

## **Communication en Question**

www.comenquestion.com

Numéro spécial, Janvier 2014

---

### **LA COMMUNICATION PUBLIQUE DANS LES ADMINISTRATIONS PUBLIQUES IVOIRIENNES : ETAT DES LIEUX.**

*Status of communication in Ivorian public  
administrations*

---

**Kouassi Raymond KRA<sup>1</sup>**  
Maitre-Assistant  
Université Félix Houphouët-Boigny  
[kraraymond@yahoo.fr](mailto:kraraymond@yahoo.fr)

---

<sup>1</sup> Raymond Kouassi KRA est enseignant-chercheur au département des Sciences de l'information et de la communication à l'université Félix Houphouët-Boigny. Il est maître assistant. Il est chercheur au CERCOM. Il a soutenu une thèse de doctorat en SIC sur les problématiques des tics et leur exploitation dans les collectivités locales ivoiriennes. Il s'intéresse particulièrement à la communication dans les administrations et les collectivités territoriales.

## **RÉSUMÉ**

En Côte d'Ivoire, le gouvernement a pris la mesure de l'importance de la communication publique dans les administrations et a fait le choix d'instituer dans chacun des ministères une structure en charge des questions de communication. La présente étude qui s'est appuyée sur les méthodes de l'analyse descriptive et du contenu avait pour objectif général de faire un état des lieux de la communication dans les différents ministères, d'identifier et d'analyser les pratiques en matière de communication dans l'administration publique ivoirienne. Elle permet de comprendre le statut, la place et la dénomination des entités en charge de la communication dans les ministères, de même que les logiques qui sous-tendent leur rattachement respectif. L'étude permet enfin de circonscrire l'ensemble des difficultés rencontrées par cette catégorie de professionnels.

**Mots clés :** Communication, Administrations publiques, état des lieux, besoins, pratiques de communication.

## **ABSTRACT**

In Côte d'Ivoire, the government has taken the measure of the importance of public communication in government and chose to establish in each department a structure in charge of communication issues. The present study was based on the methods of descriptive and content analysis was general goal of a state of communication across departments, to identify and analyze the practices of communication in public administration Ivorian. It helps to understand the status, the place and the names of the entities in charge of communication within departments, as well as the logic that often tend their respective attachment. Finally, the study helps to define all the difficulties faced by this group of professionals.

**Keywords:** Communication – Public Administration – inventory, communication practices.

## Introduction

La communication publique est une branche de la communication qui permet de répondre à l'obligation d'information du citoyen sur les données et les actions à caractère public. Elle favorise également la sensibilisation du citoyen à certaines causes dites d'intérêt commun. Pour les administrations publiques, communiquer est donc un devoir qui répond au droit à l'information des citoyens. La Communication publique est d'abord attachée à favoriser l'accès à l'information, à promouvoir la transparence, à améliorer la relation de service; elle doit aussi accompagner les actes et décisions publics dans leur préparation, leur annonce et leur mise en œuvre. Elle a particulièrement pour mission de promouvoir les grandes causes sociales.

En Côte d'Ivoire, dans l'administration publique, une place de choix est accordée à la communication. D'abord au niveau de la Présidence de la république, mais aussi au niveau du Gouvernement lui-même. En effet, pour répondre à l'obligation qui pèse sur elle de tenir informé le contribuable de ce qui est fait par le gouvernement, un Centre a été créé : le Centre d'Information et de Communication Gouvernementale, le CICG. Les missions de ce centre sont précisées ici en ces termes : « *Le CIGC est un levier essentiel de la stratégie de communication du Gouvernement dont la mission est, entre autre, de promouvoir les actions du Gouvernement, développer des supports nécessaires à l'information du Gouvernement sur l'état de l'opinion des citoyens. Il doit assurer la cohérence des stratégies du Gouvernement avec les services de communication des départements ministériels, des institutions de l'Etat et des partenaires au développement.* »<sup>2</sup>. (Dosso M. 2012).

64

Dans le dernier gouvernement, on note que la très grande majorité des départements ministériels sont dotés de direction ou de service de communication. A la pratique, un certain nombre de questions ont retenu notre attention et guidé ce travail : quelle est la place véritable de la communication dans la structure organisationnelle formelle et informelle des ministères ? A quelles tâches ou quelles sont les missions véritables de responsables de communication des ministères ? Quels sont les moyens dont ils disposent et les difficultés rencontrées dans l'exercice de leur fonction ?

