

STRATEGIE DE COMMUNICATION

ELEMENTS D'APPROCHE DE L'ASSEMBLEE NATIONALE DU BURKINA FASO



LE PROBLEME

- ✦ La communication apparaît de nos jours comme le principal moyen pour les parlements de reconquérir leur opinion publique, face au sentiment généralisé d'antiparlementarisme.
- ✦ Au Burkina Faso, la communication est d'autant plus indispensable que l'histoire politique du pays a été marquée par une trop longue période d'exception, de 1980 à 1991.



✦ C'est dire que pendant 12 ans, car la renaissance du parlementarisme au Burkina Faso remonte à 1992, il n'y a pas eu d'assemblée représentative. Et c'est naturellement que les populations en sont arrivées à se convaincre que le pays pouvait bien se passer d'un Parlement.

✦ C'est une réalité qui a interpellé les responsables du parlement et amené les parlementaires burkinabè à fonder beaucoup d'espoir sur l'information et la sensibilisation, autrement, la communication.

COMMUNIQUER POUR EXISTER ET SE DIFFERENCIER

- ✦ Les missions constitutionnelles de l'Assemblée nationale étant de trois ordres, à savoir voter la loi, consentir l'impôt et contrôler l'action gouvernementale, devraient amener l'institution à rechercher l'adhésion du citoyen à son action.
- ✦ Aux côtés d'une communication gouvernementale développée autour de l'exécutif, présidentielle, axée sur le président de la République, doit se développer une communication parlementaire établie autour des normes produites par l'institution.

- ✦ Cette communication devrait permettre de dégager une identité pour le Parlement et pour ses animateurs que sont les députés, en vue de l'asseoir et de la conforter dans un environnement concurrentiel où tout le monde communique.





✦ Dans nos pays, beaucoup d'acteurs compétissent sur le terrain de la communication : présidence de la République, gouvernement, syndicats, partis politiques, organisations non gouvernementales... Dans le concert des messages émis, le Parlement doit développer sa communication en ayant en considération deux acteurs principaux (attention, ce n'est pas une compétition) :

- ✦ Le président de la République : par le canal des médias audiovisuels, électroniques et écrits, il a la possibilité de s'adresser au citoyen, soit de façon rituelle (messages à la Nation) soit au gré des circonstances et événements. Investi du suffrage universel, il représente à lui seul, peu ou prou, autant que tous les députés réunis, surtout qu'il peut s'adresser à la Nation sans passer par ses représentants. Magistrat suprême chargé de veiller au respect de la Constitution, mais aussi parce qu'il produit le droit à travers les décrets et autres ordonnances, le président de la République qui a la charge de promulguer la loi est un « concurrent » de taille pour le Parlement.

- ✦ le gouvernement. C'est la partie la plus visible de tous les pouvoirs républicains. Il est action et communication permanentes à tous les niveaux. Pour être permanente, cette communication se développe autour du Premier ministre, du gouvernement dans son ensemble et des départements spécifiques que sont les ministères et leurs principaux responsables. Le gouvernement est omniprésent sur la scène publique et son action n'est pas sans s'éteindre sur le parlement : la plupart des textes de loi sont d'origine gouvernementale, à travers les projets de loi.



✦ La communication gouvernementale se définit comme « *l'ensemble des actions menées par les pouvoirs publics et leurs administrateurs à destination de l'opinion ou certains de ses secteurs pour faire connaître, comprendre, accepter ou valoriser leur politique, leurs choix, leurs attitudes.* »

✦ Par analogie avec la communication gouvernementale et concernant le Parlement, doit donc se construire une communication parlementaire : c'est l'ensemble des actions menées par le Parlement à destination de son environnement et de l'opinion pour faire connaître, comprendre et accepter ses choix et décisions.

METTRE EN PLACE UNE STRUCTURE DE COMMUNICATION

- ✦ Nous avons consenti à créer, dès 1992, au sein du Parlement, une direction de la communication et des relations publiques dont les missions essentielles sont de travailler à promouvoir l'image de l'institution parlementaire.
- ✦ La Direction de la Communication et des Relations publiques (DCRP) de l'Assemblée nationale du Burkina est aujourd'hui logée au sein des services de la présidence de l'institution. Elle n'a pas toujours eu cette appellation, ni cet ancrage organique.



