



REGARDS D'ANTOINE

Carnet de communication

Avril 2026
Antoine BLAGNON



Thème central

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE
ET GOUVERNANCE PUBLIQUE.



Ebook

Le code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou les reproductions destinées à une utilisation collective.

Toute représentation ou reproduction partielle ou intégrale faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par la loi.

Copyright © Antoine BLAGNON - POWUI Communications,
avril 2026

Tél : +225 07 08 25 05 75

E-mail : antoineblagnon@gmail.com

Site Web : www.powuicommunications.com

Réseaux sociaux : @antoineblagnon

Chères Lectrices, Chers Lecteurs,

Chaque mois, j'ai le plaisir de partager avec vous mes observations, mes réflexions et des enseignements sur les défis et les ressorts de la communication professionnelle. Je le fais strictement telle que je la conçois, la construis, la pratique au fil de mes projets professionnels et de mes échanges.

Ce **Carnet de communication** rassemble une sélection d'articles publiés sur notre blog ce mois d'avril et relayés sur les réseaux sociaux. J'y aborde les grandes thématiques du monde de la communication professionnelle en Afrique et ailleurs. Je partage mes connaissances et mes pratiques, notamment sur la clarté du message, la crédibilité du discours, l'utilité de la présence digitale, le respect de l'intelligence du public, tout ceci pour vous donner quelques outils qui vous aident à amplifier votre impact en ligne et en société.

Ô mon intention n'est pas tant de délivrer des vérités définitives, mais de susciter la réflexion, parfois la contradiction, surtout l'envie d'agir. Agir avec plus de justesse, de méthode et de cohérence dans nos pratiques de communication pour une plus grande performance de nos organisations locales.

À travers ces pages, vous trouverez peut-être des idées à reprendre à votre compte, des mots qui vous parlent et vous permettent d'ajuster telle ou telle autre pratique, ou simplement des échos à vos propres expériences.

Je vous y invite.

À KLA Saidey Jeannette.

*À ces femmes et à ces hommes qui, à la tête de leurs
organisations, de leurs services, de leurs entreprises,
s'emploient à structurer leur communication pour
faire entendre une voix crédible,
ce carnet leur est dédié.*

Antoine BLAGNON.

SOMMAIRE

Dirigeants, voici les trois piliers de la crédibilité
p.7 - p.12

Quelle communication publique en Afrique francophone
p.13 - p.20

Construire durablement la confiance institutionnelle
p.21 - p.27

Reddition de comptes et pédagogie des décisions
publiques
p.28 - p.34

**AMÉLIORER VOS CONNAISSANCES,
RENFORCER VOS COMPÉTENCES,
MAXIMISER VOTRE IMPACT.**

ARTICLE



**DIRIGEANTS, VOICI LES TROIS
PILIERS DE LA CRÉDIBILITÉ.**

Aujourd'hui, la crédibilité est devenue une ressource rare pour les organisations comme pour leurs dirigeants. Face à cette rareté, les discours se multiplient, les canaux de communication se diversifient et les promesses abondent. Malgré ces efforts, la confiance des publics reste fragile. Les collaborateurs, les clients et les partenaires n'accordent plus leur adhésion sur la base de simples déclarations « de bonne foi ». Ils prennent désormais le temps d'observer, de comparer et d'évaluer la constance dans le temps.

La crédibilité apparaît ainsi comme le résultat d'une construction patiente qui repose sur trois principes structurants que sont la cohérence, l'alignement et la répétition. Ces trois dimensions, souvent évoquées séparément, forment en réalité un seul système. Lorsqu'elles sont réunies, elles créent un socle solide de confiance.

La cohérence constitue le premier fondement de la crédibilité. Elle désigne la capacité d'une organisation ou d'un dirigeant à maintenir une continuité dans ses messages, ses orientations et ses valeurs.

Un discours cohérent ne se contredit pas. Il repose sur une vision identifiable, des priorités claires et des principes relativement stables. Cette cohérence permet aux parties prenantes de comprendre la trajectoire de l'organisation et d'anticiper ses décisions.

