

Université A. MIRA de Béjaia

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences Humaines

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de

« Master »

Option : Communication et Relations Publiques

Thème :

**Communication associative : concilier le fonctionnel
et le relationnel**

**Cas : Association Environnementale et Socioculturelle Awal Issawal de la
commune de Melbou**

Préparé par :

- HEBBACHE Aziz

- KHENTOUS Abdelaziz

Encadré par :

- M. MERAH Aïssa

Année universitaire : 2017 / 2018

Session Juin 2018

Remerciement

Nous remercions Dieu le tout puissant qui nous a subvenu le courage et la volonté pour guider ce travail à terme.

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

Particulièrement, notre encadreur Mr. MERAH Aissa qui a suivi et orienté notre travail.

Sans oublier l'ensemble des membres de l'association Awal Issawal de la commune de Melbou qui nous ont accueillis et aidés à mettre en œuvre notre étude.

Et enfin, merci à tous ceux qui nous ont soutenus de près ou de loin.

Aziz et Abdelaziz

Dédicace

« Pour réussir, il faut mettre à notre œuvre tout notre cœur, notre activité, notre courage et notre attention »

Nul ne peut faire face à la volonté qui nous a réunis dans ce modeste travail qu'on dédie du fin fond de nos cœurs :

En premier lieu, à nos très chères mamans qui nous ont donné courage, espoir, générosité, et cet optimisme que nous avons pris comme fil conducteur tout au long de notre travail mené.

En deuxième lieu, à nos pères qui nous ont aidés financièrement afin que nous puissions arriver et d'être ce que nous sommes aujourd'hui.

Et en dernier lieu, à nos proches et à nos amis qui nous ont donné d'avantage de détermination pour ne pas perdre le gout de l'espoir et de parvenir à l'aboutissement de ce travail.

Aziz et Abdelaziz

Sommaire

Liste des tableaux

Introduction

Cadre méthodologique :

- Problématique -----	7
- Hypothèse -----	11
- Définition des concepts clés-----	11
- Études antérieures-----	14
- Objectifs de la recherche-----	16
- Approche adoptée-----	17
- Échantillon de l'étude -----	18
- Outils de l'étude-----	18

Cadre théorique :

Chapitre théorique : la communication associative, ses niveaux et ses outils

Section 1 : la communication, la communication associative et les relations presse

- Communication : élément de définition -----	21
- Communication associative -----	22
- Communication interne et communication externe des associations -	24
- Communication descendante et communication ascendante des associations -----	29
- Relations presse dans la communication associative -----	31

Section 2 : les activités de la communication associative en temps de crise et ses différentes stratégies

-Communication de crise associative -----	33
---	----

-Relations presse de la communication associative en temps de crise en
temps de crise ----- 36

-Construire une stratégie de communication associative----- 36

-Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de plaidoyer en
communication associative----- 39

Cadre pratique :

- Présentation du lieu et de la période de l'étude----- 45

- Méthode de l'étude ----- 50

- Analyse et interprétation des indicateurs du phénomène de l'étude----- 50

- Résultats----- 61

Conclusion

Liste bibliographique

Annexes

Liste des tableaux :

N°	Titre	Page
01	la répartition de la population d'étude selon l'âge.	51
02	la répartition de la population d'étude selon le niveau d'étude.	51
03	la répartition de la population d'étude selon le statut occupé au sein de l'association.	52
04	Degré de la circulation de l'information au sein de l'association.	52
05	les moyens d'information utilisés au sein de l'association.	53
06	Fréquence de diffusion de l'information au sein de l'association.	54
07	Degré de satisfaction des membres de la manière avec laquelle sont informés au sein de l'association.	54
08	Degré d'intérêt porté pour la communication de l'association par les membres.	55
09	Degré de relation entre les membres de l'association.	56
10	Degré de relation entre l'association et les différents publics.	57
11	Degré d'information sur la gestion financière de l'association.	58
12	Degré de considération de l'association par les membres.	59
13	Degré de sentiment d'appartenance des membres pour l'association.	60

Introduction :

Actuellement, le monde des associations ne peut pas se passer de la communication car elle constitue un outil indispensable pour assurer, d'une part, un bon fonctionnement à l'interne en créant un climat favorable, et d'une autre part, se faire connaître à l'externe pour tisser et maintenir des relations personnalisées avec les différents publics dans leur environnement et d'avoir une bonne réputation.

Le gouvernement algérien a ouvert le champ associatif pour les citoyens qui veulent s'engager dans ce mouvement et créer des associations activant dans des différents domaines tels que l'environnement, la culture et le social. Et ce à l'échelle nationale, wilayale ou communale. L'objectif de cette ouverture est de faire participer et impliquer le citoyen dans la gestion de ses affaires relatives aux domaines précités. En parlant du gouvernement algérien qui a su et connu l'importance des associations en les considérant comme des parties prenantes par rapport à leur rôle dans la société. Nous pouvons citer les institutions publiques comme le ministère de la culture qui a mis en œuvre en 2011 un programme de renforcement du mouvement associatif algérien sur les questions de protection et de valorisation du patrimoine culturel.

De plus, la communication associative ne découle pas de celle des entreprises. Car ces dernières leur objectif est lucratif ; c'est-à-dire ; les entreprises essayent toujours de faire augmenter leurs entrées monétaires comme le chiffre d'affaire, le capital social et le bénéfice. Contrairement à celui des associations qui est non lucratif ; qui veut dire ; sur le plan externe, les associations tentent toujours d'améliorer la situation pour les couches vulnérables de la société et propager les bonnes valeurs et pratiques entre les citoyens comme la culture du vivre ensemble et en harmonie avec la nature. Sur le plan interne, les associations envisagent de créer un lien social et un esprit d'équipe entre ses membres sur le plan relationnel et fonctionnel pour le bon fonctionnement de l'association.

Au sein des associations, la communication interne est une partie intégrante car elle renforce le sentiment d'appartenance, l'adhésion et la confiance entre ses membres. Tout en créant un climat favorable motivé par des liens sociaux et des relations conviviales. Et ce dans le but de mettre en exergue leur plan d'action et assurer un travail collaboratif.

Par rapport à notre terrain de recherche, l'étude qu'on a menée s'est déroulée au niveau de l'association environnementale et socioculturelle « Awal Issawal » de la commune de Melbou relevant de la Daïra de Souk El Tenine située à 40 Km à l'est de la wilaya de Bejaia.

Ce travail de recherche s'articule sur " la communication associative : concilier le fonctionnel et le relationnel ". Il est composé de trois parties :

D'abord, la première partie qui est consacrée pour le cadre méthodologique qui englobe : la problématique, les hypothèses, la définition des concepts clés, les études antérieures, les objectifs de recherche et l'approche adoptée. Ensuite, la deuxième partie prédestinée pour le cadre théorique qui est constituée d'un seul chapitre ; qui s'intitule « la communication associative, ses niveaux et ses outils » ; composé de deux sections :

La première sous le titre de « la communication, la communication associative et les relations presse ». La deuxième sous le titre « les activités de la communication associative en temps de crise et ses différents stratégies ».

Enfin, quant à la partie pratique intitulée " mise en pratique des éléments de méthodologie ". Elle réunit la présentation du lieu et de la période de l'étude, la méthode de l'étude, analyse et interprétation des indicateurs du phénomène de l'étude, l'échantillon de l'étude, les outils de l'étude et les résultats.

Cadre méthodologique

1- Problématique :

La communication est un processus d'échange, de partage et de transmission d'informations ou de messages oraux, écrits et/ou audiovisuel d'un émetteur vers un ou plusieurs récepteurs via un canal.

L'organisation désigne un ensemble ou groupe d'individus en interaction qui ont des buts collectifs, mais des intérêts et des connaissances différents. Une organisation peut être une entreprise à caractère économique, une administration, un syndicat, un parti politique, une association...etc.

Parmi les types des organisations nous citons l'association comme étant notre terrain de recherche qui est définie comme « un groupement de personnes volontaires réunies autour d'un projet commun ou partageant des activités, mais sans chercher à réaliser de bénéfices. Elle peut avoir des buts divers (sportif, défense des intérêts des membres, humanitaire, promotion d'idées ou d'œuvres...) »¹. Autrement dit, une association englobe un ensemble d'individus volontairement réunis pour défendre ou faire promouvoir une cause spécifique à un domaine ou divers, par le biais de plusieurs actions, dans un but non lucratif. L'importance d'une association consiste, en premier lieu, dans son rôle de sensibilisation et de mobilisation des citoyens pour la promotion de ses missions et activités afin de se faire connaître et élargir l'adhésion à la cause et l'association. En deuxième lieu, dans sa force de proposition d'une cause donnée à défendre et de structuration d'un plan d'action adapté à cette cause. C'est pourquoi l'association se retrouve dans une situation de nécessité de communication pour atteindre sur elle-même, ses activités, ses objectifs et ses acteurs.

Comme l'association est l'un des types des organisations, donc ces dernières nécessitent aussi une communication adéquate à leurs caractères qui est appelée « communication organisationnelle ». Selon Cleusa Maria Andrade Scroferneker² la communication organisationnelle est une forme de communication qui émane d'un organisme donné en destination d'un public large ou bien ciblé. Cette forme de communication se fait par la voix des moyens de la communication. Son but c'est

¹ La Direction de l'Information Légale et Administrative, Qu'est-ce qu'une association ?
<http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/citoyen/participation/association/qu-est-ce-qu-association.html>/le 9/12/2017 à 15h45

² Cleusa Maria Andrade Scroferneker, « Qu'est-ce que la « Communication organisationnelle » dans un pays de contact ? », Sociétés 2004/1 (no 83), p. 79-88. DOI 10.3917/soc.083.0079

Cadre méthodologique

d'abord, d'informer ses publics, ensuite, les faire adhérer. Enfin, promouvoir son image. Pour préciser notre sujet de recherche, nous passons de la communication organisationnelle à la communication associative.

Selon Stéphanie Dupont³, la communication associative est une partie de la communication organisationnelle. Elle est liée, en particulier, à l'ensemble des actions de communication faites par une association donnée, quel que soit son domaine d'activité, en destination d'un public général ou cible pour atteindre ses objectifs qui sont :

En premier lieu, trouver des financements pour le bon déroulement de ses activités est l'une des tâches auxquelles une association doit réfléchir attentivement. Ainsi que la mobilisation et la motivation des ressources humaines internes et externes liées à l'association.

En deuxième lieu, informer pour faire impliquer et participer les publics de l'association dans ses activités constitue un atout afin de la faire connaître et la promouvoir dans son environnement.

En troisième lieu, légitimer les actions menées par l'association et la ou les causes qu'elle défend et modifier certains comportements jugés négatifs auprès de ses publics.

Parmi les niveaux de la communication associative, on cite la communication sociale et la communication interne.

D'après Peter Stockinger⁴, la communication sociale est un ensemble d'actions de communication qui ont pour objectif de corriger certains comportements du grand public ; exemple des campagnes pour le sevrage de la cigarette et aussi celles de nettoyages des forêts des ordures ; jugés négatifs pour justifier une action collective. Aussi, elle a pour objectif de changer certaines opinions liées à des comportements qu'on veut changer au profit de la société comme la façon du tri des ordures.

³ Stéphanie Dupont – Les enjeux d'Internet dans la communication des associations – mémoire de D.E.S.S. 2002.

⁴ Peter Stockinger, Notions de base en sciences de l'information et de la communication adaptées au contexte interculturel, Paris, Institut National des Langues et Civilisations Orientales (INALCO) 2007 - 2008

Cadre méthodologique

La communication interne peut être définie comme l'ensemble des échanges et transmissions d'informations à l'intérieure d'une association donnée pour atteindre ses objectifs comme une circulation optimale de l'information entre ses membres et l'amélioration de leur sentiment d'appartenance. Cette communication interne peut être ascendante, descendante et latérale. Par exemple pour préparer une activité, les membres travaillent en collaboration, c'est-à-dire il y a une communication interne de niveau latéral.

Parmi les logiques communicationnelles de la communication associative existantes, Éric Dacheux distingue deux types, à savoir, la communication fonctionnelle et la communication relationnelle. Cette distinction est liée, d'un côté fonctionnel, au besoin ou à la nécessité d'améliorer la manière avec laquelle une association doit communiquer avec ses différents publics. D'un autre côté relationnel, à la volonté d'améliorer ses relations ; c'est-à-dire l'association ; avec ses différents publics.

La communication fonctionnelle est liée à un domaine donné et à une fonction pratique. Elle peut être définie comme étant « les besoins de communication des économies et des sociétés ouvertes, tant pour les échanges de biens et de services que pour les flux économiques, financiers ou administratifs. Les règles jouent ici un rôle [...] important [dans une perspective] d'efficacité liée aux nécessités ou aux intérêts »⁵. On comprend par cette définition que la communication fonctionnelle se concentre essentiellement sur l'utilisation des techniques du marketing commercial. Par exemple, la communication interne lors de la préparation des activités par le biais des moyens d'informations.

A travers cet exemple, nous pouvons dire que la communication interne utilise les techniques du marketing commercial dans l'usage des moyens d'informations, par lesquels, elle diffuse un ensemble d'informations relatif aux activités en cours de préparation comme les volontariats, les conférences et autres.

La communication relationnelle est liée à la manière avec laquelle une relation est tissée et améliorée. Elle peut être définie comme « la rencontre et l'entrelacement

⁵Florence Carion, « La communication associative », *Communication* [En ligne], Vol. 28/1 | 2010, mis en ligne le 23 septembre 2011, consulté le 09 décembre 2017. URL : <http://journals.openedition.org/communication/2106> ; DOI : 10.4000/communication.2106

Cadre méthodologique

de deux types de communication : la communication *conviviale* et la communication *normative*. »⁶.

A travers cette définition de Florence Carion, nous comprenons que la communication relationnelle est le résultat de la fusion de la communication conviviale, qui est l'ensemble des interactions entre les individus permettant la connaissance de soi même, et la communication normative par laquelle l'individu se construit une culture, une politique et des lois communes à autrui dans sa société. Donc, la communication relationnelle pousse l'individu à s'impliquer et se solidariser dans sa société et dans le domaine associatif elle permet aux publics des associations ; que ce soit à l'interne tels les membres du bureau ou à l'externe comme les bénévoles et les citoyens ; de participer et de s'impliquer dans les différentes actions. Par exemple organiser un volontariat pour éradiquer une décharge donnée.

D'après la typologie d'Éric Dacheux⁷, nous constatons que la majorité des stratégies de communication élaborées par de nombreuses associations se sont basées sur la communication fonctionnelle par rapport à la communication relationnelle.

Dans le contexte des associations algériennes⁸, la communication désigne les outils destinés à faire adhérer les publics de l'association à ses activités et, aussi, à promouvoir les causes d'intérêt général tout en participant à de grands débats mais selon une stratégie préétabli à l'interne. Parmi les travaux réalisés, nous citons deux ; à savoir ;

Le premier qui est un rapport sur le mouvement associatif de la femme dans le milieu rural en Algérie. Il est réalisé par Laurence Thieux. Chercheur de l'Institut d'Études sur les Conflits et l'Action Humanitaire. I.E.C.A.H.

Le deuxième qui est un article universitaire arabophone qui parle de la communication associative et son évolution. Il est réalisé par Ouhaibia Fatiha et Nouari Amal de la faculté des lettres et des sciences humaines et sociales de l'université de Badji Mokhtar de Annaba. Cet article est extrait du magazine des sciences humaines N°9 de l'université Mohamed Kheidher Biskra.

⁶Ibid.

⁷DACHEUX, Éric (1998), *Associations et communication, critique du marketing*, Paris, CNRS Éditions.

⁸Joussour, Manuel pour les associations algériennes, Edition Fondation Friedrich Ebert, ISBN : 978-9961-9885-7-2, P104.

Cadre méthodologique

Concernant le lieu du stage ou l'organisme d'accueil pour notre thème de recherche c'est l'association socio-culturelle et environnementale Awal Issawal de la commune de Melbou.

L'association Awal Issawal est une association écologique socioculturelle à but non lucratif, son siège est situé au niveau de la commune de Melbou dans la wilaya de Béjaia. Elle a été créée en 2015 par un groupe de jeunes.

