Les réseaux sociaux et les médias
- ✓ L'utilisation des réseaux sociaux par les médias espagnols

## III - ANNEXES

Guide de formation du Programme d'appui à la participation politique effective et durable des femmes au niveau des assemblées populaires élues

Une publication éditée par le Ministère de l'Intérieur, des Collectivités Locales et de l'Aménagement du Territoires (MICLAT) en collaboration avec le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD)

### Ont participé à l'élaboration de ce guide :

Mme Isabelle Durant (Belgique) - Mme Ana Belén Santos Esteban (Espagne) - Mme Marta Nogareda Moreno (Espagne).

Représentante du MICLAT : Mme. Fatiha Hamrit, Directrice de la Gouvernance Locale

Représentant du PNUD à Alger : Eric Overvest

Pays contributeurs : Canada, Grande Bretagne, Pays Bas, Norvège, Suisse.

Coordination de la rédaction : Abdelmalek Touati

Mise en page : Optimum





## **Allocution du Monsieur Nour-Eddine BEDOUI, Ministre de l'Intérieur des Collectivités Locales et de l'Aménagement du Territoire :**

« dans le cadre de la concrétisation des principes d'égalité entre les hommes et les femmes et la promotion du rôle de la femme élue dans la gestion des affaires publiques locales, les pouvoirs publics se sont engagés à promouvoir les droits de la femme, notamment à travers les dispositions de la loi n°16-01 du 6 mars 2016 portant révision constitutionnelle qui stipule dans son article 35 que « l'Etat œuvre à la promotion des droits politiques de la femme en augmentant ses chances d'accès à la représentation dans les assemblées élues ».

« une loi organique fixant l'élargissement de la participation des femmes dans les assemblées élues, à savoir, la loi n°12-03 du 12 janvier 2012 mise en exergue lors des élections législatives et locales de 2012, ainsi que la loi organique n°12-04 du 12 janvier 2012 relative aux partis politiques concrétise le principe énoncé également par les dispositions de l'article 35 de la nouvelle constitution , portant l'élargissement de la participation politique de la femme dans les assemblées élues. Cette loi exige aux partis politiques, sous peine, de refus d'agrément d'intégrer une proportion de femmes aux différents organes du partis, en tant que fondatrices, congressistes et au niveau des organes dirigeant des partis, notamment ses articles 11, 17, 24, 35, 41 et 58 ».

« ...ça m'inspire dans ce contexte, une fameuse citation d'un érudit arabe ; sans l'existence de ceux qui ont relevé les défis ardu, l'affrontement des causes qui prétendent être dans un moment historique irréalisables, c'est la chose qui rend l'impossible réalisable, est c'est la nuance entre la politique comme militantisme pour la juste cause et la politique comme art de gestion » ce qui a été matérialisé par son excellence Monsieur le Président de la République en relevant le défis et en imposant la démarche du changement, à travers la mise en place d'un ancrage juridique permettant l'ouverture de la sphère politique à l'égard de la femme. Le système obligatoire de quotas dans les listes électorales ce n'est qu'une valeur ajoutée pour consolider le processus démocratique et un saut quantitatif pour aboutir à une approche qualitative visant la participation effective et fructueuse de la femme élue dans la gestion des affaires publiques locales... ».



## CONTEXTE

L'Histoire ancienne et contemporaine de l'Algérie est particulièrement riche en légendes féminines. Des légendes qui ont marqué leur époque et continuent, jusqu'au jour d'aujourd'hui, à inspirer le parcours de nombreuses femmes engagées dans le combat politique et celui du développement de leur pays. Cheffes de grandes tribus Berbères, comme Tin Hinan, Dihya ou Lala Fatma N'Soumeur, ou militantes nationalistes pour l'indépendance comme Hassiba Benbouali, Nafissa Hamoud, Annie Steiner, Djamila Bouhired, Malika Gaid ou Louiza Ighilahriz, elles symbolisent l'amour de la patrie, la bravoure et la résistance face aux puissances conquérantes.

En Algérie, ce combat et ces sacrifices ont valu aux femmes une reconnaissance politique et sociale avec la consécration dans la première Constitution post-indépendance, du droit à la représentativité dans les institutions politiques du pays et à la participation à son développement économique et social.

### La loi électorale de 2012 et la nouvelle constitution de 2016 : Des avancées considérables

Dans le cadre de la concrétisation des principes d'égalité entre les hommes et les femmes et la promotion du rôle de la femme élue dans la gestion des affaires publiques locales, les pouvoirs publics se sont engagés à promouvoir les droits de la femme, notamment à travers les dispositions de la loi n°16-01 correspondant 6 mars 2016 portant révision constitutionnelle qui stipule, dans son article 35, que « l'Etat œuvre à la promotion des droits de la femme en augmentant ses chances d'accès à la représentation dans ses assemblées élues ».

Mais l'avancée la plus notable est sans nul doute l'entrée en vigueur de la Loi organique n° 12-03 du 18 Safar 1433 correspondant au 12 janvier 2012 fixant les modalités augmentant les chances d'accès de la femme à la représentation dans les assemblées élues, mise en exergue lors des élections législatives et locales de 2012.

### Extraits de la loi :

#### Art. 2.

- Le nombre de femmes figurant sur les listes de candidatures, qu'elles soient indépendantes ou présentées par un ou plusieurs partis politiques, ne doit pas être inférieur aux proportions définies ci-dessous, proportionnellement au nombre de sièges à pourvoir.

##### Elections de l'Assemblée Populaire Nationale :

- 20 % lorsque le nombre de sièges est égal à 4 sièges,
- 30 % lorsque le nombre de sièges est égal ou supérieur à 5 sièges,
- 35 % lorsque le nombre de sièges est égal ou supérieur à 14 sièges,
- 40 % lorsque le nombre de sièges est égal ou supérieur à 32 sièges,
- 50 % pour les sièges de la communauté nationale à l'étranger.

##### Elections des assemblées populaires de wilayas :

- 30 % lorsque le nombre de sièges est de 35, 39, 43 et 47 sièges,
- 35 % lorsque le nombre de sièges est de 51 à 55 sièges.

##### Elections des assemblées populaires communales :

- 30 % pour les assemblées populaires communales situées aux chefs-lieux des daïras et au sein des communes dont le nombre d'habitants est supérieur à vingt mille (20.000) habitants.

#### Art. 3.

- Les sièges sont répartis en fonction du nombre de voix obtenues par chaque liste. Les proportions fixées à l'article 2 ci-dessus, sont obligatoirement réservées aux candidates femmes selon leur classement nominatif dans les listes.

#### Art. 5.

- Toute liste de candidats à une élection établie en violation des dispositions de l'article 2 de la présente loi organique est rejetée.  
Toutefois, un délai est accordé pour la conformité des listes de candidats aux dispositions de l'article visé à l'alinéa ci-dessus sans que ce délai n'excède le mois précédant la date du scrutin.

#### Art. 6.

- Il est pourvu au remplacement du candidat ou de l'élue, par une personne de même sexe, dans tous les cas prévus par la loi organique relative au régime électoral et par les lois relatives à la commune et à la wilaya.

L'entrée en vigueur de cette loi a donné lieu à des résultats encourageants : la proportion de femmes élues à l'Assemblée Populaire Nationale a augmentée à 31% aux élections de mai 2012. Dans les assemblées locales, le pourcentage de représentation des femmes a bondi de 1 à 18%.

L'Algérie est aujourd'hui, grâce à sa politique volontariste, le leader dans la région MENA en matière de taux de représentation des femmes dans les assemblées élues. A l'échelle mondiale, elle s'est hissée parmi les 30 premières nations.

L'Algérie a ainsi franchi un pas important dans la mise à niveau de sa législation aux standards internationaux en matière de promotion de la représentation féminine dans les assemblées élues et de respect des droits des femmes qui représentent tout de même près de la moitié de la population algérienne (selon une enquête l'Office National des Statistiques publiée en 2015).

## Démocratie participative et Décentralisation dans la Constitution de 2016...

### Art. 15.

– L'Etat est fondé sur les principes d'organisation démocratique, de séparation des pouvoirs et de justice sociale. L'Assemblée élue constitue le cadre dans lequel s'exprime la volonté du peuple et s'exerce le contrôle de l'action des pouvoirs publics. L'Etat encourage la démocratie participative au niveau des collectivités locales.

### Art. 17.

– L'Assemblée élue constitue l'assise de la décentralisation et le lieu de la participation des citoyens à la gestion des affaires publiques.

... et la Loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 juin 2011 relative à la commune.

### Art. 2.

– 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.

### Art. 103.

– L'assemblée populaire communale constitue un cadre d'expression de la démocratie ; elle est l'assise de la décentralisation et le lieu de participation du citoyen à la gestion des affaires publiques.

## Pourquoi un projet «Appui à la participation politique effective et durable des femmes dans les assemblées élues» ?

Au-delà des progrès significatifs enregistrés par l'Algérie en matière de taux de représentation des femmes dans les assemblées élues grâce à des mesures législatives audacieuses, les pouvoirs publics ont exprimé le besoin d'aller de l'avant en garantissant une représentation féminine de qualité. Or, le seul moyen d'y parvenir est de former les femmes élues aux principes de base de la bonne gouvernance afin de renforcer leur rôle et leur impact au sein des instances élues. C'est dans ce contexte que le PNUD, en collaboration étroite avec le Ministère de l'Intérieur, des Collectivités Locales et de l'Aménagement du Territoire, a mis en place un projet intitulé «Appui à la participation politique effective et durable des femmes dans les assemblées élues». Un projet composé d'une série de formations de base élaborées et assurées par des experts internationaux du PNUD afin d'améliorer la gestion, la gouvernance et la représentativité des femmes au sein des collectivités locales.

En raison de leur neutralité, les Nations Unies et, plus spécifiquement le PNUD, ont été appelés à jouer un rôle de facilitateur dans les processus de renforcement de la participation politique des femmes à travers le monde. Son expertise, sa neutralité et son expérience de par le monde, positionnent le PNUD en tant qu'acteur de référence. Son approche impartiale permet à l'organisation de fournir le soutien technique adéquat sans interférer dans les choix et les priorités nationales. De plus, grâce à sa présence globale et au réseau d'expertises et de connaissances dont il dispose, le PNUD peut proposer des expériences comparées provenant de processus de renforcement similaires ailleurs dans le monde.

### Objectifs du projet :

L'objectif principal du projet «Appui à la participation effective et durable des femmes dans les assemblées élues» est le renforcement des capacités des femmes élues afin d'améliorer la gestion, la gouvernance et la représentativité des collectivités locales.

L'expérience et les enseignements tirés de ces formations dans les wilayas ciblées serviront à identifier les points

forts et les points à améliorer, en vue de l'élargissement de ces cycles à d'autres wilayas du pays. Elles pourraient également servir de référence pour d'autres missions du PNUD dans d'autres pays de la région MENA.

### Les cibles du projet :

Dans l'esprit de la Déclaration d'Alger, le PNUD et le Ministère de l'Intérieur et des Collectivités Locales et de l'Aménagement du Territoire ont mis en œuvre, durant les années 2015 et 2016, un cycle de formations pour le renforcement des capacités des femmes élues au niveau local dans 12 wilayas du pays, à savoir : Batna (76) – Bejaïa (60) – Tlemcen (68) – Tamanrasset (21) – Djelfa (48) – Skikda (87 femmes élues) – Saida (31) – Mascara (78) – Bordj Bou Arreridj (41) – El Tarf (37) – Mila (46) – Relizane (50).

Les formations étaient ouvertes à toutes les femmes élues sans exclusion.

Suite au succès enregistré par ces formations auprès des femmes élues, l'expérience est appelée à être élargie ou généralisée à d'autres femmes-élues du pays.

### Thématiques des formations :

- Le mode de gestion des services publics locaux
- La décentralisation
- La démocratie participative
- Le partenariat entre les élues et les associations et organisations de la société civile
- La communication publique et la communication de crise

Le choix des thématiques des formations a été réalisé en collaboration avec le Ministère de l'Intérieur, des Collectivités Locales et de l'Aménagement du Territoire. Pour une femme élue, et particulièrement pour celles l'ayant été pour la première fois, il est impératif d'avoir des connaissances de base sur la gouvernance moderne qui leur permettront d'appréhender leur mandat électif avec assurance et professionnalisme. Les thématiques choisies sont celles qui collent le plus au quotidien et à la réalité du terrain afin de favoriser une gouvernance de proximité basée sur le dialogue, l'échange et l'interaction avec les citoyens dans la prise en charge de leurs préoccupations au sein de la Cité. Ce choix s'est également basé sur les retours d'expériences vécues par les expertes-formatrices qui sont elles-mêmes élues, ou l'ont été dans un passé récent.

Le feedback des femmes élues algériennes, les débats soulevés durant les ateliers et les échanges d'expérience sur la gestion de certaines situations auxquelles elles ont confrontées, ont conforté le choix de ces thématiques.

## PREAMBULE

### Pourquoi un guide pour les femmes élues ?

Le guide que vous avez entre les mains est un document d'appoint aux formations dispensées durant la période 2015-2016, par les expertes du PNUD au profit des femmes élues de 12 wilayas, dans le cadre du Programme d'appui à la participation politique effective et durable des femmes dans les assemblées élues. Une initiative soutenue par les pouvoirs publics algériens, et qui vise à améliorer la visibilité, la gouvernance et la représentativité des femmes au sein des assemblées élues.

Ce projet vise aussi à consolider les acquis et les progrès significatifs enregistrés en Algérie ces dernières années en matière de représentativité politique des femmes, dans le sillage des réformes législatives audacieuses introduites dans le pays. Des réformes qui ont permis de hisser l'Algérie au rang de leader dans la région MENA et parmi les 30 premières nations à travers le monde, en matière de représentativité des femmes dans les instances élues<sup>1</sup>.

Pour accompagner cette dynamique de progrès institutionnel et législatif, le gouvernement algérien et le PNUD se sont associés pour mettre en place un programme de formations de base sur des thématiques liées à la gouvernance locale, à la démocratie participative, au mode de gestion des services publics, aux rapports avec les organisations de la société civile et à la communication publique.

Le contenu des formations, associé aux profils et aux parcours professionnel et politique des expertes du PNUD en Europe, ont été d'un apport considérable pour enrichir les connaissances des femmes élues algériennes. En plus des connaissances académiques, les élues ont bénéficié de l'expérience riche des formatrices, acquises durant de longues années de pratique politique et institutionnelle en Espagne et en Belgique. Par ailleurs, les échanges d'expériences sur le terrain entre les formatrices et les femmes élues algériennes ont permis de tirer de nombreux enseignements qui ont servi à l'élaboration de ce guide.

1- Selon les statistiques de l'Union Interparlementaire, 2012.

# **I - APPROCHE PÉDAGOGIQUE DES ATELIERS DE FORMATION**

- 1. Critères méthodologiques de l'intervention.**
- 2. Objectifs et contenus par module**
- 3. Compétences (résultats) par module**
- 4. « Dynamiques participatives » par module**

# I – Approche pédagogique des ateliers de formation

## 1 - Critères méthodologiques de l'intervention.

Approche méthodologique des ateliers de formation des femmes élues : Les expertes ont coordonné une méthodologie basée sur trois critères, à savoir : peer learning, learning by doing et l'approche participative (études de cas) dans le déroulement des trois modules suivants :

**Module 1 :** Relations avec la société civile et démocratie participative

**Module 2 :** Gouvernance locale et décentralisation

**Module 3 :** Communication publique et communication de crise

### CRITERE 1. «Peer learning » ou l'apprentissage à partir de l'échange de bonnes pratiques.

Nous partons du principe que les femmes élues sont les « expertes » dans leur domaine d'action. Il s'agit de connecter la théorie et la pratique, à partir de la réalité du travail déjà développé par les femmes élues dans les communes et les wilayas. C'est l'apprentissage à partir de l'échange de bonnes pratiques et des solutions apportées par le groupe aux différents défis (peer learning).

Le but final de cette approche méthodologique est de développer la confiance en soi à partir des leçons apprises.

### CRITERE 2. «Learning by doing » ou l'apprentissage focalisé sur la pratique.

Chaque formation théorique est accompagnée d'une dynamique de groupe qui permet d'expérimenter ce que l'on vient d'apprendre. Cette approche pédagogique facilite un apprentissage actif et donc effectif.

Les participantes aux différentes séances peuvent ainsi développer leurs capacités et leurs compétences pour les appliquer ultérieurement dans leur vie quotidienne et dans leur travail en tant que femmes élues (communes/wilayas).

### CRITERE 3. Approche participative basée sur des études de cas pratiques (Case Study).

Chaque module a eu des dynamiques de groupe spécifiques (voir les tableaux ci-dessous) pour connecter la théorie et la pratique. Il s'agit de «dynamiques de travail en groupe» pour apprendre à partir de la réflexion collective. Les femmes se sont organisées dans des groupes pour travailler ensemble pour faire des présentations devant les autres groupes.

Par ailleurs, chaque module a présenté des outils pratiques pour que l'apprentissage se poursuive bien après la fin du programme de formation : outils interactifs, pages web, expérience de vidéoconférence (dans le module de communication et dans les wilayas où il a été possible), et présentation de bonnes pratiques aussi bien en l'Algérie (d'après l'expérience des propres femmes participantes) que dans les pays où les expertes sont originaires ou ont travaillé (Belgique, Espagne, Afrique et Amérique Latine, en particulier pour le budget participatif).

L'approche méthodologique pratique a été développée dans les différentes wilayas. Après les premières formations, les trois modules ont été coordonnés pour présenter des études de cas sur des problématiques spécifiques, auxquelles les citoyennes sont confrontées dans les différentes wilayas. Les problématiques ont été identifiées par les expertes, bien que certaines aient évolué à partir du contexte concret de chaque wilaya (par exemple, nous avons ajouté une nouvelle étude de cas à la ville de Tlemcen sur les animaux errants après avoir identifié cette problématique particulière).

La méthodologie de préparation et de présentation des études de cas est la suivante :

- Pendant la troisième journée de formation, les élues sont organisées dans des groupes (chaque groupe est composé par des femmes de différentes communes et wilayas, si possible) ;
- Les expertes présentent les études de cas à partir de photos et de données dont il faut tenir compte dans chaque problématique ;
- Chaque membre du groupe reçoit en papier les données concernant son propre cas ;
- La dernière journée de formation est dédiée, parmi d'autres activités, à la présentation de chaque étude de cas (7 minutes maximum), où chaque groupe doit répondre aux questions posées par les expertes et par d'autres femmes élues au sujet de la présentation.

Avec cette méthodologie, les participantes développent les compétences de travail en groupe, la mise en pratique des outils théoriques présentés pendant le déroulement des trois modules et des compétences de communication publique. Le schéma de chaque étude de cas est le suivant :

## Partie A – Description de la problématique des citoyennes

1. Constat – Photo.
2. Éléments de contexte : description du problème des citoyennes, contraintes et défis clés.
3. Le contexte politique et budgétaire.

## Partie B – Travail de groupe à faire / Jeu de rôle

4. Construction d'une politique publique (conception/ stratégie, planification et décision) et construction des alliances à l'extérieur et à l'intérieur de l'APC/APW (acteurs publics et privés).
5. Outils de démocratie participative : de la boîte à outils «démocratie participative», quel outil choisissez-vous ? Et pourquoi ?
6. Expliquez / communiquez votre projet : présentation publique / conférence de presse devant les médias locaux et les citoyens

### Study Case – Études de cas (voir annexe)

- ✓ Étude de cas n°1 – Aménagement d'une place de marché.
- ✓ Étude de cas n°2 – Réaménagement du pourtour d'un futur dispensaire médical.
- ✓ Étude de cas n°3 – Projet de limitation de l'usage des sacs en plastique.
- ✓ Étude de cas n°4 – Crise liée à la pollution accidentelle d'une rivière.
- ✓ Étude de cas n°5 – Traversée de Djelfa par une nouvelle route à 4 bandes.
- ✓ Étude de cas n°6 – Mise en œuvre communale des objectifs de la COP 21.
- ✓ Étude de cas (additionnel) : Animaux errants (Tlemcen).

## 2 - Objectifs / Contenus par module

### Module 1 : Relations avec la société civile et démocratie participative

Les sessions de formation visent à renforcer la compréhension des élues locales en matière de relations avec la société civile et la démocratie participative :

- Analyser le tissu associatif communal et de la wilaya ;
- Analyser le lien entre le tissu associatif et les mandats locaux ;
- Comprendre les principes légaux qui entourent la démocratie participative en Algérie (Constitution, loi communale, règlement intérieur des APC et des APW) ;
- Expliquer les différents outils de base qui composent la boîte à outils de la démocratie participative ;
- Étudier la façon de mettre en œuvre ces outils dans les communes ou dans les wilayas.

### Module 2 : Gouvernance locale et Décentralisation

Les sessions de formation visent à renforcer la compréhension des élues locales en matière de modes de gestion des services publics locaux et de la décentralisation.

- Comprendre les concepts de base ;
- Comprendre les fondements et les enjeux de la décentralisation ;
- Appréhender le rôle et les compétences des acteurs locaux (commune, service déconcentré de l'Etat...);
- Appréhender les compétences et fonctionnement des différents acteurs ;
- Comprendre le rôle et la responsabilité des élues dans l'approfondissement du processus de la décentralisation ;

## I – Approche pédagogique des ateliers de formation

- Etudier et analyser les différents modes de gestion des services publics locaux ;
- Comprendre les enjeux, les dispositifs, les modalités et le partenariat pour un service public local efficace ;
- Analyser les différents enjeux d'un service public local.

### Module 3 : Communication publique et communication de crise

Les sessions de formation visent à renforcer la compréhension des élues locales en matière de communication publique et de représentation politique.