DIRIGEANTS, VOICI LES TROIS PILIERS DE LA CRÉDIBILITÉ

À l'inverse, les changements fréquents de discours ou les revirements mal expliqués créent de la confusion. Un dirigeant qui affirme aujourd'hui une chose et demain son contraire affaiblit sa parole et sa crédibilité.

Les organisations évoluent, les stratégies s'adaptent, les contextes changent... Toutefois, ces ajustements doivent être expliqués et reliés à une logique globale stable. Lorsqu'une évolution est contextualisée et argumentée, elle est généralement comprise et acceptée.

En communication, la cohérence consiste donc à relier chaque prise de parole à une vision plus large et stable.

Si la cohérence concerne la structure du discours, l'alignement fait référence à la relation entre la parole et l'action.

Une organisation crédible est une organisation dont les actes confirment les déclarations. Cet alignement est aujourd'hui scruté avec une attention particulière. Les publics disposent désormais d'outils d'information et d'analyse qui leur permettent de comparer rapidement les engagements affichés et les pratiques réelles.

Un dirigeant qui prône la transparence mais évite systématiquement les questions sensibles crée une dissonance. Une entreprise qui affiche des valeurs sociales fortes mais adopte des pratiques internes contraires à ces principes expose sa réputation à des critiques sévères.

DIRIGEANTS, VOICI LES TROIS PILIERS DE LA CRÉDIBILITÉ

L'alignement constitue ainsi le véritable test de la crédibilité. Les messages peuvent être séduisants, les campagnes bien construites, les discours inspirants ; si la réalité opérationnelle contredit ces paroles, la confiance s'effondre.

Pour les dirigeants, l'alignement implique une exigence particulière d'exemplarité. Les collaborateurs observent attentivement le comportement des responsables. La manière dont un dirigeant agit, décide ou reconnaît ses erreurs influence davantage la crédibilité que de longs discours.

La crédibilité naît donc de cette concordance entre ce qui est dit et ce qui est fait.

Le troisième pilier de la crédibilité est souvent sous-estimé. Aujourd'hui encore, on suppose parfois qu'un message clairement exprimé une fois sera automatiquement compris et retenu. Or la réalité est différente.

Dans un environnement où les individus sont exposés quotidiennement à des milliers d'informations, un message n'existe réellement que s'il est répété.

La répétition ne signifie pas la redondance mécanique ou le refrain vide. Elle consiste à rappeler régulièrement les orientations, la vision et les priorités, en les adaptant aux contextes, aux formats de diffusion et aux publics.

DIRIGEANTS, VOICI LES TROIS PILIERS DE LA CRÉDIBILITÉ

Les dirigeants qui communiquent efficacement savent revenir sur les mêmes idées structurantes, à savoir la mission de l'organisation, les objectifs stratégiques, les valeurs qui guident les décisions. Ce travail de répétition crée un repère collectif. Il stabilise la compréhension et renforce l'appropriation.

Sans répétition, la cohérence reste invisible et l'alignement peut passer inaperçu. Les messages se dissipent alors dans le flux permanent de l'information.

Ces trois principes ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres. Ils se renforcent mutuellement.

La cohérence donne une direction.
L'alignement apporte la preuve.
La répétition assure la mémorisation.

Ensemble, ils produisent un effet cumulatif. Une organisation qui exprime une vision claire, agit en conformité avec ses engagements et rappelle régulièrement ses orientations, construit progressivement un capital de confiance.

À l'inverse, l'absence d'un seul de ces piliers fragilise l'ensemble. Un discours cohérent mais contredit par les actes perd sa crédibilité. Des actions vertueuses mais mal expliquées restent invisibles. Un message pertinent mais rarement répété disparaît dans le bruit informationnel.

DIRIGEANTS, VOICI LES TROIS PILIERS DE LA CRÉDIBILITÉ

Pour les dirigeants, la crédibilité n'est pas un attribut abstrait. Elle conditionne la capacité à mobiliser les équipes, à convaincre les partenaires et à traverser les périodes d'incertitude.

Une organisation crédible obtient plus facilement l'adhésion de ses collaborateurs, la patience de ses investisseurs et la compréhension de ses partenaires lorsqu'elle rencontre des difficultés. La crédibilité agit comme un capital immatériel qui protège l'organisation dans les moments de tension.