Dans le cas de notre recherche, nous proposons la question principale suivante :

- La communication interne au sein de l'association environnementale et socioculturelle Awal Issawal permet-elle de concilier la communication fonctionnelle et la communication relationnelle ?

Pour motiver cette question principale, nous proposons les deux questions secondaires suivantes :

- Qui communique à l'interne ?
- Quels sont les objectifs de la communication interne ?

2- Hypothèse :

L'hypothèse est considérée comme une réponse provisoire à la question de la problématique. Elle découle après le processus de la problématisation.

Donc, pour apporter une réponse temporaire à la question ci-dessus, nous proposons l'hypothèse suivante :

- La communication interne au sein de l'association environnementale et socioculturelle Awal Issawal permet de concilier la communication fonctionnelle et la communication relationnelle.

3- Définition des concepts clés :

La pré-enquête peut être considérée comme l'étape avant l'enquête dans laquelle le chercheur explore son terrain d'étude.

Notre pré-enquête s'est déroulée durant les trois premières visites qu'on a effectuées lors de la période du stage.

Cadre méthodologique

- La première visite : durant cette visite on a rencontré l'ensemble des membres de l'association.

- La deuxième visite : pendant cette visite on a observé l'ensemble des étapes que suivent les membres lors de la préparation des activités telles que le café littéraire.

- La troisième visite : dans cette visite on a assisté au déroulement d'une conférence dans le cadre du café littéraire dans laquelle l'association a invité la présidente de la fondation Matoub Lounes en l'occurrence Malika Matoub dont le thème était « l'œuvre de Lounes au service de l'identité ».

Durant la pré-enquête, on a collecté l'ensemble des concepts relatifs à la communication des associations. Aussi, on les a triées selon les concepts relatifs à la dimension qu'on traite de ce phénomène.

Donc, les concepts clés à définir sont les suivants : association, communication associative, communication sociale, communication interne, communication fonctionnelle et communication relationnelle.

- Association : « Action de former un groupement de personnes réunies dans un but déterminé, pour la défense d'un intérêt commun »⁹.

Autrement dit, l'association peut être définie comme étant un groupe d'individus unis pour atteindre des objectifs communs afin de promouvoir un ou plusieurs causes communes tel que l'Association Environnementale et Socioculturelle Awal Issawal de la commune de Melbou.

- Communication associative : « La communication des associations, c'est la communication que met en œuvre une association pour se doter d'une identité distincte, la faire connaître et la valoriser auprès de cibles ou de segments de cibles distincts »¹⁰.

Pratiquement parlant, la communication associative peut être définie comme l'ensemble des interactions entre une association et son entourage -

⁹ Le Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales
<http://www.cnrtl.fr/definition/association#>

¹⁰ Communication des Associations
http://www.adea-comed.org/version2/IMG/pdf/communication_des_Associations.pdf le 13/03/2018 à 10h58

c'est-à-dire ses différents publics internes et/ou externes - en vue de se faire connaître et de se promouvoir.

Exemple : la page facebook de l'Association Awal Issawal qui est l'un des outils de communication de l'association pour se faire connaître et faire connaître ses activités.

- Communication interne : « La communication interne regroupe l'ensemble des actions par l'intermédiaire desquelles chacun des membres sera informé du fonctionnement de l'association : qui est responsable de quoi, quelles sont les décisions prises ou à prendre, quelles sont les activités de l'association et l'état de leur développement, etc. La finalité de la communication interne est avant tout de développer le sens du collectif, qui est vital pour dynamiser le lien social qui s'établit entre les membres, les sympathisants, promouvoir la convivialité et développer la cohésion et la solidarité au sein de votre association »¹¹.

Opérationnellement parlant, la communication interne rassemble l'ensemble des échanges, partages, transmissions et diffusions d'opinions, d'idée et d'informations au sein d'une association dans le but d'encourager le travail collectif et créer un lien social entre les membres pour assurer un bon fonctionnement de la communication interne.

Exemple : les réunions et les communications directes ou face à face au sein de l'association Awal Issawal.

- Communication fonctionnelle : « La communication fonctionnelle s'est beaucoup plus développée depuis un siècle avec les supports de l'écrit, du son, de l'image et des données informatiques. Elle renvoie plus aux nécessités d'échanges au sein de sociétés complexes, à la division du travail et à l'ouverture des sociétés les unes sur les autres. Dès qu'il y a spécialisation des activités, il y a échange, donc développement de communications fonctionnelles qui remplissent une fonction pratique sans avoir pour autant d'autres significations »¹².

En pratique, la communication fonctionnelle veut dire l'ensemble des échanges quotidiens et collégiaux entre les membres d'une association donnée

¹¹ La communication associative, fiche pratique, édition C.L.A.E. Services A.S.B.L. P. 4
https://www.clae.lu/wp-content/uploads/2017/.../fp_la_communication_associative.pdf

¹²http://www.wolton.cnrs.fr/spip.php?article60/le_13/03/2018_à_12h08

relatifs à ses différentes activités ; tels que ; les échanges quotidiens entre les membres de l'association Awal Issawal dans le cadre du mouvement associatif.

- Communication relationnelle : « Forme de communication qui cherche à instaurer, entre l'organisation et une cible identifiée, une relation individualisée et durable prenant en compte la personnalité de l'interlocuteur »¹³.

En réalité, la communication relationnelle désigne l'ensemble des actions faites par une association pour créer, personnaliser et développer des relations avec plusieurs publics que ce soit à l'interne comme à l'externe. Exemple : fêter l'anniversaire de l'association Awal Issawal pour faire rappeler que l'existence de l'association est due à la persévérance et la solidarité de ses membres.

4- Études antérieures :

Les études antérieures englobent l'ensemble des recherches qui traitent d'un angle ou d'un autre un sujet de recherche donné prit par un chercheur dans un domaine précis. Ces études peuvent être des mémoires de licence et de master, des thèses de doctorat et de magister...etc. Parmi les études qui ont traité de notre sujet de recherche, on cite trois :

Étape 1 : Présentation des études

1- Étude n°1 :

La première étude est sous forme de collaboration entre Generali France et l'université Paris 8 qui date de juin 2011. Elle traite le thème intitulé « les enjeux du web collaboratif pour le monde associatif en France » en posant une question générale sur l'inscription du web 2.0 dans le prolongement des formes de communication antérieures destinées à recueillir des financements par des stratégies indirectes de développement de la notoriété, de création de confiance. Cette étude est élaborée auprès d'une population de (70) acteurs de la sphère associative en France, une trentaine d'associations sélectionnées pour leur présence significative sur le web et le web 2.0 et (4) des fondateurs et des responsables de communication de ces associations. Les outils de recherche utilisés dans cette étude sont observation en ligne détaillée et entretiens qualitatifs. Parmi les résultats correspondants à notre thématique on peut citer :

¹³http://markneting.free.fr/index.php?option=com_glossary&id=97/le 12/03/2018 à 10h05

Cadre méthodologique

- les actions de communication sont réflexives et stratégiques.
- elles sont évolutives et empruntent, au gré des changements d'objectifs ou de la situation des associations, à diverses figures idéal-typiques.
- les démarches collaboratives sont présentes mais ne constituent qu'un outil de communication parmi d'autres.

2- Etude n°2 :

La deuxième étude est un travail de bachelor H.E.S. qui date du 14/08/2015. Elle est élaborée par Jessica Defferrard à la Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE), Filière Economie d'Entreprise, sous le thème « Les enjeux de la communication dans le milieu humanitaire « Audit de communication d'une fondation œuvrant dans la récolte et redistribution des fonds lors de catastrophes et des conflits « CHAINE DU BONHEUR LA SUISSE SOLIDAIRE » ». Cette étude a eu comme objectif d'analyser la façon dont communique la chaîne du Bonheur et à identifier les attentes de ses interlocuteurs en termes de communication. La population de cette étude est composée de donateurs et des médias. Les outils de recherche utilisés par la chercheuse sont le questionnaire, l'interview ou l'observation et l'analyse documentaire.

3- Etude n°3 :

La troisième étude est un mémoire de D.E.S.S. qui date de 2002 et élaboré par Stéphanie Dupont à l'Université de la Méditerranée, Ecole de Journalisme et de Communication. Cette étude a traité le thème intitulé « Les enjeux d'Internet dans la communication des associations » sous la question suivante « dans quelle mesure Internet est-il un outil de communication pertinent dans le cadre d'une refondation de la communication associative ? » auprès d'une population de (12) associations humanitaires. Les outils de recherche utilisés dans cette étude sont l'analyse documentaire, les audits sommaires réalisés sur les sites web des associations et les autres outils de communication et enfin l'analyse des messages utilisés pour communiquer.

Etape n°2 : Discussion des études antérieures

Par rapport à notre thème de recherche, ces trois études s'inscrivent dans le même champ d'étude c'est-à-dire « la communication associative ». D'ailleurs, la première traite les enjeux du web collaboratif dans le monde associatif français. Et quand on parle de la communication associative et du web collaboratif, plusieurs vont

se mettre sur le devant de la scène comme l'identité numérique que doit assurer l'association pour se faire connaître et construire des relations sur les différentes plateformes virtuelles comme les réseaux sociaux. La deuxième traite les enjeux de la communication dans le milieu humanitaire « Audit de communication d'une Fondation œuvrant dans la récolte et redistribution des fonds lors de catastrophes et des conflits « CHAINE DU BONHEUR LA SUISSE SOLIDAIRE » ». Et enfin, la troisième traite les enjeux d'Internet dans la communication des associations. Mais pas dans la même dimension car elles ne traitent pas la conciliation de la communication fonctionnelle et la communication relationnelle.

Ces études antérieures citées ci-dessus constituent de la matière première pour ce travail de recherche car elles orientent dans plusieurs niveaux :

- Méthodologique : elles permettent la mise en confrontation des différentes méthodes pour aider le chercheur à choisir celle qui convient à sa recherche pour assurer sa faisabilité et la bonne organisation des éléments composant le travail de recherche.
- Bibliographique : elles fournissent les références fiables liées à la thématique traitée et orientent vers d'autres pistes de recherche.
- Analytique : elles permettent une vision réelle de la manière d'analyser et d'interpréter les données collectées et les différentes thématiques.

5- Objectifs de la recherche :

Chaque travail de recherche repose sur des objectifs à atteindre. Dans le cas du notre, nous avons fixé les objectifs suivants :

D'abord, le premier objectif c'est ; d'une part ; découvrir le monde associatif afin de se familiariser avec et ; d'une autre part ; voir la réalité de la communication associative en particulier.

Ensuite, le deuxième objectif consiste à obtenir de nouvelles connaissances relatives au domaine associatif et les fusionner avec celles déjà acquises qui relèvent du monde des entreprises. Et cela pour avoir un esprit de synthèse polyvalent.

Enfin, la finalité du troisième et dernier objectif c'est de démontrer comment la communication interne au sein de l'association Awal Issawal peut concilier le fonctionnel et le relationnel.

6- L'approche adoptée :

Parmi les approches existantes, on peut citer les suivantes : l'approche participative, l'approche mausso-polanyienne, l'approche du plaidoyer et l'approche de la communication d'engagement.

Dans notre travail on a opté pour l'approche participative. Cette dernière est parue vers les années 90' par Eric Dacheux qui est chercheur au Laboratoire Communication et Politique sous la direction de Dominique Wolton.

« L'intérêt de cette approche est qu'elle incite les responsables de la communication associative et les étudiants en communication qui se destinent à cette orientation professionnelle à rechercher des modèles de communication participative plutôt que d'importer purement et simplement le modèle de la communication "persuasive" des entreprises »¹⁴.

« Sa limite, c'est que Dacheux voit les associations comme une prolongation de l'Etat dans leur positionnement dans l'espace public et semble adhérer au fait que celui-ci aurait pour obligation de financer l'activité des associations. Il leur reproche toutes les activités de communication liées à la collecte de fonds en considérant qu'elles sont "contaminées" par le modèle de marketing. Mais il n'envisage aucunement la création d'une communication centrée sur le don et sur la reconnaissance, pourtant spécifiques aussi de l'identité associative »¹⁵.

¹⁴ Jean Marie-Pierlot, Thierry Libaert, Communication des associations : spécificités par rapport à la communication d'entreprise. P. 7

<http://lasco.comu.ucl.ac.be/WP/030709JMPierlotThLibaert.pdf>

¹⁵ Ibid. P. 7

7- Échantillon de l'étude :

Population mère : « Ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur lesquels porte l'investigation. »¹⁶. Dans le cas de notre recherche la population mère est l'ensemble des membres de l'association Environnementale et Socioculturelle Awal Issawal.

Échantillonnage : « il consiste en un ensemble d'opérations en vue de constituer un échantillon représentatif de la population visée. »¹⁷

Échantillonnage accidentel : c'est le « prélèvement d'un échantillon de la population de recherche à la convenance du chercheur. »¹⁸

Échantillon : « c'est un sous ensemble d'éléments d'une population donnée. »¹⁹ Donc, c'est le résultat de l'échantillonnage. Concernant notre recherche l'échantillon est constitué de dix (10) personnes qui sont : 1^{er} Vice-président, Secrétaire Général, Adjoint Secrétaire Général, Trésorier, 1^{er} Adjoint Trésorier et cinq (5) Membres assistants.

8- Outils de l'étude :

L'entretien semi-directif : « on donne à l'entrevue une directivité qui ne dépasse pas les besoins de l'enquête en laissant le plus de liberté possible aux interviewés dans leurs façons de répondre ; il faut néanmoins s'assurer que tous les aspects du problème sont abordés et ne pas oublier, tout au long, de conduire l'entretien. »²⁰. Dans le cas de notre recherche l'entretien semi-directif s'est effectué par le biais du guide d'entretien contenant l'ensemble des questions relatives aux variables de notre thématique de recherche.

Analyse de contenu : « technique indirecte d'investigation scientifique utilisée sur des productions écrites, sonores ou audiovisuelle, provenant d'individus ou de groupes, dont le contenu ne se présente pas sous forme chiffrée, qui permet de faire un

¹⁶Maurice Angers, I.P.M.S.H., Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, LES EDITIONS CEC, 6^e édition, p 98.

¹⁷ Angers Maurice, Op.cit., P 229.

¹⁸ Ibid. P 236.

¹⁹ Ibid. P 228.

²⁰ Ibid. P 265.

Cadre méthodologique

prélèvement soit quantitatif, soit qualitatif en vue d'expliquer, de comprendre et de comparer. »²¹

Observation : « action d'examiner avec soin un phénomène. »²²

²¹ Ibid. P 362.

²² Ibid. P 366.

Cadre théorique

Chapitre 01 : la communication associative, ses niveaux et ses outils

Section 01 : la communication, la communication associative et les relations presse :

1. La communication

Avant de parler de la communication associative, il faut d'abord parler de la communication selon l'aspect organisationnel.

- Qu'est-ce que la communication :

« La communication est une action verbale ou non verbale par laquelle deux ou plusieurs personnes entrent en contact pour échanger leurs idées ou leurs sentiments »²³

- Les caractéristiques de la communication :

La communication se caractérise par la bilatéralité et la réciprocité²⁴.

- La bilatéralité : c'est un phénomène d'échange : échange d'idées, d'opinions, de points de vue, de sentiments, de préoccupations.
- la réciprocité : c'est un phénomène de compréhension réciproque : l'émetteur doit s'assurer que le message est bien compris par le récepteur grâce au feed back.

- Quelques formes de communication :

Voici quelques formes de communication²⁵ comme suit :

- **La communication politique** : Sous ce vocable, se trouvent les différentes formes de communication qui visent la promotion d'un homme politique ou d'un parti politique.
- **La communication institutionnelle** : Elle a pour objet de faire valoir la politique globale d'une administration ou d'une collectivité publique.
- **La communication publique** : Elle sert à valoriser l'institution publique et à contribuer aux bonnes conditions de son fonctionnement et à une meilleure émission des messages destinés au public.
- **La communication d'entreprise** : Dans son activité, l'entreprise est en permanence dans l'obligation de coopérer avec différents publics

²³ Alfred Opubor, Communication des associations, P. 6
<https://docplayer.fr/4867717-Communication-des-associations.html>

²⁴ Ibid. P. 7

²⁵ Ibid. P. 7 et 8

susceptibles de lui procurer des ressources. Par le biais de la communication, l'entreprise transforme ces publics en clients ou en partenaires pouvant contribuer à la réussite de ses objectifs. Sur les terrains économique et social où se manifeste l'action de l'entreprise, celle-ci se trouve en concurrence avec d'autres entreprises. L'entreprise développe alors une communication qui lui permet de se forger et de diffuser une identité distincte qui constitue une de ses forces d'attractivité pour les consommateurs et les partenaires potentiels.