L'objectif général de ce travail est de faire un état des lieux de la communication dans les différents ministères ; d'identifier et d'analyser les pratiques en matière de communication dans l'administration

---

<sup>2</sup> Moussa Dosso, Ministre d'Etat, Ministre de l'emploi, des affaires sociales et de la formation professionnelle à l'occasion de l'installation du Comité de direction du CIGC, le 27 septembre 2012 à la primature.

publique ivoirienne. Cette étude prend en compte comme environnement d'investigation les directions ou les services de communication et des archives des ministères du gouvernement de Côte-d'Ivoire. La gestion des informations concernant le gouvernement et les pratiques de communication permanentes sont les sources d'information directes qui appuient notre analyse.

La présente étude a été réalisée dans les services de communication d'une vingtaine (20)<sup>3</sup> de ministères sur vingt-neuf (29) que compte le gouvernement ivoirien. Elle s'est appuyée sur la méthode qualitative (entretien avec les différents responsables des structures concernées ou leurs adjoints).

Deux techniques ont été utilisées pour le recueil des données : La première technique a été celle de **la pré-enquête** qui a permis d'entrer en contact avec les ministères sélectionnés. Un guide élaboré afin d'interroger les cibles concernées.

La seconde technique a été **l'enquête, elle-même** qui a consisté en la collecte des données sur le terrain et sur les différents sites web des ministères. L'entretien conçu à cet effet a été réalisé soit auprès des directeurs de communication soit auprès de leurs assistants avec l'autorisation de leurs supérieurs hiérarchiques.

1. Ce qu'est la communication publique et son champ d'intervention

De nombreuses définitions ont été proposées pour comprendre la communication publique. C'est à Pierre Zemor que nous empruntons une définition. « *La communication publique est la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social, et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ou à des organisations investies de missions d'intérêt collectif* ». (Zemor, 2007).

La communication publique est une communication formelle et instituée légalement. Son territoire se définit par la légitimité de l'intérêt général. Les messages sont, dans leur principe, produits par les institutions publiques « au nom du peuple ».

Cette communication co-construit l'espace public, sous le regard des citoyens. Cette information, sauf rares exceptions, est du domaine

---

<sup>3</sup> La liste exhaustive des ministères se trouvent à la page 5.

public. S'assurer de l'intérêt général implique la clarté des messages et la transparence des règles du jeu.

Les fonctions de la communication publique sont d'informer (faire savoir, rendre compte et faire valoir), d'écouter (les attentes, les interrogations et les apports du débat public), de favoriser les relations sociales (sentiment d'appartenance collective, prise en considération du citoyen en tant qu'acteur) et d'accompagner les changements tant comportementaux que de l'organisation sociale.

La communication publique, comme structuration de l'espace public, doit participer à la quête de signification et aux besoins de relations de l'homme en société, cet animal politique. Donner du sens public est un attribut du pouvoir.

## 2. La communication dans l'administration : une place de plus en plus grande

Dans le champ administratif, la communication bénéficie de plus en plus d'une reconnaissance grandissante. Cela s'explique par une évolution du comportement de l'Etat qui cherche une certaine qualité de contact et qui est amené à utiliser de nouveaux procédés (Miège, 1989) de communication. L'objectif est clair : il s'agit bien d'influencer les représentations sociales en lien avec les actions, les applications des règles, des procédures, la prise de décisions publiques. Tout ceci fait apparaître la communication comme un élément de gestion des services publics (Dupoirier, 1994).

L'efficacité des relations des institutions publiques avec les citoyens est d'une importance capitale et constitue l'objectif fondamental de la communication publique. En effet, l'organisation publique, la compréhension des politiques, la qualité des services offerts au public, la conception des projets ou de l'élaboration des décisions exigent une communication qui permet à la fois l'écoute de la demande sociale et le diagnostic des situations critiquées, qui catalyse les transformations nécessaires et contribue à l'appropriation collective du changement.

Le rapport entre le citoyen et l'utilisation du service public a eu un parcours allant du citoyen conçu en tant que « sujet » à une phase où ce dernier est devenu « usager » avec un rôle qui le voyait encore en tant que sujet passif sans possibilité de répliquer. Pendant longtemps, le processus de communication entre l'Etat ivoirien et le citoyen a eu lieu selon une logique (schéma) de communication verticale et

unidirectionnelle. On pourrait dire de façon triviale que l'État parlait et les citoyens écoutaient. Ce n'est que très récemment, plus précisément au début des années 2000 que la communication publique a commencé à faire partie de plein droit des devoirs de l'État comme moyen stratégique afin d'arriver aux objectifs sociaux dans l'intérêt de la collectivité.