Construire ce capital demande du temps. Il se forme à travers une succession d'actes et de paroles qui, progressivement, instaurent un climat de confiance.

La cohérence assure la lisibilité de la vision.

L'alignement garantit la sincérité de la parole.

La répétition ancre durablement les messages dans les esprits.

Pour les organisations comme pour leurs dirigeants, ces trois piliers constituent un cadre simple mais exigeant. Ils rappellent qu'une communication efficace ne repose pas uniquement sur la créativité ou la performance technique, mais sur la constance, la rigueur et l'authenticité.

ARTICLE



**QUELLE COMMUNICATION PUBLIQUE
EN AFRIQUE FRANCOPHONE.**

La communication publique occupe une place importante dans le fonctionnement des États modernes. Elle constitue l'un des principaux instruments par lesquels les institutions informent les citoyens, expliquent les politiques publiques et rendent compte de leur action. Dans les démocraties contemporaines, elle est censée favoriser la transparence, renforcer la confiance et faciliter la participation des citoyens à la vie publique.

Pourtant, dans de nombreux pays d'Afrique francophone, la communication publique reste entourée d'une ambiguïté persistante. Aux yeux d'une partie de l'opinion, elle apparaît moins comme un outil d'information que comme un instrument de promotion du pouvoir. Cette perception alimente une question récurrente : la communication publique sert-elle réellement à informer les citoyens ou relève-t-elle davantage d'une logique de propagande politique ?

Comprendre cette tension suppose d'examiner l'histoire institutionnelle, les pratiques actuelles et les attentes croissantes des citoyens.

Dans plusieurs pays d'Afrique francophone, les systèmes administratifs et les structures de communication publique ont été fortement influencés par les modèles hérités de la période coloniale. La communication de l'État y était traditionnellement conçue comme un dispositif vertical ; l'administration informait, les citoyens recevaient.

Ce modèle reposait sur une logique de diffusion descendante. Les institutions annonçaient des décisions, publiaient des communiqués, organisaient des conférences de presse et diffusaient des messages officiels dans les médias publics. Le rôle principal de la communication consistait à relayer la parole de l'autorité.

Dans ce cadre, la communication publique était rarement pensée comme un espace de dialogue. L'objectif prioritaire était de rendre visibles les actions de l'État et de consolider l'autorité des institutions.

Cette tradition explique en partie la confusion persistante entre information publique et communication politique.

Informé suppose de transmettre des données vérifiables, contextualisées et utiles à la compréhension des politiques publiques. La communication informative éclaire les citoyens, elle explique les décisions, expose les enjeux, détaille les résultats et reconnaît éventuellement les limites ou les difficultés.

La propagande, au contraire, poursuit un objectif essentiellement persuasif. Elle cherche à influencer l'opinion en valorisant un acteur ou un pouvoir, souvent en sélectionnant les informations favorables et en minimisant les éléments critiques.

Dans certaines situations, la communication publique peut glisser vers cette seconde logique. Les messages institutionnels mettent alors davantage l'accent sur les réalisations du pouvoir que sur l'explication complète des politiques publiques. Les succès sont largement médiatisés, tandis que les difficultés ou les controverses sont rarement abordées.

Cette perception contribue à nourrir la méfiance d'une partie de l'opinion publique.

Depuis une vingtaine d'années, le contexte de la communication en Afrique a profondément évolué. L'essor des médias privés, le développement des chaînes d'information, l'expansion d'Internet et la diffusion massive des réseaux sociaux ont modifié les rapports entre institutions et citoyens.

L'information circule désormais rapidement et de multiples sources concurrentes coexistent. Les citoyens ne dépendent plus exclusivement des canaux officiels pour s'informer. Ils peuvent comparer les versions, vérifier les déclarations et diffuser leurs propres analyses.

Dans ce nouvel environnement, les stratégies de communication strictement descendantes deviennent moins efficaces. Lorsqu'une institution se contente de diffuser un discours promotionnel sans répondre aux interrogations de l'opinion, celui-ci est rapidement contesté ou relativisé.

La communication publique est ainsi confrontée à une exigence nouvelle, celle de la crédibilité.