- **La communication locale :** La communication est l'ensemble des décisions et des actions des élus locaux qui visent à définir et à diffuser des messages, à en assurer la reconnaissance et à favoriser l'adhésion de ceux qui vivent et/ou qui circulent dans un espace de proximité.

2. La communication associative :

- **Définition et objectifs de la communication des associations :**
La communication des associations, c'est la communication que met en œuvre une association pour se doter d'une identité distincte, la faire connaître et la valoriser auprès de cibles ou de segments de cibles distincts²⁶.
- **Les acteurs de la communication des associations :**
Les acteurs de la communication des associations²⁷ sont comme suit :
 - **Le Bureau de l'association :** Le Bureau présidé par le président ou le secrétaire général, (cas des syndicats) est composé des autres membres élus. Ensemble, ils ont à charge la mise en œuvre des actions définies en assemblée générale de l'association.
 - **Les membres de l'association :** Ils élisent le président ou le secrétaire général ainsi que les autres membres du bureau.
 - **Les publics cibles :** Ce sont tous ces publics avec lesquels l'association communique ou est en relation : relations professionnelles, de tutelle, hiérarchique...

²⁶ Ibid. P. 9

²⁷ Ibid. P. 9 et 10

- **Les supports de la communication des associations :**

On peut distinguer des supports écrits, audiovisuels et médias traditionnels²⁸ à savoir :

- Supports écrits ou graphiques : quotidien, magazine...
- Supports audiovisuels : radios, télévision, vidéo
- Médias traditionnels : théâtre populaire...

- **Les objectifs de la communication des associations :**

Nous pouvons distinguer les plus fréquents à savoir²⁹ :

1. Assurer le financement de l'association et de ses missions

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

2. Mobiliser

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

3. Informer

La prise de conscience précède tout engagement, c'est la pré-phase de toutes les formes de participation des publics à la vie de l'association. Cette fonction revêt une importance croissante depuis qu'il est fait appel au grand public pour financer les associations. Les

²⁸ Ibid. P. 10

²⁹ Ibid. P. 10 à 12

méthodes d'information et de sensibilisation sont classiques. Il s'agit de l'organisation de campagnes de presse, de séries de conférences et d'émissions, des spots radio ou télévision, des remises de rapports aux pouvoirs publics, mais aussi l'impression de tracts, la diffusion du journal de l'association, etc.

4. Modifier les comportements

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

5. Promouvoir l'association

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

3. Communication interne et communication externe des associations :

La communication interne :

« La communication interne regroupe l'ensemble des actions par l'intermédiaire desquelles chacun des membres sera informé du fonctionnement de l'association : qui est responsable de quoi, quelles sont les décisions prises ou à prendre, quelles sont les activités de l'association et l'état de leur développement, etc. La finalité de la communication interne est avant tout de développer le sens du collectif, qui est vital pour dynamiser le lien social qui s'établit entre les membres, les sympathisants, promouvoir la convivialité et développer la cohésion et la solidarité au sein de votre association »³⁰

a) L'acteur : Le Bureau de l'association

Ce sont les membres du Bureau avec à leur tête le président ou le secrétaire général qui orientent la politique de communication de

³⁰ La communication associative, fiche pratique, édition C.L.A.E. Services A.S.B.L. P. 4
https://www.clae.lu/wp-content/uploads/2017/.../fp_la_communication_associative.pdf

l'association Le président ou le secrétaire général en tant que porte-parole de l'association, détermine cette politique et la conduit : transmettre et faire et faire partager les valeurs et les objectifs de l'association³¹.

b) **La cible : les membres**

Toute politique de communication doit viser et commencer par eux, car « il n'y a de ressources que d'hommes ». La première ressource de l'association, ce sont les membres de l'association³².

c) **Les supports**

Les supports de la communication interne au sein des associations³³ sont :

- Supports visuels et graphiques à échelle réduite : notes circulaires, tableau d'affichage, agenda de l'association.
- Rencontres directes et réunions périodiques.

d) **Les objectifs**

Les objectifs de la communication interne sont à savoir³⁴ :

- **Information des membres**

Donner aux membres la priorité des informations les concernant. C'est un peu frustrant pour le membre d'une association d'apprendre dans un journal des nouvelles concernant la vie et le devenir de l'association dont il est pourtant membre. Il ne s'identifiera pas aux actions de l'association et s'impliquera moins dans leur exécution.

- **Motivation des membres**

On ne motive pas les gens, on crée les conditions pour qu'ils soient motivés. Le tout est donc un problème de valeur, de considération. Un membre d'une association est motivé dès qu'il sait que son travail est utile à quelque chose, à quelqu'un.

³¹ Alfred Opubor, Communication des Associations, Op.cit. P. 13

³² Ibid. P. 13

³³ Ibid. P. 13

³⁴ Ibid. P. 13 à 15

- **Mobilisation**

La mobilisation des membres et adhérents de l'association permet le bon fonctionnement de celle-ci à travers la répartition des tâches ce qui permet de faciliter le travail de chaque membre. Par conséquent, le bon déroulement de ses activités tracées dans son plan d'action. Et tout cela permet d'améliorer sa réputation, sa notoriété et son image dans son entourage.

- **Lien et relation**

Tisser des liens et avoir une bonne relation entre les membres est le fruit d'une bonne communication interne car ça permet ; d'une part ; de créer un espace de sens, de créativité, d'initiative et d'adaptabilité au sein de l'association. D'une autre part ; de réduire les tensions et les frustrations qui peuvent aller jusqu'au risques psychosociaux.

- **Intégration**

L'intégration fait partie du processus de socialisation. Bien intégrer les membres de son association, relève de la bonne application de ce processus en l'appuyant avec une bonne communication en interne. Avoir une bonne intégration des membres permet de créer un climat favorable et de faire adhérer de nouveaux membres.

- **Sentiment d'appartenance**

Le sentiment d'appartenance est un sentiment d'attachement à l'association ; L'existence de ce sentiment est conditionnée par l'efficacité et la fiabilité de la communication interne ; C'est-à-dire, un membre considère son association comme sa deuxième famille. Ce qui le motive à travailler et s'impliquer encore d'avantage.

- **Esprit d'équipe**

Il est très important de construire une culture d'équipe qui elle-même doit s'inscrire dans la culture de l'association par le biais de la communication interne. Et ce dans l'objectif de créer une relation conviviale entre ses membres. Ce qui va permettre à chacun de s'exprimer et de prendre des initiatives.

e) **Caractéristiques de la communication interne**

La communication interne se caractérise³⁵ par :

- Caractères

- Pratique et concis (Elle se rapporte à des actions déjà menées). Il s'agit de donner des renseignements très précis, très concrets aux questions que se posent les membres de l'association
- Général, la communication interne au sein d'une association ne devrait exclure aucun sujet. Pas de sujet tabou donc
- Pertinent, les sujets et les informations retenus doivent être dignes des attentes de la cible de l'association.

- Motifs

- Information des membres et mettre à la disposition de la cible les informations relatives à la vie de l'association. De ce fait, les pôles vibrent au même diapason
- Donner la preuve que le Bureau de l'association s'est engagé sur des dossiers et qu'alors la promesse est tenue.

- Sensibilisation

- Expliquer les enjeux des actions, les motifs des décisions et obtenir l'adhésion et se faire percevoir comme le premier responsable de toute action touchant à l'association

³⁵ Op.cit. P. 14 et 15

- Faire comprendre le sens des actions nécessaires à l'implication de la cible et son adhésion aux projets et autres initiatives de l'association à travers sa communication.
- Valorisation des actions
- Montrer le travail du Bureau. Une association ne doit pas avoir honte de promouvoir ses projets à visage découvert.
 - Mettre en relief ce qui a été fait à travers une communication diachronique ; c'est depuis la création de l'association ; ou synchronique ; dans une période donnée de l'association ; En rappeler les conditions, les circonstances. Préciser les blocages, les mirages, les mesures adoptées pour faire reculer les limites de l'impossible et qui ont permis de gagner le pari.

La communication externe :

La communication externe s'agit de l'ensemble des actions de communication faites par une association en destination du grand public tel que les collectivités locales, la presse ou les médias et les citoyens. Elle a aussi ses particularités et ses objectifs³⁶ :

- Particularités

1. Par rapport à la cible

- La cible concernée par la communication externe de l'association est beaucoup grande. Elle peut être nationale et étrangère avec différentes franges sociales en plus des autorités gouvernementales.

2. Par rapport aux supports

- Ils sont tout aussi divers. Les supports de proximité nécessaires dans la communication interne ne sont pas les mieux indiqués.
- Les supports doivent être étudiés en fonction des objectifs de cette communication et du public à couvrir. Il y a des enjeux économiques et de développement dont il faut savoir saisir les opportunités. Le public est beaucoup plus grand et nécessairement plus averti.

³⁶ Op.cit. P. 16

- Il peut agir de revues, de nouvelles technologies (internet).

- Objectifs

- Diffusion d'informations : l'information à diffuser ici doit revêtir un caractère pertinent.
- Création d'un pôle de relations (Relations avec la tutelle et l'Etat...)
- Promotion économique : c'est une mise en orbite de l'association pour qu'elle soit connue ou mieux connue.

4- Communication descendante et communication ascendante des associations :

. La communication descendante :

La communication descendante s'agit de l'ensemble des décisions et délibérations prises par le président et/ou le secrétaire général. Ces décisions et délibérations sont destinées et diffusées aux autres membres de l'association sous forme de notes, d'affiches, de procès-verbaux et de compte rendus de réunions.

Motifs :

Les motifs de la communication descendante³⁷ prennent en considération les membres figurant comme le président, le secrétaire général et les autres membres de l'association.

- Permettre aux membres de l'association de pouvoir s'échanger, s'expliquer, s'entendre requiert la volonté délibérée de sortir de sa tour d'ivoire et aller à la rencontre de l'autre pour l'écouter et le convaincre.
- Renforcer le sentiment d'appartenir à la même maison, à une même association.

³⁷ Op.cit. P. 18

. La communication ascendante :

Expression de l'autre par laquelle il fait part de ses besoins, de ses aspirations et de ses points de vue. La communication ne se résume pas à la transmission par les membres du Bureau et par la réception par les membres. Communiquer « à » ne suffit pas, il faut communiquer « avec »³⁸.

1. Les enquêtes d'opinion

- Il s'agit d'écouter systématiquement et méthodiquement les membres de l'association. Car ces enquêtes d'opinion révèlent leur état d'esprit et leurs opinions.
- De connaître en profondeur le climat social de l'association, de faire apparaître l'image interne de l'association, de recenser, d'analyser et de cerner les attentes et les motivations actuelles.
- De mesurer l'efficacité d'un programme d'information et de communication

2. L'expression spontanée

- C'est une libération de la parole individuelle, donnant l'occasion d'exprimer des doléances ou le besoin d'information. Les auteurs de cette communication deviennent ainsi les instruments d'une amélioration et d'une transformation de l'association.
- Elle fait intervenir la pratique des « boîtes aux idées » et a pour fonction de recueillir en permanence les suggestions des membres de l'association, ce qui assure l'éclosion de talents au grand jour.

3. Les audiences

- Il s'agit ici des audiences que le premier responsable de l'association accorde aux membres à des jours précis de la semaine. Ces audiences sont des occasions d'échanges entre le Bureau et les autres membres du bureau de l'association.

4. Lettres de dénonciation

Ce sont des pratiques qui permettent aux membres d'une association d'apporter des informations aux responsables de commissions de l'association sur diverses questions.

³⁸ Op.cit. P. 18 à 20

5- Les relations presse dans la communication associative :

Les relations presse est l'une des activités des relations publiques. Ces dernières sont définies selon le dictionnaire Hachette dans l'ouvrage de Thierry Libaert et Jean Marie-Pierlot³⁹ comme suit : « Ensemble des moyens mis en œuvre par des organismes publics ou privés pour établir un climat favorable au sein de leur personnel et avec l'extérieur, afin d'informer le public de leurs activités et de favoriser leur rayonnement ».

A travers cette définition, on peut comprendre que les relations publiques englobent les moyens qu'utilisent les différentes organisations telles que les associations pour se rapprocher de ses différents publics et créer des relations de confiance. En parallèle, comme parmi les activités des relations publiques on trouve les relations presse. Ces dernières ont les mêmes objectifs avec les relations publiques sauf que les associations et les autres organismes les utilisent juste avec les journalistes ou bien la presse avec ces différents types (écrite, radio, télévision et numérique).

- Créer des relations efficaces avec la presse :

Pour créer des relations efficaces avec les journalistes, voici quelques conseils⁴⁰ à suivre :

- Faire l'inventaire des médias locaux, régionaux et nationaux qui peuvent être intéressés par les informations de votre association.
- Analyser le discours des médias pour connaître l'angle avec lequel ils les informations de votre association.
- Établir un fichier contact pour gérer les contacts des journalistes. Ce fichier doit être à jours.
- Le porte-parole doit s'inscrire à une formation communication avec les médias.
- Clarifier et expliquer à chaque membre de votre association des activités qui lui sont attribuées.
- Suivre les comptes des journalistes sur les réseaux sociaux pour les informer des activités de votre association.

³⁹ Thierry Libaert, Jean Marie-Pierlot, Communication des associations, 2^e édition, Dunod, Paris, 2014, p. 41

⁴⁰ Ibid. p.54

- Les outils des relations presse :

Parmi les outils de relations presse dans les associations⁴¹, on trouve le communiqué de presse, la conférence de presse et le dossier de presse.

- Le communiqué de presse : c'est un document court et bref que rédige une association pour communiquer un évènement aux medias.
- La conférence de presse : c'est un outil qui vise à rassembler le plus de journalistes. Les associations l'utilisent pour les communications importantes car elle crée l'évènement.
- Le dossier de presse : il est distribué ou envoyé aux journalistes à la main ou par courrier électronique à l'issue de la conférence. Il comprend un communiqué de presse résumant l'information et il présente de manière globale et détaillée l'association, mais de façon organisé par le biais d'un sommaire.

⁴¹ VOUS AVEZ DIT RELATION PRESSE ?, PETIT GUIDE DE SURVIE À L'USAGE DES ACTEURS DE LA SOLIDARITÉ INTERNATIONALE, FÉVRIER 2016. P. 8
www.reascoop.org

Section 02 : les activités de la communication associative en temps de crise et ses différentes stratégies.

6- La communication de crise associative :

Pour assurer un bon fonctionnement de la communication à l'intérieure d'une association donnée, il faut faire face et éliminer toutes les menaces comme les rumeurs et les crises internes.

Définition :

« C'est la communication qui s'établit lorsqu'un incident, une catastrophe frappe une communauté ou lorsqu'une situation inattendue, improbable s'y présente »⁴²

Implications :

- Gérer la crise quand elle est déclenchée
- S'y préparer lorsqu'elle n'est pas survenue
- S'entraîner régulièrement à froid à des situations de crise par une sensibilisation efficace
- Identifier les comités capables de se réunir rapidement en cas de crise
- Communiquer avec la presse afin de ne pas découvrir ses méthodes de travail et ses besoins le jour où la crise survient.

Pour atteindre toutes ces implications, il faut que la communication associative de crise intervienne avant, pendant et après la crise. Autrement dit, la communication de crise ne va pas cesser d'intervenir dans la communication associative.

Les caractères de la communication de crise :

La communication de crise dans les associations se caractérise par les éléments suivants⁴³ :

A. Événementiel

Cette communication s'établit en cas de situation inattendue, inhabituelle ou suite à un incident ou une catastrophe.

⁴² Alfred Opubor, Communication des associations, Op.cit. P. 21

⁴³ Ibid. P. 21

B. Sensible

Ceci provient du caractère événementiel de la crise. Il faut gérer l'émotionnel né à un moment où les rumeurs les plus folles circulent. On est dans une position inconfortable quand on doit démentir un fait ou dédramatiser une situation.