L'État a, ainsi, pris conscience de l'importance de la communication publique. Pour combler le vide de légitimation qui s'est créé, il s'est donné les instruments lui permettant de s'approcher des citoyens. Aujourd'hui, cette prise de conscience s'est traduite dans les faits par des actions de modernisation à travers une réorganisation des services de communication publique dans les différents ministères ivoiriens. L'étude que nous avons menée a porté sur 21 ministères. L'ensemble des ministères possèdent soit un service de communication ou une structure dédiée à cet effet. Ce qui permet de dire qu'une bonne place est accordée à la communication dans la majorité de l'administration publique en Côte d'Ivoire.

L'amélioration des relations des institutions publiques avec les citoyens a bénéficié des mouvements successifs de décentralisation, de déconcentration administrative, de renouveau ou de modernisation de l'État. L'organisation publique, la compréhension des politiques, la qualité des services offerts au public, la conception des projets ou de l'élaboration des décisions exigent une communication qui permet à la fois l'écoute de la demande sociale et le diagnostic des situations critiquées, qui catalyse les transformations nécessaires et contribue à l'appropriation collective du changement. On parle de transparence, de participation, d'écoute, d'efficacité et d'efficacités qui deviennent les mots d'ordre pour redessiner l'image des institutions et leurs modalités de rapport avec la citoyenneté. C'est dire combien la communication a pris de l'importance dans les administrations publiques, aujourd'hui en Côte d'Ivoire.

Cela dit, si les structures (cellules, services ou directions) existent dans les différents ministères, il se pose la question de leur statut.

3. La question du statut et de la place de la communication dans les ministères : la problématique du rattachement

**Tableau n°1 : Structures de rattachement des entités en charge de la communication**

	Ministères	Dénomination de l'entité	Statut de l'entité dans l'organigramme du ministère
1	Ministère d'Etat, ministère des Affaires étrangères	Direction de l'information et de la communication	Rattaché au Secrétariat Général
2	Ministère d'Etat, ministère de l'intérieur et de la sécurité	Service de communication	Direction générale
3	Ministère de la culture et de la Francophonie	Service de communication et des relations publiques	Cabinet du ministre
4	Ministère de la Santé et de la lutte contre le Sida	Service de communication et des relations publiques	Inspection générale
5	Ministère de l'éducation nationale et de l'enseignement technique	Service de communication, de la documentation et des archives publiques	Cabinet du ministre
6	Ministère de la Poste et des technologies de l'information et de la communication	Service de communication	Cabinet du ministre
7	Ministère du Transport	Service de communication	Cabinet du Ministre
8	Ministère de l'agriculture	Service de communication	Cabinet du Ministre
9	Ministère d'Etat, du plan et du développement	Service de la Communication, de la documentation et des archives	Cabinet du Ministre
10	Ministère du commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME	Direction des études et de la planification	Cabinet du Ministre
11	Ministère des eaux et forêts	Service de la communication	Cabinet du ministre
12	Ministère du Tourisme	Service de communication, de l'information et de la documentation	Cabinet du ministre
13	Ministère de la promotion de la jeunesse et des loisirs	Direction de la communication, de la documentation et des archives(s/d Comm)	Direction de la communication
14	Ministère auprès du Président chargé de la Défense	Service de la communication	Cabinet du Ministre
15	Ministère des infrastructures économiques	Service de communication et des relations publiques	Cabinet du Ministre
16	Ministère des ressources animales et halieutiques	Service de communication et des relations publiques	Cabinet du Ministre

*La communication publique dans les administrations  
publiques ivoiriennes : état des lieux.*

17	Ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche scientifique	Service de la communication	Cabinet du Ministre
18	Ministère de l'intégration africaine et des ivoiriens de l'extérieur	Service de la communication, de l'information, de la documentation et des archives	Cabinet du Ministre
19	Ministère de la justice, des droits de l'homme et des libertés publiques	Direction de la communication-service de communication	Direction de la communication
20	Ministère de l'industrie et de la promotion du secteur privé	Service de la communication	Cabinet du Ministre
21	Ministère de la communication	Direction d'étude et de la Communication promotionnelle	Direction d'étude et de la Communication promotionnelle

Source : Enquêtes réalisées auprès des départements ministériels

69

L'analyse du tableau donne les informations suivantes : La majorité des entités en charge de la communication sont rattachées au cabinet des ministres (13/21 ministères). Quelques entités seulement sont rattachées à des directions (5/21). Et l'on retrouve des rattachements aussi divers que ceux rencontrés dans certains ministères (secrétariat général, inspection générale et direction générale...).