- Connaître les concepts de base, le processus et les techniques de communication ;
- Comprendre le rôle et la responsabilité des élues dans les processus de communication ;
- Faire un discours de deux minutes pour les médias locaux (télé, radio, devant les citoyens...)
- Comprendre un contexte de crise pour mieux développer un plan de communication en temps de crise ;
- Développer l'écoute active pour anticiper et gérer les crises ;
- Découvrir les possibilités qu'offrent certains réseaux sociaux dans la gestion publique locale (par exemple : à travers une page Facebook, Twitter, etc.)
- Comprendre les enjeux et les principes directeurs des médias, et comment établir une coopération étroite entre les femmes élues et les médias .

## 3 - Compétences (résultats) par module

### Module 1 : Relations avec la société civile et démocratie participative

#### COMP 1. Comprendre son rôle d'élue

- COMP 1.1. Quel est le métier d'une élue ? Qu'est-ce qu'un mandat politique ?
- COMP 1.2. Exercer son mandat quand on est dans la majorité ou dans l'opposition. Quelles différences ?
- COMP 1.3. Créer des liens avec d'autres élus de son APC ou de l'APW.

#### COMP 2. Créer des liens avec la société civile

- COMP 2.1. Réaliser un cadastre du tissu associatif de sa commune ou de sa wilaya ;
- COMP 2.2. Communiquer et créer des liens avec les associations et les citoyens dans les thématiques prioritaires du mandat ;
- COMP 2.3. Organiser des réunions dans un cadre neutre et propice au dialogue franc et constructif et valoriser ces rencontres dans les médias et dans le travail d'élue ;
- COMP 2.4. Mettre en réseau les acteurs ;
- COMP 2.5. Gérer une situation de crise en partenariat avec la société civile.

#### COMP 3. Utiliser les outils de la démocratie participative

- COMP 3.1. Mettre en place une dynamique participative sans oublier des étapes dans le processus (information, consultation, concertation et codécision) ;
- COMP 3.2. Analyser les conditions de réussite de la mise en place d'un outil de démocratie participative (Contexte, temps, argent, structuration associative du secteur, objectif politique).

### Module 2 : Gouvernance locale et Décentralisation

#### COMP 1. Comprendre son rôle et ses responsabilités comme élue

- COMP 1.1. Compréhension des responsabilités liées au statut d'élue : connaître ses responsabilités et ses compétences ;
- COMP 1.2. Clarifier les relations entre les acteurs locaux impliqués dans la décentralisation (élus locaux, représentants de l'Etat, services techniques déconcentrés, société civile, population locale).



## COMP2. Capacité pour agir et promouvoir la bonne gouvernance locale

- COMP 2.1. Habiletés à mettre en place les politiques et les services publics locaux : une meilleure application des textes ;
- COMP 2.2. Mettre en place des outils pour un service public de qualité : maîtrise des outils d'aide à la décision ; mesure de la performance du service public local, le taux de satisfaction des usagers et contribuer à l'évaluation de l'action publique locale ;
- COMP 2.3. Faire le point sur les mesures de modernisation de l'administration locale : Initier des actions dans le but de rationaliser, moderniser l'action de l'administration locale en matière de service public ; promouvoir le changement des comportements au niveau local.

## COMP3. Connaissance du cadre législatif pour son travail comme femme élue

- COMP 3.1. Connaître le cadre législatif de base sur la décentralisation et les services publics locaux : mieux comprendre les principes de la décentralisation, leur évolution et les principes du service public local.

## Module 3 : Communication publique et communication de crise

### COMP1. Capacités pour développer une culture de communication

- COMP 1.1. Comprendre les outils de communication : la communication politique est une responsabilité des élu·es comme représentantes politiques ;
- COMP 1.2. Communiquer avec elles-mêmes et publiquement : identifier leurs émotions et ce qu'elles veulent transmettre, élaborer un message et opter pour une communication assertive ;
- COMP 1.3. Créer de la confiance chez les citoyens : utilisation d'un langage neutre et compréhensible tout en portant une attention particulière au choix des mots, au ton et au langage corporel.

### COMP2. Impliquer les médias dans l'action publique

- COMP 2.1. Connaître les différents médias : Mieux comprendre les différences et possibles réactions et attentes des médias ;
- COMP 2.2. Savoir où aller et qui contacter à un moment précis : connaître les réseaux sociaux et les personnes-clefs de l'écosystème médiatique.

### COMP3. Capacités à anticiper et gérer les crises

- COMP 3.1. Reconnaître les signaux qui présagent l'éclatement d'une crise : collecter le maximum d'informations officielles et officieuses, qui arrivent par les différents canaux d'information et maintenir une écoute constante et éprouvée ;
- COMP 3.2. Capacité pour se mobiliser et mobiliser la population face à une crise imminente : création d'un plan de communication adapté à une situation de crise, à travers des liens solides avec les médias et la société civile.

### 4 -« Dynamiques participatives » par module

MODULE 1 : RELATIONS AVEC LA SOCIÉTÉ CIVILE ET DÉMOCRATIE PARTICIPATIVE	
DYNAMIQUE EN GROUPE	<p><b>Titre : Appréhender mon rôle d'élue : avantages et inconvénients.</b></p> <p><b>Description :</b> Il s'agit d'une dynamique qui permet aux femmes élues de s'exprimer sur leur rôle de mandataire politique. Pour la plupart, elles ont été élues pour la première fois. Il était donc important pour nous de faire avec elles un premier bilan à mi-mandat pour qu'elles reviennent sur les difficultés qu'elles ont rencontrées, qu'elles identifient ensemble des solutions éventuelles et qu'elles partagent entre elles les bonnes pratiques.</p> <p>Concrètement, il a été demandé à chaque élue de rédiger de façon anonyme sur deux post-it les difficultés et les avantages de leur mandat. Cette animation est doublée d'un retour d'expérience de la formatrice qui a été élue à différents niveaux et qui s'est retrouvée aussi bien dans des majorités gouvernementales que dans l'opposition.</p>
ANALYSE PARTICIPATIVE DE LA LOI	<p><b>Titre : Le cadre légal de la démocratie participative en Algérie.</b></p> <p><b>Description :</b> La Constitution, dans son préambule, précise qu' «ayant toujours milité pour la liberté et la démocratie, le Peuple entend, par cette Constitution, se doter d'institutions fondées sur la participation des citoyens à la gestion des affaires publiques et qui réalisent la justice sociale, l'égalité et la liberté de chacun et de tous ».</p> <p>Vu la loi n° 11-20 du 22 juin 2011 relative à la commune et notamment le titre III relatif à la participation des citoyens à la gestion des affaires de la commune dont notamment les articles 11, 12 et 13.</p>
VIDEO SUR LA DÉFINITION DE LA DÉMOCRATIE PARTICIPATIVE	<p><b>Titre : Pourquoi et comment aller vers une Démocratie Participative?</b></p> <p><b>Description :</b> Vidéo de la fondation Nicolas Hulot. - <a href="https://www.youtube.com/watch?v=WCoDFXJC5II">https://www.youtube.com/watch?v=WCoDFXJC5II</a>. Co-construire les solutions de demain, tel est l'enjeu majeur de la démocratie participative. Cependant, la participation des citoyens aux décisions n'est pas toujours évidente et aujourd'hui, de nombreux projets sont contestés sur leur territoire. Des solutions existent pour impliquer plus directement les citoyens dans les décisions environnementales, découvrez en 3 minutes ces enjeux et solutions.</p>
VIDEO – EXEMPLE DE BONNES PRATIQUES	<p><b>Titre : Le budget participatif.</b></p> <p><b>Description :</b> Vidéo sur la mise en place d'un budget participatif à Paris. - <a href="http://www.dailymotion.com/video/x26lagq">http://www.dailymotion.com/video/x26lagq</a> . Pour la première fois en 2014, la ville de Paris a décidé de donner à ses habitants la possibilité de voter pour une partie de son budget. En comparaison d'expériences similaires dans d'autres villes, Paris n'en est qu'aux balbutiements de la démocratie participative. Mode d'emploi et décryptage.</p>

## MODULE 2 : GOUVERNANCE LOCALE ET DÉCENTRALISATION

DYNAMIQUE EN GROUPE	<p><b>Titre : Un premier regard sur notre wilaya.</b></p> <p><b>Description :</b> Chaque groupe identifie dans l'organigramme, les acteurs publics et privés clés pour mettre en place un projet. Cette dynamique travaille sur les effets de la décentralisation sur l'administration territoriale en Algérie, notamment dans sa wilaya/commune.</p> <p>Questions-clés pour chaque groupe :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identifier un projet intéressant mis en place dans votre wilaya/commune qui répond aux besoins des citoyens.</li> <li>✓ Organisations, institutions &amp; compétences. Faire un organigramme.</li> <li>✓ Quels sont les acteurs-clés si on veut proposer ce projet comme politique publique locale ?</li> </ul>
ANALYSE PARTICIPATIVE DE LA LOI	<p><b>Titre : Le travail d'une représentante élue.</b></p> <p><b>Description :</b> La théorie sur la décentralisation est complétée par l'analyse participative de la loi par les élus.</p> <p>Analyse de la loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 Juin 2011 relative à la commune et autres lois d'intérêt (Code Communal) et Loi n° 12-07 du 28 Rabie El Aouel 1433 correspondant au 21 février 2012 relative à la wilaya (Code Wilaya)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Si vous deviez expliquer à un(e) citoyen/citoyenne quel est le rôle d'une représentante élue, qu'est-ce que vous lui diriez ?</li> </ul>
ANALYSE PARTICIPATIVE DE LA LOI	<p><b>Titre : Le cadre légal de notre wilaya.</b></p> <p><b>Description :</b> La théorie sur la décentralisation est complétée avec l'analyse participative de la loi par les propres élus.</p> <p>Analyse de la loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 Juin 2011 relative à la commune et autres lois d'intérêt (Code Communal) et Loi n° 12-07 du 28 Rabie El Aouel 1433 correspondant au 21 février 2012 relative à la wilaya (Code Wilaya)</p>
ANALYSE PARTICIPATIVE DE LA LOI	<p><b>Titre : Décentralisation et déconcentration.</b></p> <p><b>Description :</b> Construction des concepts de manière collective et analyse des exemples en Algérie et d'autres références internationales.</p> <p>Analyse de la loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 Juin 2011 relative à la commune et autres lois d'intérêt (Code Communal) et Loi n° 12-07 du 28 Rabie El Aouel 1433 correspondant au 21 février 2012 relative à la wilaya (Code Wilaya)</p>

## I – Approche pédagogique des ateliers de formation

VIDEO / EXPOSITION DES BONNES PRATIQUES	<p><b>Titre : Modes de gestion du service public dans notre wilaya.</b></p> <p><b>Description :</b> Analyse participative des vidéos sur les services publics (Service public : les déchets ménagers et industriels) ou sur des bonnes pratiques identifiées par l'expert ou par les élues dans leur wilaya. Un exemple de concession pour le traitement des déchets ménagers dans une commune en France (les déchets : les recycler ou les éliminer ?).  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=787149tfQms">https://www.youtube.com/watch?v=787149tfQms</a></p>
DYNAMIQUE EN GROUPE	<p><b>Titre : Le cycle des politiques publiques : mettre en place un service public.</b></p> <p><b>Description :</b> Cette dynamique a été incluse dans les études de cas finales. Chaque groupe choisit un service de compétence locale et conçoit un cycle de politique publique locale : Définition de besoins des collectivités locales. Planification, Décision et implémentation.</p>
MODULE 3 : COMMUNICATION PUBLIQUE ET COMMUNICATION DE CRISE	
DYNAMIQUE DE PRÉSENTATION À TRAVERS L'ÉCOUTE ACTIVE	<p><b>Titre : Pourquoi ma collègue a choisi cet objet ?</b></p> <p><b>Description:</b> Il s'agit d'une dynamique pour « briser la glace ». Les femmes participantes rencontrent des collègues mais aussi des femmes d'autres communes/wilayas qu'elles ne connaissent pas. Chaque femme laisse un objet personnel sur la table vide qui se trouve au centre de la salle. Ça peut être un mouchoir, un stylo, des clés, un cahier ou le portable. Ensuite, chaque femme choisit un objet qui n'est pas le sien. Par couples, chacune doit expliquer à sa voisine les raisons pour lesquelles elle a choisi cet objet. La femme « réceptrice » du message doit bien écouter parce qu'après, elle sera en charge de présenter au groupe les raisons invoquées par sa collègue dans le choix de son objet. C'est un exercice introductif d'écoute active qui permet de présenter sa collègue et aussi de se préparer pour l'exercice plus avancé (voir « écoute active quand on a des arguments contraires »). C'est aussi un exercice introductif sur la façon de parler en public, en utilisant le micro, par exemple.</p>
DYNAMIQUE EN GROUPE	<p><b>Titre : Le corps comme moyen de communication: Création du lien collectif dans le groupe : « Le zèbre ».</b></p> <p><b>Description:</b> Les femmes marchent à différentes vitesses dans la salle ou la cour devenue « vide et disponible » pour cet exercice. Il s'agit de se décontracter avec un exercice quotidien systématique, comme la marche. Les femmes prennent ainsi conscience de leur corps et de l'espace qui les entoure. C'est une façon de se familiariser avec l'environnement de la communication et avec ses collègues. À un moment donné, je leur demande de se mettre en cercle serré, pour construire ensemble un seul corps féminin, qui pourrait représenter la « femme universelle ». Je parle ici des zèbres, qui se rassemblent lorsqu'un danger s'approche, comme un lion. Les zèbres forment un grand corps raillé, noir et blanc, énorme, qui décourage le prédateur, qui finit par s'en aller. Les petits zèbres restent protégés à l'intérieur. Pour mieux connaître les attributs de cette femme universelle, je demande que, individuellement, chaque femme montre au groupe quelle est la chose la plus importante pour elle. Ainsi, nous écoutons toutes les raisons pour lesquelles les femmes vivent, se lèvent et travaillent. C'est une façon de solidifier les liens entre les femmes et préparer le terrain de la formation et des exercices qui suivront les jours d'après.</p>

DYNAMIQUE EN GROUPE	<p><b>Titre : Création d'un « noyau dur » pour promouvoir des petits projets locaux.</b></p> <p><b>Description:</b> Même si cette initiative s'est seulement présentée dans trois des douze wilayas (Béjaia, Djelfa et Skikda), elle montre un extraordinaire potentiel pour mettre en place les acquis des trois modules de ce programme de formation. Il s'agit d'identifier environ 8 femmes qui s'engagent à se réunir et motiver les autres à élaborer et exécuter un projet local qui combine les deux éléments essentiels du XXI<sup>e</sup> siècle : femmes et nouvelles technologies. J'encourage les femmes à chercher sur internet des initiatives déjà entamées dans une autre région du monde, et analyser ses caractéristiques pour voir les possibilités de réplique et d'adaptation dans leur propre contexte local. Et, pour aller de l'avant, entreprendre des relations de collaboration avec des communes dans la planète qui pourraient être intéressées à se présenter en partenariat dans des futurs appels d'offre, par exemple. Cette initiative pourrait se relancer et se développer lors des prochaines phases du programme.</p>
DYNAMIQUE PAR COUPLES	<p><b>Titre : Écoute active quand on a des arguments contraires.</b></p> <p><b>Description:</b> Nous cherchons des sujets qui soient polémiques, qui créent de la controverse dans le groupe. On identifie un couple composé par une femme qui est « pour » et une femme qui est « contre » un sujet spécifique. Par exemple : la polygamie, l'euthanasie, le droit (ou pas) au silence des malades du SIDA, une femme présidente de la République?, etc. La méthodologie de cet exercice consiste à répéter, paraphraser les arguments « pour » invoqués par l'autre, avant d'exprimer mes propres arguments « contre ». Et chaque femme doit faire la même chose lors de son tour de parole. Il s'agit d'un « match de tennis » où la première partie de mon discours consiste à répéter les idées de mon adversaire, le plus fidèlement possible, et après, à donner mes propres arguments. Si l'exercice se déroule correctement, il diminue les tensions que normalement vont apparaître quand on confronte des idées opposées aux nôtres. Ceci permet de bien écouter des arguments que, sans cette méthodologie, nous n'écouterions pas.</p>
VIDEO SUR UNE EXPÉRIENCE DE GESTION PUBLIQUE LOCALE À TRAVERS UN RÉSEAU SOCIAL	<p><b>Titre : Jun, la commune andalouse gérée sur Twitter.</b></p> <p><b>Description:</b> Cette vidéo présente en 9 minutes et 30sec, un exemple de commune gérée sur Twitter. Il s'agit d'une commune de 3.700 habitants du sud de l'Espagne. C'est une façon de présenter aux femmes élues les possibilités que les réseaux sociaux offrent à la gestion des affaires publiques locales. <a href="http://www.france24.com">www.france24.com</a></p>

## I – Approche pédagogique des ateliers de formation

VIDÉOCONFÉRENCE AVEC L'INSTITUT BALÉAR DE LA JEUNESSE (GOUVERNEMENT RÉGIONAL EN ESPAGNE)	<p><b>Titre : Présentation de la page Facebook dédiée à des offres d'emploi pour les jeunes.</b></p> <p><b>Description:</b> Eva Nigorra, responsable de la page Facebook de l'Institut de la Jeunesse des Îles Baléares (Espagne) présente en direct comment gérer la page pour qu'elle soit effective et rigoureuse en qualité et en quantité. Eva nous présente comment faire une coordination quotidienne de la page, en évitant les « fausses » offres et les interventions hors-sujet. Eva nous propose des normes basiques pour la gestion de n'importe quelle page Facebook avec une vocation de durabilité et de qualité (voir annexe).</p> <p><a href="https://www.facebook.com/groups/borsadefeinaxarxainfojove/">https://www.facebook.com/groups/borsadefeinaxarxainfojove/</a></p>
DYNAMIQUE INDIVIDUELLE ET GROUPE	<p><b>Titre : Mon discours de « deux Minutes ».</b></p> <p><b>Description:</b> Cet exercice a été déjà introduit pendant la présentation PowerPoint sur l'aperçu général du processus de communication et les pistes pour un discours réussi. Il s'agit de préparer un discours de 2 minutes, au bout duquel la personne qui nous écoute va voter pour nous. La femme doit chercher à motiver et convaincre avec le langage verbal et non verbal, avec des arguments puissants, clairs et motivants, et avec un ton et un geste corporel adéquat. Cet exercice se déroule en plénière pour que les femmes expérimentent « le stress » de parler en public, même si ce n'est pas une situation réelle. J'encourage les femmes les plus timides à faire le pas dans un environnement familial et sécurisé. Je contrôle le temps et fais des signes pour que la femme qui parle sache le temps qu'elle a déjà dépensé et combien il lui en reste. À la fin, Mme Farida Kebri met l'accent sur les aspects à améliorer, et moi, je renforce les aspects positifs, donc, à promouvoir et développer.</p>

## II - MODULES DES FORMATIONS :

### MODULE I

## Relations avec la société civile et démocratie participative

1. Femme élue : Un double défi !
2. La confiance en soi pour réussir
3. Savoir entretenir une relation de qualité avec la société
4. Travailler en réseau
5. Partenariat élues - associations et organisations de la société civile
6. La démocratie participative

### 1 - Femme et élue : Un double défi !

Dans la plupart des contextes culturels et politiques, même là où les quotas existent depuis longtemps, gagner sa crédibilité d'élue reste un défi. L'Algérie a fait fort en instaurant, en une seule fois et en une seule loi, une obligation de résultat de près d'un tiers de femmes élues dans toutes ses assemblées, y compris locales. C'est un pas énorme, mais c'est aussi une immense responsabilité qui pèse sur les épaules des élues, à qui il revient de démontrer la pertinence d'un choix politique qui n'a pas fait l'unanimité lors de son adoption.

Serions-nous donc trop modestes, « pas faites » pour ce genre de mandat, génétiquement allergique à la négociation ou à la confrontation inhérente à la politique ? Deviendrions-nous les adversaires des hommes élus, dans nos assemblées ou nos partis ?

Évidemment que non. Par contre, ce qui caractérise une bonne partie d'entre nous, quels que soient les partis auxquels nous appartenons et même si nous sommes concurrentes, c'est un certain sens de l'efficacité, une course contre le temps car notre mandat s'ajoute à toutes les autres tâches, et une volonté de réaliser, même si c'est en coulisse, des projets utiles.

### 2 - La confiance en soi pour réussir

Pour réussir ce pari et pour assumer pleinement ces mandats qui vous ont été attribués, la première partie qu'il faut gagner, c'est contre ou plutôt avec soi-même. Construire la confiance en soi, celle qui se gagne aussi par le respect des autres pour votre travail, pour vos prises de parole, pour vos positions. Elle se gagne pas à pas, en tissant des alliances circonstanciées, sujet par sujet, avec d'autres élus de la majorité ou de l'opposition, avec des acteurs de l'Administration ou de la Société Civile, avec les médias. Confiance et estime se nourrissent aussi du soutien de vos proches et peuvent peu à peu devenir un puissant moteur dans le mandat en cours et pour conquérir le mandat suivant.

Un mandat électif, et singulièrement le premier, c'est aussi établir un mode de relation avec les citoyens, tous les citoyens que vous représentez, y compris ceux qui n'ont voté ni pour vous, ni pour votre parti. Les demandes sont infinies et répondre à toutes est impossible.

### 3 - Savoir entretenir une relation de qualité avec les citoyens

Le premier réflexe est de transmettre la demande au service ou à l' élu exécutif compétent. Mais ce seul relais ne suffira pas pour établir une relation de qualité avec les citoyens. Il existe une série de moyens pour responsabiliser les citoyens demandeurs, pour éviter une relation potentiellement minée par le clientélisme et pour mettre les citoyens en position de devenir les acteurs de la solution.

Ce manuel vous proposera une série d'outils. Cette relation juste avec les citoyens exige à la fois des engagements tenables de votre part et des explications claires des limites et contraintes.