LES ESSAIS DE LA 1^{ère} LEGISLATURE

- ✦ A la naissance de la première législature (1992-1997), avait d'abord été mise en place une Direction de la Presse et de l'Information.
- ✦ Cette Direction était rattachée à la Direction générale de services législatifs et s'occupait de presque tout et de rien à la fois. Aucune expertise n'existait en matière de parlementarisme ni de communication parlementaire.

✦ En 1996, en lieu et place de la Direction de la Presse et de l'Information, sera mise sur pied la « Direction de la Communication » (Secrétariat général), en même temps que fut créé un poste d'attaché de presse du président de l'Assemblée nationale (Présidence).

✦ La non-limitation précise des compétences de ces deux entités sera à l'origine d'interférences, de tensions et de blocages.

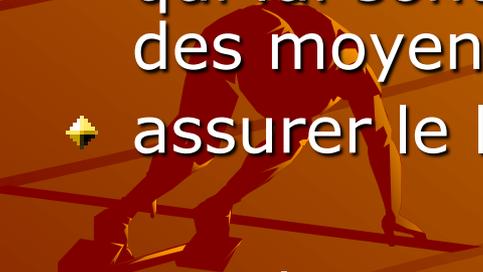
LE RECADRAGE DE LA 2^{ème} LEGISLATURE (1998-2002)

- ✦ En 1998, la deuxième législature supprimera le poste d'attaché de presse et procédera à la création d'une « Direction de la Communication et des Relations publiques », rattachée au cabinet du président.
- ✦ Cette direction s'occupera de la communication institutionnelle, même de celle du Président, mais entendu en tant que président d'institution, porteur de la communication de cette institution.
- ✦ D'ailleurs, des textes claires seront adoptés pour baliser le terrain

LES REGLES DU JEU

- ✦ Le Règlement administratif détermine ainsi les attributions : « La Direction de la Communication et des Relations publiques est chargée de toutes les questions de communication, d'information, de presse et des relations publiques de l'Assemblée nationale. Elle a la charge de la promotion de l'image de l'institution parlementaire. Elle assure les rapports avec les médias, publics ou privés, nationaux ou internationaux. »
- ✦ Dans son domaine de compétence qui sera davantage précisé par la décision n° 99-092/AN/PRES de mars 1999, la nouvelle direction s'occupera des questions touchant à l'Assemblée et au président.

- ✦ La direction est subdivisée en trois services que sont le service des relations publiques, le service de l'information et le service de la production.
- ✦ Leurs missions sont les suivantes :
- ✦ gérer les relations publiques et l'information courante du président de l'Assemblée nationale ;
- ✦ organiser les activités propres à promouvoir l'image de l'institution parlementaire ;
- ✦ communiquer aux médias, dans le respect des spécificités et des textes de l'Assemblée nationale, toute information bénéfique pour elle, sur ses activités ;

- 
- ✦ organiser la couverture médiatique des sessions parlementaires ainsi que des autres activités du président et de l'Assemblée nationale ;
 - ✦ produire ou animer des émissions dans les médias dans les limites des objectifs et du cadre qui lui sont fixés par le président et en fonction des moyens mis à sa disposition ;
 - ✦ assurer le lien entre le président et les médias.

✦ NB: les attributions sont restées ainsi, même quand de 2000 à 2002, la DCRP a été rattachée directement au secrétariat général

La DCRP relève donc du cabinet du président, avec comme supérieur hiérarchique directe le directeur de cabinet du Président.

- ✦ Cependant, sur le plan organique, il existe à l'Assemblée nationale des délégations du Bureau qui ont pour fonction de suivre particulièrement les questions liées à des domaines spécifiques de l'activité de l'Assemblée nationale. Elles assistent le Président.
- ✦ Les délégations du Bureau sont :
 - ✦ la Délégation pour les questions administratives et financières (DAF) ;
 - ✦ la Délégation pour les relations internationales (DRI) ;

- ✦ la Délégation pour les affaires sociales (DAS) ;
- ✦ la Délégation pour les questions de législation (DL) ;
- ✦ la Délégation pour les questions de médias, de communication et de relations publiques (DMCRP).

