

Résumé

La communication publique est l'une des clés de voûte de l'administration ouverte. À la fois vecteur de transparence et support de la participation des citoyens à la vie publique, elle renforce la confiance des citoyens dans l'administration. Face à l'impératif grandissant de multiplier les possibilités d'association des parties prenantes, la capacité à communiquer efficacement est tout aussi nécessaire au niveau national qu'au niveau local. Et ce, d'autant que la Tunisie a adhéré à la Recommandation de l'OCDE sur le Gouvernement Ouvert, et a donné un cadre formel au rôle des collectivités locales dans le programme d'ouverture de l'administration qui découle du 3^e Plan d'action PGO (2018-2020) et du Code des collectivités locales de 2018.

Les onze communes ayant participé à cette étude (Carthage, Hammam Chatt, Tinja, Dar Chaâbane, Zriba, Zaouiet Sousse, Essouassi, Regueb, Kébili, Médenine et Gabès) ont toutes fait preuve de leur volonté de poursuivre les réformes d'ouverture. Il ressort des données de l'enquête de l'OCDE que 82 % d'entre elles se sont résolument engagées sur la voie de la transparence en publiant spontanément des informations en ligne dans plusieurs domaines (budget, marchés publics, débats des conseils municipaux). Elles ont également mis en place des commissions spécifiquement chargées des initiatives de démocratie participative et d'ouverture de l'administration. Un usage stratégique de la communication peut étayer ces efforts, en amplifier l'impact et les rendre plus inclusifs.

Les municipalités ont manifesté leur volonté d'ouverture en adoptant des stratégies et des initiatives en matière de communication publique. À cet effet, plusieurs réformes pourraient contribuer à approfondir le dialogue avec les citoyens de manière à soutenir durablement la stratégie de ces collectivités et leurs objectifs en matière d'ouverture de l'administration. En interne, l'organisation et les processus des services de communication pourraient être renforcés et formalisés. À cet égard, le premier défi tient à l'insuffisance des ressources, tant humaines que financières, qui limite le champ des activités de communication que les municipalités sont en mesure d'effectuer. Si 90 % d'entre elles déclarent disposer d'au moins une personne chargée de la communication, la même proportion estime que les ressources humaines sont un enjeu majeur. De fait, les chargés de communication exercent souvent plusieurs fonctions et n'ont pas bénéficié de formations leur permettant d'acquérir toutes les compétences nécessaires.

Les communes peuvent optimiser les ressources disponibles en adoptant une approche plus stratégique de leur communication, de nature à les aider à mener des actions plus ciblées et adaptées à leurs capacités actuelles. Actuellement, 64 % des collectivités interrogées mènent des actions de communication au coup par coup, seules 18 % déclarant avoir élaboré une stratégie. Par conséquent, il n'est pas rare que la fréquence des activités de communication ne soit pas régulière et que ces activités soient davantage motivées par des besoins à court terme que par des objectifs préalablement définis. Il est ainsi probable que divers projets soient engagés (par exemple répondre en ligne aux questions des citoyens), mais ne soient pas pleinement soutenus ni suivis, ce qui pèse sur la confiance et le dialogue.

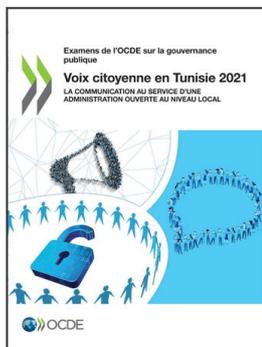
Une approche plus stratégique implique de mieux cerner les publics et les canaux les plus adaptés pour les atteindre. Elle suppose également de hiérarchiser et de planifier les activités de sorte qu'elles coïncident mieux avec le cycle de l'action publique afin de tenir les citoyens informés et de leur donner des possibilités de participer à la vie publique.