Votre légitimité se jouera aussi dans l'Assemblée où vous siégez. Dans la majorité, il vous faudra accepter une certaine discipline de groupe, mais gagner vos galons en respectant les partenaires politiques de l'opposition, en encourageant, quand c'est possible, des positions communes, en partageant avec elle l'information utile. Votre crédibilité se mesurera aux projets où les propositions que vous aurez réussi à faire aboutir et dont vous pourrez revendiquer la paternité. Vu la durée courte du mandat, tout l'art réside dans le choix d'un nombre limité de projets et de priorités.

Ce que vous pouvez faire gagner en tant que femme élue aux habitants de votre commune, de votre wilaya, ce n'est pas le fruit d'une bataille des femmes contre les hommes. Ce que vous réussirez pour les femmes sur votre terrain, sera bon et utile pour l'ensemble des citoyens, hommes et femmes de votre commune, de votre wilaya.

### 4 - Travailler en réseau

Enfin, si elle veut perdurer, une minorité nouvelle doit puiser ses forces en elle-même. Travaillez en réseau, soutenez-vous dans des initiatives partagées, jouez le plus souvent possible la solidarité entre femmes, au-delà de vos appartenances politiques.

Il n'y a pas d'élue type. Jeune ou moins jeune, universitaire, commerçante ou mère au foyer, engagée ou non dans la société civile, soutenue et formée via son parti ou pas, c'est au fil des expériences que vous deviendrez experte de l'usage des outils politiques réglementaires ou légaux, stratégiques ou tactiques, qui rassemblent et fédèrent les énergies citoyennes. Ils ne sont pas plus difficiles à comprendre qu'une recette de cuisine, et ce que vous donnerez



à voir aux citoyens que vous sollicitez pour un second mandat, c'est le plat et la salle du restaurant, pas les fourneaux. Les citoyens réaliseront bien vite que si le repas est de qualité, c'est grâce à de bons ingrédients et une préparation soignée en coulisses !

## 5 - Partenariat élus - associations et organisations de la société civile

### Établir des relations terrain de la Commune ou de la Wilaya

Dans un premier temps, il est nécessaire d'identifier et de bien connaître son terrain afin d'orienter son action politique, puis de créer un lien constant entre le travail au niveau de l'Assemblée (APC ou APW) et la société civile.

### La société civile organisée et les citoyens :

#### A - Identifier et connaître son terrain

Les citoyens, qu'ils soient organisés en associations, en comités de quartier ou pas, sont les composantes essentielles de la société civile. Ils doivent être considérés comme des experts car ils côtoient quotidiennement les services offerts par la Commune ou la Wilaya. A ce titre, ils sont une source importante d'information et de remontées pour orienter votre travail et vous permettre d'être en phase avec les réalités quotidiennes.

Il est donc important de tisser des relations constantes avec la société civile. Cependant, le partenariat entre les élus et les citoyens doit être fondé sur un partenariat équilibré et transparent. La relation qui s'établit doit être « gagnant-gagnant », chaque partie devant y trouver son compte.

L'équilibre entre les partenaires et la transparence de la relation sont des conditions essentielles pour tisser une relation durable et pas instrumentalisée par l'une ou l'autre des parties.

#### B- Établir et entretenir un registre

Action	Objectifs	Et concrètement :-)
Tenir un registre	Identifier les associations selon les thèmes et les quartiers.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobiliser son réseau pour identifier les acteurs (les thèmes, les actions, les responsables) ;</li> <li>- Connaître les actions des associations, c'est aussi connaître les besoins des citoyens ;</li> <li>- Associer l'Administration dans la démarche.</li> </ul>
Organiser des rencontres régulières	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instaurer une confiance ;</li> <li>- Accroître votre connaissance du terrain ;</li> <li>- Actualiser le registre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aller sur place pour rencontrer les acteurs ;</li> <li>- Empathie, écoute, respect ;</li> <li>- Tisser des relations claires (ne pas promettre l'impossible).</li> </ul>
Mise en réseau des acteurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer de la concertation ;</li> <li>- Nourrir le rapport de force dans l'enceinte politique.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cadre de rencontre agréable et neutre ;</li> <li>- Se positionner comme une facilitatrice ;</li> <li>- Lutter contre les double-emplois et les conflits.</li> </ul>

## Module I : Relations avec la société civile et démocratie participative

Rédiger une charte de partenariat	<ul style="list-style-type: none"><li>- Clarifier les compétences des élus et des associations ;</li><li>- Créer une responsabilité commune.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Une charte peut être rédigée pour des projets structurels mais aussi ponctuels ;</li><li>- Elle doit être claire, transparente et publique ;</li><li>- Elle est utile quand les relations se tendent.</li></ul>
Gérer une situation de crise	<ul style="list-style-type: none"><li>- Permettre une action rapide.</li></ul>	Communiquer sur l'évolution de la situation (crise) en permanence et en toute transparence.

### C- Construire des partenariats justes

- Préciser le rôle de chacun
- Construire des alliances

### D - Associer l'Administration

## [LES CITOYENS]

- Les demandes individuelles
- La construction collective de solutions
- Les engagements
- Le retour sur le terrain
- Faire le lien entre votre travail en Assemblée et votre travail sur le terrain.

### E - Susciter l'intérêt des associations et des autres composantes de la société civile :

- Etre au fait de l'état des travaux en Assemblée et de leur programmation (date et lieux des commissions, des APC ou APW,...) afin de garantir leur présence en masse et d'organiser leur mobilisation (interventions publiques via communiqués de presse ou autres...) ;
- Etre au fait des rapports de force qui se jouent entre les membres élus de l'APC ou de l'APW (y compris dans un même groupe) et entre les différents partis au sein de la majorité et les coalitions afin d'identifier les élus qui sont les plus susceptibles d'être sensibles à leur cause et assurer leur contact ;
- Se faire entendre lorsqu'il y a une Assemblée portant sur un chantier au sein de l'APC ou de l'APW.

### F - Entretenir de façon performante son réseau et devenir un acteur-relais important pour les organisations de la société civile :

- Relayer les calendriers des travaux et les ordres du jour des réunions des Assemblées en prenant soin de pointer les dates importantes (pointer les passages en commission). Un tel calendrier, en plus de faire le point sur le cheminement du travail au niveau des assemblées locales, doit permettre également aux associations d'organiser une mobilisation, et d'être éventuellement présentes lors des réunions ou des présentations de projets...
- Quand un événement-clef dans les délibérations se tient (commission, débat), il est important que l'élue fasse un retour à la fois quantitatif (les votes) et qualitatifs (les rapports de force en présence et les interventions/positionnement des différents élus sur le sujet). Il est également souhaitable que les procès-verbaux de séance soient communiqués à la population.
- Préparer si possible, la liste des organisations que les élus aimeraient voir consulter si l'opportunité se présente car les demandes d'audition peuvent se faire dans des délais assez courts qui nécessitent d'être réactives et d'avoir immédiatement des noms à proposer. Il convient également d'en informer aux préalables les organisations civiles ainsi que des raisons qui expliqueraient le refus de leur audition ;
- Une fois la nouvelle résolution adoptée et même s'il n'y a pas nécessairement eu de relations organisées entre l'élue et l'une ou autre association, il est important de leur communiquer toute question liée à la gestion des affaires publiques locales, les principales modifications qu'il comporte et les impacts attendus. Par ailleurs, ce travail peut également être envoyé à des journalistes intéressés.

De façon transversale, il est important que l'élue se positionne comme facilitatrice des relations entre la société civile et la politique. Elle doit être le point focal qui, au sein d'un réseau d'associations permet la mobilisation et l'action citoyenne.

**Objectif :** faire en sorte que l'élue ne mobilise pas son réseau uniquement quand il s'apprête à renouveler son mandat à l'assemblée locale et créer, ainsi, une solidarité de fait entre le monde politique et le monde civil. Les acteurs de la société civile doivent être de réels partenaires dans votre stratégie politique.

## 6 -La démocratie participative

### Qu'est-ce que la démocratie participative ?

La démocratie participative est une dimension de la démocratie locale. «Un mode de gouvernance qui place la participation des citoyens au centre de la gestion des affaires publiques». La démocratie participative désigne l'ensemble des dispositifs et des procédures qui permettent d'augmenter l'implication des citoyens dans la vie politique et d'accroître leur rôle dans les prises de décision.

### Les fondements de la démocratie participative :

- Les citoyens sont considérés comme des experts, des gens qui ont une expérience, une connaissance d'usage.
- Elle renforce la légitimité et la crédibilité de l'action publique et la confiance entre les élus et les citoyens.
- Elle se concentre sur les droits des citoyens relatifs à un territoire : Il ne s'agit pas de faire participer les citoyens au niveau local avec les élus locaux à des décisions ou des projets qui sont du ressort de l'État central.
- Elle passe par un ensemble de dispositifs et procédures pour améliorer l'implication des citoyens dans la vie politique locale.

### Les objectifs de la démocratie participative :

- Améliorer la transparence dans les décisions politiques et dans la gestion financière : dire ce qu'on va faire, comment on va le faire, les moyens que l'on va y consacrer ;
- Instaurer/améliorer un rapport de confiance entre les citoyens et les autorités locales et améliorer ainsi la crédibilité de ces dernières ;
- Promouvoir une citoyenneté active et éclairée : faire comprendre aux citoyens les contraintes et les limites, leur faire prendre part à la décision ;
- Faciliter le dialogue et résoudre les conflits entre les autorités et la société civile;
- Améliorer la gestion de la ville ;
- Partager les responsabilités du développement local urbain : c'est l'affaire de tous !

### La participation citoyenne peut être impulsée par deux dynamiques :

- L'approche « bottom-up », de bas en haut – Les citoyens exercent leur participation à travers la mobilisation collective, des positions, des plaidoyers et des initiatives qui ont tous comme objectif d'influencer les pouvoirs publics dans la mise à l'agenda ou la résolution d'un problème.
- L'approche « top-down », de haut en bas – Les institutions publiques sont à l'initiative, donnent de l'information, décident et proposent une forme de participation citoyenne. Il s'agit donc d'une démarche institutionnelle permise par un cadre légal.

### Qu'apporte-t-elle à la gouvernance publique ?

- La démocratie locale est un système qui s'organise à l'échelle locale et qui accorde aux citoyens un pouvoir politique qu'ils peuvent exercer à un niveau local.
- Elle vient en écho au principe de subsidiarité et au processus de décentralisation avec une volonté de rapprocher le pouvoir politique du citoyen et de coller au plus près des réalités locales.
- Les autorités locales disposent d'une certaine marge de manœuvre pour organiser la participation des citoyens à la gestion des affaires publiques.

## Module I : Relations avec la société civile et démocratie participative

Cette participation s'organise généralement de deux façons :

- La démocratie représentative – Les citoyens élisent les représentants de leur localité et leur délèguent le pouvoir de prendre des décisions - Les élections communales constituent la base de la démocratie locale ;
- La démocratie participative – Les citoyens sont impliqués et participent activement à la gestion des affaires locales et à la prise de décision.

Démocratie participative et gouvernance locale :

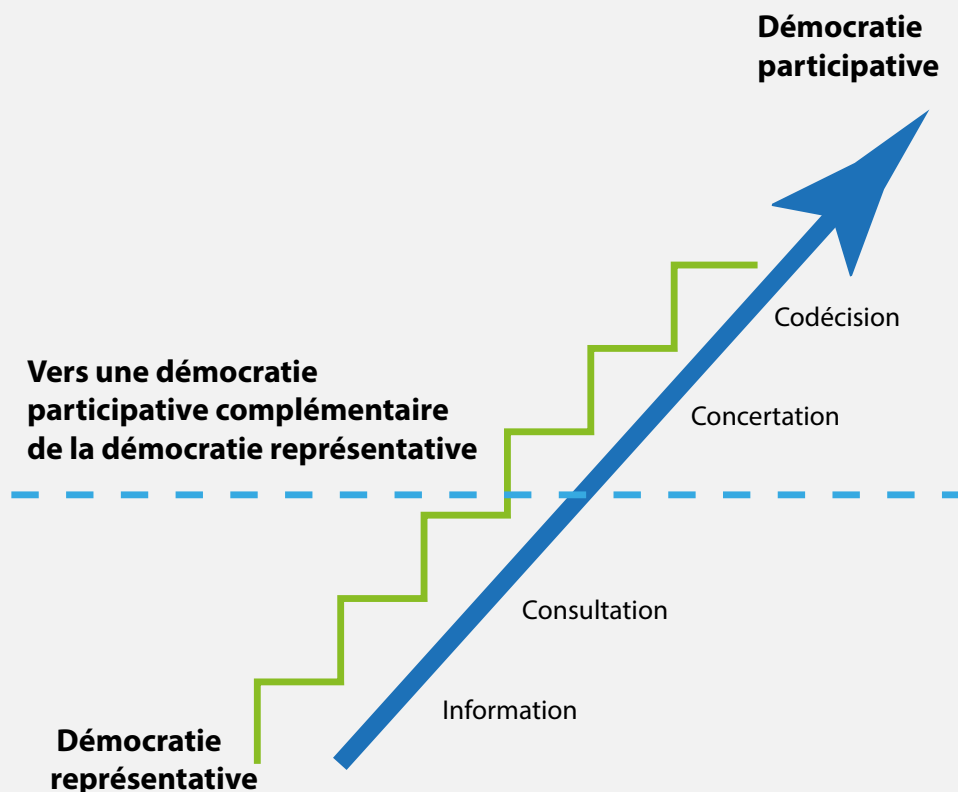
- La gouvernance locale repose sur la capacité des autorités locales à gouverner en répondant aux problématiques spécifiques d'un territoire, de sa population et de l'intérêt général.
- A travers la participation citoyenne, les autorités locales peuvent gouverner d'une manière démocratique et instaurer des processus de démocratie locale via l'implication des acteurs de la société civile : « faire avec ».
- La gouvernance locale améliore les relations entre les autorités locales et les citoyens. Elle encourage l'émergence d'un intérêt commun.

Comment s'inscrit-elle dans le processus de décision politique ?

Lien entre démocratie participative et démocratie représentative.

Quelles sont les étapes dans un processus de démocratie participative ?

### Les différents niveaux d'implication du citoyen à l'action municipale



- L'information est considérée comme une condition nécessaire mais non suffisante de la participation politique : elle revient à donner les clés nécessaires à la compréhension d'une décision. L'information peut également être ascendante et remonter de la population vers la commune qui recueille ainsi les doléances des habitants.
- La consultation (enquête publique obligatoire dans certains domaines, etc.) n'intervient généralement que lorsque le dossier est bien avancé et n'est pas juridiquement contraignant.
- La concertation revient à associer des citoyens au traitement d'un dossier, à l'instruction de la décision, laquelle reste du ressort de l'élu.
- La codécision implique un partage du pouvoir, même partiel, et une délégation partielle du pouvoir de décision.

## La boîte à outils de la démocratie participative

	OUTILS	OBJECTIFS	REMARQUES	BOTTOM-UP	TOP-DOWN
INFORMATION	Stratégie et plan de communication	Améliorer l'efficacité de la communication + transparence + confiance	Insérer chaque action locale dans le cadre de la stratégie (par ex journal, communication mensuelle) + assurer un bon suivi		x
	Affichage public	Diffusion de l'information + promotion de l'action publique	Possibilité d'atteindre un large public avec des frais limités + Mais mise à jour nécessaire des informations affichées		x
	Portail de la ville	Diffuser de l'information + promotion de l'action publique	Possibilité d'atteindre un large public (y compris les jeunes)		x
	L'ouverture de l'assemblée populaire au public	Information sur l'agenda politique local + observation de la prise de décision + reddition de compte	Montrer votre travail politique aux citoyens + leur permettre de se rendre compte des réalités de votre travail		x
	Interpellation citoyenne	Permettre dans l'APC une interaction directe	Créer du rapport de force qui vous est favorable (Attention, cela nécessite un changement du règlement de l'assemblée pour fixer les modalités)	x	x

## Les outils- Consultation et concertation-

INFORMA CONSULTATION ET CONCERTATION TION	Espace citoyen (un lieu ou un moment systématique de rencontre entre élus, adm et citoyens)	Faciliter l'accès et améliorer les services municipaux+création d'espace de rencontre et d'échanges	Nécessité d'avoir de très bonne relation avec l'administration car elle sera plus exposée		
	Evaluation citoyenne de la qualité des services / label citoyen	Connaitre le degré de satisfaction des citoyens+ rapprocher l'administration des besoins citoyens+participer à l'évaluation et l'amélioration de la qualité des services	Attention à ne pas vous mettre l'administration à dos	x	x
	Gestion de plaintes	Permettre aux citoyens d'exprimer leur mécontentement	Mécanisme important car réducteur de défiance mais les plaintes doivent faire l'objet d'un suivi	x	x
	Réunion publique	Informar, écouter, échanger, proposer	Il faut gérer les interventions dans la salle + un animateur neutre de préférence	x	x
	Médiation- table ronde	Réunir les différents acteurs pour arriver à un compromis	Se positionner comme un facilitateur (gestion des relations entre les associations) et un relais pour une action politique	x	x
	Conseils consultatifs thématiques/ géographiques	Permettre de rassembler l'expertise ou l'intérêt sur un sujet ou une localité+ création d'un partenariat stable	Acquérir de l'expertise+ nourrir votre travail + créer un rapport de force qui vous est favorable	x	x
	Consultation populaire	Solliciter l'avis soit par un vote classique, une consultation « boites aux lettres » ou par internet, de la population sur une thématique précise	Attention à la mise en œuvre.  Elle peut se faire une localité ou une partie de localité		x

## Les outils- La Codécision

CODECISION	Panel citoyen	Les citoyens sélectionnés sur base d'une méthodologie précise émettant une proposition d'action publique	Assurer aux citoyens un niveau d'information suffisant (vitales experts) + Garantir la représentation de tous		X
	Délibération	Les citoyens sont invités à construire ensemble une proposition d'action publique			X
	Budget participant ou enveloppe de quartier	Les citoyens décident de l'allocation des dépenses d'une ligne budgétaire	Accomplir les décisions citoyennes+ garantir une transparence financière	X	

## Quelques règles de base simples pour mener un processus participatif:

### 1- Tenir compte du contexte général ou local

#### 2 - Quel est l'objet de la codécision ?

- Un projet ou une décision ?
- Controversé(e) ou pas ?
- Bien connu(e) de tous ou nouveauté ?

#### 3 - Quel est l'objectif et quels sont les résultats souhaités ? Que veut-on ?

- Informer ?
- Faire réfléchir ?
- Permettre de comprendre un problème ?
- Tester une stratégie ?
- Identifier les lignes d'accord ou de désaccord ?
- Utiliser les connaissances et savoirs d'usage des citoyens ?

#### 4 - Quels sont les acteurs, les participants?

- Des citoyens, habitants d'un quartier (attention, il y a toujours un gap entre ceux qui s'annoncent et ceux qui participent réellement)
- Des groupes organisés
- Des associations

#### 5 - Quel est le temps que l'on peut consacrer au processus ?

Quel en sera la durée sachant que les processus peuvent aller d'une réunion d'une heure à un processus de plusieurs mois ou plusieurs années ?

#### 6 - De quel budget dispose-t-on ?

De quoi avez-vous besoin pour réussir votre processus participatif [location de salles, repas ou collations, experts ou animateurs à rémunérer, traduction, support de communication (affiches, site internet, flyer...)] ?

### Synthèse : Le processus participatif

- Travailler sur la transparence des objectifs, du processus et des résultats.
- Amener tout le monde autour de la table. Les efforts devront inclure l'ensemble des intérêts de la communauté et rassembler des gens disparates dans le même forum pour un dialogue interactif.
- Identifier les intérêts mutuels. Les processus de participation doivent s'efforcer de combler les fossés et de réduire les différences afin de trouver des solutions basées sur l'intérêt général de la communauté.
- Instaurer la confiance. La participation doit avoir pour base l'amélioration des relations inter-groupes, promouvoir la confiance et développer une identité plus large pour des communautés diverses.
- Rester loyal. Les participants doivent être totalement engagés dans le processus participatif et avoir la volonté de persévérer malgré des négociations difficiles, des questions sensibles, des impasses et même des ruptures.
- Rester centré sur le problème. La question débattue doit rester centrale dans le processus, en particulier pour définir le problème, identifier le plus large choix d'options, développer des stratégies, et trouver des solutions pouvant être appliquées conjointement.
- Être créatif. Dans la mesure du possible, une nouvelle option, préférable pour tous, sera développée grâce à la discussion. Lorsque cela s'avère impossible, les problèmes devront être déliés et non unifiés.
- Tout le monde est à égalité. Les processus devraient chercher à atteindre la participation du gouvernement officiel dans le contexte d'un partenariat explicite.
- Diriger d'en bas ; coordonner d'en haut. Les représentants de la communauté dont les intérêts sont directement affectés par le problème en question doivent diriger le processus. En même temps, les autorités du gouvernement local sont souvent responsables de la coordination du processus et la gestion des questions pratiques.
- Pratiquer l'obligation de rendre compte à l'extérieur et la flexibilité intérieure. Les processus de participation doivent être transparents et rendre compte de leur évolution. Cependant ils doivent également intégrer suffisamment de flexibilité interne dans la gestion du dialogue et le processus de prise de décision.
- Ne pas perdre de vue les questions pratiques des ressources, de la dotation en personnel, de la capacité des agences et des organisations, et de l'habileté des parties à négocier.
- Être conscient des liens avec l'électorat. La démocratie électorale et participative peut être complémentaire mais peut aussi fonctionner à contre-courant. Les processus réussis sont ceux qui prennent en compte les partis politiques locaux.