Là où elles sont érigées en direction, on peut noter qu'elles sont souvent couplées avec d'autres activités (Direction de l'étude et de la communication au Ministère de la communication ; Direction de la communication et de la documentation et des archives au Ministère de la promotion de la jeunesse et des loisirs...). Dans ces ministères, la communication est prise en charge par une sous-direction (sous-direction de la communication). Tout cela permet de dire, en définitive, que dans de très rares cas la communication a le statut de Direction à part entière.

Bien évidemment, le rattachement d'une structure permet de comprendre, au moins trois choses : son degré d'autonomie, son importance et le type de relation (hiérarchique et fonctionnelle) qu'elle entretient avec le reste de la structure.

Dans la structure d'une organisation, on rencontre différents niveaux. Henry Mintzberg en distingue 5 (le sommet stratégique, la ligne



hiérarchique, le centre opérationnel, les fonctions de support logistique et la technostucture. Mais généralement, dans les structures de types bureaucratiques, comme celle des ministères, on retrouve plusieurs niveaux. En plus de celui du ministre et du directeur de cabinet, il ya celui des directeurs centraux, des directeurs, des chefs de services...

Dans l'administration, et au niveau des ministères, les organigrammes sont calqués selon le modèle bureaucratique. Les paliers les plus bas sont commandés par les paliers au dessus d'eux. Et ainsi de suite. Ce qui veut dire, en théorie, que les services sont commandés par des directions.

Or, on peut constater, dans ce cas, que la majorité des services de communication qui devraient être sous le commandement de directions, comme c'est le cas dans certains ministères (ministère de la communication, ministère de la justice, des droits de l'homme...) sont directement rattachés, soit au cabinet du Ministre, soit à d'autres structures dont ils dépendent directement. Il se pose alors une question : pourquoi, dans l'administration ivoirienne, la majorité des services de communication est-elle directement rattachée au cabinet du ministre ?

Il est possible de trouver quelques raisons à cet état de fait. La première tient sûrement à l'importance de la communication, en tant que moyen de communication masse. On peut aisément penser que dans les ministères, une prise de conscience autour du rôle des moyens de communication à amener les responsables de haut niveau (notamment les ministres) à rattacher les cellules, services de communication à leur cabinet.

La seconde raison tient à la volonté de contrôle de la communication. Les moyens de communication sont très puissants. On dit que les médias, et par ricochet la communication, constituent un véritable pouvoir. Et ce pouvoir ne peut et ne doit échapper au premier responsable de la structure. En la rattachant à son cabinet, le ministre est réellement sûr que les acteurs dans le domaine restent sous ses ordres.

La troisième tient à la volonté d'un usage de la communication à des fins personnelles. Les ministres sont certes de hauts fonctionnaires, mais aussi des responsables qui ont besoin de faire savoir ce qu'ils font au quotidien. On ne dira peut-être pas que leur maintien dans le gouvernement dépend de la publicité faite autour de leurs activités, mais on n'en est pas très loin. A ce poste stratégique de responsabilité, la communication peut bien aider à faire de la publicité.

*La communication publique dans les administrations  
publiques ivoiriennes : état des lieux.*

4. La Communication publique : quelles dénominations pour quels contenus ?

Dans les administrations publiques, le contenu conféré à la communication n'est pas toujours très clair, tant au niveau de la dénomination des entités qu'au niveau des objectifs assignés.