C. Rassurant

Etant sensible, l'information à passer doit être rassurante. Il s'agit de lever les inquiétudes, de couper court à la rumeur en restituant la réalité des faits. Montrer la dynamique de l'action engagée en vue d'un retour à la normale : mise en place des solutions

Les stratégies de la communication de crise dans les associations :

Au départ, il faut mettre en place une cellule de crise⁴⁴.

A. Ne jamais fabriquer l'information et faire pression sur les pouvoirs publics.

- Le danger est de se contredire quelques heures ou quelques jours après.
- C'est de renforcer aussi la rumeur.
- Faire le siège des structures supérieures ou de tutelle pour obtenir l'information en temps réel.
- Ne pas rester inactif.

B. Retransmettre l'information aux autres membres et répondre aux sollicitations des médias

- C'est une sorte de compte rendu aux membres des fruits du siège fait, des actions menées, preuve que l'autorité se préoccupe de la situation
- C'est une démarche qui révèle qu'on ne détient pas seul les clés de la solution
- Ne pas renvoyer les questions en justifiant l'attitude par le fait que la réponse relève d'autres structures

C. Gérer une crise

1. L'alerte

⁴⁴ Ibid. P. 22 à 23

- Ce sont souvent les journalistes qui la donnent et font le siège des structures.
- Les rumeurs les plus folles sont colportées, et la population ne sait plus distinguer le vrai du faux ;
- Les responsables sont ainsi mis en demeure de répondre aux questions pressantes de l'opinion publique.

2. La mise en place d'une cellule de crise

- Elle est peut-être concomitante à la naissance de la crise et faire suite à l'alerte donnée par l'opinion : dans tous les cas très rapidement
- La cellule comprend des compétences variées suivant la nature de la crise.

3. La gestion de la crise

- Elle passe par la définition d'une stratégie adaptée à l'évolution de la crise
- Le contenu des messages est défini. Ils sont caractérisés par leur transparence
- Elle passe aussi par l'information de deux pôles : le public et les journalistes : avis, communiqués, interviews sont destinés à cette tâche.
- L'information du public est périodique
- La presse n'est informée que quand elle en fait la demande

4. La sortie de crise :

- La crise ne s'arrête pas le jour où le sinistre est maîtrisé
- Il faut assurer le retour à la normale au sein de la communauté
- Panser les plaies morales
- Tirer les enseignements de cet événements afin qu'il ne se reproduise plus.

7- Les relations presse de la communication associative en temps de crise :

En temps de crise, une association doit prendre en considération et appliquer -dans ses relations presse- les quatre principes fondamentaux en communication de crise⁴⁵.

- La réactivité : dans ce premier principe, l'association ou le porte-parole ne doit pas cacher la vérité sur le public car la première réaction marque toujours les esprits. Donc le porte-parole doit confirmer l'existence de la crise.
- La responsabilité : le président de l'association doit reconnaître la crise et se soucier des conséquences pour se montrer responsable.
- La transparence : pour faire de l'association une organisation transparente, le porte-parole doit délivrer des informations fiables pour maintenir les relations avec la presse.
- La cohérence : l'association doit unifier et assurer la cohérence des réponses qu'elle donne à ses membres et ne pas s'occuper juste de la presse.

8- Construire une stratégie de communication associative :

Une stratégie de communication est un processus d'élaboration et d'organisation à caractère global dont la finalité c'est l'atteinte des objectifs précis. Elle se réfléchit sur une longue période qui peut atteindre (9) ans de réflexion.

Pour construire une stratégie de communication, comme le souligne Joelle Palmieri⁴⁶, on doit d'abord définir les (7) étapes qui la constituent à savoir :

- Étape 1 : Définir et formuler les objectifs de communication

Chaque travail, projet ou programme repose sur la fixation des objectifs. Pour dire en d'autre façon que ce travail est réalisable. Donc, cette étape consiste à définir les objectifs auxquels va répondre la stratégie de communication. Ses objectifs de communication doivent comprendre les caractéristiques de faisabilité. C'est-à-dire, ils doivent être spécifiques, mesurables, approprié, réaliste et temporaire (S.M.A.R.T.). Les objectifs de la stratégie de communication doivent être en relation avec les publics cibles.

⁴⁵ Thierry Libaert, La Communication de crise, p.78 et sv.

⁴⁶ E-change – Stratégies de communication des associations– Joelle Palmieri, p. 5 - 9

- Étape 2 : Sélectionner les publics cibles

Cette étape consiste à sélectionner et catégoriser les publics ciblés par les actions de communications établies dans la stratégie de communication. Le but de cette étape c'est d'adapter le message selon les usages, attitudes et attentes des publics cibles. Ces derniers sont répartis selon Joelle Palmieri⁴⁷ en deux catégories à savoir :

- Les cibles primaires : sont celles auxquelles les messages de communication sont destinés et elles doivent adopter soit une opinion, une attitude ou un comportement au profit de la société et de l'intérêt général.
- Les cibles secondaires : sont celles qui ont pour mission d'aider les cibles précédentes à adopter le comportement désiré au profit de la société tels que les leaders / relais d'opinion exemple des associations.

- Étape 3 : Déterminer les types d'approches les plus appropriés pour chaque cible

La présente étape consiste à lister les approches propres à la communication qu'on juge appropriées à chaque cibles et faire en sorte de provoquer le changement de comportement attendu. Ses approches peuvent être : du marketing social, de la mobilisation sociale, du plaidoyer, de l'information, de l'éducation (éducation nutritionnelle, éducation par le divertissement,...), du conseil, de l'approche participative communautaire, etc.

- Étape 4 : Identifier les usages des cibles

Pour mieux élaborer la stratégie de communication, il faut identifier les usages qui sont l'ensemble des pratiques quotidiennes observées chez les cibles. Comme l'indique la définition suivante : « Un usage se définit comme une habitude comportementale, une action répétitive liée à des situations du quotidien ou à l'environnement du public cible (prendre le métro, utiliser un smart phone, etc.). »⁴⁸

Identifier les usages des cibles, c'est une façon de les connaître et de se rapprocher d'elles pour mieux choisir les supports de communication adéquate pour leur transmettre le message.

⁴⁷ Ibid

⁴⁸ Ibid. p. 6

- Étape 5 : Élaborer les messages clés destinés aux groupes cibles

L'étape d'élaboration des messages destinés à chaque cible commence lors de la fin de l'identification des usages. Les messages doivent être en relation avec les objectifs de communication formulés et avec le changement voulu par rapport à chaque cible. Aussi selon ses connaissances, attitudes et/ou pratiques concernant le comportement qu'on veut changer.

Pour augmenter la possibilité d'influencer la cible visée par le message. Ce dernier doit être personnalisé avec des tonalités⁴⁹ -qui peuvent être des appels ou des orientations- mais toujours en tenant compte des caractéristiques de chaque cible. Par exemple : des messages émotionnels – relationnels, positifs – négatifs et ou des appels au groupe.

Pour donner une certaine crédibilité au message selon la logique de la cible, on fait appel à la cible secondaire tel que expert, autorité politique, pair, etc.

- Étape 6 : Choisir les canaux et supports de communication, papiers et numériques

Le choix des canaux et supports de communication se fait selon les usages de chaque cibles. La réalisation de chaque support doit répondre à la liste suivante : « objectif, cible, fréquence, format, rubrique/contenus, coût/bénéfice, impacts, reconditionnement (transformation d'un support adapté à un autre), évaluation, diffusion »⁵⁰.

Les supports de communication peuvent être partagés en deux catégories :

- Supports physiques : comme les flyers, les dépliants et les affiches.
- Supports numériques : comme les sites web, les blogs, les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) et les bases de données comme celle de l'Unesco.

- Étape 7 : Le plan de suivi-évaluation de la stratégie

L'évaluation porte ; d'une part ; sur la discussion du déroulement de toute la stratégie sa conception, les activités programmées, les ressources humaines, matérielles et financières. D'une autre part, elle porte sur la

⁴⁹ Op.cit. p. 7

⁵⁰ Op.cit. p. 8

discussion des résultats et des effets obtenus en termes de changements chez la population cible.

9- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de plaidoyer en communication associative :

- **Définition du plaidoyer :**

« En termes simples, un plaidoyer signifie soutenir activement quelque chose ou quelqu'un (une idée, une action, ou une personne) et tenter de persuader les autres de l'importance de cette cause. Plus spécifiquement, le terme « plaidoyer », tel qu'utilisé à travers ce manuel, constitue un effort de groupe visant le changement de certaines politiques publiques bien définies. Il s'agit d'un effort destiné à influencer la politique du gouvernement d'une manière ouverte et transparente et de représenter les points de vue d'un groupe particulier en faisant connaître leurs positions aux législateurs, aux autorités réglementaires et autres responsables de l'élaboration des politiques. Le plaidoyer peut être mis en œuvre au niveau local, régional, ou national »⁵¹.

- **Étapes de l'élaboration d'une stratégie de plaidoyer :**

Pour élaborer une stratégie de plaidoyer voici les étapes à suivre⁵²

- **Étape 1 :** Former un Comité de plaidoyer ou un Comité des affaires gouvernementales

Le comité doit compter entre (5) et (7) membres et représenter les différents groupes d'adhérents à l'association. Les membres du comité doivent être familiarisés avec les principaux problèmes réglementaires, législatifs et politiques qui se posent aux membres de l'association. Ils doivent connaître aussi la procédure d'élaboration des politiques dans un pays donné. De plus, ils doivent plaider au profit de tous les membres de l'association.

Le président du comité doit superviser et veiller au bon déroulement des activités du comité tout en assurant l'atteinte des

⁵¹ Comment entreprendre un plaidoyer efficace, un manuel à l'intention des associations professionnelles, Centre International pour l'Entreprise Privée C.I.P.E., p. 2

⁵² Ibid. p.13

objectifs visés. Il doit mettre en œuvre un calendrier de réunions fixe pour assurer une collaboration efficace et régler les problèmes.

▪ Étape 2 : Sélectionner les thèmes à défendre

Une fois le comité est constitué, il doit sélectionner des thèmes à défendre en faveur des membres de l'association, mais de manière prioritaire. Ces thèmes à défendre sont fournis par les membres de l'association par le biais d'enquêtes.

▪ Étape 3 : Développer les solutions proposées

Après avoir distingué les thèmes à défendre, le comité de plaidoyer doit rédiger un document dans lequel doit s'inscrire la position détaillée sur chaque problème tout en appuyant les solutions proposées par des preuves nécessaires.

▪ Étape 4 : Élaborer votre stratégie de plaidoyer d'ensemble

Pour élaborer la stratégie de plaidoyer d'ensemble, les membres du comité doivent : d'abord, identifier les principaux facteurs d'influence⁵³ ; autrement dit ; déterminer à quel rayon le thème appartient que ce soit local, régional ou national et à quelle branche de l'élaboration des politiques que ce soit législative, réglementaire ou exécutive et ou judiciaire le thème a trait⁵⁴. Ensuite, identifier les partisans et opposants de chaque thème. Enfin, personnaliser adapter le message selon le public.

▪ Étape 5 : Développer des matériaux de plaidoyer ciblés

Dans cette étape, les outils de plaidoyer ciblés utilisés pour tirer profit des médias et adapter le message selon le public cible sont les suivants :

- Le communiqué de presse : il doit être clair, concis, détaillé (contraire de superficiel) et standard par rapport au format.
- Les documents d'information : ils doivent identifier le problème, expliquer son importance, proposer une recommandation politique qui fournisse une solution et tout cela dans un résumé d'une ou deux pages.

⁵³ Ibid. p. 18

⁵⁴ Ibid. p. 19

- Les documents de position politique : ils contiennent les mêmes éléments que les documents d'informations sauf qu'ils apportent des argumentations plus détaillées de chaque éléments.

Pour livrer et transmettre ces matériaux de plaidoyer en temps voulu, l'association doit choisir un messenger qui va présenter ces matériaux au publics cible.

- **Étapes de la mise en œuvre d'une stratégie de plaidoyer :**

- Étape 6 : Utiliser des outils stratégiques

Le but de cette étape c'est de rassembler le plus de soutien possible des publics cibles. Pour cela voici quelques outils stratégiques⁵⁵ :

- Mobiliser les réseaux à l'échelle locale : l'objectif de cet outil c'est d'inciter l'ensemble des organisations locales ou des groupes d'individus à prendre position et soutenir un ou l'ensemble des thèmes du plaidoyer. Afin de défendre leur position en participant au système politique.
- Travailler avec les médias pour former l'opinion publique : le travail avec les médias ou les relations presse peut former et diriger l'opinion publique dans le sens des idées de l'association concernant les thèmes du plaidoyer. Comme il peut aider à la réussite de la campagne du plaidoyer.
- Tisser des relations de travail avec les responsables de l'élaboration des politiques : l'objectif de cet outil c'est de parvenir en tant qu'association à prendre position dans le processus d'élaboration des politiques. Pour cela, il faut établir des contacts avec les candidats à la fonction publique et la communication doit être fréquente et utile avec les responsables politiques.

⁵⁵ Ibid. p.26

- Forger des coalitions efficaces : pour augmenter le nombre d'individus et d'organisations qui partagent les mêmes idées et opinions avec les membres du comité et ceux de l'association. il faut forger et créer des coalitions pour rassembler de nouveaux partisans et donner une certaine crédibilité à la stratégie et la campagne de plaidoyer.
- Étape 7 : Accorder la priorité aux thèmes les plus urgents
Pour ne pas perdre de temps avec les thèmes qui ne sont pas d'urgence politique, il faut accorder la priorité aux thèmes urgents en premier et cela en faveur des membres de l'association et réunir le soutien pour d'autres sujets de plaidoyer futures.
- Étape 8 : Établir un budget
Pour mener à bien la stratégie de plaidoyer, il faut établir un budget détaillé qui convient à l'ensemble des activités de plaidoyer. D'ailleurs, avoir un budget suffisant qui vient au bout de chaque activité c'est une justification de la faisabilité de la stratégie du plaidoyer.
- Étape 9 : Évaluer
Pour assurer l'efficacité de la stratégie du plaidoyer, cette dernière doit être régulièrement évaluée afin de garantir l'atteinte des objectifs du plaidoyer. L'évaluation de la stratégie du plaidoyer se fait par rapport à l'analyse faite aux réponses obtenues des questions suivantes⁵⁶ :
 - Ce thème intéresse-t-il encore les membres de l'association ?
 - Le thème a-t-il évolué dans un sens ou dans l'autre ?
 - Une recherche supplémentaire est-elle encore nécessaire ?
 - Les objectifs et calendriers sont-ils encore faisables ?
 - Le Comité de plaidoyer respecte-t-il le calendrier ?
 - Les objectifs ou le calendrier doivent-ils être revus ?
 - Avons-nous correctement identifié les objectifs de plaidoyer ?
 - Réussissons-nous à atteindre ces objectifs de plaidoyer ?

⁵⁶ Ibid. p.39

- Disposons-nous des bons messagers ?
- Les destinataires cibles sont-ils sensibles à notre message ?
- Le message doit-il être modifié ou peaufiné ?
- Nos tactiques de plaidoyer s'avèrent-elles efficaces ?
- Les ressources financières et humaines sont-elles adéquates ?
- Les opportunités de formation de coalition ont-elles été exploitées ?
- Les coalitions fonctionnent-elles efficacement ?

Enfin, après les résultats d'analyse le comité chargé de plaidoyer n'a qu'à rectifier ce qui est à rectifier pour le bien de la stratégie du plaidoyer.

Cadre pratique

1. Présentation du lieu et de la période de l'étude :

Présentation de l'association Awal Issawal :

L'association environnementale et socioculturelle AWAL ISSAWAL est une association à buts non lucratifs, créée le 09/04/2015 par un groupe de jeunes. Elle est régie par la loi 06/12 datant du 12/01/2012 relative aux associations. Elle est constituée de 15 membres fondateurs dont 09 du bureau exécutif et d'une soixantaine d'adhérents. Son siège social se situe au village de Tahmilt relevant de la commune de Melbou. Parmi ses collaborateurs nous citons : En premier lieu, l'A.P.C. de Melbou et celles de Souk El Tenine et de Tamridjet, la Daïra de Souk El Tenine, l'A.P.W. de Bejaia. En deuxième lieu, la D.J.S. (Direction de la Jeunesse et de Sports), la direction de la culture de la wilaya de Bejaia, la D.A.S. (la Direction des Actions Sociales), la direction de l'environnement de Bejaia. En troisième lieu, les services sécuritaires (la Police et la Gendarmerie Nationale), la Protection Civile, la direction de l'éducation de Bejaia, la D.T.P. (La Direction des Travaux Publics) de la wilaya de Bejaia, la conservation des forêts, la D.S.A. (Direction des Services Agricoles) et la Direction des Affaires Religieuses et des Wakfs. Ainsi que les organes médiatiques tels que la Radio Soummam, la dépêche de Kabylie, El Hayat...