## Gouvernance locale et décentralisation

### 1. Les concepts de base de l'administration territoriale :

- 1.1 La gouvernance locale et le travail d'une représentante élue
- 1.2 La bonne gouvernance
- 1.3 Décentralisation et déconcentration

### 2. Les collectivités territoriales en Algérie

- 2.1 Les organes /institutions de la Commune/ Wilaya
- 2.2 Les compétences de la Commune/ Wilaya
- 2.3 La décentralisation administrative et financière
- 2.4 L'intercommunalité : la collaboration entre collectivités territoriales

### 3. Politiques publiques et gestion des services publics

#### 3.1 Le cycle des politiques publiques pour mettre en place un service public.

- ✓ Comment se traduit l'action des collectivités territoriales ?
- ✓ Le rôle des représentants élus dans le cycle de formulation d'une politique publique
- ✓ Quelques outils pratiques pour la formulation d'une politique publique

#### 3.2 Services publics locaux :

- ✓ La notion de service public local
- ✓ Les catégories de services publics
- ✓ Les services publics locaux en Algérie : le Code Communal

#### 3.3 Les modes de gestion des services publics au niveau local :

- ✓ La gestion des services publics par des organismes publics
- ✓ La gestion des services publics par des personnes privées

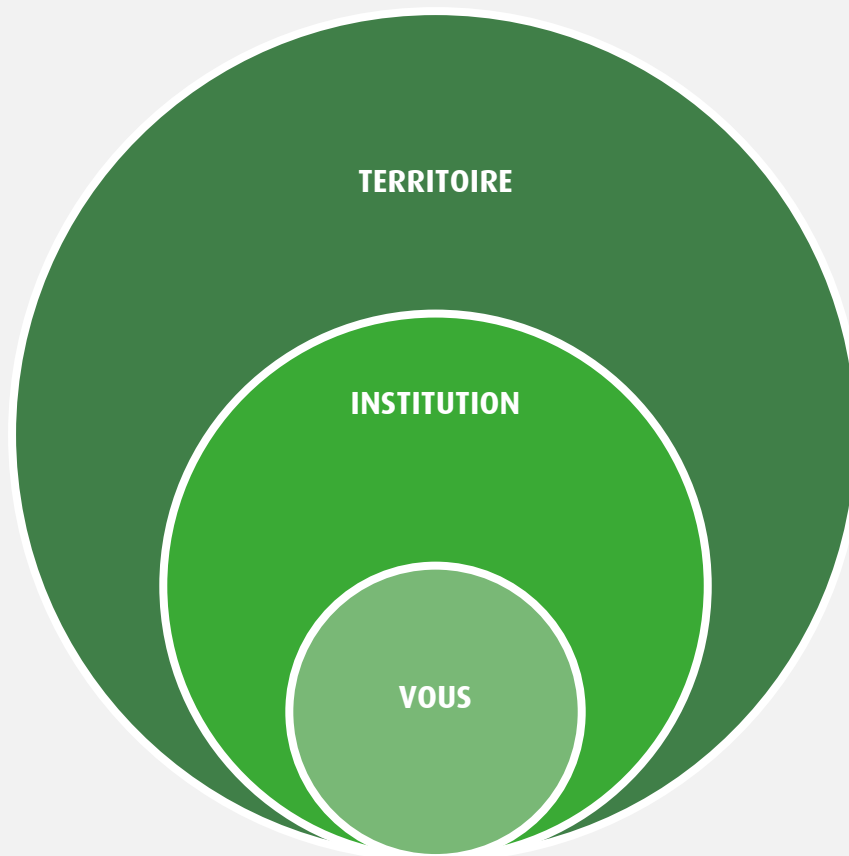
### 1 – Les concepts de base de l’administration territoriale

#### 1.1 - La gouvernance locale et le travail d’une représentante élue

La gouvernance locale est une manière d’exercer le pouvoir dans un territoire donné (dans le territoire de la Commune ou de la Wilaya). C’est l’exercice de l’autorité politique, économique, juridique et administrative dans le cadre de la gestion des affaires d’une Commune/Wilaya.

La représentante élue est membre d’une institution/organe qui représente la Commune/Wilaya. Elle est élue pour un mandat représentatif par suffrage universel pour une période de 5 ans. Elle fait partie de la gouvernance locale dans ce territoire (Commune/Wilaya).

« La gouvernance fait intervenir un ensemble complexe d’acteurs et d’institutions qui n’appartiennent pas tous à la sphère du gouvernement ; elle traduit une interdépendance entre les pouvoirs et les institutions associées à l’action collective ». L’économiste Bernard Pecqueur, spécialiste du développement local, définit la gouvernance comme « un processus institutionnel et organisationnel de construction d’une mise en compatibilité des différents modes de coordination entre acteurs géographiquement proches, en vue de résoudre les problèmes productifs inédits posés aux territoires ».



**Exemple 1- Un (e) représentant (e) de la commune. Code Communal.<sup>3</sup>**

3- Loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 juin 2011 relative à la commune.

## 1. Niveau territorial : La commune.

### TITRE I PRINCIPES DE BASE

#### **Article 1er.**

- La commune est la collectivité territoriale de base de l'Etat.  
Elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière.  
Elle est créée par la loi.

#### **Art. 2.**

- 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.

#### **Art. 3.**

- La commune exerce ses prérogatives dans tous les domaines de compétence qui lui sont dévolus par la loi.  
Elle concourt avec l'Etat, notamment, à l'administration et à l'aménagement du territoire, au développement économique, social et culturel, à la sécurité, ainsi qu'à la protection et l'amélioration du cadre de vie des citoyens.

## 2. Institution : l'Assemblée populaire communale

### TITRE I DES INSTANCES ET DES STRUCTURES DE LA COMMUNE

#### **Art. 15.**

- La commune dispose :
  - d'une instance délibérante : l'assemblée populaire communale ;
  - d'un organe exécutif, présidé par le président de l'assemblée populaire communale.
- d'une administration animée par le secrétaire général de la commune, sous l'autorité du président de l'assemblée populaire communale ; Les instances de la commune inscrivent leur action dans le cadre de la législation et de la réglementation en vigueur.

## 3. Le travail : la délibération pour prendre des décisions

### Section 5 Du régime des délibérations

#### **Art. 52.**

- L'assemblée populaire communale règle par délibération les affaires relevant de ses compétences.

## Module II : Gouvernance locale et décentralisation

### 1.2 – La bonne gouvernance

La gouvernance est une forme de pilotage avec plusieurs parties prenantes. Les décisions ne sont plus le fait d'un unique décideur (ou groupe de décideurs) omnipotent, mais bien le fruit de la concertation après avoir soigneusement pesé le pour et le contre, selon les différents intérêts des parties prenantes.

La bonne gouvernance repose sur quatre principes fondamentaux :

- la responsabilité,
- la transparence,
- l'Etat de droit,
- la participation.

La bonne gouvernance peut être schématiquement définie comme un processus visant à instaurer et à préserver les deniers et biens publics, à veiller sur les droits des citoyens et à respecter l'aspiration légitime des citoyens à un traitement égal.

La bonne gouvernance se mesure aussi par la capacité des dirigeants à poser des actes transparents et réguliers, de nature à satisfaire à la fois la légalité et les besoins légitimes des gouvernés.

La bonne gouvernance est une manière d'exercer le pouvoir et qui consiste à :

#### 1. La coordination des acteurs :

- Il s'agit non plus de « diriger » mais de « piloter ».
- Mobiliser et piloter les acteurs publics, privés et associatifs concernés.

#### 2. Diriger l'action vers des objectifs légitimes :

- Viser à atteindre les objectifs légitimement fixés avec une économie de moyens et en créant des relations durables, donc équitables, respectueuses et transparentes avec toutes les parties prenantes.
- Le faire de façon efficace, efficiente et durable.
- La gouvernance / les décisions des représentants se concentrent sur les objectifs à remplir : la politique publique et les services publics pour les citoyens.

#### 3. Participation et concertation :

- Concertation entre les acteurs privés et publics.
- La participation des citoyens est importante dans la définition des besoins, dans le processus de décision et l'évaluation des services publics.

#### 4. Les différents niveaux territoriaux de la gouvernance :

- Les différents niveaux territoriaux de la gouvernance sont : l'Etat, la Wilaya et la Commune.

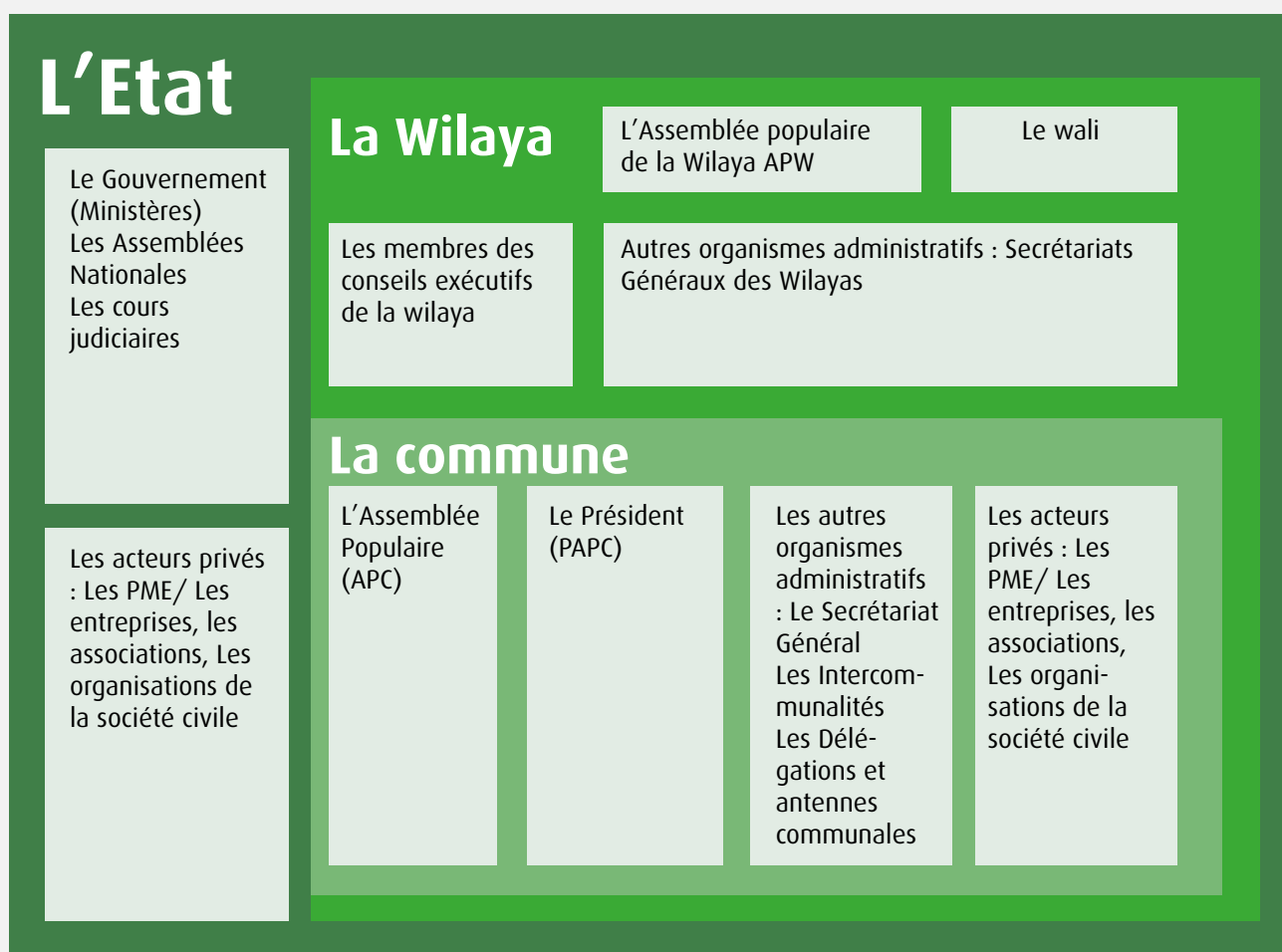


En conclusion, la bonne gouvernance locale est liée à la capacité des représentant(e)s élu(e)s à travailler en coordination avec une complexité d'acteurs dans :

- différents niveaux territoriaux
- les domaines privé et public
- au sein de votre institution et en bonnes relations avec d'autres institutions.

Un exemple de la complexité des acteurs qu'une représentante élue doit développer comme des alliés pour promouvoir des projets locaux.

## LES ACTEURS DE LA GOUVERNANCE



### 1.3 Décentralisation et déconcentration

#### Qu'est-ce que c'est la décentralisation ?

La Décentralisation est un mode de gestion qui œuvre à la répartition des compétences entre l'Etat central et les collectivités territoriales en vue de garantir le bien être aux populations.

C'est le transfert d'autorité et de responsabilités de fonctions publiques, de l'Administration centrale, vers les organisations gouvernementales subordonnées ou les collectivités locales.

### Responsabilités de fonctions publiques (compétences)

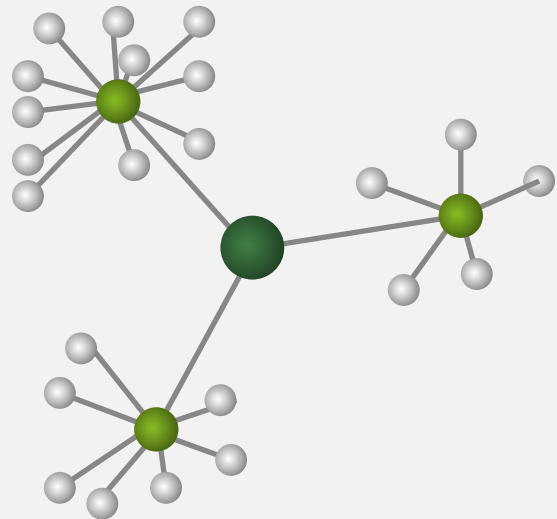
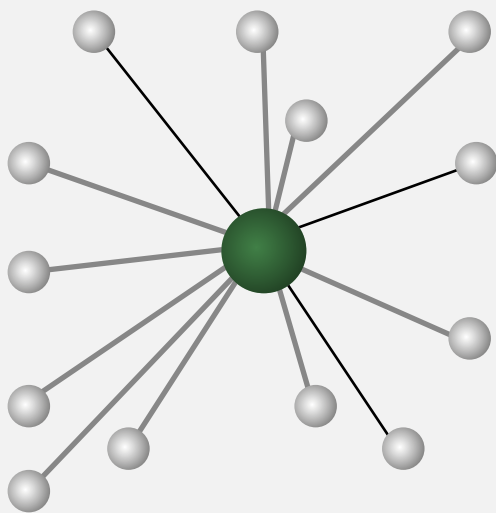
**Administration  
centrale**



**Administration Local  
(collectivités Locales)**

- Dans les textes de lois : l'Etat délègue des compétences importantes pour les collectivités territoriales, notamment les communes, en matière de gestion des services publics tels que : l'eau et l'assainissement, les déchets ménagers et industriels, les transports, l'aménagement du territoire, etc.
- En Algérie, l'Etat prône la décentralisation dans la Constitution. La décentralisation est pour une grande part le fruit de la volonté de l'Etat, qui estime le changement nécessaire en engageant d'importantes réformes.

### Centralisation et décentralisation



#### Pourquoi procède-t-on à la décentralisation ?

1. Pour l'approfondissement de la démocratie locale : La décentralisation est donc indissociable de la démocratie locale.
2. Pour l'appropriation par les populations de la gestion de leur espace de vie.
3. Pour refléter la diversité de la composition des collectivités locales.

### « Le processus de décentralisation consiste en un double mouvement :

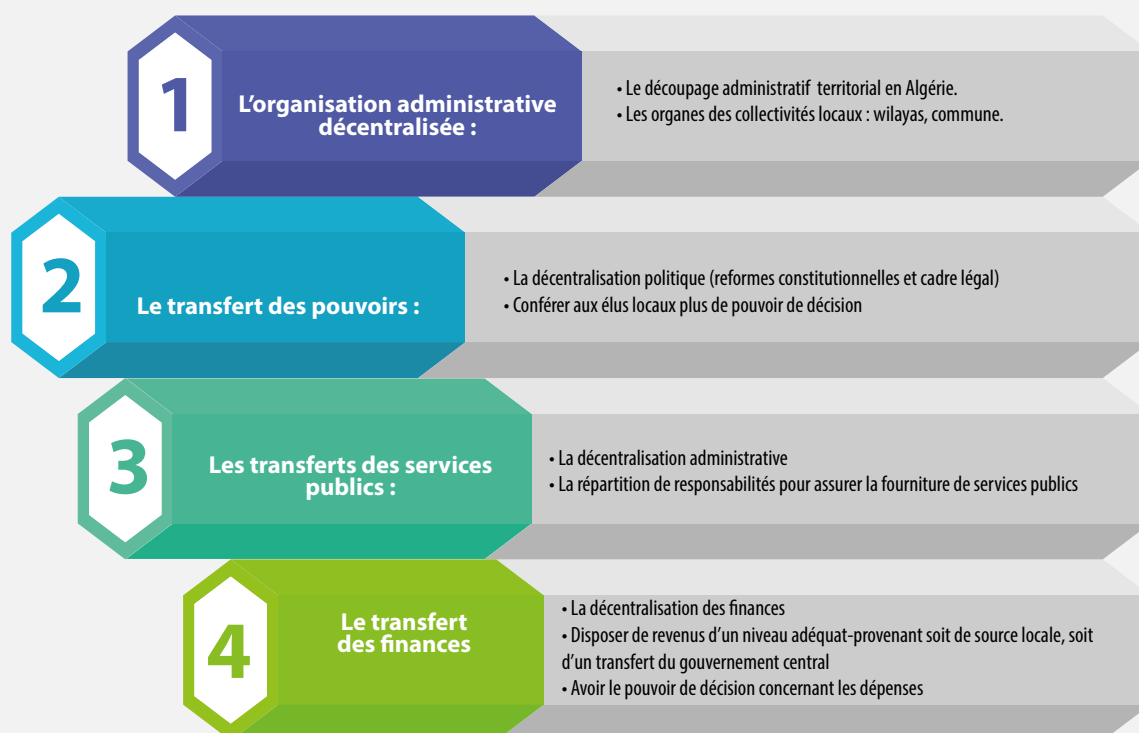
- 1) d'une part, redistribuer les compétences du haut vers le bas afin de régler les problèmes au niveau où ils se posent concrètement ;
- 2) d'autre part, rapprocher les citoyens de l'exercice des décisions touchant à leur avenir »

### Les piliers de la décentralisation<sup>4</sup>

La décentralisation est donc un processus qui commence par les réformes constitutionnelles et législatives et qui devrait se poursuivre au fil du temps. Chaque pays et société développe son propre modèle de décentralisation.

Le processus de décentralisation est basé sur au moins quatre piliers : l'organisation administrative territoriale (création des collectivités territoriales), la décentralisation politique, la décentralisation administrative et financière.

### ELEMENTS DU PROCESSUS DE DECENTRALISATION ?



La décentralisation politique (le transfert des pouvoirs) se base sur l'hypothèse que les décisions prises avec une plus grande participation des administrés sont bien fondées et répondent mieux aux besoins des intérêts divers de la société, que celles prises uniquement par les autorités politiques au niveau central. En plus, on suppose que la décentralisation politique permet aux citoyens de mieux connaître les élus locaux et permet aux élus de mieux connaître les besoins et les aspirations de leurs électeurs.

<sup>4</sup>P. Herzog, L'Economie à bras-le-corps. Initiation aux politiques économiques actuelles, Paris, Editions Sociales, 1982, p. 310

## Module II : Gouvernance locale et décentralisation

### Les étapes du processus de décentralisation :

Dans la décentralisation administrative :

- La décentralisation du système administratif consistant à permettre à une collectivité humaine (décentralisation territoriale) de s'administrer elle-même sous le contrôle de l'Etat, en étant dotée d'autorités et de ressources propres.
- La déconcentration : C'est une décentralisation fonctionnelle ou technique pour que les collectivités locales puissent gérer un service public ; mais ne disposent que d'une compétence d'attribution qui correspond à l'objet même du service public qui leur est transféré.

Institutions/ Autorités propres de Déconcentration	Institution / Autorités propres de Décentralisation
Direction Exécutive de wilaya	APW APC

### La déconcentration

La déconcentration, souvent considérée comme la forme la plus faible de la décentralisation et plus fréquemment utilisée dans les pays à gouvernement unitaire, refait une répartition de pouvoirs de décision, de responsabilités financières et de gestion entre les différents échelons du gouvernement central. Elle peut être simplement le transfert de responsabilités du gouvernement central à des fonctionnaires qui travaillent dans les régions, provinces ou districts, ou bien elle peut être la création d'une administration sur le terrain dotée d'un pouvoir fort, ou encore une entité administrative locale sous la supervision de ministères.

Selon la loi n° 12-07 du 21 février 2012 relative à la wilaya, « la wilaya est une collectivité territoriale de l'Etat. Elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle est également une circonscription administrative déconcentrée de l'Etat et constitue à ce titre l'espace de mise en œuvre solidaire des politiques publiques et de la concertation entre les collectivités territoriales et l'Etat » (Art.1 : 1, 2,3).

La wilaya dispose d'un territoire, d'un nom et d'un chef-lieu.

Selon la même loi, « La wilaya, en sa qualité de circonscription administrative, est chargée de l'action déconcentrée de l'Etat et contribue à la mise en œuvre des politiques publiques, dans le cadre défini de la répartition des compétences et des moyens de l'Etat, entre ses échelons centraux et territoriaux » (Art.4).

À l'image du Wali, les autorités déconcentrées sont nommées et révoquées par le pouvoir central.

Les autorités déconcentrées sont soumises au contrôle hiérarchique de l'État qui dispose à leur égard, d'une part, du pouvoir disciplinaire permettant la sanction, la suspension ou la révocation, et, d'autre part, du pouvoir d'approbation, d'annulation ou de substitution de leurs actes.

Selon la loi n° 11-10 du 22 juin 2011 relative à 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 » (Art.2).

En Algérie, la Daïra est la circonscription administrative qui représente la déconcentration. La Daïra est une subdivision de la wilaya dans l'administration territoriale algérienne.