5.  
6. Tableau n°2 : Dénomination des entités en charge de la communication

Ministère d'Etat, ministère des Affaires étrangères	Direction de l'information et de la communication
Ministère d'Etat, ministère de l'intérieur et de la sécurité	Service de communication
Ministère de la culture et de la Francophonie	Service de communication et des relations publiques
Ministère de l'éducation nationale et de l'enseignement technique	Service de communication, de la documentation et des archives publiques
Ministère du commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME	Direction des études et de la planification
Ministère de la promotion de la jeunesse et des loisirs	Direction de la communication, de la documentation et des archives(s/d Comm)
Ministère de la communication	Direction d'étude et de la Communication promotionnelle

71

Source : Enquêtes réalisées auprès des départements ministériels

D'un ministère à un autre la dénomination de la structure en charge de la communication n'est pas formulée de la même manière ; dans certains cas on parle de direction de la communication, dans d'autres il est question de service de communication. Bien souvent le service est rendu autonome. En ce moment-là on parle de service de communication ou direction de l'information et de la communication ou direction de la communication (ministère d'Etat, ministère des affaires étrangères). Mais, bien souvent aussi, la communication est couplée avec d'autres services (Direction d'étude, de la communication promotionnelle ou Direction de la communication, de la documentation et des archives.

Dans d'autres cas, la communication est « noyée » dans d'autres services (Direction des Etudes et de la Planification au Ministère du commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME). Ceci permet d'affirmer que la communication ne revêt pas la même importance dans les différents ministères.

La différence entre la direction et le service est compréhensible : elle donne la mesure de l'importance que le ministère accorde à la communication et de sa place dans la structure organisationnelle. En revanche comment expliquer la différence de dénomination quand tous les ministères ont des directions ou des services ? Quelles différences existe-t-il entre communication et relations publiques ? Communication, documentation et archives ?

De la question des objectifs : Communication au service de l'administration ou du ministre ?

Quels sont les objectifs assignés aux responsables des structures en charge des questions de communication dans les ministères ? À la lumière du tableau et des informations recueillies, on peut classer ces objectifs en deux catégories : des objectifs classiques de communication, et des objectifs relativement spécifiques en fonction des ministères concernés.

Des objectifs classiques qui, selon Zémor (2005) tendent à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social. Le tableau ci-dessous en donne un exemple.

Tableau n°3 : Objectifs de communication

<p>Ministère de la Santé et de la lutte contre le Sida</p>	<p>Concevoir et coordonner la politique de communication du ministère ; veiller à l'image du ministre ; assurer la circulation de l'information en interne ; assurer une bonne relation avec les partenaires, faire la revue de presse pour le ministère ; animer le site web, informer les populations à travers les médias ; couverture médiatique des activités du ministère ; le suivi des audiences du ministre ; la rédaction de discours, communiqués et droits de réponse ; coordonner les activités des différents programmes et des établissements publics nationaux du ministère</p>
--	---

Source : Enquêtes réalisées auprès des départements ministériels

A côté des objectifs classiques, on peut distinguer des objectifs d'une nature assez spécifique et même particulière. En effet, si la communication publique est une branche de la communication qui permet de répondre à l'obligation d'information du citoyen sur les données et les actions à caractère public, il est possible de se poser un certain nombre de questions sur la nature de certains objectifs assignés aux différentes entités en charge de la communication dans les ministères.

En privilégiant l'obligation d'information du citoyen et les actions à caractère public, on peut bien se demander ce que recouvre certains termes tels que : gestion de l'image du ministre, valoriser l'image du ministre, couverture médiatique des activités du ministère ; le suivi des audiences du ministre ...

De tels objectifs semblent plutôt servir une certaine activité relevant plutôt d'objectifs politiques du ministre beaucoup plus que la recherche d'actions de communication au service de la communauté et des citoyens. En un mot, lorsqu'une cellule, un service ou une direction de communication, dans n'importe lequel des ministères, inscrit dans ses objectifs ceux mentionnés plus haut, on ne peut plus parler de communication publique.

Cette volonté de « mettre la main » sur la communication n'est pas nouvelle en réalité. Dans le champ des sciences de l'information et de la communication, et pour certains auteurs, le pas est vite franchi entre communication publique et communication politique. Pour Nay ( ), la logique de l'offre, issue du pouvoir politique prime sur celle d'une hypothétique demande de la population. Pour Lauferd (1991) et Burlaud (1980), l'activité de communication publique a toujours une signification politique puisqu'elle est placée sous le contrôle d'un homme politique (Ministre, Maire...). Elle est donc bien compréhensible, cette tendance des ministres à rattacher les structures en charge de la communication à leur cabinet.