Les domaines d'activité de l'association :

Les activités et les actions menées par l'association AWAL ISSAWAL touchent les domaines suivants :

- L'éducation environnementale : ce domaine consiste à diffuser des connaissances et des valeurs, à promouvoir des comportements et à développer des compétences nécessaires pour participer de façon responsable et efficace à la prévention et la protection de l'environnement. A travers des journées de volontariats qui sillonnent les villages et les hameaux de la commune de Melbou, l'association Awal Issawal implique à chaque fois les citoyens notamment les écoliers dans ce genre d'actions afin qu'ils soient des vigiles de leur environnement et de leur inculquer la culture de la préservation de l'environnement et faire développer un sentiment d'appartenance à leur milieu dans lequel ils vivent. Parmi les activités et les actions écologiques qui s'inscrivent dans le cadre de l'éducation environnementale que l'association a menées, nous citons l'éradication d'une décharge illicite à ciel ouvert, située au

bord de l'oued Agrion(Tahmilt), dans laquelle une soixantaine de citoyens ont pris part, ainsi que une dizaine de volontariats de reboisement, nettoyage et embellissement des villages.

- La culture et le tourisme :à travers ce domaine d'activités, l'association Awal Issawal œuvre à promouvoir la culture en organisant des conférences-débats, et ce dans le cadre de son café littéraire qui touche plusieurs domaines. En invitant à chaque fois des professeurs, enseignants et chercheurs, l'association Awal Issawal vise à créer un climat d'échange instructif et constructif afin de permettre aux amoureux de la culture d'assister et d'enrichir le débat autour d'un sujet précis. D'autres activités sont organisées par l'association à l'exemple de la célébration des journées marquantes telles que Yennayer et le printemps berbère. Quant au tourisme, l'association Awal Issawal organise des sorties et des excursions aux profits de différentes catégories (jeunes et enfants) à destination de plusieurs régions du pays afin de leur permettre de découvrir la richesse et le potentiel touristique de l'Algérie. Nous citons par exemple l'excursion à destination du village de Tiferdoud qui a eu le prix du meilleur village propre dans la wilaya de Tizi Ouzou.
- Les actions sociales et caritatives :à travers ce domaine d'activités l'association Awal Issawal organise et mène des actions ayant trait au social et au caritatif telles que la distribution de couffins de Ramadhan, venir en aide aux familles et couches vulnérables. L'association organise aussi des visites de courtoisie et de solidarité à titre d'exemple la visite effectuée aux profits des sinistrés d'Ait Khelifa qui vivent depuis des années dans une situation lamentable dans un camping à quelques mètres de la plage de Melbou, destiné aux vacanciers durant la saison estivale. Dans le même sillage l'association Awal Issawal a contribué à la grande satisfaction des habitants à la concrétisation du projet d'électrification rurale du village d'Ighzer Oufarnou relevant de la commune de Melbou, un projet tant attendu qui a permis d'améliorer les conditions de vie de la population de cette localité enclavée.
- L'histoire et le patrimoine : les activités menées par l'association Awal Issawal dans ce domaine consiste à la célébration et la commémoration des dates historiques qui marquent l'histoire de notre pays. Dans le but de conserver la mémoire historique, l'association Awal Issawal a réalisé un reportage filmé sur

le déroulement de la guerre de libération nationale dans notre région allant de Melbou jusqu'à Kherrata, en accumulant des témoignages de la famille révolutionnaire. L'association Awal Issawal commémore aussi depuis sa création une date historique qui découle de l'histoire de la commune de Melbou, il s'agit du rassemblement historique du 22 Mai 1945 où le colonisateur français a rassemblé au lieu-dit Takhelwit El Marssa, un nombre très importants d'indigènes pour un discours d'intimidation. L'association œuvre aussi à la préservation du patrimoine matériel et immatériel de la commune de Melbou en organisant des activités ayant trait à ce dernier. nous citons par exemple la conférence animée par l'anthropologue et directeur du Centre National De Recherches Préhistoires Anthropologiques et Historiques (C.N.R.P.A.H.) en l'occurrence M. Slimane Hachi qui a retracé l'histoire de l'homme d'Afalou, le premier homme primitif qui a habitait la région.

Quelques activités de l'association :

Voici dans le tableau suivant quelques activités réalisées par l'association Awal Issawal au cours de l'année 2017⁵⁷ :

Activité	Domaine de l'activité	Date et lieu de déroulement
1- Contribuant à la concrétisation d'un projet d'électrification rurale. 2- Commémoration du tragique accident d'Aokas.	Social	- Septembre 2017 au village de Tahmilt (Melbou). - 24 Février 2017 à Melbou.
3- Célébration de la journée du savoir 4- Célébration du printemps berbère (20 avril 1980).	Culturel	- 16 avril 2017 à Tizi El Oued. - 20 Avril 2017 au CSP de Souk El Tenine.
5- Opération de nettoyage des fonds marins 6- Eradication d'une décharge illicite.	Environnemental	- 25 Mai 2017 plage de Melbou. - 07 septembre 2017 à Tahmilt.
7- Commémoration de la Journée nationale du Chahid. 8- Hommage au défunt Moudjahid Lakab Messaoud.	Histoire	- 18 Février 2017 à la maison de jeunes de Melbou. - 20 Mai 2017 à Tizi El Oued.

⁵⁷ Pour voir encore plus d'activités, veuillez consulter les bilans moraux 2016 et 2017 dans les annexes.

Les objectifs de l'association :

Parmi les objectifs de l'association nous citons :

- Protection de l'environnement et la préservation du milieu naturel.
- Œuvrer à la préservation de du patrimoine culturel et historique de la région.
- La lutte contre les fléaux sociaux.
- Promotion de l'activité agricole
- Aider les couches vulnérables et les nécessiteux.
- Promouvoir la culture.

L'association AWAL ISSAWAL organise ses activités au niveau de la commune de Melbou ainsi que les communes limitrophes et elle participe aux déférentes activités et manifestations organisées au niveau de la wilaya de Bejaia voire à l'échelle nationale (Forums, Salons...).

Description de la période d'étude :

L'étude s'inscrit dans une période de soixante (60) jours, du premier (1) Février jusqu'au trente et un (31) Mars de l'année en cours. Durant la pratique, on a rencontré certaines difficultés à l'image de fait que l'association ne possède pas un local où se rassemblent l'ensemble des membres et adhérents de l'association -ce qui a engendré la difficulté de les rencontrer- pour mettre en exergue le plan d'action de ses activités. Malgré ce désagrément, on a été bien accueilli et accompagné par les membres de l'association dans les lieux du déroulement des activités. Durant notre stage, l'association Awal Issawal a lancé le café littéraire qui se déroule chaque samedi à 14 heure, et ce au niveau de la bibliothèque communale et/ou la maison de jeunes du chef-lieu de la commune de Melbou. A travers ce café littéraire, l'association invite des écrivains, professeurs, poètes, enseignants universitaires et autres personnalités à l'exemple de l'archéologue Slimane Hachi, la présidente de "la fondation Matoub Lounes" Malika Matoub, l'enseignant universitaire et militant des droits de l'homme Mahrez Bouiche et l'écrivain et éditeur Tarik Djerroud.

Les moyens utilisés durant l'étude peuvent être cités ainsi :

- ✓ Le guide d'entretien : dans lequel s'inscrivent les questions à poser durant l'entrevue de recherche.

- ✓ Le cahier et le stylo : pour la prise de notes.
- ✓ Le blog de l'association Awal Issawal : pour avoir plus d'acquisition d'informations sur l'association.
- ✓ La page Facebook de l'association : pour suivre les activités et les actions qui se sont déroulées et qui vont se dérouler.
- ✓ Le face à face : qui est la manière dont les entretiens se sont déroulés.

Lors des entretiens semi-directifs on a eu une certaine difficulté à l'image de la disponibilité de l'échantillon d'étude (membres de l'association). Alors les entrevues sont faites de manière accidentelle selon leurs temps vide.

2. Méthode de l'étude :

Dans cette présente étude, on a utilisé la méthode qualitative car elle est associable à l'utilisation du guide d'entretien lorsqu'on traite de nouvelles thématiques par rapport au terrain de recherche notamment quand il y a un manque d'informations concernant la thématique choisie comme le cas de notre thématique de recherche. D'abord, la méthode est définie comme " l'ensemble des procédures, des démarches précises adoptées pour en arriver à un résultat. En sciences, la méthode est primordiale, et les procédés utilisés lors d'une recherche en déterminant les résultats "⁵⁸. Autrement, on comprend par cela que la méthode est un ensemble de règles et codes que n'importe quel chercheur débutant ou expérimenté doit respecter à la lettre. Enfin, la méthode qualitative vise " d'abord à comprendre le phénomène à l'étude. Il s'agit d'établir le sens de propos recueillis ou de comportements observés. On se base davantage sur l'étude de cas ou de petits nombre d'individus (Deslauriers 1991) "⁵⁹.

3. Analyse et interprétation des indicateurs du phénomène de l'étude :

Dans notre étude, l'échantillon étudié relève des membres fondateurs de l'association Awal Issawal qui est de nombre de dix (10). Mais sur l'ensemble de la population mère elle comporte quinze (15) membres et soixante (60) adhérents.

Les caractéristiques de l'échantillon d'étude :

⁵⁸ Angers Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Edition CASBAH Université, pdf, P 09.

⁵⁹ Ibid. P 60.

Les données personnelles de notre échantillon se constituent de trois éléments (l'âge, le niveau d'étude et le statut occupé au sein de l'association Awal Issawal).

Tableau n°1: la répartition de la population d'étude selon l'âge :

Age	Effectif
[25-30]	5
[30-35]	5
Total	10

Le tableau ci-dessus présente la répartition de l'échantillon d'étude selon l'âge :

On constate que les classes [25-30] et [30-35] sont équitables par rapport au nombre des enquêtés qui est de dix (10).

Par rapport aux classes ci-dessus constituant l'échantillon étudié, on distingue que la majorité des enquêtés sont jeunes. Ce qui explique que les jeunes s'impliquent dans le mouvement associatif dans la commune de Melbou.

Tableau n°2: la répartition de la population d'étude selon le niveau d'étude :

Niveau d'étude	Effectif
Moyen	4
Secondaire	1
Universitaire	5
Total	10

Le tableau ci-dessus présente la répartition de l'échantillon selon le niveau d'étude :

D'abord, on observe que le niveau d'étude moyen regroupe quatre (4) enquêtés. Ensuite, on constate que le niveau d'étude secondaire comporte un (1) seul enquêté. Enfin, le niveau d'étude universitaire regroupe cinq (5) enquêtés.

Par rapport au tableau ci-dessus répartissant l'échantillon selon le niveau d'étude on constate que le niveau universitaire détient la première place. Ce qui explique que le niveau d'instruction des enquêtés est élevé.

Tableau n°3: la répartition de la population d'étude selon le statut occupé au sein de l'association :

Statut occupé	Effectif
1 ^{er} Vice-président	1
Secrétaire Général	1
Adjoint Secrétaire Général	1
Trésorier	1
1 ^{er} Adjoint Trésorier	1
Membres assistants	5
Total	10

Le tableau ci-dessus présente la répartition décroissante - c'est-à-dire, du statut important au moins important- des enquêtés selon le statut occupé au sein de l'association.

Axe n°1 : le fonctionnel :

Tableau n°4 : Degré de la circulation de l'information au sein de l'association :

Degré de la circulation de l'information	Effectif	Arguments
Informé	10	- « <i>Oui, je suis informé</i> ». - « <i>Oui, je suis souvent informé</i> ».
Peu informé	/	/
Non informé	/	/

Le tableau ci-dessus montre le degré de la circulation de l'information au sein de l'association.

On constate que la totalité des enquêtés sont informés comme le signale le propos suivant : « *Oui, je suis souvent informé* ». Ce qui explique qu'il y a d'une part, une circulation fluide de l'information, et d'une autre part, un bon fonctionnement de la communication interne de l'association.

Tableau n°5 : les moyens d'information utilisés au sein de l'association :

Moyen utilisé	Effectif	Arguments
Réunion	3	- « <i>Par le biais des réunions...</i> ».
Affichage	2	- « <i>...à travers l'affichage...</i> ».
Facebook	10	- « <i>...à travers la page facebook de l'association...</i> ».
Communication directe	3	- « <i>...par le bureau exécutif...</i> » - « <i>...par contact direct...</i> »
Téléphone	8	- « <i>...par téléphone...</i> »

Le tableau ci-dessus expose les moyens d'information utilisés au sein de l'association.

On constate en premier lieu, que le réseau social « Facebook » est le plus cité par la majorité des enquêtés comme le signale le propos suivant : « *...à travers la page facebook de l'association...* ». En deuxième lieu, le moyen qui vient en seconde position est le « Téléphone » comme le montre le propos suivant : « *...par téléphone...* ». En troisième lieu, on constate qu'il y a une égalité entre « la communication directe » comme l'expose le propos suivant : « *...par contact direct...* » et la « Réunion » comme le signale le propos suivant : « *Par le biais des réunions...* ». En quatrième lieu, on constate que « l'affichage » détient la dernière place comme le formule le propos suivant : « *...à travers l'affichage...* ».

On remarque que le « Facebook » ainsi que le « Téléphone » sont les moyens d'information les plus utilisés ce qui montre que l'association accorde une importance au développement technologique.

Tableau n°6 : Fréquence de diffusion de l'information au sein de l'association :

Fréquence de diffusion de l'information	Effectif
Une journée avant	1
2 à 3 Jours avant	4
Une semaine avant	5

Le tableau ci-dessus présente la fréquence de diffusion de l'information au sein de l'association.

On constate d'abord, que la majorité des enquêtés sont informés une semaine avant le déroulement des activités de l'association. Ensuite la minorité des enquêtés sont informés 2 à 3 jours avant les activités, Et le reste des enquêtés sont informés une journée avant.

Vu les données sur le tableau, on remarque que la fréquence de diffusion de l'information au sein de l'association est élevée.

Tableau n°7 : Degré de satisfaction des membres de la manière avec laquelle sont informés au sein de l'association :

Degré de satisfaction	Effectif	Arguments
Satisfait	8	- « <i>Oui, je suis satisfait</i> »
Peu satisfait	1	- « <i>...un peu...</i> »
Non satisfait	1	- « <i>Non je ne suis pas satisfait</i> »

Le tableau ci-dessus présente le degré de satisfaction des membres de la manière avec laquelle sont informés au sein de l'association.

On constate que la majorité des enquêtés sont satisfaits ; comme le formule le propos suivant : « *Oui, je suis satisfait* » ; à l'exception de deux enquêtés qui l'un d'eux est peu satisfait ; comme le dit ce propos : « *...un peu...* » ; et l'autre non satisfait comme le formule ce propos : « *Non je ne suis pas satisfait* ».

On remarque que la manière par laquelle l'association informe ses membres est satisfaisante.

Tableau n°8 : Degré d'intérêt porté pour la communication de l'association par les membres :

Degré d'intérêt	Effectif	Arguments
Intéressé	6	- « ... <i>puisque j'en fais partie</i> » - « <i>Pour voir les activités</i> »
Peu intéressé	4	- « <i>Pour m'informer de ses nouvelles</i> » - « <i>Pour voir quoi de neuf...</i> »
Non intéressé	/	/

Le tableau ci-dessus présente le degré d'intérêt porté pour la communication de l'association par ses membres.