Daïras (Circonscription Administrative)

**535**

Le chef de daïra nommé par décret présidentiel



## 2. Les collectivités territoriales en Algérie

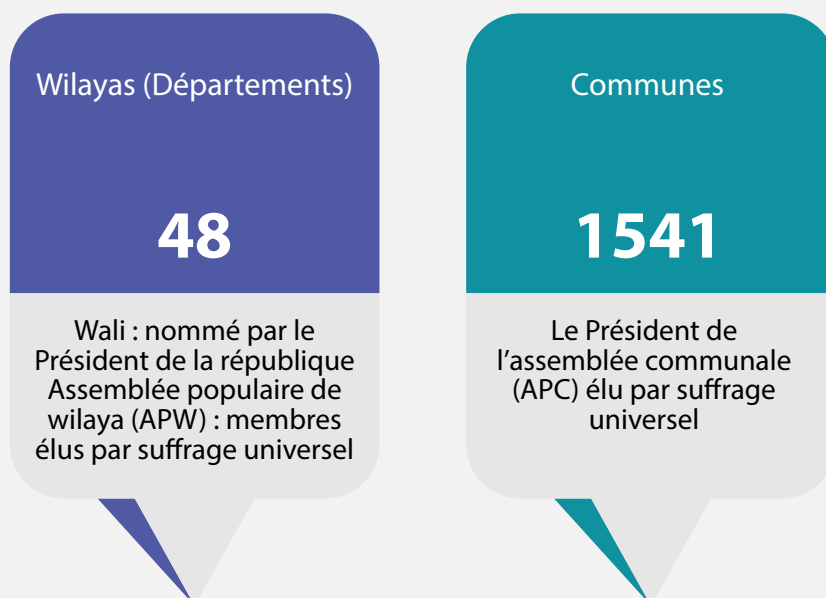
### 2.1 Les organes/institutions de la Commune/wilaya

L'organisation administrative décentralisée

#### Qu'est-ce qu'une collectivité territoriale ?

Les collectivités territoriales sont des structures administratives qui se doivent de prendre en charge les intérêts de la population d'un territoire précis.

### Les collectivités territoriales en Algérie et ses organes



Exemple 2- LA COLLECTIVITÉ TERRITORIALE : WILAYA[1]

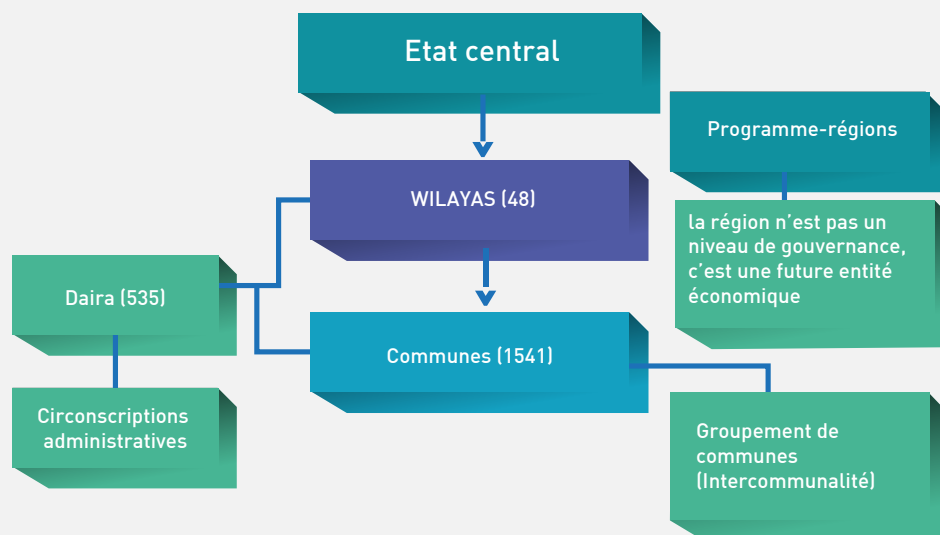
#### Article 1er.

- La wilaya est une collectivité territoriale de l'Etat. Elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle est également une circonscription administrative déconcentrée de l'Etat et constitue à ce titre l'espace de mise en œuvre solidaire des politiques publiques et de la concertation entre les collectivités territoriales et l'Etat. Elle concourt avec l'Etat à l'administration et à l'aménagement du territoire, au développement économique, social et culturel, à la protection de l'environnement ainsi qu'à la protection, la promotion et l'amélioration du cadre de vie des citoyens. Elle intervient dans tous les domaines de compétence qui lui sont dévolus par la loi. Sa devise est « par le peuple et pour le peuple ». Elle est créée par la loi.

#### Art. 2.

- La wilaya est dotée de deux organes : - l'Assemblée populaire de wilaya ; - le wali.

### Organigramme de l'Organisation Administrative et Territoriale en Algérie<sup>6</sup>



#### 2.2 Les compétences de la Commune/wilaya

- Les pouvoirs des collectivités locales sont les compétences.
- Par la décentralisation, l'Etat a transféré une partie de ses compétences aux collectivités territoriales.

### Exemple XX-. La répartition de compétences en France dans le domaine de la Formation et l'enseignement entre les différents niveaux territoriaux

	Régions	Départements	Secteur communal	Etat
Formation professionnelle, apprentissage	-Définition de la politique régionale et mise en œuvre			-Définition de la politique nationale et mise en oeuvre pour certains publics
Enseignement	-Lycées (bâtiments, TOS*)	-Collèges (bâtiments, TOS*)	-Ecoles (bâtiments)	-Universités (bâtiments, personnel)
				-Politique éducative

### Exemple 3-. Les compétences de la Commune (le cadre légal)

Titre II : Des compétences de la commune	103-124	19-22
Chapitre 1er : De l'aménagement et du développement.	107-112	19
Chapitre 2 : De l'urbanisme, des infrastructures et de l'équipement.	113-121	20-21
Chapitre 3 : De l'action de la commune en matière d'éducation, de protection sociale, de sport, de jeunesse, de culture, de loisirs et de tourisme.	122	21
Chapitre 4 : De l'hygiène, de la salubrité et de la voirie de la commune.	123-124	21-22

#### 2.3 La décentralisation administrative et financière

- La décentralisation administrative vise à refaire la répartition, à différents échelons de gouvernement, de responsabilités et de ressources financières, pour assurer la fourniture de services publics. C'est le transfert de responsabilité de la planification, du financement et de la gestion liée à certaines fonctions du gouvernement central et de ses organes vers des unités d'administration sur le terrain, des cellules ou niveaux subalternes de l'administration, des autorités publiques semi-autonomes, des communes ou des régions.
- La responsabilité financière est une composante fondamentale de la décentralisation. Pour que les administrations locales et les organisations privées puissent exercer de manière efficace les fonctions administratives décentralisées, elles doivent disposer de revenus d'un niveau adéquat – provenant soit de source locale, soit d'un transfert du gouvernement central – de même qu'elles doivent avoir le pouvoir de décision concernant les dépenses.



## Module II : Gouvernance locale et décentralisation

Pour les collectivités territoriales, la décentralisation des finances peut impliquer :

- autofinancement ou recouvrement de coûts en faisant payer les usagers pour les services fournis ;
- cofinancement ou arrangements de coproduction par lesquels les usagers participent à la fourniture des services et de l'infrastructure par des contributions financières ou de main-d'œuvre ;
- augmentation de recettes locales par les taxes sur les propriétés ou sur les ventes ou encore par les impôts indirects ;
- transferts inter-administrations qui envoient une portion des recettes générales des impôts perçus par le gouvernement central vers les administrations locales pour des besoins généraux ou spécifiques ;
- autorisations aux collectivités locales d'emprunter et mobilisation de ressources du gouvernement national ou local (moyennant des cautions).

Dans beaucoup de pays en développement, les administrations locales ou les unités de l'administration centrale ont le pouvoir de prélever des impôts mais leurs recettes fiscales sont si limitées et leur dépendance des subventions du gouvernement central si forte qu'aucune tentative n'est faite pour exercer ce pouvoir.

### Exemple 4- La décentralisation en Espagne : les wilayas ont différents niveaux de décentralisation financière

- Il est prévu que l'Etat transfère aux Communautés les fonds nécessaires pour financer les services et les activités étatiques qu'elles ont assumés.
- Le calcul des transferts répond à des facteurs tels que la démographie, la superficie, etc.
- Ces transferts de fonds se font en coordination avec le Trésor public et sur le principe de solidarité entre tous les Espagnols.
- Il existe deux systèmes de financement garantissant l'autonomie financière :
  - a) Le système général
  - b) Le système spécial pour deux Communautés autonomes (collectivité territoriale similaire à la wilaya) qui sont la Navarre et le Pays Basque.
- Le système spécial, permet que ces deux collectivités territoriales établissent et perçoivent la plupart des impôts puis transfèrent à l'Etat une somme au titre de participation aux frais généraux.
- Certaines Communautés ont réclamé plus de décentralisation financière, ce qui a conduit à différentes réformes du système général.
- Cette situation s'est traduite par l'introduction du concept de coresponsabilité fiscale dans la gestion de l'impôt sur le revenu et dans l'augmentation de la capacité réglementaire de la Communauté sur cet impôt.

#### 2. 4 L'intercommunalité : la collaboration entre collectivités territoriales

- La notion d'intercommunalité est définie par la loi.
- Elle permet à deux ou plusieurs communes de s'associer pour aménager ou développer en commun leurs territoires et gérer ou assurer ensemble des services publics de proximité.
- L'intercommunalité permet aux communes de mutualiser leurs moyens et de créer des services et établissements publics communs.

### Exemple 5- L'Intercommunalité dans le Code Communal.<sup>7</sup>

Cinquième partie : De la solidarité intercommunale et de l'intercommunalité	211-219	35-36
Chapitre 1er : De la solidarité financière intercommunale.	211-214	35
Chapitre 2 : L'intercommunalité.	215-219	35-36

7- CODE COMMUNAL. La loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 Juin 2011 relative à la commune.

### 3. Politiques publiques et gestion des services publics

#### IDEES CLES SUR LA DECENTRALISATION ET LA BONNE GOUVERNANCE LOCALE

1. La démocratie locale : participation.
2. Proximité de la décision-actions.
3. Rapprocher les citoyens de l'exercice des décisions : satisfaction des besoins des citoyens
4. L'appropriation par les populations de décisions locales.
5. Redistribuer les compétences du haut vers le bas
6. Efficacités dans l'action locale.
7. Respecter la diversité des collectivités locales

POLITIQUE PUBLIQUE LOCALES

SERVICES PUBLICS LOCAUX

#### 3.1 Le cycle des politiques publiques pour mettre en place un service public.

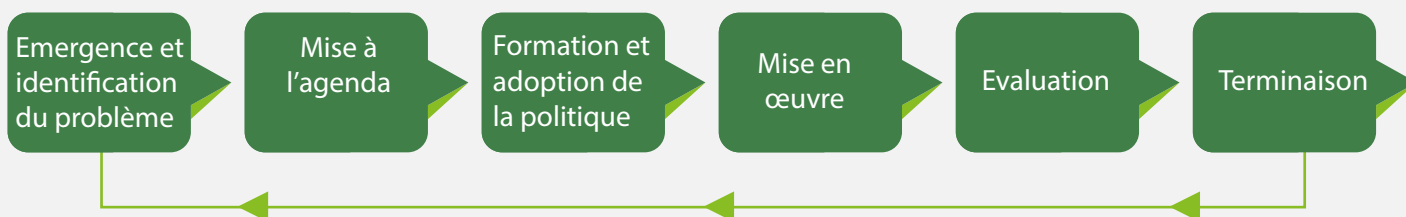
##### ✓ Comment se traduit l'action des collectivités territoriales ?

Les politiques publiques locales est le processus par lequel les gouvernements traduisent leur vision politique en programmes et actions locales pour offrir des «résultats» et régler les problèmes d'une collectivité.

Politique publique locale :

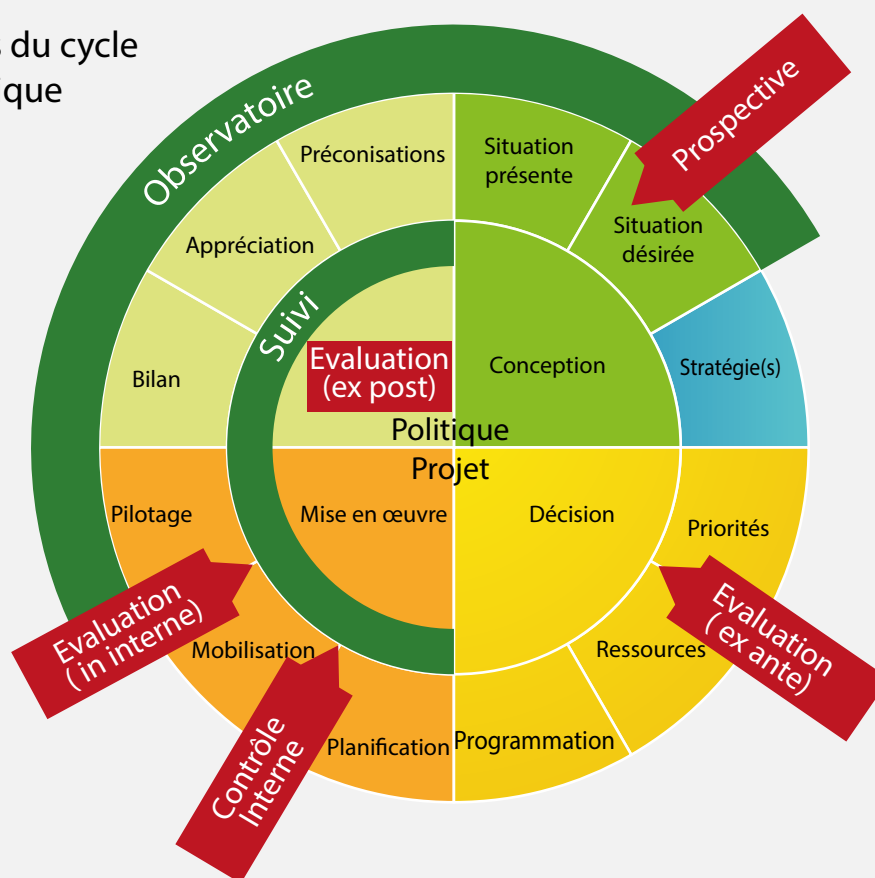
- La politique publique est un programme d'actions élaboré par les collectivités territoriales dans les limites de leurs compétences.
- C'est l'ensemble des actions que le gouvernement décide de faire ou de ne pas faire.

#### Les étapes du cycle de la politique publique



Cette schématisation du cycle d'une politique publique est une fiction, tant pour les analystes des politiques publiques que pour les évaluateurs. Les analystes savent que, bien souvent, ces séquences s'intercalent, se chevauchent, voire se superposent. On parle plutôt d'un cycle.

Les étapes du cycle de la politique publique



### Pour quoi on parle du cycle ?

- Cycle : du grec « kuklos » : « suite de phénomènes se renouvelant dans un ordre immuable sans discontinuité ».
- Appliquée au domaine de l'action publique, la notion de cycle constitue **l'ensemble des opérations nécessaires au déroulement d'une politique publique**.
- Le concept de cycle de politiques publiques est à replacer dans le cadre de l'analyse séquentielle des politiques publiques.
- ✓ **Quelques outils pratiques pour la formulation d'une politique publique :**
  - ✓ Définition des besoins des collectivités locales
  - ✓ Rapport d'établissement et/ou réunion de participation et concertation
  - ✓ Diagnostic territorial
  - ✓ Planification : cadre légal et financement. Plan d'actions et fiches de projets. Le Plan Communal de Développement (PCD).
- ✓ **Le rôle des représentants élus dans le cycle de formulation d'une politique publique :**
  - Leur mandat s'exerce principalement dans la Phase 1 (Conception) et la Phase 2 (Délibération et décision).
  - **Phase 1 :** Conception/Identification : Analyser les besoins et proposer une/des manières de les satisfaire. Méthode : Analyser la situation présente, décrire la situation désirée et proposer une/différentes stratégie(s).
  - **Phase 2 :** Décision : Cette phase dépend d'une bonne planification et délibération pour étudier les ressources disponibles, les priorités des actions et les contraintes pour prendre les décisions.
  - **Phase 3 :** (Implémentation) et **Phase 4** (Evaluation) sont à la charge de l'Administration et du pouvoir exécutif. Mais la représentante élue a un rôle important : assurer le suivi et le contrôle.
  - Dans l'implémentation (phase 3) ne pas oublier le soutien à long terme.
  - Dans l'évaluation (phase 4) : Appréciation systématique et objective d'un projet, d'un programme ou d'une politique, en cours ou finalisée, de sa conception, de sa mise en œuvre et de ses résultats. Le but est de déterminer la pertinence et l'accomplissement des objectifs, l'efficacité en matière de développement, l'efficacité, l'impact et la durabilité.
  - Une évaluation devrait fournir des informations crédibles et utiles permettant d'intégrer les leçons et le retour d'expérience dans le processus de décision pour proposer de nouvelles actions locales (le cycle commence).

Pour la planification et la mise en œuvre des politiques publiques locales, il faut tenir compte que la collectivité territoriale (commune ou wilaya) dispose des éléments suivants : du cadre institutionnel, des compétences pour prendre des décisions dans le domaine et des ressources financières nécessaires pour les mettre en œuvre.

### CADRE INSTITUTIONNEL :

- Organismes territoriales
- Ressources humaines: effectif global de fonctionnaires et agents importants
- Cadres et techniciens compétents en matière de gestion des services
- L'expertise en matière de la politique

### CADRE JURIDIQUE- COMPETENCES :

- Corpus juridique des lois et des règlements
- définir et clarifier les responsabilités des différents acteurs du développement
- Entre l'Etat et les collectivités locales
- Entre les collectivités locales proprement dite (Wilayas, commune)

### RESSOURCES FINANCIERS

- L'existence des recettes propres des collectivités locales
- Ou recours pour des dépenses de fonctionnement et de l'investissement

## 3.2 Services publics locaux

✓ La notion de service public local

Le service public est une activité d'intérêt général assurée par une entité publique (Etat, collectivité territoriale ou délégation ou concession).

### Que signifie l'Intérêt général local ?

- ✓ Il relève des compétences de la collectivité
- ✓ Il répond à une carence de l'initiative privée pour répondre aux besoins de la population
- ✓ Il assure le maintien des services nécessaires à la population en milieu rural

### Exemple 6-. Services Publics de la commune.

Troisième partie : De l'administration, des services publics et des biens communaux.	125-168	22-28
Titre I : De l'administration de la commune.	125-143	22-24
Chapitre 1er : Organisation de l'administration de la commune.	125-132	22-23
Chapitre 2 : Des délégations et des antennes communales.	133-138	23-24
Chapitre 3 : Des archives communales.	139-143	24
Titre II : De la responsabilité de la commune.	139-143	25
Titre III : Des services publics communaux.	149-168	25-28
Chapitre 1er : Des dispositions générales.	149-150	25-26
Chapitre 2 : De la régie communale.	151-152	26
Chapitre 3 : De l'établissement public communal.	153-154	26

## Module II : Gouvernance locale et décentralisation

### Comment assurer ce service ? (Mode de gestion)

Mode de gestion : Cette activité peut être exécutée directement ou indirectement par gestion déléguée.

### Qui peut assurer ce service ?

**PUBLIC**

**PRIVÉE**

**MIXTE**

### Exemple 7-. Des services publics communaux - Code Communal

#### TITRE III DES SERVICES PUBLICS COMMUNAUX Chapitre 1er Des dispositions générales

##### Art. 149.

— Sous réserve des dispositions légales applicables en la matière, la commune assure des services publics communaux visant la satisfaction des besoins de ses citoyens et la gestion de son patrimoine.

A ce titre, elle crée, outre les services d'administration générale, des services publics techniques pour prendre en charge, notamment :

- l'alimentation en eau potable et l'évacuation des eaux usées ; — les ordures ménagères et autres déchets ;
- l'entretien de la voirie et la signalisation routière ;
- l'éclairage public ;
- les halles, marchés et poids publics ;
- les parkings et aires de stationnement ;
- les fourrières ; — les transports collectifs ;
- les abattoirs communaux ;
- les services funéraires, l'aménagement et l'entretien des cimetières, y compris ceux des Chouhada ;
- les espaces de culture relevant de son patrimoine ;
- les espaces de sport et de loisirs relevant de son patrimoine ;
- les espaces verts.

### ✓ Les catégories des services publics

-Les services publics « de compétence des collectivités locales » : sont définis par la loi. Ce sont des services publics à caractère administratif, relevant de la collectivité territoriale elle-même

Exemples : archives, distribution de l'eau potable, assainissement, entretien des cimetières et pompes funèbres, déchets ménagers.

-Services publics « facultatifs » : les plans de développement locaux sont décidés en coordination avec des institutions de l'État et en équilibre entre l'initiative privée et l'intérêt local.

Exemples : les services culturels, sportifs, de loisirs, d'actions économiques (tourisme). De grandes possibilités s'offrent donc à la commune en matière de création de services publics.

-Les services publics « avec gratuité pour l'utilisateur » : Ce sont des services publics gratuits, pour lesquels le citoyen ne doit pas payer un prix (par exemple, l'enseignement primaire).

-Les services publics « avec rémunération partielle sur l'utilisateur » : Ce sont des services publics qui exigent le paiement d'une redevance ou d'un prix public pour leur utilisation (par exemple, l'entrée d'une piscine publique ou d'un théâtre public).

La gratuité d'un service public dépend de la nature même du service publique en question et d'autres facteurs tels



que le mode de gestion. Ainsi, lorsque la gestion d'un service public est privée, il y a normalement un prix pour l'utilisation de ce service (par exemple, l'entrée d'un parking public) car le service doit être rentable pour la société gestionnaire. Autrement, le secteur privé n'aurait aucun intérêt à offrir ce service aux citoyens à la place de la commune ou de l'état.

En conclusion, le service public n'est pas gratuit dans tous les cas, bien qu'il soit normalement réglementé par les prix publics et que sa qualité soit supervisée par l'administration publique.