En outre, pour donner une dimension plus stratégique à la communication, il convient de mieux définir le cadre institutionnel y afférant, d'attribuer les responsabilités et d'adopter une approche plus professionnelle, ce qui implique de renforcer les capacités et de former les agents aux compétences clés. L'élaboration de lignes directrices est un bon moyen d'encourager une approche plus structurée et plus cohérente tout en renforçant l'application des bonnes pratiques. Cette démarche prend tout son sens s'agissant des médias sociaux, qui constituent l'un des canaux de communication les plus utilisés par les collectivités locales et les plus efficaces, mais qui pourraient toutefois être davantage mis au service de l'ouverture de l'administration. Enfin, mutualiser les apprentissages est un moyen précieux de renforcer l'efficacité de l'organisation et des processus. En effet, la mise en place et l'exploitation d'un réseau de communicants du secteur public peuvent aider à répartir la charge de la réforme de la fonction communication et à expérimenter de nouvelles approches, à l'image de qui s'est fait au niveau national dans le pays.

Pour accroître leur redevabilité, les collectivités locales peuvent aussi tirer parti d'une collaboration plus étroite avec les médias. Les radios locales peuvent être particulièrement utiles à cet égard, d'autant qu'elles sont présentes sur l'ensemble du territoire tunisien et réalisent de fortes audiences. Le fait d'entretenir des contacts réguliers avec les journalistes pourrait aider les agents publics à mieux comprendre comment fonctionne la presse et faciliter la collaboration. De même, la qualité des relations avec les médias repose sur l'établissement de protocoles facilitant la transmission d'informations à jour et utiles dont la presse peut se faire l'écho. Les municipalités peuvent aussi appuyer les initiatives de journalisme de proximité ou citoyen, et faire d'une pierre deux coups en améliorant à la fois la redevabilité et la participation. Une telle démarche pourrait beaucoup compter pour les femmes et les jeunes et faciliter l'association de ces catégories de population souvent laissés de côté.

Enfin, dans le contexte des médias locaux, un usage efficace des canaux numériques (sites internet ou plateformes de médias sociaux) est un aspect essentiel de la communication dans les onze communes en question. Les plateformes numériques permettent d'établir un contact direct avec le plus vaste public dans toutes les zones du territoire, à l'exception des plus rurales, d'où leur importance tant pour l'association des parties prenantes que pour la prestation de service. Cela étant, pour en faire un usage stratégique, il faut choisir les plateformes les plus efficaces et les plus adaptées aux objectifs poursuivis, et articuler plus étroitement les contenus avec les priorités de l'action publique. Par exemple, la quasi-totalité des communes ayant participé à l'étude mettent à la disposition des administrés des formulaires de demande d'accès à l'information sur leur site internet. Pour développer l'utilisation de ce service, ces formulaires devraient se présenter dans des formats accessibles, facilement consultables et s'accompagner d'une présentation simple des dispositions légales. Ainsi les efforts des municipalités en matière de communication numérique viendraient étayer les réformes d'ouverture engagées.

Sur le long terme, les onze communes pourraient s'inspirer des recommandations formulées dans ce rapport pour engager des investissements plus conséquents dans la formation, les outils et le soutien aux équipes de communication, auxquelles les élus locaux doivent confier un mandat plus ambitieux. Dans un premier temps, elles peuvent d'ores et déjà veiller plus activement à ce que leurs efforts concordent avec les principes du gouvernement ouvert et soutiennent les initiatives publiques qui s'y rapportent. Que ce soit pour diffuser des données ouvertes ou en encourager l'utilisation, pour promouvoir la participation aux consultations publiques, ou encore pour rendre le cycle de l'action publique plus transparent, les collectivités tunisiennes peuvent mettre à profit les outils évoqués dans ce rapport pour exploiter le plein potentiel de la communication publique au service de politiques meilleures.



Extrait de :

Voix citoyenne en Tunisie 2021

La communication au service d'une administration ouverte au niveau local

Accéder à cette publication :

<https://doi.org/10.1787/84077619-fr>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2021), « Résumé », dans *Voix citoyenne en Tunisie 2021 : La communication au service d'une administration ouverte au niveau local*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/f0c7b037-fr>

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document, ainsi que les données et cartes qu'il peut comprendre, sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région. Des extraits de publications sont susceptibles de faire l'objet d'avertissements supplémentaires, qui sont inclus dans la version complète de la publication, disponible sous le lien fourni à cet effet.

L'utilisation de ce contenu, qu'il soit numérique ou imprimé, est régie par les conditions d'utilisation suivantes :

<http://www.oecd.org/fr/conditionsdutilisation>.