On constate, d'une part, que la plupart des enquêtés sont intéressés par la communication de l'association Awal Issawal qui sont du nombre de six (6) ; comme le présente ce propos : « *puisque j'en fais partie* » ; et, d'une autre part, le reste des enquêtés qui est de nombre de quatre (4) est peu intéressé comme le présente le propos suivant : « *Pour voir quoi de neuf...* ».

Vu l'intérêt porté par les enquêtés pour la communication de l'association, on peut dire qu'il y a un climat favorable au sein de l'association.

Axe n° 2 : le relationnel :

Tableau n°9 : Degré de relation entre les membres de l'association :

Degré de relation	Effectif	Arguments
Bonne	8	- « ... <i>elle est bonne...</i> » - « <i>nous sommes des amis</i> »
Stable	2	- « ... <i>elle est stable...</i> »
Faible	/	/

Le tableau ci-dessus présente le degré de relation entre les membres de l'association.

On constate que le degré de relation est bon entre la majorité des enquêtés qui est de nombre de huit (8) comme le justifie ce propos : «*nous sommes des amis* », par ailleurs on observe qu'il est stable chez la minorité des enquêtés qui est de nombre de deux (2) comme le montre ce propos : « ... *elle est stable...* ».

D'après les données du tableau on peut dire que la relation est bonne entre les membres de l'association.

Tableau n°10 : Degré de relation entre l'association et les différents publics :

Degré de relation	Effectif	Arguments
Bonne	8	- « ... elle est bonne et solide... » - « bonnes relations avec les différents publics »
Stable	1	- « ... pas mal avec le grand public... »
Faible	1	- « ... elle est mauvaise avec quelques partis politiques... »

Le tableau ci-dessus montre le degré de relation entre l'association et les différents publics.

D'après le tableau ci-dessus, on observe d'abord que selon huit (8) enquêtés la relation entre l'association et les différents publics est bonne tel que le formule ce propos : « *bonnes relations avec les différents publics* ». Ensuite, selon un enquêté cette relation est stable comme le montre ce propos : « *... pas mal avec le grand public...* ». Enfin, selon un autre enquêté cette relation est faible comme le présente le propos suivant : « *... elle est mauvaise avec quelques partis politiques...* ».

Vu les données du tableau on remarque que les propos des enquêtes sont différents mais la majorité montre que cette relation entre l'association et les différents publics est bonne.

Tableau n°11 : Degré d'information sur la gestion financière de l'association :

Degré d'information	Effectif	Arguments
Informé	5	- « ... <i>Oui, je suis informé...</i> »
Peu informé	2	- « ... <i>un peu...</i> »
Non informé	3	- « ... <i>Non, je ne suis pas informé...</i> »

Le tableau précédent présente le degré d'information sur la gestion financière de l'association.

Selon les données du tableau, on observe d'abord que la majorité des enquêtés qui est de nombre de cinq (5) sont informés comme le montre ce propos : « ... *Oui, je suis informé...* ». Ensuite, on distingue que deux (2) enquêtés sont peu informés tel que le présente ce propos : « ... *un peu...* ». Enfin le reste des enquêtés qui est de trois (3) n'est pas informé comme le montre ce propos : « ... *Non, je ne suis pas informé...* ».

On constate que les informations concernant la gestion financière de l'association ne sont pas à la portée de tous les membres.

Tableau n°12 : Degré de considération de l'association par les membres :

Degré de considération	Effectif	Arguments
Bonne	9	<ul style="list-style-type: none"> - «...je la considère comme un espace pour s'épanouir et s'exprimer » - « ...Notre fierté... » - « ...un lieu d'échange... » - « ...espace de détente et d'amitié... » - «...ma deuxième famille... » - « je la trouve bien, elle apporte un plus pour la société... »
Moyenne	1	- «...un passe de temps... »
Mauvaise	/	/

Le tableau précédent décrit le degré de considération de l'association par ses membres.

D'après les données du tableau, on observe, d'une part que le degré de considération est bon chez la majorité des enquêtés qui est de nombre de neuf (9) ; exemple des propos tels que « ...je la considère comme un espace pour s'épanouir et s'exprimer... », « Notre fierté... », « ...ma deuxième famille... », et d'une autre part, on observe que ce degré est moyen chez un seul enquêté comme le justifie le propos suivant : «...un passe de temps... ».

On remarque que l'association a une bonne image chez ses membres.

Tableau n°13 : Degré de sentiment d'appartenance des membres pour l'association :

Degré de sentiment d'appartenance	Effectif	Arguments
Fort	6	- « <i>Je ne crois pas</i> » - « <i>Je ne vais pas la quitter</i> » - « <i>Non</i> »
Moyen	3	- « <i>Oui, si je serai loin mais je garderai le contact</i> » - « <i>Oui, mais je serai toujours en contact avec elle</i> » - « <i>Oui, peut-être</i> »
Faible	1	- « <i>Oui</i> »

Le tableau en dessus décrit le degré le sentiment d'appartenance des membres pour l'association.

D'après ce tableau, on constate d'abord que le degré du sentiment d'appartenance est fort chez la majorité des enquêtés qui sont de nombre de six (6). Comme le justifie le propos suivant : « *Je ne vais pas la quitter* ». En outre, le degré de sentiment d'appartenance est moyen chez trois enquêtés par rapport au propos suivant : « *Oui, si je serai loin mais je garderai le contact* ». Enfin ce degré est faible chez un seul enquêté comme c'est justifié par ce propos : « *Oui* ».

On remarque qu'il existe un certain sentiment d'appartenance chez les membres par rapport à leur association.

4. Résultats :

D'après l'étude menée au niveau de l'association Awal Issawal de la commune de Melbou, voici donc les résultats acquis :

- Il y a une circulation fluide de l'information et un bon fonctionnement de la communication interne de l'association, c'est-à-dire, la majorité des membres de l'association sont informés.
- Le « Facebook » ainsi que le « Téléphone » sont les moyens d'information les plus utilisés au sein de l'association, ce qui justifie la fluidité de la circulation de l'information.
- La fréquence de diffusion de l'information au sein de l'association est élevée, autrement dit, les membres de l'association ont accès à l'information à travers les différents moyens de communication qu'utilise l'association.
- La manière par laquelle l'association informe ses membres est satisfaisante.
- Il existe un climat favorable au sein de l'association qui permet aux membres de travailler dans une ambiance conviviale.
- La relation est bonne entre les membres de l'association.
- La relation entre l'association et les différents publics (collectivités locales, entreprises, organes médiatiques et Grand public) est bonne.
- Les informations concernant la gestion financière de l'association ne sont pas à la portée de tous les membres.
- L'association a une bonne image chez ses membres, c'est-à-dire, ces derniers portent une bonne estimation envers elle.
- Il existe un certain sentiment d'appartenance chez les membres par rapport à leur association, c'est-à-dire, ils s'attachent à leur association en contribuant à sa promotion.

On constate que l'hypothèse avancée auparavant est confirmée. Par rapport aux résultats d'analyse et d'interprétation faite sur les données collectées durant la période d'étude auprès de l'échantillon d'étude.

Donc, on peut déduire que la communication interne au sein de l'association Awal Issawal permet de concilier la communication fonctionnelle et la communication relationnelle.

Conclusion :

Aujourd'hui, la communication a une place assez importante au sein des associations. Sur le plan fonctionnel, cela est justifié par la manière avec laquelle elles préparent et réalisent leurs différentes activités. C'est-à-dire, la circulation de l'information interne entre les membres fondateurs et les membres assistants d'une part. Et d'une autre part, l'ensemble des interactions entre les associations et les différents publics comme les collectivités locales et les citoyens. Aussi, sur le plan relationnel par rapport au lien social qui existe entre les membres qui les constituent et d'une autre part le lien qui existe entre elles et leurs différents publics.

Suite à notre recherche menée au niveau de l'association Awal Issawal de la commune de Melbou, la communication associative représente un outil primordial pour concilier entre le bon fonctionnement de l'association et les relations reliant ses membres par le biais de la communication interne.

Par ailleurs, il est important d'assurer l'équilibre entre la communication fonctionnelle et la communication relationnelle pour maintenir la persévérance ; à travers le développement du sentiment d'appartenance, la cohésion et l'esprit d'équipe, ainsi que la collaboration entre les membres de l'association Awal Issawal. Ce qui va les motiver et les conduire à s'impliquer encore d'avantage dans cette association ; et l'existence de l'association ; car une association survie dans son environnement grâce à ses activités et la tendance qu'elle crée auprès des différents publics ; toute fois en assurant une bonne image, notoriété et réputation de son environnement parce que ces trois éléments constituent les paramètres de réussite de chaque association.

Pour finir, les associations doivent accorder une importance particulière à l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (T.I.C.) tels que les réseaux sociaux dans leur communication avec les différents publics ; car ces réseaux sociaux offrent de nouveaux espaces publics pour les discussions, débats et autres interactions relatifs au domaine associatif. Par conséquent, ces nouveaux espaces publics engendrent un prolongement des moyens et des voies de communications traditionnels vers le numérique ; et ce dans le but de trouver de nouvelles ressources de financement et par conséquent l'augmentation du nombre d'adhérents.

Liste bibliographique :

Ouvrages :

- Angers Maurice, I.P.M.S.H., **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**, LES EDITIONS CEC, 6^e édition.
- Aude Seurrat, **Ecrire un mémoire en sciences de l'information et de la communication, Récits de cas, démarches et méthodes**, Presses Sorbonne Nouvelle, 2014.
- DACHEUX, Éric (1998), *Associations et communication, critique du marketing*, Paris, CNRS Éditions.
- Hervé Collet, **Communiquer Pourquoi, Comment ?, Le guide de la communication sociale**, Editions CRIDEC.
- Thierry Libaert, Jean Marie-Pierlot, **Communication des associations**, 2^eédition, Dunod, Paris, 2014
- Thierry Libaert, **La Communication de crise**, Dunod, 2010.

Documents P.D.F. :

- Angers Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Edition CASBAH Université, pdf,
- Cleusa Maria Andrade Scroferneker, « Qu'est-ce que la « Communication organisationnelle » dans un pays de contact ? », *Sociétés* 2004/1 (no 83), p. 79-88. DOI 10.3917/soc.083.0079
- Comment entreprendre un plaidoyer efficace, un manuel à l'intention des associations professionnelles, Centre International pour l'Entreprise Privée C.I.P.E.
- Communication des Associations
http://www.adea-comed.org/version2/IMG/pdf/communication_des_Associations.
- Communication des associations : spécificités par rapport à la communication d'entreprise.
<http://lasco.comu.ucl.ac.be/WP/030709JMPierlotThLibaert.pdf>
- E-change – Stratégies de communication des associations– Joelle Palmieri,
- Joussour, Manuel pour les associations algériennes, Edition Fondation Friedrich Ebert, ISBN : 978-9961-9885-7-2, P104.
- La communication associative
https://www.clae.lu/wp-content/uploads/2017/.../fp_la_communication_associative.

- La communication associative, fiche pratique, édition C.L.A.E. Services A.S.B.L.
- Laurence Thieux, Rapport sur le Mouvement Associatif de la Femme dans le Milieu Rural en Algérie, I.E.C.A.H., Edition : C.E.R.A.I.
- Ouhaibia Fatiha et Nouari Amal, La communication associative et son évolution, extrait du magazine des sciences humaines N°9 de l'université Mohamed Kheidher Biskra.
- Peter Stockinger, Notions de base en sciences de l'information et de la communication adaptées au contexte interculturel, Paris, Institut National des Langue et Civilisations Orientales(INALCO) 2007 – 2008
- VOUS AVEZ DIT RELATION PRESSE ?, PETIT GUIDE DE SURVIE À L'USAGE DES ACTEURS DE LA SOLIDARITÉ INTERNATIONALE, FÉVRIER 2016.

www.reascoop.org

Mémoires de fin de cycle :

- Stéphanie Dupont, Mémoire de DESS NOUVEAUX MEDIAS DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION, Les enjeux d'Internet dans la communication des associations, 2002.
- Jessica Defferrard, travail de bachelor H.E.S., « Les enjeux de la communication dans le milieu humanitaire « Audit de communication d'une fondation œuvrant dans la récolte et redistribution des fonds lors de catastrophes et des conflits « CHAINE DU BONHEUR LA SUISSE SOLIDAIRE » », aout 2015.

Etudes collaborative :

- Generali France et l'université Paris 8, Les enjeux du web collaboratif pour le monde associatif en France, juin 2011.

Webographie :

- Florence Carion, « La communication associative », *Communication* [En ligne], Vol. 28/1 | 2010, mis en ligne le 23 septembre 2011, consulté le 09 décembre 2017. URL : <http://journals.openedition.org/communication/2106> ; DOI : 10.4000/communication.2106
- <http://www.wolton.cnrs.fr/spip.php?article60>

- Le Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales <http://www.cnrtl.fr/definition/association#>
- Mark-neting, le site web de l'action commerciale, le glossaire du marketing http://markneting.free.fr/index.php?option=com_glossary&id=97
- Vie publique.fr est un site réalisé par la Direction de l'Information Légale et Administrative <http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/citoyen/participation/association/qu-est-ce-qu-association.html>

Annexes

Annexe n°1 : le guide d'entretien

Université A. MIRA de Bejaia

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences Humaines

Spécialité : Communication et relations publiques

Thème :

Communication associative : concilier le fonctionnel et le relationnel.

Cas : Association environnementale et socioculturelle Awal Issawal de Melbou.

Réalisé par :

- HEBBACHE Aziz

- KHENTOUS Abdelaziz

Encadré par :

- M. MERAH Aïssa

Ce guide d'entretien sera exploité dans le cadre de notre mémoire de Master en Communication et Relations Publiques qui s'intitule « communication associative : concilier le fonctionnel et le relationnel ».

Annexe n°1 : le guide d'entretien

Données personnelles :

- 1- Quel âge avez-vous ?
- 2- Quel est votre niveau d'étude ?
- 3- Quel statut occupez-vous au sein de votre association ?

Le fonctionnel :

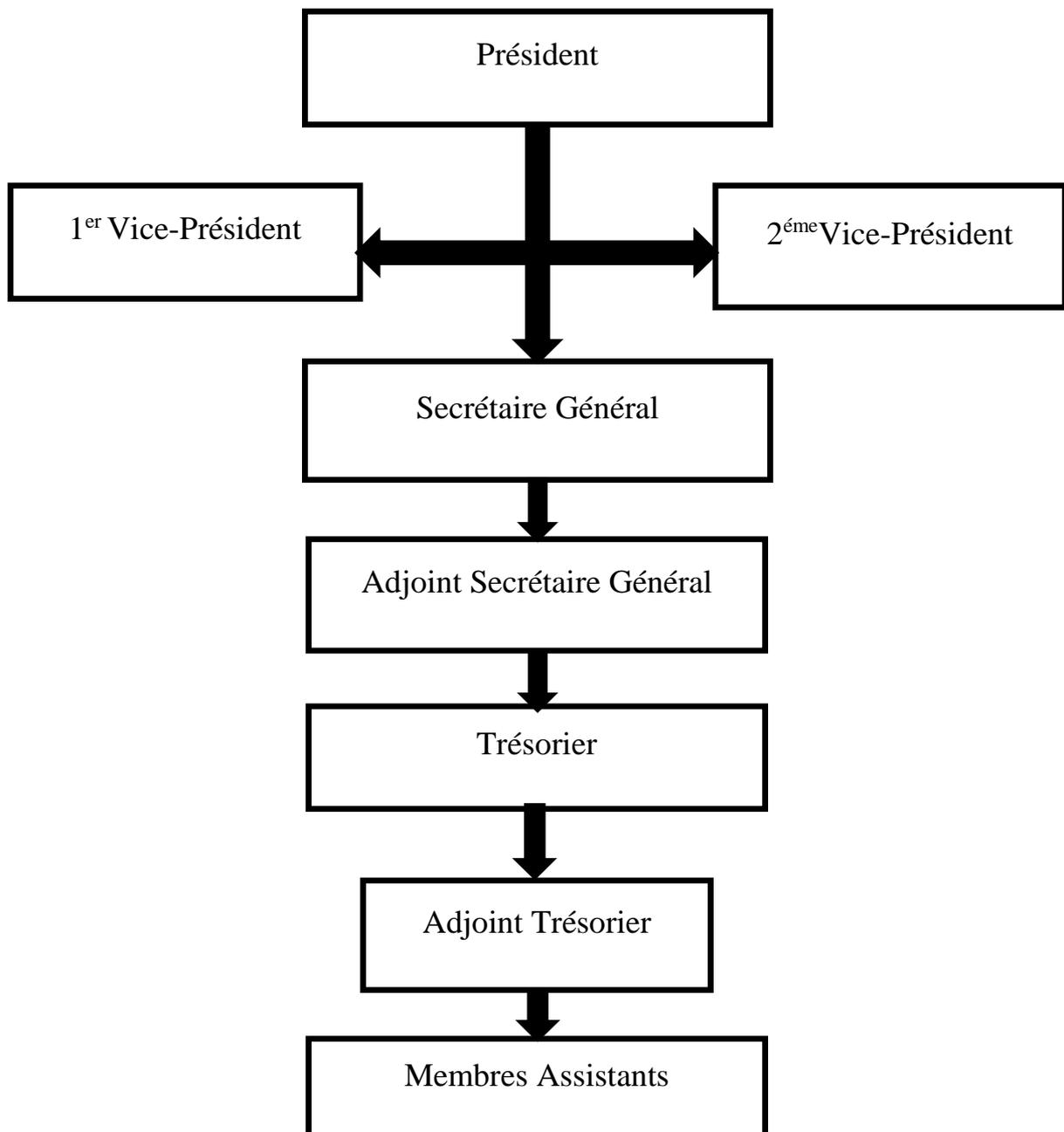
- 1- Etes-vous informé sur les activités de l'association ?
- 2- Comment vous êtes informés ?
- 3- Quand-est-ce que vous êtes informés des activités de votre association ?
- 4- Etes-vous satisfait de la manière par laquelle vous êtes informés ?
- 5- Suivez-vous la communication de votre association ?
- 6- Comment vous suivez la communication de l'association ? et pourquoi ?