Services publics locaux :	
Services publics de compétence communal	Services publics facultatifs
Services avec gratuité pour l'utilisateur	Services avec rémunération partielle sur l'utilisateur

### ✓ Les services publics locaux en Algérie : le code communal

Les contrats de gestion par gestion déléguée à des entités privées : Ces contrats doivent suivre les procédures et dispositions de passation des marchés publics.

Ces dispositions soumettent tout un plan de la gestion des collectivités publiques à des règles de publicité et de transparence renforcées.

Institution du principe de la concurrence libre et de la transparence dans les procédures de délégation en privilégiant le recours à l'appel d'offres dans le choix des délégataires.

La passation d'une délégation de service public passe par plusieurs étapes, par exemple :

- Délibération de l'institution en public.
- Procédure de publicité et ouverture des offres concurrentes.
- Examen de garanties professionnelles et financières.
- Détermination de la durée de la délégation ou concession.

Processus d'améliorations dans le management des services publics en Algérie en termes de régulation : la régulation par l'élaboration des lois et des règlements.

Ouverture du marché des services publics au partenariat public/ privé.

Institution de nombreux conseils et organes de régulation sous forme d'autorités administratives indépendantes ou d'agences dans les principaux secteurs (énergie, eau, transports).

### Exemple 11-. Des services publics communaux - Code Communal.

« Modes de gestion du service public dans notre commune »

Un exemple de concession pour le traitement des déchets ménagers (les déchets : recycler ou éliminer le déchet) dans une commune en France.

### Confusions à éviter

- ✓ Un service public est toujours gratuit : le service public n'est pas gratuit dans tous les cas. La gratuité d'un service public dépend de la nature même du service public en question et d'autres facteurs tels que le mode de gestion.
- ✓ Un service public est toujours délivré par un organisme public : Un service public peut être rendu par des entreprises privées ou des associations.
- ✓ Un service public local est utilisé par une seule autorité locale : le service public peut être partagé par différentes communes (intercommunalité).
- ✓ Le service public est nécessairement monopolistique.
- ✓ Toutes les politiques publiques visent à rendre des services publics.
- ✓ Le service public n'est pas nécessairement un service qui a pour but de donner des prestations directes aux citoyens (ex. le collecté des impôts).
- ✓ Les citoyens reçoivent les services publics parce qu'ils paient des impôts.

### 3.3 Les modes de gestion des services publics au niveau local

Il existe une liberté de choix du mode de gestion pour l'ensemble des services publics entre :

- La gestion directe et la gestion en établissement public (régie dotée de la personnalité morale).
- La gestion déléguée.

#### Exemple 8-. Liberté de choix dans le Code Communal .<sup>8</sup>

**Art. 151.**

— La commune peut exploiter directement ses services publics sous forme de régie.

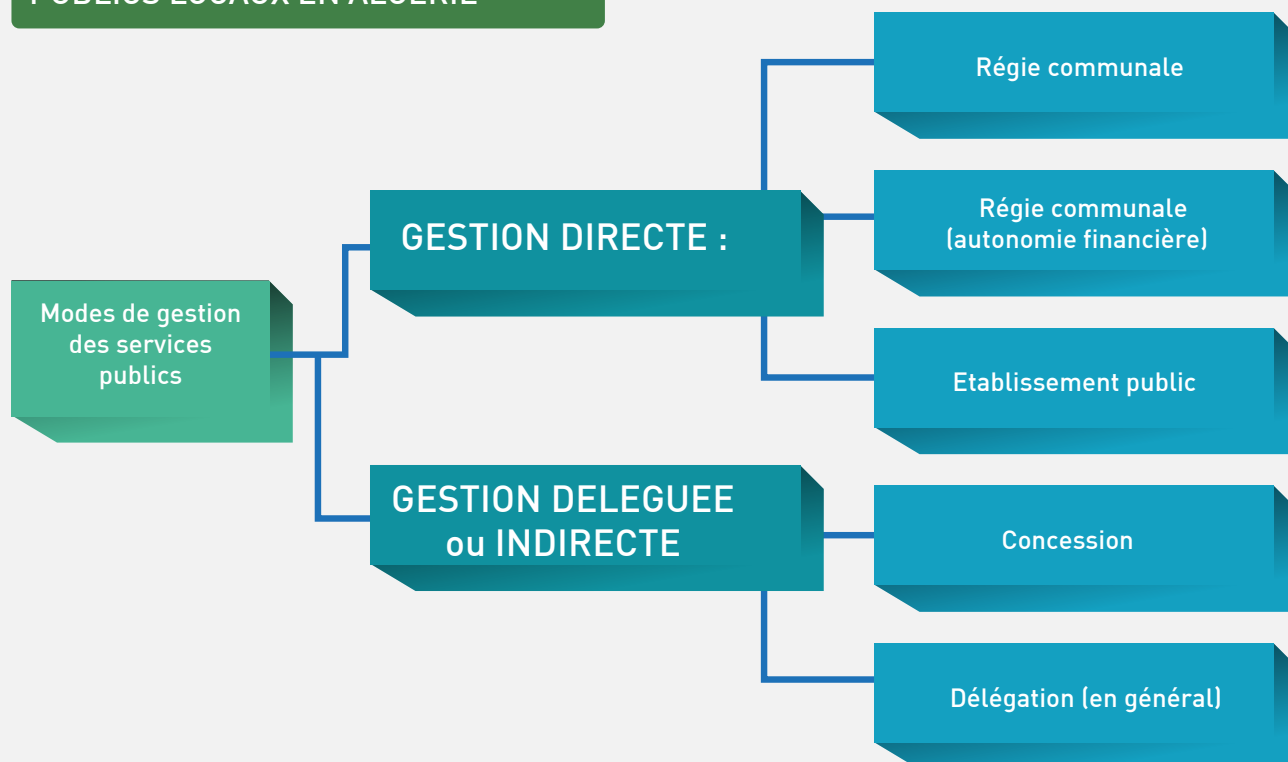
**Art. 150.**

- La commune peut décider que certains services publics, exploités en régie, bénéficient d'un budget autonome.

**Art. 156.**

— La commune peut déléguer par contrat, programme ou marché de commande la gestion des services publics prévus

#### MODES DE GESTION DES SERVICES PUBLICS LOCAUX EN ALGERIE



8- CODE COMMUNAL. La loi n° 11-10 du 20 Rajab 1432 correspondant au 22 Juin 2011 relative à la commune.

## ✓ La gestion des services publics par des organismes publics :

### La gestion directe

La gestion directe signifie que la collectivité exerce elle-même le service, avec ses moyens propres.

– La gestion directe peut être effectuée :

- 1) Sans création d'une entité propre et relever du budget général (régie communale).
- 2) Soit sous forme d'une régie dotée de l'autonomie financière.
- 3) Soit par le biais d'une entité dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière (Etablissement public).

### Exemple 9-. Les différents modes de Gestion Directe dans le Code Communal.

#### Chapitre 2 De la régie communale

##### **Art. 151.**

- La commune peut exploiter directement ses services publics sous forme de régie. Les recettes et les dépenses de la régie sont portées au budget communal. Elles sont effectuées par le trésorier communal, selon les règles de la comptabilité publique.

##### **Art. 152.**

- La commune peut décider que certains services publics, exploités en régie, bénéficient d'un budget autonome.

### Exemple 9-. Les différents modes de Gestion Directe dans le Code Communal.

#### Chapitre 3 De l'établissement public communal

##### **Art. 153.**

- Pour la gestion de ses services publics, la commune peut créer des établissements publics communaux dotés de la personnalité morale et de l'autonomie financière.

##### **Art. 154.**

- Les établissements publics communaux sont à caractère administratif ou industriel et commercial. L'établissement public communal industriel et commercial doit équilibrer ses dépenses avec ses recettes. Les règles d'organisation et de fonctionnement des établissements publics communaux sont fixées par voie réglementaire.

### ✓ La gestion des services publics par des personnes privées

#### La gestion déléguée ou indirecte (Privée ou publique)

- Confier à un prestataire extérieur, avec différentes formules juridiques qui dépendent notamment de la nature du prestataire et de ses liens avec la collectivité (public ou privé, autonome ou dépendant du donneur d'ordre, etc.).
- Un service public peut être délégué à une entité privée (société commerciale, association, groupement d'intérêt économique), à un organisme mixte (société d'économie mixte locale, groupement d'intérêt public) ou à un organisme public (établissement public, régie communale ou intercommunale pour le compte de collectivités autres que celles de rattachement)
- Ce mode de gestion permet à la collectivité de confier à une entreprise l'exécution du service tout en conservant la maîtrise de celui-ci.

La délégation d'un service public : un contrat (une convention) précisant la mission prise en charge par le prestataire et la contrepartie par la collectivité ;

#### La délégation en général :

- ✓ Une délégation de service public est un mandat par lequel une personne publique (le délégant) confie la gestion d'un service public dont elle a la responsabilité, à un délégataire public ou privé, dont la rémunération est substantiellement liée aux résultats de l'exploitation.
- ✓ Le délégataire peut être chargé de construire des ouvrages ou d'acquérir des biens nécessaires au service.
- ✓ Le Code Communal permet la délégation par contrat, programme ou marché de commandes.
- ✓ C'est un acte administratif des collectivités soumis au code légal public.

#### La concession (à durée déterminée)

- ✓ Pendant toute la durée de la concession, le concessionnaire exploite le service « à ses risques et périls», en assumant à ses frais : la gestion et la rémunération du personnel, l'entretien et le renouvellement des infrastructures et des équipements...
- ✓ En échange, il est rémunéré par la perception directe de redevances sur les usagers, redevances qui doivent couvrir les intérêts et l'amortissement du capital engagé, ainsi que de dégager un bénéfice net pour le concessionnaire.
- ✓ La concession est souvent à la fois une concession de travaux et de service public : le concessionnaire est chargé de construire l'ouvrage et d'exploiter le service lié à l'ouvrage.
- ✓ C'est donc un moyen pour la communauté de faire financer l'équipement et le service par le délégataire qui se rémunère sur les usagers.
- ✓ Selon le Code Communal, la concession obéit à un cahier des charges-type fixé par voie réglementaire.

### Exemple 10-. La Gestion Indirecte dans le Code Communal

#### Chapitre 4. De la concession et de la délégation de services publics (art. 155- 156)

##### **Art. 155.**

- Les services publics communaux visés à l'article 149 ci-dessus peuvent être concédés, conformément à la réglementation en vigueur.  
La concession obéit à un cahier des charges-type fixé par voie réglementaire.

##### **Art. 156.**

- La commune peut déléguer par contrat, programme ou marché de commande la gestion des services publics prévus à l'article 149 ci-dessus, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur.

## La communication publique et la communication de crise

### Introduction

#### 1. La communication publique

- ✓ Définitions
- ✓ Règles et principes de la communication
- ✓ Les obstacles à la communication
- ✓ Le parcours de la communication et la perte des données
- ✓ Comment réussir sa communication ?
- ✓ L'impact de la présentation dans la communication
- ✓ L'écoute active

#### 2. La communication de crise

- ✓ Définition
- ✓ Les étapes de la communication de crise
- ✓ Les défis de la communication de crise
- ✓ Environnement de la communication en temps de crise
- ✓ Les mesures à prendre en temps de crise

#### 3 . Les représentants politiques, les médias et les réseaux sociaux

- ✓ Comment s'adresser aux médias ?
- ✓ Les réseaux sociaux
- ✓ Les réseaux sociaux et les médias
- ✓ L'utilisation des réseaux sociaux par les médias espagnols

### Introduction

La communication est un exercice sensible dans la vie et le travail d'une élue. Connaître les bases de la communication et maîtriser ses techniques et ses outils peuvent s'avérer des atouts considérables pour la promotion d'idées politiques, d'un projet de société ou tout simplement pour s'adresser de manière percutante et efficace aux citoyens sur des sujets qui les impactent quotidiennement.

En Algérie, l'ouverture du paysage médiatique après la réforme de 1990 a donné naissance à une multitude de titres de la presse quotidienne, hebdomadaire et mensuelle qui a permis à tous les courants de la société de s'exprimer et aux citoyens de s'informer. Plus récemment, de nouvelles chaînes de télévisions privées et le boom de l'internet et des réseaux sociaux ont bouleversé le paysage médiatique algérien. Les citoyens disposent désormais d'une multitude de canaux qui leur permettent d'être informés en temps réel sur tout ce qui se passe dans leur commune, à travers le pays et dans le monde.

Tous ces moyens considérables de communication peuvent être une opportunité ou une menace pour une élue. Le présent module permettra à l'élue d'acquérir des notions de base de la communication publique et de la communication de crise afin de mieux investir les médias et d'en faire un outil efficace de la gouvernance.

### 1 - La communication publique

#### ✓ Définitions :

La communication peut être définie de plusieurs manières :

La communication est l'art de parler et de discuter. Lorsque l'on communique, on doit capter l'attention et donner envie à ceux qui sont en face de nous écouter. C'est un processus intervenant entre personnes où il est question de se centrer sur l'autre et demander à l'autre de se centrer sur soi.

La communication se base sur des échanges d'idées entre personnes qui peuvent avoir différentes sensibilités, dans le but de se comprendre et ou de réaliser quelque chose en commun. C'est aussi la capacité de sortir de « soi-même » avec l'objectif de produire une rencontre avec l'autre.

La communication est une activité essentielle et nécessaire dans la vie de l'être humain. Grâce à elle, nous pouvons communiquer nos idées, nos pensées, nos sentiments, nos désirs et nos besoins. Elle nous permet de nous relier avec les autres et avec l'environnement.

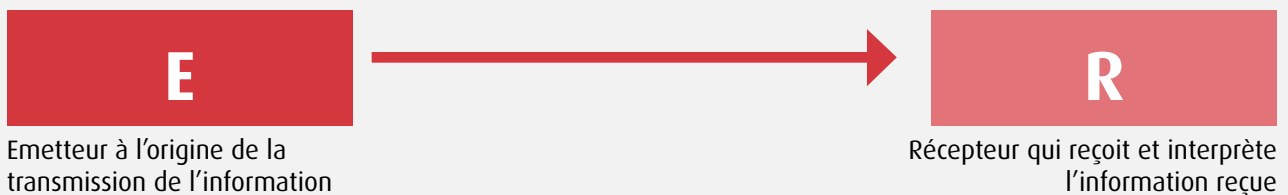
Dans certaines situations, des personnes peuvent s'exprimer avec des signes verbaux ou non-verbaux, avec l'intention d'avoir une certaine influence sur le comportement des autres.

#### ✓ Les règles et principes de la communication

L'humain est un être social qui a besoin de communiquer tout le temps et en toutes circonstances. Cependant, communiquer comporte aussi des risques, comme celui de ne pas être compris ou mal compris. Dans l'acte de communiquer, il est impératif d'être vigilant sur le contenu du message et la manière avec laquelle il est transmis. Communiquer pour construire des ponts

- Intellectuels
- Emotionnels
- Ethiques

#### Communiquer signifie aussi se connecter avec l'autre



#### ✓ Les obstacles à la communication

Le processus de la communication peut être affecté par des obstacles et des barrières qui empêchent la transmission et la compréhension du message. Parmi les obstacles les plus courants en communication, on peut citer :

- Les barrières physiques : l'espace, la distance, les cloisons peuvent empêcher ou atténuer la transmission des ondes sonores qui composent le message.

- Les barrières sonores : le bruit, les sons élevés, les cris peuvent affecter le processus de communication.
- Les barrières sémantiques : les mots et les expressions utilisés n'ont pas forcément la même signification pour tout le monde. La compréhension est donc conditionnée par le contexte et la culture dans laquelle la langue est utilisée. Ce contexte peut varier d'une région à une autre, ou d'un pays à un autre.
- Les barrières psychologiques :
  - o Les filtres.
  - o La lecture de la pensée.
  - o La généralisation.
  - o La projection.
  - o La personnalisation.
  - o Les stéréotypes.
  - o La distraction.

### Important :

- Ce que je dis et ce que je veux dire ne représentent pas forcément la même chose.
- Dans le processus de communication, des données peuvent se perdre entre ce que je dis et ce que les autres comprennent.
- L'information peut être également diluée entre ce qu'on comprend et ce qui est interprété par le récepteur.
- Évitez les rumeurs.
  - Le parcours de la communication et la perte des données
  - L'émetteur a une idée, un message (100%)
  - L'expéditeur codifie son message (80%)
  - L'expéditeur envoie le message en utilisant un canal auditif ou visuel (70%)
  - Le récepteur reçoit, décode et interprète le message (60%)
  - Le récepteur produit une réponse et l'envoie à l'émetteur (50%) feed-back

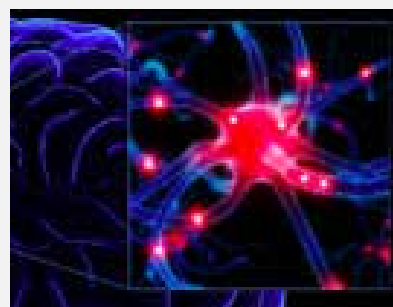
Lorsque l'on voyage, on est amenés à faire des pauses. C'est aussi le cas dans un processus de communication qui peut être assimilé à un « voyage » où :

- Les freins sont nécessaires pour s'arrêter
- La marche-arrière pour revenir à l'essentiel
- La nécessité de retrouver le fil rouge

Il faut aussi tenir compte du fait que la capacité de mémoire d'une personne est inférieure à 30%.

Cette prédisposition physiologique nous oblige, en tant qu'émetteurs d'un message à :

- Sélectionner les mots adéquats
  - Choisir les points essentiels
  - Utiliser le feed-back pour assurer la bonne compréhension et mémorisation
- Ton attention doit se concentrer sur l'audience



**IMPORTANT :** Soyez un expert en identifiant les caractéristiques de l'audience et ses besoins.

### ✓ Comment réussir sa communication ?

Pour aboutir à une communication réussie, utilisez : Un sujet – un verbe et un complément.

Ces trois éléments sont la garantie d'une communication cohérente. Lorsque vous communiquez, exprimez votre message en une seule phrase, et en même temps inspirez un changement chez l'audience.

Le pire péché est de passer tout le temps disponible. Finis toujours avant l'heure convenue.



## Module III : La communication publique et la communication de crise



- Familiarisez-vous avec l'espace et la technologie. Arrive un peu à l'avance pour connaître la salle et les moyens techniques, et avec qui vous allez communiquer.
- Rappelez-vous une règle : «Peu et important » et mieux que «beaucoup et banal».
- Sélectionnez les idées principales pour vos interlocuteurs.
- Utilisez des affirmations pour exprimer vos idées. Exemple: au lieu de parler de «problèmes» parlez d'«objectifs» ou de «défis».
- Faites que vos messages soient tangibles et capturez l'attention de votre audience. Utilisez le langage corporel.

### ✓ L'impact de la présentation dans la communication

- Visage/langage corporel : 55%
- Ton de la voix : 38%
- Les mots : 7%

### Les éléments qui caractérisent le langage non-verbal :

- L'expression du visage, les yeux, le sourire, la posture du corps, les gestes, la proximité, l'apparence personnelle.
- Les éléments paralinguistiques sont le volume, le ton, la fluidité et la rapidité de nos paroles.

### Alors :

- Exprimez-vous avec vos yeux.
- Utilisez vos mains proprement quand vous parlez.
- Faites attention à ce que vous touchez ! (stylo, etc.)
- Il y a des gestes qui trahissent une impatience.
- Maintenez un contact visuel, mais contrôlez votre regard.
- Contrôlez l'expression de votre visage.
- Souriez, mais pas trop !
- Rappelez-vous que vos mouvements vous dévoilent/trahissent.



### ✓ L'écoute active

C'est l'effort d'écouter tout le message en montrant à l'expéditeur ce que nous avons compris à travers la répétition. Il s'agit de paraphraser ce que l'expéditeur nous raconte.

Les qualités de l'écoute active :

- Communiquer versus informer.
- Paraphraser permet de surmonter les obstacles de la communication.
- Attitude active des deux acteurs impliqués.

### Comment améliorer l'écoute active :

- Environnement agréable.
- Attitude positive. Ne pas juger ce que l'on entend.
- Pas de hâte.
- De la concentration.
- Ne pas deviner ni avancer des conclusions.
- Faire des résumés de temps en temps.
- Demander.
- Prendre des notes.

« Seul le bon écouteur (celui qui sait écouter) est un bon communicateur »



## 2 - La communication de crise

Durant l'exercice de son mandat, l'élue pourrait être appelée à faire face à des situations de crise, pouvant déboucher sur des troubles ou des incidents graves. Face à la multiplication des canaux de communication et à l'influence des médias de masse, l'élue doit se préparer à communiquer en période de crise afin d'en atténuer l'impact et se prémunir de débordements incontrôlables.

L'élue doit également mettre en place des outils de veille qui peuvent l'aider à prévenir la survenance d'une crise.

### ✓ Définition

#### Qu'est-ce que la communication en temps de crise ?

C'est un processus interactif d'échange d'informations sur une situation de crise entre les gestionnaires et toutes les parties prenantes, afin d'améliorer la prise de décision collective et individuelle pour en atténuer les conséquences sur la population (informer pour rassurer, prévenir des débordements, sauver des vies, circonscrire les dégâts, etc.).



### ✓ Les étapes de la communication de crise

En temps de crise, l'élue doit disposer de tous les éléments d'informations qui lui permettront de l'évaluer, d'analyser les causes, de gérer les conséquences et de mettre en place sa communication de crise.