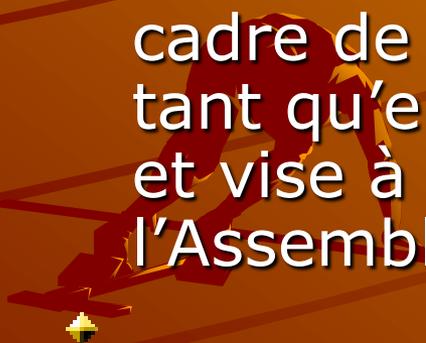


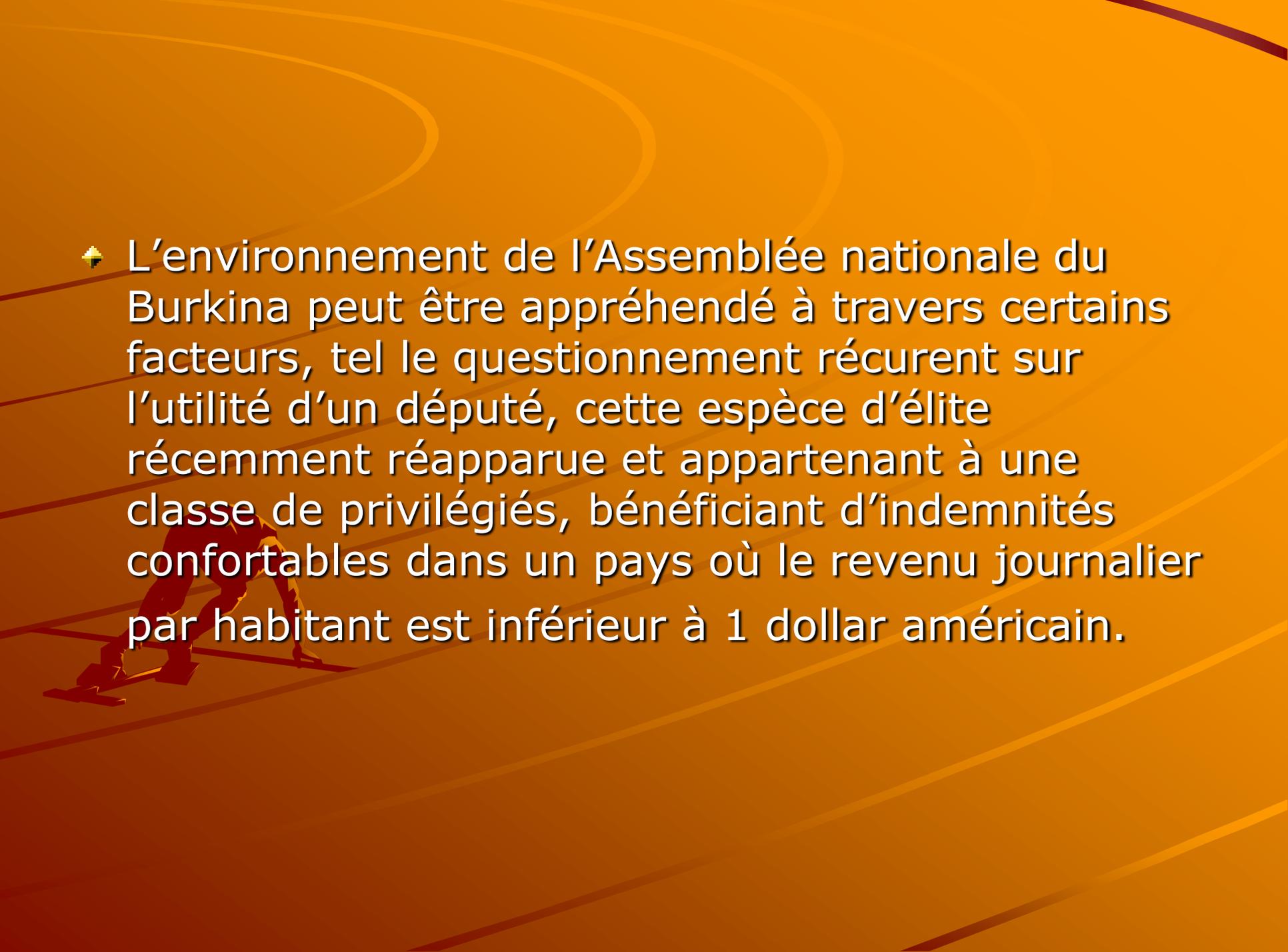
- ✦ la Délégation pour les questions de médias, de communication et de relations publiques (DMCRP) est présidée par le 3^{ème} Vice président.
- ✦ Depuis 2005, dans le cadre du Plan stratégique pour le développement du Parlement, a été mis en place le Comité consultatif de la Communication.
- ✦ Ce comité est présidé par le Président de la délégation et est composé des députés issus de tous les groupes parlementaires et de responsables administratifs.