Le relationnel :

- 1- Que pensez-vous de votre relation avec les membres de l'association Awal Issawal ?
- 2- Dans le cadre de la communication associative, que pensez-vous de la relation entre votre association et les différents publics ?
- 3- Etes- vous informé sur la gestion financière de votre association ?
- 4- Comment considérez-vous votre association ?
- 5- Quittez-vous un jour l'association ?

Annexe n°2 :

Organigramme de l'Association Environnementale et Socioculturelle
Awal Issawal





Association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL



BILAN MORAL

Du 01/01/2016 au 31/12/2016

- Le mardi 12 janvier 2016 ,l'association AWAL ISSAWAL a mis en exergue un programme riche en activités pour célébrer YENNAYER 2966 ,et ce au niveau de la maison de jeunes de MELBOU qui consiste à faire une exposition des articles traditionnels berbères ,dans une salle archicomble ,une conférence a été animée par l'enseignant universitaire au département de langues et culture amazighe de l'université de Bejaia monsieur AISSI TAHAR ,le thème de la conférence était AMAZREW N'YENNAYER (Histoire de yennayer) suivi par un débat chaleureux. D'autres activités ont été au menu à savoir la poésie, la danse kabyle et un défilé de Robes kabyles. le clown, et des pièces théâtrales présentées par une troupe de l'association THAMOGHELI de la commune de Souk El Tenine .l'association AWAL ISSAWAL a organisé un gala artistique où une dizaine de chanteurs locaux et de Tizi ouzou ont en pris part en chantant de différentes chansons kabyles dans une ambiance conviviale. Pour conclure cette célébration l'association AWAL ISSAWAL a procédé à la remise des cadeaux et des attestations de remerciements aux participantes et participants qui ont contribué à la réussite de ce programme tout en gardant des photos pour immortaliser l'événement.

- Le samedi 06 février 2016, et dans le cadre de la célébration de la journée nationale du CHAHID, l'association AWAL ISSAWAL en collaboration avec l'organisation des enfants de CHOHADA ont organisaient une journée de volontariat pour le nettoyage du cimetière de chohada dénommé RAS EL BEGHAL aux hauteurs de la commune de Melbou, et en présence des autorités locales. Cette louable initiative a été

Annexe n°3 : Bilan Moral 2016

une chance pour les participants notamment les jeunes de découvrir l'un des monuments historiques de la commune de Melbou.

➤ Le jeudi 18 février 2016, l'association AWAL ISSAWAL a célébré la journée nationale du CHAHID en collaboration avec l'organisation des enfants de chohada de la commune de Melbou et en présence des autorités locales. Après la récitation de la Fatiha et le dépôt d'une gerbe de fleurs devant la stèle commémorative de chohada au chef-lieu communal, les participants ont pris le chemin pour une visite du cimetière de chohada au lieu-dit RAS EL BEGHAL suivi par le dépôt d'une gerbe de fleurs et la récitation de la Fatiha et la levée des couleurs et aussi l'observation d'une minute de silence à la mémoire des chohada tombés sur le champ d'honneur pour la liberté et l'indépendance de notre chère Algérie. et par la suite un reportage filmé et réalisé par l'association AWAL ISSAWAL sur l'histoire de la région a été diffusé au niveau de la maison de jeunes de Melbou pour rappeler les jeunes et les élèves des événements importants qui se sont déroulés dans les différentes localités durant la guerre de libération nationale.

➤ Le mardi 23 février 2016, l'association AWAL ISSAWAL a commémoré une journée très marquante et douloureuse chez la population Melboucienne, il s'agit de la tragédie du 23 février 1998 où un bus s'est renversé et fini dans une mer très agitée faisant 36 morts (jeunes stagiaires pour la plupart) au lieu-dit EL MAADANE dans la commune de Melbou, un programme très riche en activités a été concocté par l'association AWAL ISSAWAL en collaboration avec l'Assemblée populaire communale de Melbou pour rendre hommage aux victimes de cet tragique accident qui restera certainement gravé dans nos mémoires. Après un rassemblement devant le siège de l'APC, une marche commémorative a

Annexe n°3 : Bilan Moral 2016

été organisée en prenant l'itinéraire du chef-lieu communal vers la stèle commémorative d'EL MAADANE .en présence des familles des défunts, une gerbe de fleurs a été déposée devant la stèle suivie par la récitation de la Fatiha et l'observation d'une minute de silence à leurs mémoires. A 11h le coup d'envoi a été donné pour le cross communal pour les catégories séniors et vétérans ou ils ont participé une cinquantaine de personnes issues de différentes communes de la wilaya de Bejaia qui ont répondu favorablement à cette commémoration. En outre, un match gala s'est déroulé au niveau du stade communal de Melbou avec la participation des vétérans, et pour encourager davantage, les participants ont été récompensés par des cadeaux et attestations de remerciements pour leurs contributions à la réussite de cet événement.

➤ Le Mercredi 24 février 2016, l'association AWAL ISSAWAL a commémoré l'accident tragique de l'énorme éboulement qui s'est produit à AOKAS faisant sept morts entre autre le défunt KHELIFA SAID de la commune de Melbou. après l'observation d'une minute de silence, le coup d'envoi a été donné pour le match amical au niveau du stade d'AIT BOUKANDOUL entre les catégories sénior et vétérans suivi par la remise des médailles aux joueurs participants, des cadeaux ont été offerts aux enfants du défunt.

➤ Le dimanche 27 mars 2016,l'association Environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a commémoré l'anniversaire de l'assassinat du défunt MOHAMED ABDERRAHMANI ,journaliste et ex-directeur du journal EL MODJAHID, natif de la commune de Melbou, lâchement assassiné par la horde islamiste durant la décennie noire ,un certain 27 mars 1995 à Alger, le programme a commencé comme suit : la récitation de la Fatiha et l'observation d'une minute de silence à la

Annexe n°3 : Bilan Moral 2016

mémoire du défunt, l'association AWAL ISSAWAL et en présence de la famille et les amis du feu ABDERRAHMANI ont déposé une gerbe de fleurs devant la stèle commémorative érigée à sa mémoire.

- Le 16 avril 2016, l'association AWAL ISSAWAL a célébré la journée du savoir au niveau de l'école primaire de TIZI EL OUD en organisant un concours entre les établissements scolaires primaires de la commune de Melbou destiné aux élèves de la cinquième années ,dans les quatre matières à savoir le français ,l'arabe ,les mathématiques et la culture générale ,afin de permettre aux élèves de rafraichir leurs mémoires avant l'examen officiel, pour distraire les élèves présents, les membres de l'association ont animé diverses activités à savoir clown ,pièce théâtrale présentée par l'association THAMOUGHELI, chansons éducatives présenté par les élèves de l'école, à la fin la célébration, l'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a récompensé les élèves brillants et les lauréat du concours, ainsi que les attestations de remerciements ont été offertes par l'association pour la famille éducative.

- Le 08 Mai 2016, l'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé aux différentes activités commémoratives concoctées à cet événement.

- Le 22 Mai 2016 ,l'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a commémoré le rassemblement historique au niveau de la commune de Melbou avec la présence de la fondation nationale du 08 Mai 45 et l'association de la sauvegarde de la mémoire de Kherrata et des autorités locales, après une marche commémorative et le dépôt d'une gerbe

Annexe n°3 : Bilan Moral 2016

de fleurs ,une conférence a été animée par Monsieur SELAKDJI Abdelhamid en sa qualité du président de la fondation nationale 08 mai45.

- Le 28 MAI 2016, et dans le cadre de la préparation de la saison estivale, l'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé à la journée de volontariat initié par la DJS et la direction de l'environnement de Bejaia pour le nettoyage des plages, l'association AWAL ISSAWAL a beaucoup contribué à la réussite de cette louable initiative dans la commune de Melbou.
- Le 16 juin et dans le cadre de la préparation du mois de RAMADHAN l'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a concocté un programme riche en activité en collaboration avec la direction des affaires religieuses et des wakfs de la wilaya de Bejaia à savoir la programmation d'une conférence débat animée par le docteur FARID TERIKI et FARID ATTIK ;et un concours religieux écrit destiné aux élèves des différents établissements scolaires et un autre concours oral destiné aux récitants du coran, à la fin de cette cérémonie l'association AWAL ISSAWAL a procédé à la remise des cadeaux et attestations aux participants.
- Le mois de juin, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé aux travaux de la commission chargée de la distribution de projet « blanche Algérie ».
- Le 02 juillet 2016 et Pour des raisons humanitaires, l'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a organisé durant le mois du RAMADHAN une visite de courtoisie et de solidarité au profit des sinistrés d'AIT KHELIFA logés depuis février 2012 dans un camp de

Annexe n°3 : Bilan Moral 2016

vacance dénommé MIDIFIL, situé au chef-lieu communal de Melbou, ces familles défavorisées ont été obligées de quitter leurs habitations lorsqu' un énorme glissement du terrain s'est produit au lieu-dit IGHZER OUFARNOU. L'objectif de cette visite est de rehausser le moral de ces sinistrés qui vivent dans une situation lamentable et souffrent en silence depuis des années. Cette visite avait comme but de rappeler les autorités concernées et les exhorter pour mettre fin à cette souffrance.

- Le 05 juillet 2016, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé aux différentes activités programmées à l'occasion de la fête nationale de l'indépendance de notre chère Algérie.

- Le 22 juillet 2016, l'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé à la célébration de la journée nationale de la police au niveau du siège de la sureté urbaine de la commune de Melbou, un hommage a été rendu par l'association aux éléments de la police pour leur service et leur soutien indéfectible au profit des citoyens.

- Le 20 Aout 2016, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé aux différentes activités programmées à l'occasion de cette date historique.

- La veille du premier novembre 2016, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé aux différentes activités qui se sont déroulées au niveau du siège de la mairie, et aux activités concoctées à cette célébration du déclenchement de la guerre de libération nationale.

Annexe n°3 : Bilan Moral 2016

- Le premier novembre 2016, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé à la journée de reboisement, où plus de 200 caroubiers ont été implantés au lieu-dit TASSEFESSAFET aux hauteurs de la commune de Melbou, et ce en collaboration avec la direction des forêts et l'association ASSIREM GOURAYA.

- le 22 octobre 2016, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL, a organisé une visite de courtoisie au siège de la RADIO SOUMMAM, et ce à l'occasion de la journée nationale de la presse, au profit des élèves de différents établissements scolaires de la commune de Melbou afin de leurs permettre de découvrir le métier du journalisme et les préparations des émissions et les différents programmes de la Radio.

- Le premier novembre 2016, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé aux différentes activités à savoir une visite au cimetière de chohada au lieu-dit RAS EL BEGHAL suivi par le dépôt d'une gerbe de fleurs et la récitation de la Fatiha et la levée des couleurs et aussi l'observation d'une minute de silence à la mémoire des chohada.

- Le 03 novembre 2016, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé au forum national des associations tenu du 03 au 06 novembre 2016 à Alger, en participant aux différentes activités et ateliers, l'association AWAL ISSAWAL a joué le rôle d'une ambassadrice de la commune de Melbou.

- Le 06 décembre 2016, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a participé à la journée d'orientation et de sensibilisation contre le cancer colorectal, cette conférence a été animée par Docteur MAZOUZI, Maitre assistante en oncologie médicale au CHU de Bejaia et les médecins locaux de la région, au niveau de la maison de

Annexe n°3 : Bilan Moral 2016

jeunes de Melbou. Une campagne de sensibilisation a été lancée au profit des citoyennes et citoyens âgés entre 50 à 74 ans pour les inciter à faire le dépistage qui sera assuré gratuitement au niveau de la clinique de Melbou à partir du 02 Janvier 2017.

- Dans le cadre de l'amélioration des conditions de vie des citoyens, L'association environnement socioculturelle AWAL ISSAWAL a collaboré avec les autorités concernées afin de concrétiser le projet de l'électrification rurale de quartier IGHEZER OUFARNOU (commune de Melbou), tant attendu par les habitants qui ont souffert en silence depuis les années 90.

Annexe n°4 : Bilan Moral 2017

Bilan Moral

Ensemble des activités et actions réalisées par l'association

**Association Environnementale
socioculturelle AWAL ISSAWAL**

Commune de Melbou-wilaya de Bejaia



Du 01 janvier 2017 jusqu'au 31 Décembre 2017

Amélioration des conditions de vie des citoyens :

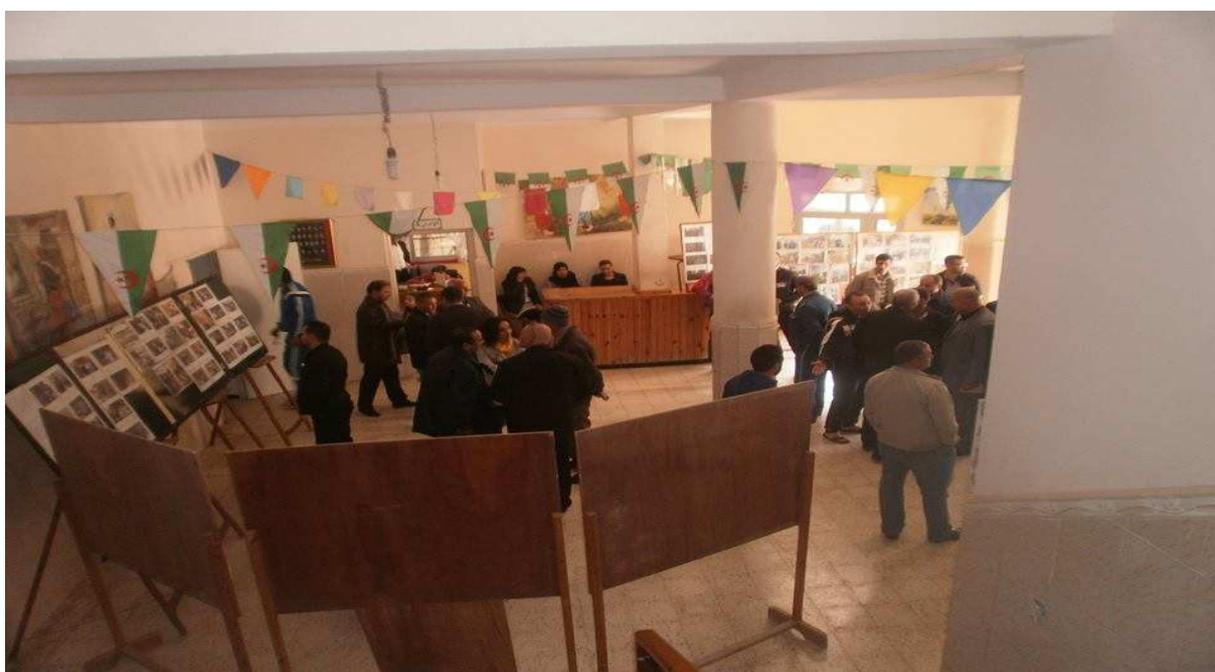
Dans le cadre de ses activités et actions sociales, et dans le but d'améliorer les conditions de vie des citoyens, l'association AWAL ISSAWAL a participé massivement en contribuant à la concrétisation d'un projet tant attendu par les habitants de la localité d'Ighzer oufarnou au village de Tahmilt relevant de la commune de Melbou, il s'agit du projet d'électrification rurale de leurs habitations. Plusieurs volontariats ont été organisé dans cette localité rurale par l'association AWAL ISSAWAL afin d'accélérer la cadence des travaux et de permettre aux villageois de se doter de cette énergie vitale et de mettre fin à l'obscurité et la souffrance qui régnait de ces alentours depuis plus de 25 ans.