### ✓ Les défis de la communication de crise :

Lorsqu'une crise survient, une bonne connaissance de la cible et de ses valeurs et le choix des messages sont importants pour une communication de crise efficace. Dans ce cas, l'élue ou le responsable doit s'attendre à faire face aux défis suivants :

- Comment atteindre l'audience-cible : pour faire en sorte que la crise et les risques associés soient compréhensibles, il est nécessaire d'utiliser de messages avec un langage clair, transparent et accessible à toutes les couches de la population quel que soit le niveau d'éducation.
- Comment respecter les valeurs de l'audience qui est associée à la crise : En affichant une transparence et une disponibilité totales, à travers une information continue sur la crise tout au long de sa survenue.
- Comment anticiper la réponse de l'audience à la communication de crise : à travers la mise en place d'une cellule de veille qui recueille toutes les informations sur l'état d'esprit de la population et mesure l'impact de la communication sur leur comportement.
- La communication de crise est un domaine académique complexe et interdisciplinaire : il nécessite la mobilisation et l'intervention de plusieurs acteurs afin d'expliquer la situation et rassurer les populations. Dans ces cas, les communicants peuvent servir à mettre à la disposition des élus et responsables de tous les outils et vecteurs nécessaires (médias, réseaux sociaux, internet, conférences et communiqués de presse, etc.) tout en prenant soin de bien préparer les éléments de langage (messages et mots-clés) adéquats à la gestion de la crise.

### ✓ L'environnement de la communication en temps de crise

Quand une crise survient, l'environnement peut être complètement chamboulé et le fonctionnement des institutions perturbé. Pour bien gérer une crise, l'élue doit connaître de quoi sont fait l'atmosphère et l'environnement de la crise dans laquelle il se trouve.

## 1. Les incertitudes

Comme les crises sont souvent des situations imprévisibles, particulièrement dans les premiers moments, l'élue doit disposer de tous les éléments d'information de manière à pouvoir répondre aux inquiétudes, choisir les éléments de langage et mettre en place sa communication.

En fonction de l'évolution de la crise et du feedback de la population remonté par la cellule de veille, l'information

aux citoyens doit être ajustée pour être en adéquation avec la situation nouvelle. Dans tous les cas de figure, la transparence de l'information est un élément-clé de la réussite d'une communication de crise, d'autant plus que les citoyens disposent aujourd'hui de tous les moyens pour vérifier sur le terrain, la véracité de l'information donnée. Si la crise et sa communication ne sont pas gérées correctement, cela peut aggraver l'atmosphère d'incertitude avec toutes les conséquences que cela peut engendrer, dont les plus sérieuses sont :

- La circulation des rumeurs consécutive à une mauvaise circulation de l'information : La rumeur est l'ennemi numéro un de la communication de crise. Alimenter la population et informations et un bon usage des médias et canaux de diffusion en continu peut limiter les effets des rumeurs sur la population.
- La confiance des citoyens est un capital précieux d'une grande valeur qu'il faut préserver à tout prix : Donner une fausse information, laisser les citoyens livrés à eux-mêmes peuvent sérieusement amener à une perte de confiance qu'il sera très difficile de rattraper par la suite.

**IMPORTANT :** Il faut gérer l'incertitude en priorité lors du planning des activités de communication crise.

### 2. L'anxiété

Dans un environnement de crise et d'incertitudes, l'anxiété augmente, en particulier en l'absence d'informations. Il est donc nécessaire de mettre en place une communication de crise dès que celle-ci survient afin d'éviter d'aggraver les effets de la crise qui peuvent prendre des proportions imprévisibles.

En l'absence d'informations et d'une communication qui rassure de la part des responsables, la réaction à l'anxiété peut aboutir à une réponse disproportionnée (ex : arrêter d'aller travailler, de voyager, discrimination envers certains groupes, éviter quelques aliments basiques, etc.).

La communication de crise permet donc d'éviter «une prise de panique» parmi la population qui peut avoir des conséquences graves. Outre le fait qu'elle rassure les citoyens, une bonne stratégie de communication permet de mobiliser la population et de créer une synergie avec les responsables et les autorités locales pour faire face à la crise et à ses conséquences.

**ATTENTION :** Quand les autorités sont mal ou pas préparées à gérer des crises, elles peuvent elles aussi souffrir de «la peur à la peur», et refuser à communiquer par crainte d'exacerber un trouble social disproportionné.

### 3. La circulation de l'information

L'incertitude et l'anxiété font souvent que les crises deviennent des événements de large couverture par les médias. Quand des crises sont suivies et alimentées par des polémiques, comme c'est souvent le cas, elles peuvent prendre une «dimension politique».

Parmi les facteurs aggravants d'une crise, on cite la mauvaise diffusion de l'information de la part des autorités aux médias. Dans la plupart des cas, les décisions prises dans les premiers moments de la crise ne sont souvent pas suivies d'une information adéquate, ce qui provoque l'incompréhension, la confusion et la colère des citoyens. Les médias trouvent ainsi une opportunité d'augmenter leur taux d'audience et se chargent de relayer la colère de la rue, avec tous les risques de désinformation que cela comporte.

**IMPORTANT :** Une bonne stratégie de communication, mise en place dès les premiers moments de la crise permet un contrôle des «orages de la désinformation» en laissant peu de place aux rumeurs.

### 4. L'impact de la crise

L'impact d'une crise est souvent assimilé à celui d'une tempête suivie de dégâts dans la zone/région touchée par la crise et de dommages collatéraux sur une zone plus large (impact économique négatif, turbulences sociales, soulèvement politique, etc.).

Exemple : La grippe aviaire a tué 800 personnes dans le monde en 2003 mais les pertes économiques ont été estimées à 30 milliards de dollars.

**IMPORTANT :** Une bonne stratégie de communication est la clé pour éviter ou limiter les répercussions indirectes et l'extension d'une crise.

#### ✓ Les mesures à prendre en temps de crise

Ou comment contrôler une urgence avec une stratégie de communication adéquate.





## 1. Gagner de la confiance

Lorsque survient une crise, la communication doit être déployée de façon à construire, maintenir et restaurer la confiance entre responsables et citoyens.

**Ce que les citoyens attendent des autorités en temps de crise :**

- **La réactivité** : Une réaction immédiate pour **protéger** les personnes affectées (pour des raisons de santé ou de survie très évidentes) et circonscrire le périmètre de la crise.
- **La transparence** : Informer les citoyens sur l'ampleur de la crise, son périmètre et les mesures prises pour y faire face. (**honnêteté**).
- **La mobilisation** : Disposer des moyens humains et matériels pour gérer l'urgence et atténuer son impact (compétences).

**IMPORTANT** : Si quelques-uns de ces éléments **ne sont pas réunis**, la confiance est en **danger**, et cela pourrait sérieusement altérer **les rapports futurs entre responsables et citoyens**. Car si la confiance est perdue, la source de l'information perd toute crédibilité et les citoyens ne croiront plus au contenu du message des autorités.

La confiance est «**la monnaie**» ou le «**capital**» que l'on cumule et on met en réserve pour les temps de crise. C'est cette «monnaie» qu'on dépense pendant une crise. Idéalement, cette monnaie devrait être **cumulée par les autorités avant les situations d'urgence**.

## 2. L'annonce précoce d'une situation de crise

Annoncer une crise ou d'une situation d'urgence dans les premiers moments et informer les citoyens sur sa nature, sa localisation exacte, les dégâts occasionnés ou qui pourraient en découler est une attitude susceptible de créer un climat de confiance entre citoyens et responsables. C'est une preuve de la mobilisation des responsables pour faire face à la crise.

Ce comportement rassurant va susciter une mobilisation citoyenne aux côtés des autorités afin de réduire les incidences de la crise et encourager la remontée d'informations du citoyen vers les autorités. Du côté des responsables, cette attitude va renforcer leur leadership et leur crédibilité tout en les protégeant des « orages de la désinformation » qui sont souvent le fruit d'un vide de l'information vers le citoyen.

**Comment faire une annonce de crise ou de situation d'urgence :**

Pour réussir une communication en temps de crise, l'application de certains principes de base est nécessaire :

- **Délivrer l'information rapidement** : C'est le premier réflexe à adopter. Plus la vérité sur la situation de crise est cachée, plus la situation est préoccupante pour les citoyens. Rappelez-vous, la transparence et l'information renforcent la confiance des citoyens vers les responsables et permettent de se prémunir des ravages de la désinformation et de la rumeur.
- **Rassurer convenablement** : Ne pas rassurer en excès si ceci n'est pas justifié ou nécessaire car cela est susceptible de créer de la suspicion. Maintenir la population informée sur l'évolution de la situation et un début de retour à la normale est une attitude rassurante.

## Module III : La communication publique et la communication de crise

• **Évaluer la qualité de l'information** : Expliquer clairement que l'information délivrée précocement est susceptible de changer, en fonction de l'évolution de la situation ou la survenue de nouveaux événements.

### 3. La transparence

La transparence est l'une des clés de la réussite d'une communication, en particulier en période de crise. La transparence aide à construire la confiance entre responsables et citoyens. Cacher des informations, manipuler des faits pour éviter que la vérité ne soit connue, communiquer en retard ou de façon mal appropriée, participent à abîmer la confiance avec les citoyens.

En période de crise, il est impératif de jouer l'ouverture et la transparence totale, de tenir la population et informer les citoyens de l'évolution de la crise. Si dans certaines situations, les responsables sont tenus de ne pas diffuser certains détails (pour ne pas gêner une enquête par exemple), ils doivent par la suite expliquer les raisons de ce silence.

Quand la confiance est perdue, toute initiative ou toute information émanant des responsables perd toute crédibilité auprès des citoyens même si elle s'avère bénéfique pour eux.

### 4. La veille et l'écoute permanentes

La communication à sens unique est vouée à l'échec. Les responsables et élus doivent développer le sens de l'écoute des citoyens sans aucun préjugé sur leur catégorie sociale, leur appartenance politique, leur courant religieux, etc. Ecouter les citoyens permet à l'élue d'avoir une idée précise sur la réalité de leur vécu et proposer des solutions et des projets à même de résoudre certaines de leurs préoccupations. L'écoute permet aussi d'évaluer l'impact de la communication, identifier les points de confusion et d'incompréhension et ajuster le message afin de les lever. L'élue doit également mettre en place une «communication de vigilance», à travers des outils de veille des médias qui remontent souvent les préoccupations des citoyens. La veille peut être réalisée à travers la lecture des articles de presse et la surveillance des réseaux sociaux (en particulier les pages qui comptent le plus de fans) afin d'étudier la manière avec laquelle la communication et ses messages sont traités et apporter des ajustements si nécessaire.

### 5. Mettre en place un plan de communication :

Les responsables et les élus doivent disposer d'une cellule de communication ou s'entourer de spécialistes dans ce métier. Les «communicants» et les «décideurs» doivent ainsi préparer ensemble des plans de communication lorsqu'une crise est encore une possibilité théorique.

Le plan de communication doit comporter toutes les procédures et mesures à prendre dans les premiers moments d'une crise. Les responsables, les élus ainsi que leurs collaborateurs doivent être formés à gérer ces situations avant qu'elles ne surviennent, de manière à ne pas perdre de temps et à ce qu'ils ne soient pas dépassés par les événements.

#### En résumé

L'acronyme **TOTAL (en anglais)** intègre les 5 éléments d'une communication réussie et efficace en temps de crise :

- Trust : Confiance
- Operational planning: Planification opérationnelle
- Transparency: Transparence
- Announce early: Annonce précoce
- Listening: Écoute

### 3- Les représentants politiques, les médias et les réseaux sociaux

Les politiciens et les journalistes se nourrissent les uns des autres, mais les liaisons peuvent parfois être dangereuses. Les politiciens doivent approcher les médias avec prudence. Mais ils ne doivent jamais oublier que ces médias sont absolument nécessaires pour arriver à la citoyenneté.

Si les médias ont un rôle si essentiel dans la démocratie, c'est certes pour défendre le lien irréductible entre la citoyenneté et l'information qualitative et gratuite, mais aussi parce que le pacte social est par essence un pacte avec la parole. La parole et les médias sont une seule chose.

Les médias offrent de l'information, mais elle est de plus en plus conditionnée par le besoin de distraire le récepteur. Les médias sont des entreprises, et comme toutes les entreprises, elles cherchent les meilleurs résultats commerciaux possibles. Les résultats dépendent de la publicité des marques qui vont s'annoncer sur les contenus à large audience.

Cela veut dire que, pour réussir à avoir l'attention des médias, il faut leur offrir un message qui puisse attirer l'intérêt des gens.

Un message attractif/captivant parvient à l'être grâce au contenu, bien sûr, mais aussi à la forme qu'on lui donne. C'est pour cela que si un politicien veut être écouté d'abord par les médias, et, à travers eux, par les citoyens, il doit s'exprimer d'une façon directe et passionnée, avec des phrases courtes et puissantes.

Malheureusement, les médias prêtent attention au conflit. Chaque politicien peut choisir entre la confrontation avec les adversaires politiques pour gagner l'intérêt des médias et les récepteurs, ou chercher d'autres moyens, comme gagner la sympathie et l'estime des gens grâce à des messages proches et chargés d'authenticité.

Il faut faire attention parce que l'agressivité et les messages destructifs peuvent réussir à avoir un effet attirant à court terme. Mais sur le long terme, le risque est que les citoyens leur tournent le dos.



#### ✓ Comment s'adresser aux médias ?

Ceci est le rôle d'une agence spécialisée ou d'un Département de Communication. Si vous n'en avez pas, il faut que vous le fassiez vous-mêmes.

De quelle manière allez-vous vous en charger ? Soit avec un communiqué de presse, une conférence de presse ou, plus récemment à travers les réseaux sociaux.

#### Le communiqué de presse

- Il s'agit d'une information écrite, élaborée par l'élue ou le parti politique.
- Il sert de base aux médias pour rédiger eux-mêmes une information (nouvelle).
- L'élue a l'opportunité de le construire elle-même et d'en définir le contenu.
- Mais le communiqué de presse doit contenir un minimum de données pour que le journaliste puisse élargir l'information :

- Un communiqué doit transmettre un message susceptible de devenir une info, c'est à dire, **avec des éléments attractifs pour les médias.**

**Exemple :** Une initiative intéressante pour les citoyens, une opinion par rapport à une affaire d'intérêt général, ou une mesure d'importance au niveau interne au parti.

**La conférence de presse :** Une autre façon d'attirer l'attention des médias

Il s'agit d'inviter les médias à un endroit et à un moment déterminés.

L'objectif est de faire arriver aux citoyens le message que l'on veut transmettre. Plus le message est important et la situation délicate, plus les médias s'y intéressent et en assurent une large couverture.

#### ✓ Les réseaux sociaux

La hausse de l'utilisation des réseaux sociaux dans le monde a suscité l'intérêt des médias traditionnels à ce phénomène. Les grands médias ont alors créé leur propre page web dans les réseaux les plus visités et ont inclus la possibilité pour les utilisateurs de partager leur contenu par le biais de leurs propres réseaux sociaux. Cette nouvelle situation propose une analyse sur l'impact que l'application de réseautage social peut apporter aux médias.

#### Le réseau social

Les notes et les chiffres attestent le succès des réseaux sociaux dans le monde. En 2005, un rapport de *Forrester Research* avait annoncé que les utilisateurs d'Internet avaient aussi de plus en plus l'habitude de visiter un blog ou un réseau social. Les réseaux sociaux, selon Orihuela, sont «des services basés sur le Web qui permettent aux utilisateurs d'interagir, de



partager des informations, de coordonner les actions et généralement de rester en contact formats participatifs».

Orihuela et Salaverria conviennent que les réseaux sociaux sont une extension des relations personnelles dans la vie réelle, où des communautés telles que la famille, l'école ou les collègues sont formées.

Le Web 2.0 et le perfectionnement des ordinateurs personnels, avec des performances plus élevées, permettent désormais aux utilisateurs de modifier des contenus audiovisuels plus facilement. Par conséquent, le site traditionnel a évolué vers d'autres formats produits par le développement technologique et l'accès de la société à ces systèmes d'information.

Ce phénomène correspond à «l'ère de la participation», construit dans le « Nouvel Environnement Technologique », selon Diaz Arias. En relation avec le journalisme, il promeut le concept de Journalism 3.0 qui, selon Valera, est «la socialisation de l'information par les citoyens à travers les médias digitaux formats participatifs».

La première étape de ce stade d'interactivité a commencé il y a dix ans avec la naissance du Messenger. Malgré un début d'utilisation prudente, les réseaux sociaux ont connu des transformations significatives. Un exemple récent montre un changement dans l'utilisation des réseaux sociaux au cours des dernières années. C'est le cas du site de partages de photos Flickr. En 2004, les premiers utilisateurs se limitaient à la publication de photos seulement. Plus tard, les utilisateurs en ont fait un réseau social, «en utilisant des photos comme un moyen d'exprimer des expériences, des opinions et des goûts» d'après Ortega et Aguillo.

### ✓ Les réseaux sociaux et les médias

#### Nature des réseaux sociaux : caractéristiques et conception

Le triomphe des réseaux sociaux peut s'expliquer par le fait qu'il soit un outil qui combine tous les éléments de l'Internet, en accentuant son caractère unique comme système de communication.

→ **Le Multimédia** : Les réseaux sociaux permettent aux utilisateurs de télécharger du contenu multimédia sur le réseau, tels que des écoutes, des vidéos, des images ou des sons. Le multimédia, qui était auparavant l'élément le plus difficile de par sa technologie, est désormais simplifié. Des applications simples ont été créées, avec moins de consommation de la bande passante, et accessibles sur une même page, sans avoir à ouvrir d'autres fenêtres externes.

→ **L'interactivité** : Les réseaux sociaux permettent une plus grande interactivité dans le réseau. Dans ce cas, la communication est multiple et non bilatérale, car au même moment toutes les personnes connectées au réseau peuvent écrire ou commenter le contenu téléchargé par un utilisateur particulier.

Pour les nouvelles générations, cette option est l'opportunité qui convient le mieux à leurs préférences en matière d'interactivité. Avec cette nouvelle solution, elles n'interagissent pas directement avec les médias mais elles utilisent les nouvelles d'un média pour interagir avec leurs amis ou fans sur un réseau social. Contrairement aux informations d'un média, où le commentaire est soumis au filtrage de l'éditeur, avant sa publication finale, les commentaires sur les réseaux sociaux sont plus libres et sans aucune restriction.

Parfois, les médias utilisent des applications spécifiques des réseaux sociaux pour la couverture en direct d'événements, pour profiter des «potentialités de l'instantanéité», à savoir, «la possibilité de fournir des informations au moment où elles se produisent».

→ **Les mises à jour** : La mise à jour ne dépend pas du réseau social lui-même, mais de l'utilisateur qui détermine le degré de renouvellement des contenus.

Indépendamment de la nature même du réseau social, une autre raison de son large acceptation est sa conception et son design, qui permettent de naviguer et de publier rapidement et en toute simplicité sur le web. Les caractéristiques les plus significatives des réseaux sociaux sont :

- Un fond clair qui améliore le contraste avec la typographie et améliore la lecture.
- Une optimisation des services multimédia avec des applications simples à utiliser et une visualisation rapide.
- Une interactivité directe (sans intermédiaires) avec un ou plusieurs utilisateurs.
- Des messages courts, avec un nombre de caractères limité.
- L'utilisation de la navigation par onglets dans la même page, sans avoir à ouvrir de nouvelles fenêtres.
- L'utilisation correcte des contrastes de couleurs avec des tons de base qui séparent les contenus.

#### Les réseaux sociaux, nouveau moyen de diffusion pour les médias

L'utilisation des réseaux sociaux dans la diffusion des nouvelles dépend de deux facteurs. D'une part, le public, à la recherche d'espaces ou de contenus connexes avec leur réseau de famille et leurs amis. D'autre part, les médias eux-

mêmes, qui évaluent les plates-formes de diffusion les plus populaires pour y diffuser leurs contenus.

Les médias ont largement considéré les réseaux sociaux comme un moyen de diffusion et de distribution, afin de répondre à la demande des consommateurs. Aujourd'hui, les audiences-cibles sont caractérisées par «la fragmentation et la spécialisation».

Les réseaux sociaux ne sont pas eux-mêmes des médias, mais ils sont un nouveau canal de diffusion qui permet de relier ses contenus en fonction de ce que l'audience recherche. Maintenant, chaque utilisateur définit son propre profil et participe à un partage interactif pour créer une couverture au sein de son réseau. Cette option est en ligne avec le concept de self media ou journal personnalisé, dans le sens où ils peuvent afficher les contenus qu'ils ont sélectionné. Cependant, les différences sont remarquables :

→ Sur le réseau social apparaissent uniquement les informations que les utilisateurs choisissent de publier. Ce n'est pas le média qui gère les préférences que l'utilisateur a choisi, mais c'est le sujet actif et le créateur qui est en même temps l'utilisateur. Le public ou les lecteurs agissent comme leurs propres gestionnaires et diffuseurs de l'information.

→ Dans certains réseaux sociaux, le contenu de l'information qu'ils décident de publier s'unit aux autres plus «personnels» à propos des amis, de la famille ou des collègues de l'utilisateur. Par conséquent, il y a un facteur personnel derrière l'utilisation accrue de cet outil.

✓ La chose la plus importante est que si un utilisateur publie une information sur son profil d'un réseau social, un effet en chaîne du contenu se produit. Immédiatement, cette information peut être vue par tous les amis de l'utilisateur associés qui, à leur tour, peuvent également la poster dans leurs profils du réseau.

Dans ce contexte, les médias élaborent des plans pour introduire des «formats participatifs» qui distribuent leurs contenus. Pour s'inscrire à ces réseaux, l'utilisateur est invité à remplir entre 4 et 17 données personnelles, ce qui crée un «outil de marketing pour la segmentation et la planification formats participatifs». En outre, ces réseaux invitent des amis à les rejoindre.

La rentabilité des réseaux sociaux est beaucoup plus élevée à la fois par l'adhésion volontaire, par la collaboration pour contribuer au contenu, et par une attention accrue au contenu de la publicité. Pour compenser le manque de portabilité des ordinateurs, les réseaux sociaux ont développé une présence dans les terminaux portables tels que les smartphones, en réponse à l'une des formes de diffusion de contenus les plus utilisés par le public.