- ✦ « Le Comité consultatif de la communication est consulté pour toutes les questions se rapportant à la communication du Parlement, notamment :
- ✦ la définition des axes stratégiques d'orientation de la communication du Parlement ;
- ✦ les plans et programmes de communication du Parlement et leur mise en œuvre ;
- ✦ l'équilibre et l'impartialité des fonctions de communication du Parlement »
- ✦ Le CCC n'est pas encore très fonctionnel, malgré le potentiel qui est le sien.

En plus de tout cela

- ✦ Il existe depuis mai 2009, la fonction publique parlementaire, à laquelle appartiennent les agents de la DCRP (à la différence des conseillers techniques, chargés de missions et éléments du protocole et de sécurité qui sont du personnel strictement politique).
- ✦ Dans le cadre de la FPP, toutes les directions établissent annuellement des programmes d'activités. La DCRP, qui a proposé un plan de communication en 2005, qui n'a malheureusement pas été formellement adopté, propose un plan annuel de communication, dans le cadre des programmes d'activités, sur la base du cadrage global du Règlement administratif.

- 
- ◆ Les missions de la DCRP s'inscrivent dans le cadre de la communication institutionnelle, en tant qu'elle ne porte pas sur un produit spécifique et vise à promouvoir le service public qu'est l'Assemblée nationale.

- 
- ✦ L'environnement de l'Assemblée nationale du Burkina peut être appréhendé à travers certains facteurs, tel le questionnement récurrent sur l'utilité d'un député, cette espèce d'élite récemment réapparue et appartenant à une classe de privilégiés, bénéficiant d'indemnités confortables dans un pays où le revenu journalier par habitant est inférieur à 1 dollar américain.

MISE EN ŒUVRE DE LA DCRP AUJOURD'HUI

✦ LE SERVICE AUDIOVISUEL

- ✦ Selon le règlement administratif, « le service de l'audiovisuel est responsable de la couverture audiovisuelle des activités du Président et de l'Assemblée nationale. Il prépare et coordonne les émissions auxquelles le Président participe. Il produit les émissions radiophoniques et télévisuelles ou autres, pour le compte de l'Assemblée nationale ou dans le cadre de ses activités... »
- ✦ Ce service est animé 3 journalistes de télévision, 2 cameramen, une technicienne de montage audiovisuel, un photographe.

✦ LES ACQUIS DU SERVICE AUDIOVISUEL

- ✦ Les reportages sur le parlement pour le compte de la Télévision nationale sont produits par le parlement, tout en veillant à ne pas trahir les règles professionnelles, éthiques et déontologiques de traitement de l'information.
- ✦ Le service audiovisuel produit une émission hebdomadaire intitulée « Les questions du Parlement » Cette émission, d'une durée de 30 mn, est un condensé des temps forts des séances consacrées aux questions. Elle permet au public de réaliser que le Parlement interpelle, et pertinemment, le gouvernement, beaucoup plus qu'il n'y paraît, sur des questions d'intérêt.