Tableau n°4 : Objectifs spécifiques de communication dans certains ministères

	Ministères	Objectifs assignés
2	Ministère d'Etat, ministère de l'intérieur et de la sécurité	Collaboration avec les organes de presse ; circulation de l'information au sein du ministère ; <i>gestion de l'image du ministre</i> , couverture des audiences, missions et événements relatifs au ministère
4	Ministère de la Santé et de la lutte contre le Sida	Concevoir et coordonner la politique de communication du ministère ; veiller à l'image du ministre ; assurer la circulation de l'information en interne ; assurer une bonne relation avec les partenaires, faire la revue de presse pour le ministère ; animer le site web, informer es populations à travers les médias ; <i>couverture médiatique des activités du ministère</i> ; <i>le suivi des audiences du ministre</i> ; la rédaction de discours, communiqués et droits de réponse ; coordonner les activités des différents programmes et des établissements publics nationaux du ministère

6	Ministère de la Poste et des technologies de l'information et de la communication	Collaboration avec les différentes directions, relations avec les médias... ; organiser la communication du ministère, <i>valoriser l'image du ministre</i> ; animer les services multimédias
11	Ministère des eaux et forêts	Animation site web, relation avec les médias, gestion de la circulation des informations, <i>image du ministre</i> ,

Source : Enquêtes réalisées auprès des départements ministériels

### 5. L'éternelle question des moyens

Dans la vie des organisations, il est aujourd'hui impassable de ne pas donner à la communication la place qui lui revient. Mais en même temps la communication demande, forcément, des moyens. Dans la majorité des ministères visités, le problème des moyens est récurrent ; qu'ils soient humains, matériels (moyens de déplacements) et techniques (caméras, dictaphones, site web, appareils numériques,..) ou financiers (budgets conséquents).

En ce qui concerne les moyens humains, on note dans la majorité des ministères visités, une relative satisfaction. En effet, les équipes de travail sont constituées, soit par des spécialistes (personnes ayant été formées aux métiers de la communication), soit par des professionnels (ayant été formés sur le tas.). Il est fort regrettable de constater que les acteurs se comportent plus comme des chargés de communication du ministre que des responsables de communication au service des administrations.

Les moyens matériels et techniques font cruellement défaut. Et la plupart des acteurs de la communication estiment tous qu'ils n'ont pas les moyens qu'il faut pour travailler. Au ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche scientifique, on peut noter que les ressources financières sont rares ; que la mise à disposition des informations primaires par les structures sous tutelles est quasi inexistante ; que les équipes de terrain souffrent de l'absence de carburant pour les différents déplacements. Alors même que les objectifs assignés (Concevoir et coordonner la politique de communication du ministère ; veiller à l'image du ministre ; assurer la circulation de l'information en interne ; assurer une bonne relation avec les partenaires, faire la revue de presse pour le ministère ; animer le site web, informer es populations à travers les médias ; assurer la couverture médiatique des activités du ministère ;

*La communication publique dans les administrations  
publiques ivoiriennes : état des lieux.*

suivre les audiences du ministre ; la rédaction de discours,...) exigent un minimum de moyens.

Le problème posé par l'absence de moyens amène tout de même à se poser un certain nombre de questions ; au regard de la volonté quelquefois affichée par certains responsables (les ministres) d'avoir un contrôle des activités de communication. Si la communication est si importante, pourquoi ne bénéficie-t-elle pas des moyens conséquents ?

Tableau n°5 : Problèmes de moyens de communication rencontrés dans certains ministères

	<b>Ministères</b>	<b>Moyens humains</b>	<b>Moyens matériels</b>	<b>difficultés</b>
1	Ministère d'Etat, ministère des Affaires étrangères	Personnel réduit	Supports écrits (courriers, notes de service, PV, rapports, site web, réunions, séminaires,	Personnel réduit ; manque de moyens financiers et matériels
2	Ministère d'Etat, ministère de l'intérieur et de la sécurité	Agents spécialistes de la presse, de la publicité, du hors média	Cellule de production avec une camera, une table de montage, un appareil photo numérique, des micros ; site web en construction	Moyens financiers insuffisants,
£4	Ministère de la Santé et de la lutte contre le Sida	6 personnes	Véhicule de service, téléphone, fax, ordinateurs et fournitures de bureaux	Problème de financement des activités de communication ; absence de clarification des activités ; absence de production des outils et supports de communication ; manque de personnel spécialisé.
5	Ministère de l'éducation nationale et de l'enseignement technique	Informations non disponibles	Ordinateurs, fournitures de bureau ; site web, appareils numériques,	Gestion des humeurs, manque de moyens financiers et matériels
8	Ministère de l'agriculture	Personnel réduit	Fournitures de bureau, appareils numériques...	Budget insuffisant, personnel non formé, moyens matériels insuffisants
10	Ministère du commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME	Informations non disponibles	Moyens informatiques et numériques	Manque de moyens financiers et matériels, insuffisance du personnel
12	Ministère du Tourisme	personnel	Moyens matériels et humains	Moyens financiers, matériels et humains