Une partie de la réussite de la diffusion d'une information dépend en grande partie du journaliste et de sa formation. Si le journaliste connaît la nature du média, ses particularités et évalue les options d'interactivité, il pourra alors favoriser le développement de cette nouvelle étape de la participation sociale à travers le web.

### ✓ L'utilisation des réseaux sociaux par les médias espagnols

La grande majorité des médias traditionnels présents sur Internet le sont aussi sur les réseaux sociaux.

Tout d'abord, les médias créent une page sur un réseau social, à laquelle des utilisateurs du réseau s'ajoutent, l'objectif étant de promouvoir et de faire participer leurs lecteurs, auditeurs ou spectateurs. Ainsi, les médias profitent de cet espace pour diffuser leur contenu à une communauté particulière et à des groupes qui se sont reliés pour leur intérêt particulier au média.

Selon Orihuela, les médias obtiennent trois avantages avec le réseautage social : renforcer leur image de marque, la fidélité de leurs lecteurs et l'interactivité avec eux. Ces réseaux génèrent aussi de nouveaux emplois dans les médias. Maintenant, les salles de rédaction multimédias doivent non seulement remplir leur propre contenu des sites web, mais aussi des réseaux sociaux qui ont été ajoutés.

#### Conclusion :

Les représentants politiques disposent d'un nouvel espace d'expression pour informer leur public sur leurs actualités et activités politiques. En utilisant internet, ils ont aussi la possibilité de mettre en œuvre des actions décentralisées de démocratie participative. D'une part, les partis/représentants politiques peuvent faire en sorte que les médias eux-mêmes publient les informations qu'ils ont intérêt à voir publiées (soit dans la presse écrite, soit dans les médias audiovisuels, avec des communiqués de presse ou des conférences de presse). D'autre part, les représentants politiques peuvent utiliser les réseaux sociaux où ils sont libres de publier et de relier des contenus à leurs fans et amis.

Voici deux exemples :

1. **Le réseau social** a donné une idée au maire de Jun, une petite ville d'Andalousie (Espagne). En 2011, le maire a invité les 3.500 habitants de sa commune à se créer un compte. Avis de décès, appel à la police, toutes les demandes administratives se font sur Twitter. Les administrés ont été très vite convaincus. L'expérience intéresse le groupe Twitter mais aussi les chercheurs du célèbre MIT, le Massachusetts Institute of Technology.

Pour avoir plus de détails, veuillez consulter le lien du document digital intitulé « Jun, la commune andalouse gérée

sur Twitter » :

<http://www.france24.com/fr/20150708-video-twitter-espagne-andalousie-village-connecte-twitter-administration>

2. **Le groupe Facebook (FB)** «BORSA DE FEINA – XARXA INFOJOVE». Il s'agit d'un groupe dédié à la recherche d'emploi des jeunes dans la région des îles Baléares (Espagne) et crée par le réseau INFOJOVE. Ce groupe FB est ouvert et modéré par les services techniques de l'Institut de la Jeunesse du Gouvernement Régional des îles Baléares.

### Objectif général :

**Favoriser l'emploi des jeunes** en fournissant des informations utiles, appropriées et mises à jour, en utilisant le réseau social Facebook.

Les services techniques locaux ont identifié certaines exigences pour assurer le bon fonctionnement du groupe :

- La nécessité d'un modérateur/trice qui utilise un profil avec un nom et prénom concrets (pas seulement ceux de l'institution publique).
- Des règles de participation (voir annexe 1).
- Publier des informations/offres d'emploi tous les jours.
- Permettre la participation des membres, tout en filtrant leurs publications pour assurer leur cohérence avec les buts du groupe.
- Répondre à leurs questions et leurs préoccupations aussi rapidement que possible.
- Essayer de créer une atmosphère de confiance.



**GROUPE FACEBOOK**  
Institut de la Jeunesse  
Gouvernement des Îles Baléares

Bonjour,

Bienvenu(e)s au groupe «Borsa de Feina - Xarxa INFOJOVE».

Ce groupe appartient à l'Institut de la Jeunesse du gouvernement des Îles Baléares.

L'objectif du groupe est de partager des emplois et des formations de qualité pour augmenter les chances pour ses membres d'entrer et de s'intégrer dans le monde du travail.

Pour rejoindre ce groupe, vous devez respecter **les règles de participation** suivantes :

- Pour publier des offres d'emploi, celles-ci doivent répondre aux critères nécessaires :
  - o Quelles sont les conditions du travail
  - o Le type de contrat
  - o Si vous pouvez le publier, dans quelle entreprise.
- Pour publier des cours de formation, ceux-ci doivent être des entités reconnues ou autorisées à fournir des cycles de formation
- Il est strictement interdit de publier des fiches publicitaires, de l'information ou des contenus qui ne sont pas liés aux objectifs du groupe.
- On n'accepte aucun commentaire raciste, politique, religieux, etc.
- Les réponses et les messages entre les utilisateurs doivent être conformes à la question de la publication. S'il s'agit de contenus à caractère privé, l'annonce va être supprimée.

S'il vous plaît, on vous demande de bien respecter nos règles pour mieux gérer notre groupe.

Merci bien mes chers/ères amis/es.

Salutations,

Eva Nigorra – responsable du groupe Facebook

À votre écoute et à votre service

# ANNEXES



## ANNEXES

### Indicateurs-clés sur la représentation politique des femmes en Algérie :

- Sur une population globale de 40 millions d'habitants, près de 50% est constituée de femmes (rapport 2015 de l'Office National des Statistiques).
- Assemblée Populaire Nationale (Législatives 2012) : 146 sièges sur 462 sont occupés par des femmes. Le taux de représentation est passé de 7,7% à 31,6%.
- Sur les 24 916 candidats aux législatives, 7 700 sont des femmes.
- Conseil de la Nation : la représentation féminine est passée de 8 élues en 1997 à 10 en 2012.
- Assemblées locales (élections communales de 2012) : Sur un effectif de 24 891 élus, 4 120 sont des femmes. Le taux de représentation est passé de 9% en 1997 à 16,55% en 2012.
- Tous les partis politiques se sont pliés à l'obligation d'introduire au moins 30% de femmes dans leurs listes (dans les communes de plus de 20.000 hab).
- Sur 1 541 communes, 10 femmes occupent le poste de Présidentes de l'Assemblée Populaire Communale.
- Assemblées populaires de wilaya : 595 élues sur 2004 sièges soit un taux de 29,69%, proche du quota fixé par la loi. On constate une consolidation de la présence des femmes au niveau des candidatures : 8 779 femmes figurent sur les listes d'un effectif de 32 399 candidats soit 7 215 de plus qu'en 2007.
- Les femmes sont toutefois absentes au niveau des présidences de l'Exécutif des 48 Assemblées populaires de wilaya.
- Dans certaines wilayas, la faiblesse de la représentation des femmes dans les assemblées élues s'explique beaucoup plus par la difficulté à trouver des femmes-candidates dans la confection des listes électorales.
- La première constitution algérienne de 1963 a consacré la volonté politique de l'Etat nouvellement indépendant « d'accélérer l'émancipation de la femme afin de l'associer à la gestion des affaires publiques et au développement ». L'article 12 du chapitre « Droits fondamentaux » de la Constitution de 1963 stipule clairement que « Tous les citoyens des deux sexes ont les mêmes droits et les mêmes devoirs. »
- La révision du 14 novembre 2008 a constitutionnalisé les droits politiques des femmes en inscrivant un nouvel article, le 31-bis prévoyant que « l'Etat œuvre à la promotion des droits politiques de la femme en augmentant ses chances d'accès à la représentation dans les assemblées élues ».
- La loi organique n°12-03 du 12 janvier 2012 fixant les modalités augmentant les chances d'accès de la femme à la représentation politique dans les assemblées élues impose aux partis politiques un quota minimum de 30% de femmes dans leurs listes électorales pour les élections législatives et locales.
- La conférence internationale sur « La participation effective et durable de la femme dans les assemblées élues » - 11 décembre 2013 a donné lieu à la « Déclaration d'Alger » comportant 12 recommandations.
- La Journée Parlementaire internationale du 10 mars 2015 sous le slogan : « Pour la promotion de la participation politique de la Femme : défis et enjeux » a vu le lancement du Forum des femmes parlementaires en Algérie.
- L'Algérie est le premier pays dans le monde arabe à avoir dépassé le seuil minimum de 30% en matière de représentation des femmes au Parlement et le 30e à l'échelle mondiale.

## Références bibliographiques :

- ✓ M. Ahmed Zaid, Local public services management in Northern African countries: economic, social and cultural aspects, Laboratoire Réformes Economiques et Dynamiques Locales, 2010.
- ✓ N. Almiron, «Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder» dans Revista Latina de Comunicación Social, 61, 2006.
- ✓ J. Álvarez Marcos et A. López Hidalgo, El periodismo que viene, Sevilla, Fundación Cruzcampo, 1997.
- ✓ J. L. Aranguren, La comunicación humana, Guadarrama, Madrid, 1981.
- ✓ A. Bencherif, Organisation des collectivités locales en Algérie, 2015.
- ✓ A. Bernal, Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes. Aproximación a un modelo ideal de medio, Madrid, Euroeditions, 2009.
- ✓ J. R. Birsh (Ed), Multisensory Teaching of Basic Language Skills, Baltimore, MD, Paul Brookes Publishing, 2005.
- ✓ M. A. Cabrera, La prensa online. Los periódicos en la WWW, Barcelona, Edit. Cims'97, 2000.
- ✓ M. A. Cabrera, «La era de la participación y el creciente poder de las audiencias (Web 2.0 o web social y periodismo 3.0 o periodismo participativo)» dans L. Brandao, Para entender a ciencia, Salvador de Bahía, Edit. Sala de Aula, 2008.
- ✓ M. A. Cabrera, G. Casquero, M. Fernández et E. Jiménez, El periodista como creador y diseñador independiente de contenidos informativos: blogs y nuevas formas de periodismo en la era digital, IV Congreso Internacional Comunicación y Realidad, Universidad Ramon Llull, Barcelona, 2007.
- ✓ M. A. Cabrera, B. Palomo et M. Otero, «Metodologías de investigación en diseño periodístico en Internet» dans M. Palacios, et J. Díaz Noci, Online journalism: research methodology in comparative perspective, Bilbao, UPV, 2008.
- ✓ F. Campos, «Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales » dans Revista Latina de Comunicación Social, 63, 2008, p. 287-293.
- ✓ J. Corraza, Las comunicaciones no verbales, Madrid, CITAP, 1986.
- ✓ P. O. Costa, Cómo ganar unas elecciones, Paidós Iberica, 2008.
- ✓ J. L. Dethier, Gouvernance et conception des politiques publiques, 2014.
- ✓ EUROPEAN COMMISSION, Quality of Public Administration. A toolbox for practitioners. Publication office, 2015.
- ✓ F. Gil, F. et M. J. León, Habilidades Sociales: Teoría, investigación e intervención, Madrid, Síntesis, 1998.
- ✓ A. Gueye, Participation des femmes dans la gouvernance locale et la décentralisation au Sénégal, 2008.
- ✓ P. Herzog, L'Economie à bras-le-corps. Initiation aux politiques économiques actuelles, Paris, Editions Sociales, 1982.
- ✓ P. Maarek, Marketing político y comunicación: claves para una buena información política, Paidós, 1997.
- ✓ MINISTERE DE L'INTERIEUR DE France, Guide du maire L'administration municipale. Les services publics locaux, 2001.
- ✓ J. L. Orihuela, «La hora de las redes sociales» dans Nueva Revista, n° 119, 2008, p. 57-62.
- ✓ J. L. Ortega et I. F. Aguillo, «Análisis estructural de una red social en línea: la red española de Flickr» dans El profesional de la información, Vol. 17, n° 6, 2008, p. 603-610.
- ✓ V. Pelechano, Habilidades interpersonales, Valencia, Promolibro, 1996.
- ✓ PNUD, Guide Méthodologique d'Elaboration des Politiques Sectorielles.
- ✓ G. Rebel, El lenguaje corporal, Madrid, EDAF, 1995. Titre original: Was wir ohne worte sagen die natürliche Körpersprache.
- ✓ M. Scott et W. Powers, La comunicación interpersonal como necesidad, Madrid, Narcea, 1985.
- ✓ M. J. Villar Ruiz et C. Torres Medina, Dinámica de grupos en formación de formadores: casos prácticos, Barcelona, Herder, 2010.
- ✓ P. Watzlawick, J. Beavin Bavelas et Don D. Jackson, Teoría de la comunicación humana, Herder, Barcelona, 2002. Titre original: Pragmatics of human communication, W.W. Norton Company, inc 1967.
- ✓ World Health Organization, Outbreak Communication Guidelines, 2005.
- ✓ World Health Organization, Outbreak Communication: Best practices for communicating with the public during an outbreak, 2005.
- ✓ World Health Organization, Risk Communication Strategies, Module B3.

## Webs:

- ✓ F. Freidenberg, «Los medios de comunicación de masas: ¿también son actores?»: <https://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/Mediosdecomunicacion.pdf>
- ✓ «Relación entre Medios de Comunicación y Política. SlideShare», 2014:<https://es.slideshare.net/soniabelensuasnavasfonseca/relacin-entre-medios-y-politica>
- ✓ Dupin, «Redes Sociales: ¿ciudades de vidrio?», BBC, 2009: [http://www.bbc.com/mundo/cultura\\_sociedad/2009/07/090528\\_1120\\_especial\\_redes\\_sociales\\_intro\\_med.shtml?s](http://www.bbc.com/mundo/cultura_sociedad/2009/07/090528_1120_especial_redes_sociales_intro_med.shtml?s)
- ✓ García, «Del Messenger al Twitter, diez años de revolución comunicativa en internet», RTVE, 2009 : <http://www.rtve.es/noticias/20090722/del-messenger-twitter-diez-anos-revolucion-comunicativa-internet/286088.shtml>
- ✓ R. Díaz Arias, «Evolución de la comunicación audiovisual: de la televisión clásica al videoblog», 2006: <http://eprints.ucm.es/5983/>
- ✓ J. Varela, «Periodismo 3.0, la socialización de la información», Blogs vs. MSM, 2005: <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=7&rev=65>
- ✓ Y. Portillo, «Las redes sociales 'atrapan' a la televisión española» , 2009:

# ÉTUDE DE CAS N°1

## AMÉNAGEMENT D'UNE PLACE DE MARCHÉ



### Éléments de contexte

Le marché se tient pendant 3 jours dans la semaine de 7h à 15h.

Vous avez entendu qu'il y a besoin d'un espace de rencontres, d'un espace public ;

Il y a une école à proximité.

### Contexte politique et budgétaire

Le PAPC est proche de l'association des marchands ambulants ;

Il veut étendre les plages horaires comme les marchands le souhaitent.

Le budget est petit mais vous savez que lors du bilan supplémentaire de fin d'année, vous aurez une petite somme somme pour certains aménagements.

Vous êtes dans la majorité.

### Construction d'une politique publique

Qu'est ce que vous devez faire ?

1) Planification de la décision et prise en compte des contraintes techniques

Petit budget

L'entretien de cet espace public n'est effectué qu'1 seule fois par semaine.

2) Qui sont vos alliés dans l'APC/APW ?

3) Quels sont les acteurs publics et privés qui peuvent devenir vos partenaires ?

4) Dans la boîte à outils « démocratie participative », quel outil choisissez-vous ? Et pourquoi ?

Vous êtes dans la majorité.

### Expliquer et communiquer

Présenter lors d'une conférence de presse le projet d'aménagement de la place pendant 7 minutes devant les journalistes et les citoyens.

- Présentez le projet et pas tout le processus.

Répondez aux questions qu'ils vous posent.



# ÉTUDE DE CAS N°2

## RÉAMÉNAGEMENT DES ALENTOURS D'UN FUTUR DISPENSAIRE



### Éléments de contexte

Ce bâtiment va devenir un dispensaire médical.

Il faut aménager les alentours et garder cet endroit propre.

Les déchets qui s'accumulent peuvent être dangereux pour la santé.

### Contexte politique et budgétaire

Le PAPC soutient le projet.

L'opposition voulait faire de ce bâtiment un lieu pour les associations sportives.

Vous êtes membre de la Commission Environnement/propreté.

Vous n'avez pas de budget.

### Construction d'une politique publique

Qu'est ce que vous devez faire ?

1) Planification de la décision et prise en compte des contraintes techniques :

Aucun budget

Le dispensaire est inauguré dans 3 mois.

Comment faire que cet endroit reste propre ?

2) Recherche des alliances dans l'APC/APW.

3) Quels sont les acteurs publics et privés qui peuvent devenir nos partenaires ?

4) Dans la boîte à outils « démocratie participative », quel outil choisissez-vous ? Et pourquoi ?

### Expliquer et communiquer

Présenter lors d'une conférence de presse le dispositif pour nettoyer les alentours du dispensaire pendant 7 minutes devant les journalistes et les citoyens ;

Présentez le projet et pas tout le processus !

Répondez aux questions qu'ils vous posent.

# ÉTUDE DE CAS N°3

## PROJET DE LIMITATION DE L'USAGE DES SACS PLASTIQUES



### Éléments de contexte

Les sacs en plastique sont massivement utilisés par les commerçants et les habitants.

Ils se répandent partout dans le quartier et dans la commune, s'accrochent aux arbres et à la végétation.

Ils polluent les sols et les végétaux pour les animaux

### Contexte politique et budgétaire

Il n'y pas dans votre commune/wylaya, de politique de traitement des déchets plastiques.

Il n'y a pas non plus de proposition d'alternatives.

Il n'y pas de budget spécifique pour une initiative.

### Construction d'une politique publique

1) Planification et prise en compte des contraintes techniques

- Aucun budget

- Quelles sont les possibles stratégies/ étapes pour lancer un tel projet

- Qui sont les adversaires et comment minimiser leur influence ?

2) Recherche des alliances dans l'APC/APW.

3) Quels sont les acteurs publics et privés qui peuvent devenir nos partenaires et comment construire des alliances avec eux ?

4) Comment élargir cette initiative à d'autres quartiers et/ou communes et quels contacts prendre dans ce but ?

5) Dans la boîte à outils « démocratie participative », quel outil choisissez-vous ? Et pourquoi ?

### Expliquer et communiquer

Présenter lors d'une conférence de presse le projet que vous voulez mettre en place pendant 7 minutes devant les journalistes et les citoyens.

Présentez le projet et pas tout le processus.

Répondez aux questions qu'ils vous posent.



# ÉTUDE DE CAS N°4

## POLLUTION ACCIDENTELLE D'UNE RIVIÈRE



### Éléments de contexte

Des centaines de moutons sont tombés malades ou sont morts alors qu'ils étaient à proximité de la rivière.

Les vétérinaires attestent que c'est bien cette pollution qui est responsable de l'état des troupeaux.

Les agriculteurs et éleveurs sont en colère et manifestent.

L'entreprise chimique dit qu'elle n'est pas responsable

### Contexte politique et budgétaire

Le PAPC est absent (en voyage pour quelques jours).

Il est connu de tous que le patron de l'entreprise chimique est son frère.

Les habitants de la commune ont été alertés par les agriculteurs et propriétaires de troupeaux et sont inquiets sur la qualité de la viande.

Les commerçants aussi.

### Construction d'une politique publique

1) Quelles mesures d'urgence prenez-vous ?

2) Planification et prise en compte des contraintes techniques

Comment collectez-vous l'information concernant cette pollution ?

Quels contacts avec le lien avec l'administration de la santé publique ?

Quelles mesures de long terme sont à construire ?

3) Recherche des alliances dans l'APC/APW.

4) Quels sont les acteurs publics et privés qui peuvent devenir nos partenaires et comment construire des alliances avec eux ?

5) Dans la boîte à outils « démocratie participative », quel outil choisissez-vous ? Et pourquoi ?

### Expliquer et communiquer

Présenter lors d'une conférence de presse les mesures (d'urgence et de long-terme) que vous avez prises pendant 7 minutes devant les journalistes.

Répondez aux questions qu'ils vous posent.

Est-ce qu'il faut rassurer le public ? Jusqu'à quel point ?

Quelle communication d'urgence développez-vous ?

# ÉTUDE DE CAS N°5

## IMPLANTATION D'UNE GRANDE ENTREPRISE TEXTILE À RELIZANE



### Éléments de contexte

Relizane accueillera dans les 5 prochaines années une grosse entreprise avec à la clef environ 20 000 emplois (une partie en emplois directs et en sous-traitance).

Vous devez intégrer cet élément dans le plan de développement de la Wilaya ET de la commune.

### Contexte politique

Ce plan doit être réalisé dans les 6 mois, avant les élections.

L'État va soutenir financièrement certaines infrastructures mais elles doivent être fonctionnelles pour début 2020.

L'administration n'a pas les moyens de répondre à la création de toutes ces infrastructures (besoins des nouveaux travailleurs et de leurs familles)

### Construction d'une politique publique

1) Planification de la décision et prise en compte des contraintes

- La Wilaya a besoin de cette entreprise.

- Vous devez déterminer les besoins liés à l'arrivée de cette entreprise et ses travailleurs.

- Le délai est court car les travaux de l'usine commencent dans 6 mois.

- L'entreprise pense à embaucher une partie de travailleurs turcs plutôt que des travailleurs algériens.

2) Quels sont les acteurs publics et privés qui peuvent devenir vos partenaires ?

- Quelle stratégie allez-vous mettre en place pour sous-traiter un services public ? Quels services restent publics ? Lesquels sont délégués ?

- Quelles exigences devez-vous rencontrer pour faire un bon marché public et pour contrôler les entreprises choisies ?

3) Dans la boîte à outils « démocratie participative », quel outil choisissez-vous ? Comment allez-vous impliquer le citoyen dans la décision ?

### Expliquer et communiquer

Présenter lors d'une conférence de presse la décision que vous avez prise pendant 7 minutes devant les journalistes.

- Présentez le projet pas tout le processus.

Répondez aux questions qu'ils vous posent.



REMERCIEMENTS