Journée nationale du Chahid :

Dans le cadre de commémoration de la journée nationale du chahid qui coïncide avec le 18 février de chaque année, l'association AWAL ISSAWAL a concocté un programme riche en activités qui s'est déroulé au niveau de la maison de jeunes de Melbou. Dans une salle archicomble et en présence de la famille révolutionnaire et des autorités locales et après une minute de silence à la mémoire de chohada et l'hymne national, un reportage réalisé par l'association AWAL issawal sur l'histoire de la guerre de libération nationale dans notre région été diffusé. L'assistance a été aussi conviée à écouter quelques témoignages de Moudjahidines. Une exposition de photos de l'opération de délocalisation de deux chohada en l'occurrence Lakab Saadi et Lakab Bachir tombés au champ d'honneur un certain 16 avril 1961 a été aussi au menu du programme de cette journée. La journée est clôturée par une cérémonie de récompense des invités.



Anniversaire de l'association :

Pour célébrer le deuxième anniversaire de l'association, un programme très riche en activités a été concocté pour cette occasion, une rétrospective en photos qui retrace le parcours de l'association a été exposée devant une foule nombreuse venue assister à cet événement. Des pièces théâtrales et plusieurs monologues présentés par l'association Tamougheli ont été aussi au menu du programme, ainsi que une exhibition de Karaté présentée par les éléments de l'association sportive de Karaté de Tizi war. La journée a été aussi marquée par

la récompense des membres et adhérents de l'association AWAL ISSAWAL qui s'est déroulé dans une ambiance bon enfant, pour conclure l'assistance a été invitée à partager la tarte de l'anniversaire.



Commémoration de la tragédie du 23 février 1998 :

En collaboration avec la DJS ,l'association AWAL ISSAWAL a commémoré une journée très marquante et douloureuse chez la population Melboucienne, il s'agit de la tragédie du 23 février 1998 où un bus s'est renversé et fini dans une mer très agitée, faisant plusieurs morts (jeunes stagiaires pour la plupart) au lieu-dit EL MAADANE dans la commune de Melbou. Un programme très riche en activités a été concocté par l'association AWAL ISSAWAL pour rendre hommage aux victimes de ce tragique accident qui restera certainement gravé dans nos mémoires. Une marche commémorative a été organisée en prenant l'itinéraire du chef-lieu communal vers la stèle commémorative d'EL MAADANE .en présence des familles des défunts, une gerbe de fleurs a été déposée devant la stèle suivie par la récitation de la Fatiha et l'observation d'une minute de silence à leurs mémoires. Un match gala s'est déroulé au niveau du stade d'Ait boukandoul avec la participation des vétérans, et pour encourager davantage, les participants ont été récompensés par des cadeaux et attestations de remerciements pour leurs contributions à la réussite de cette commémoration.



Commémoration du tragique accident d'Aokas :

Le Mercredi 24 février 2017, l'association AWAL ISSAWAL a commémoré l'accident tragique de l'énorme éboulement qui s'est produit à AOKAS faisant sept morts entre autre le défunt KHELIFA SAID de la commune de Melbou. Cette louable initiative est organisée en collaboration avec la DJS. Après l'observation d'une minute de silence, le coup d'envoi a été donné pour le match amical au niveau du stade d'AIT BOUKANDOUL entre les catégories sénior et vétérans suivi d'une remise des médailles aux joueurs participants, des cadeaux ont été offerts aux enfants du défunt.



Célébration de la journée nationale des Handicapés :

À l'occasion de la Journée nationale des handicapés, l'association AWAL ISSAWAL en collaboration avec l'administration du centre psychopédagogique pour enfants inadaptés mentaux de Souk-El-Tenine, a

organisé une grande fête, au niveau du même centre. Un riche programme a été tracé pour rendre le sourire à cette catégorie fragile de la société. Les soixante handicapés du centre ainsi que leurs parents ont assisté aux festivités qui ont débuté à 9 heures du matin. Étaient présents le chef de daïra de Souk el Tenine, des représentants de l'APC de Melbou et Souk El Tenine, et un représentant de la DAS. Les présents ont eu à suivre l'activité que les enfants du centre avaient déjà préparée sous le thème "Handicapés, mais, plein d'espoirs", ensuite, ce fut autour du clown de l'association pour la promotion des activités de jeunes de Béni Fouada, de faire rire aux éclats ces petits anges qui ont vraiment soif d'amusement. Les festivités se sont ensuite poursuivies avec une reconstitution d'un mariage kabyle, toujours proposée par les enfants du centre ; durant ce spectacles qui a ému plus d'un, deux inadaptés mentaux ont assuré à la perfection le rôle des mariés. Après cela, le DJ s'est mis en branle pour permettre à ces enfants de danser sous les regards émus de leurs parents. Le magicien "Amou Salim" a exécuté plusieurs tours qui ont émerveillé ces petits garçons et filles. Toujours dans le but de faire rêver ces petits chérubins, la troupe théâtrale de l'association Tamoughli a joué une pièce qui a permis à toute l'assistance de rire aux éclats. Des attestations ont été remises aux participants par l'association AWAL ISSAWAL.







Célébration de la journée du savoir 16 avril :

En collaboration avec l'administration de l'école primaire de Tizi El Oued, l'association AWAL ISSAWAL a célébré la journée du savoir qui coïncide avec le 16 avril de chaque année et le printemps berbère qui coïncide avec le 20 avril. Un programme riche en activités festives et constructives a été concocté pour célébrer ces deux journées au niveau de l'école primaire chahid MOHOUBI BOUZID (nouvelle école) de TIZI WAR commune de Melbou, à savoir un concours inter-établissements scolaires primaires de la commune de Melbou. Une exposition des articles traditionnels berbères et des pièces théâtrales présentées par l'association TAMOUGHELI ont été aussi au programme de la journée. Pour conclure, des attestations ont été remises aux invités et des cadeaux symboliques ont été offerts aux élèves participants pour les inciter à fournir beaucoup d'efforts.



Célébration du 20 avril printemps berbère :

En collaboration avec le centre sportif de proximité CSP de Souk El Tenine et plusieurs associations culturelles de la Daïra de Souk El Tenine, l'association environnementale socioculturelle AWAL ISSAWAL a organisé au grand bonheur des habitants plusieurs activités festives et instructives à l'occasion de cette journée prépondérante pour les kabyles. Des expositions des articles artisanaux

traditionnels kabyles et un gala artistique animé par le célèbre chanteur de la chanson kabyle en l'occurrence Boudjmaa Agraw et d'autres chanteurs locaux a été au menu du programme de la journée.



Opération de nettoyage des fonds Marins :

L'association AWAL ISSAWAL a participé massivement à cet événement organisé conjointement par la commune de Melbou et la direction de l'environnement de la wilaya de Bejaia. Cette journée environnementale qui s'est déroulée au niveau de la plage de TASSIFT EL MARSSA, initiée par la direction de l'environnement sous le thème "Océan propre» a drainé beaucoup de monde. La journée a été marquée par la présence des autorités locales et du mouvement associatif notamment les associations activant pour la protection de l'environnement. La manifestation a par ailleurs connu un programme riche en activités dont des ateliers de sensibilisation sur la protection de l'environnement, un concours de dessins pour les bambins, et un autre de natation.





Et la lumière fut après ... 25 ans dans l'obscurité !

Suite à l'invitation de l'association AWAL ISSAWAL, le wali Mr HATTAB Mohamed a inauguré le projet de l'électrification rurale d'IGHZER OUFARNOU (TAHMILT, commune de MELBOU). Quelle fut grande la joie des habitants de ce village, Plus d'une cinquantaine de foyers ont été, enfin, raccordés au réseau électrique, après plus d'un quart de siècle d'attente. Plusieurs citoyens de ce village ont exprimé leur soulagement après la concrétisation du projet d'électrification de leurs foyers par les autorités locales. Le long combat mené par l'association AWAL ISSAWAL, n'a jamais cessé d'interpeller les responsables locaux quant à leur doléance qui a connu, ainsi, son épilogue. Le wali de Bejaïa, Mohamed Hattab, s'est déplacé lui-même au niveau de cette localité pour partager la joie de ces habitants.



Volontariat au cimetière de Bouhmed :

L'association AWAL ISSAWAL, a organisé un volontariat au cimetière de Bouhmed, dans la localité de Tahmilt, à Tizi El Oued. Le nettoyage et le défrichage du cimetière, la plantation d'arbres pour ombrager ce lieu de repos éternel, la construction de plaques funéraires, l'installation de panneaux

de prière (Douaa), la clôture de l'espace destiné à la prière des morts et, enfin, la peinture et l'aménagement des locaux et des sanitaires ont constitué les principales activités de cette journée de volontariat. Cette action s'inscrit dans le cadre de la promotion et la sauvegarde des traditions des ancêtres (Tiwizi). Des initiatives qui font partie des coutumes ancestrales, lesquelles, fort heureusement, perdurent malgré la transformation des mentalités qui sont influencées, ces derniers temps, par la recherche de ses propres intérêts sans penser à la vie en société qui impose une solidarité communautaire.



Célébration de la naissance du sceau des Prophètes :

Le 02 décembre 2017, à l'occasion de la célébration de la naissance du sceau des Prophètes, Mohammed (QSSSL), l'association AWAL ISSAWAL a concocté un programme riche en activité qui s'est déroulé au niveau de la bibliothèque communale de Melbou. En présence des autorités locales une conférence a été animée par le théologien Docteur FARRID TERRIKI enseignant à la faculté des sciences juridiques de l'université de Bejaia, président du conseil scientifique au sein de la direction des affaires religieuses et des Wakfs de La wilaya de Bejaia, ensuite l'association a procédé à une remise symbolique des prix aux récitants du saint coron.





Volontariat au village Ait Khelifa :

S'impliquer dans la propreté et l'hygiène de son village est une tradition ancestrale à travers laquelle les habitants s'entraident pour mettre fin à la saleté et donner une bonne image de leurs quartiers. C'est dans ce sens que l'association AWAL ISSAWAL a organisé un volontariat au niveau du village d'Ait khelifa relevant de la commune de Melbou. Cette louable action écologique qui s'inscrit dans le cadre de la célébration de la journée nationale de l'arbre a été organisé sous le slogan "ensemble pour un environnement sain». Défrichage du chemin qui mène au village, curage des fossés et reboisement ont constitué les principales activités de cette journée de volontariat. L'objectif de cette action menée par l'association est d'impliquer le citoyen dans la préservation et la protection de la nature afin qu'il soit un vigile de son environnement.



Sensibilisation sur les dangers de l'internet :

L'association AWAL ISSAWAL a participé à la journée de sensibilisation organisée par la sureté urbaine de Melbou au niveau du lycée ABANE RAMDANE de Melbou. Dans une salle de conférence archicomble de lycéennes et lycéens ainsi que les enseignants de l'établissement et durant une

communication qui a pris deux heures de temps, les intervenants (inspecteurs de police/enseignants) ont expliqué aux collégiens les dangers et les risques du mauvais usage de l'internet et les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) notamment le danger du jeu morbide "baleine bleue". L'association AWAL ISSAWAL a remercié tous les organisateurs et elle a tenu à rassurer son soutien indéfectible pour toute louable initiative qui vise à protéger la masse juvénile.





Hommage au défunt Moudjahid Lakab Messaoud :

L'association AWAL ISSAWAL a rendu un vibrant hommage au défunt Moudjahid LAKAB Messaoud dit Abdelkader, qui nous a quitté un certain 04 mai 2004. Un brave homme qui a consacré toute sa vie pour défendre notre pays. Cet hommage a été organisé par sa famille en collaboration avec la DJS et la protection civile ainsi que la gendarmerie de Melbou. En présence de la famille du défunt et ses proches ainsi que la famille révolutionnaire, un programme riche en activités a été concocté par l'association AWAL ISSAWAL à savoir une exposition de photos du défunt qui retrace son parcours, témoignages, chant patriotique, et un cross commémoratif qui a pris l'itinéraire Ait Boukandoul-caféteria LAKAB. Au finish l'association a procédé à la récompense des participants et les invités.



Commémoration du premier Novembre :

La commémoration du 63e anniversaire du déclenchement de la guerre de libération nationale à Melbou, a été marquée par l'exhumation des ossements de trois martyrs, en l'occurrence Lakab Mohand, Khelifa Abdelkader et Ayachi Amar. Un programme riche en activités a été concocté pour cette journée qui consiste à une exposition, diffusion d'un reportage filmé réalisé par

l'association AWAL ISSAWAL, chant patriotique. Pour la matinée du 1er Novembre et en présence des autorités locales , Chef de Daira de S.Tenine ,APC de Melbou , la gendarmerie et la sureté urbaine de Melbou, la protection civile et la famille révolutionnaire ,l'association AWAL ISSAWAL a pris part à l'opération initié par l'ONEC section de Melbou pour la délocalisation des ossements de trois chohada (Paix à leurs âmes) à savoir :

- 1-Khelifa Abdelkader né le 05/01/1912 décédé le 12/06/1960.
- 2-Ayachi Amar né le 06/06/1934 décédé le 12/06/1960.
- 3-Lakab Mohand né en 1923 décédé le 01/08/1961.



Volontariat pour nettoyer Tahmilt :

L'association environnementale Awal Issawal a initié, un volontariat à la grande satisfaction des habitants. Les volontaires ont procédé au nettoyage du village de Tahmilt. C'est sous le slogan «Ensemble pour un environnement sain» qu'a eu lieu cette action à caractère environnemental, laquelle s'inscrit dans le cadre de la préservation et de la promotion des traditions ancestrales des villages et villes kabyles. Pour un bon résultat de l'action, «les amis de la propreté» ont partagé les tâches : un groupe pour le défrichage et le désherbage des accotements du chemin de wilaya qui traverse leur localité, et un autre groupe pour le ramassage des débris et autres bouteilles jetés par les automobilistes qui empruntent ledit chemin. Alors qu'un troisième groupe s'occupe de l'embellissement des lieux avec la chaux. Au cours de cette louable initiative qui a duré plus d'une demi-journée, les jeunes bénévoles ont pu ramasser une dizaine de sacs de déchets. Un état des lieux qui renseigne sur la gravité de la situation, qui doit impérativement interpeller la conscience de chacun afin qu'il y ait un sursaut salutaire pour mettre fin à ce massacre.





Eradication d'une décharge sauvage :

Sous le slogan "Ensemble pour un environnement sain ", l'association AWAL ISSAWAL a procédé à l'éradication d'une décharge illicite à ciel ouvert située au village de Tahmilt dans la commune de Melbou au niveau du chemin de wilaya N17, suivie d'une vaste opération de nettoyage, reboisement, embellissement et sensibilisation, cette action écologique à laquelle a participé une soixantaine de personnes s'inscrit dans le cadre de la protection et de la préservation de OUED AGRIOUNE. des plaques de sensibilisation ont été installés. Cette action écologique a été organisé en collaboration avec plusieurs directions à savoir la DJS, la direction de l'environnement, la DTP, la conservation des forêts. Les amis de la nature ont pu donner un autre visage à cet endroit. Les louables et les bonnes initiatives méritent toujours des encouragements et le civisme n'a jamais tué personne.