✦ LE SERVICE DE L'INFORMATION ET DE LA DOCUMENTATION

✦ Selon le règlement administratif, « le service de l'information et de la documentation est responsable de la couverture médiatique des activités du Président et de l'Assemblée nationale pour le compte de la presse écrite. Il produit les articles de presse écrite pour le compte de l'Assemblée nationale ou dans le cadre de ses activités. Il assure la reproduction des articles de presse ou des cassettes de médias audiovisuels. En rapport avec les services de la documentation, il organise la collecte et la gestion des archives audiovisuelles du parlement. »

✦ Ce service est dirigé par un journaliste de presse écrite et comprend un archiviste d'Etat, une chargée de documentation, un monteur PAO, 2 webmestres

✦ LES ACQUIS DU SERVICE DE L'INFORMATION ET DE LA DOCUMENTATION

- ✦ En plus d'assurer les traditionnelles relations presse, ce service produit régulièrement des communiqués de presse et assure à lui seul assure la gestion de deux canaux de communication, à savoir La Voix du Parlement, un magazine mensuel entièrement en quadrichromie et d'une moyenne de 16 pages paraissant depuis 1998, et le site Web .

✦ LE SERVICE DES RELATIONS PUBLIQUES

✦ Selon le règlement administratif, « le service des relations publiques prend toute initiative et entreprend les activités pour promouvoir et soigner l'image de l'Assemblée nationale. A cet effet, il organise les expositions et les actions de présentation de l'Assemblée nationale au grand public et aux partenaires de celle-ci. Il organise, en rapport avec les services du protocole et les huissiers, les visites guidées des hôtes du Président et invités officiels du parlement. Il organise en concertation avec les services législatifs les visites guidées initiées au profit des groupes spécifiques. »

✦ Ce service assure essentiellement les relations entre l'Assemblée nationale et ses publics. Il est animé par malheureusement une seule personne, un enseignant de profil.

LES ACQUIS DU SERVICE DES RELATIONS PUBLIQUES

Visites guidées

- ✦ Un millier de visiteurs ont été recensés en 2008. Cela renseigne sur l'intérêt du public à découvrir le Parlement.
- ✦ Les chiffres sont allés croissants depuis lors.
- ✦ Le principe des visites guidées est maintenant bien ancré dans l'opinion, et cela, grâce aux campagnes de communication autorisées par le Chef du Parlement : spots TV, insertions dans les journaux de la place et dans la Voix du Parlement...

Visites en externe

- ✦ L'expérience de la participation de l'Assemblée nationale à l'édition 2008 de la Foire internationale du Livre de Ouagadougou a été un succès éclatant et est en voie d'être institutionnalisée.
- ✦ Des propositions pour l'organisation régulière de conférences publiques itinérantes dans les écoles, lycées et collèges et universités du Burkina, et de journées portes ouvertes sur le Parlement, attendent d'être validées par le président et le Bureau de l'Assemblée nationale.

POUR CONCLURE

- ✦ La communication de l'Assemblée nationale du Burkina Faso se déploie actuellement sur 4 tableaux principalement, couvrant la télévision, la presse écrite, Internet et les relations publiques (LVP, Les Questions du Parlement, le site Web, les visites).
- ✦ Cependant, il est possible d'aller plus loin et c'est pourquoi:
- ✦ L'Assemblée nationale s'est inscrite dans une logique de diffusion du travail parlementaire, et de publication volontariste. Car la bonne gouvernance parlementaire recommande que les travaux du parlement puissent être mis à la disposition du grand public. (publications diverses et projet de chaîne parlementaire)

- ✦ Avec les élus locaux, il est établi depuis maintenant 5 ans, une passerelle institutionnelle de dialogue : il s'agit de la rencontre annuelle entre parlementaires et élus locaux.
- ✦ Les relations publiques du parlement se dessinent aussi à travers les travaux des commissions générales du Parlement. En effet, pour les dossiers spécifiques, il est de tradition que les groupes cibles soient auditionnés. Les travaux de commissions sont ouvertes depuis cette année, à la presse et au public.
- ✦ Un autre aspect des relations publiques mérite une petite attention : c'est celles que le député doit développer dans son milieu, dans sa circonscription et dans sa vie de tous les jours : le député doit être un modèle social, un exemple tout court.

✦ **MERCI POUR VOTRE
AIMABLE ATTENTION**