Source : Enquêtes réalisées auprès des départements ministériels

## Conclusion

La communication publique est devenue aujourd'hui centrale. Elle répond à des codes propres et précis; de même qu'elle possède une éthique et a pour fin de se positionner toujours par rapport à l'intérêt commun. La communication publique obéit à des règles de fonctionnement différentes. On pourrait dire au demeurant qu'une institution publique ne peut délivrer n'importe quel message selon n'importe quelle méthode. Sa communication doit prendre en compte les codes, valeurs et traditions propres à la sphère publique. L'État, en tant qu'émetteur, ne communique pas n'importe comment. Le message qu'il délivre doit être parfaitement étudié car la voix de l'État est enveloppée d'un caractère symbolique fort.

L'étude de la communication publique dans les ministères en Côte d'Ivoire a permis de faire l'état des lieux du fonctionnement des différentes structures (cellules, services, directions...) en charge des questions de communication. Au de-là des difficultés diverses constatées (moyens humains, matériels, techniques et financiers), il faut mentionner la présence de plus en plus croissante de la communication dans les administrations. Tous les ministères visités possèdent, soit une direction, soit un service, soit une cellule de communication. Cette présence de la communication ne doit pas faire oublier sa fragilité et quelques *usages particuliers* dans les pratiques de communication publique, pratiques qui tendent à placer, bien souvent, celle-ci au service du politique bien plus qu'au service de l'administration.

## Bibliographie

Adhepeau, J. M. (2012), La gestion des Relations Publiques dans le gouvernement de Côte d'Ivoire in *Revista Internacional de Relaciones publicas*, n° 3, Vol. 2, pp. 131-152

Benoit, J-M - Scale, J. (2008), *Bleu, blanc, pub : trente ans de communication gouvernementale en France*, Paris : Le Cherche midi.

Bernier, M.F.,; Demers, F.; Lavigne, A. [et all, (2005), *Pratiques novatrices en communication publique : journalisme, relations publiques et publicité*, Laval (Canada) : Les Presses de l'Université Laval.

Cohen-Bacrie, B. (2009), *Vade-mecum de la communication territoriale : 66 fiches détaillées pour tout comprendre sur la communication territoriale*, Héricy : Puits fleuri.

Caroline O. –Y.- Rinn, M. (2009), *Communication de l'Etat et gouvernement du social : pour une société parfaite ?* / dirigé par, Grenoble : PUG.

Gerstlé, J. (2008), *La communication politique*, 2e éd. - Paris : A. Colin.

Lemaire, M- Zémor, P. (2008), *La communication publique en pratiques*, Paris : La Documentation française.

Marchetti, D. (2008), *Communication et médiatisation de l'Etat : la politique invisible*, Grenoble : PUG.

Messenger, M. (1994), *La communication publique en pratique*, Paris : les Ed. d'Organisation.

Ollivier-Yaniv, C. - Rinn, M. (2009), *Communication de l'Etat et gouvernement du social : pour une société parfaite ?* Grenoble : PUG. (Communication, médias et sociétés).

Ollivier-Yaniv, C. (2001), *L'Etat communicant*, Paris : PUF (La politique élatée).

77

Pasquier, M. (2011), *Communication publique*, Bruxelles : De Boeck Université.

Rotelli, F. (2006), *La communication publique entre réforme et modernisation*, Strasbourg, Paris.

Sellier, D. (2006), *La communication gouvernementale en Europe : analyse comparative*, Paris : L'Harmattan.

Zémor, P. (2007), *Le défi de gouverner, communication comprise. Mieux associer les citoyens ?* Paris : L'Harmattan.

Zémor, P.(2008), *La communication publique*, 4e éd. - Paris : PUF, (Que sais-je ? ; 2940).