Les citoyens attendent désormais davantage des institutions publiques. Ils souhaitent comprendre les décisions qui affectent leur quotidien, connaître les priorités budgétaires, mesurer l'efficacité des politiques publiques et accéder à des informations fiables.

Cette évolution reflète une transformation plus large du rapport entre gouvernants et gouvernés. La légitimité politique ne repose plus uniquement sur l'autorité institutionnelle. Elle dépend également de la capacité des dirigeants à expliquer leurs décisions et à dialoguer avec la société.

Dans ce contexte, la communication publique ne peut plus se limiter à la promotion de l'action gouvernementale. Elle doit également répondre à un impératif d'explication et de responsabilité.

Pour dépasser la suspicion de propagande, la communication publique doit évoluer vers une approche plus transparente et plus pédagogique.

La transparence ne signifie pas seulement publier des informations. Elle implique de rendre les décisions compréhensibles. Les politiques publiques sont souvent complexes ; on parle souvent de réformes économiques, de programmes d'infrastructures, de politiques sociales, etc.

Sans effort de pédagogie, ces décisions peuvent apparaître abstraites ou incompréhensibles pour le citoyen ordinaire.

Une communication publique efficace doit donc contextualiser les choix, expliquer les contraintes et présenter les résultats de manière accessible.

Elle doit également accepter la critique. La contestation et le débat font partie du fonctionnement normal de la vie publique moderne. Une communication institutionnelle crédible ne cherche pas à éliminer ou à contourner ces débats ; elle contribue à les éclairer.

L'amélioration de la communication publique passe aussi par une professionnalisation des structures chargées de cette mission.

Dans plusieurs pays d'Afrique francophone, les services de communication des institutions publiques sont encore perçus comme des instruments politiques plutôt que comme des dispositifs techniques au service de l'information des citoyens. Cette perception limite parfois leur capacité à produire une communication équilibrée.

Renforcer les compétences professionnelles, clarifier les missions et distinguer plus nettement communication institutionnelle et communication partisane constitue un enjeu important pour renforcer la crédibilité de l'action publique.

La question « information ou propagande » révèle finalement une transition en cours. Les sociétés africaines connaissent une transformation rapide de leurs espaces publics marqués par une circulation massive de l'information et par une participation citoyenne plus active.

Dans ce contexte, les institutions sont confrontées à une nécessité d'adaptation. Les stratégies de communication héritées d'une logique administrative verticale montrent leurs limites. Les citoyens attendent désormais davantage de transparence, de pédagogie et de dialogue.

La communication publique peut jouer un rôle essentiel dans cette évolution. Lorsqu'elle privilégie l'information, l'explication et la responsabilité, elle contribue à renforcer la confiance entre les institutions et la société.

La communication publique en Afrique francophone se situe aujourd'hui à la croisée des chemins. Elle oscille encore entre deux modèles : celui de la promotion institutionnelle héritée des pratiques administratives traditionnelles et celui d'une communication plus ouverte, orientée vers l'information et la redevabilité.

Le choix entre ces deux approches n'est pas seulement technique, il relève d'une conception du rôle de l'État et de la place du citoyen dans la vie publique.

Si la communication publique parvient à privilégier la transparence, la pédagogie et l'écoute, elle peut devenir un puissant instrument de confiance et de gouvernance. Dans le cas contraire, elle risque de rester perçue comme un simple moyen de persuasion, alimentant la défiance plutôt que la compréhension.

ARTICLE



CONSTRUIRE DURABLEMENT LA
CONFIANCE INSTITUTIONNELLE.

La confiance constitue l'un des fondements invisibles mais déterminants du fonctionnement des institutions. Sans elle, les décisions publiques sont contestées, les politiques deviennent difficiles à mettre en œuvre et l'autorité institutionnelle s'affaiblit progressivement. À l'inverse, lorsque les citoyens, les partenaires ou la communauté internationale accordent leur confiance à une institution, celle-ci bénéficie d'un capital de légitimité qui facilite l'action collective et renforce son efficacité.

Or, cette confiance connaît aujourd'hui une érosion notable dans de nombreuses régions du monde. Les institutions nationales comme les organisations internationales sont régulièrement perçues comme inefficaces, partiales ou impuissantes face aux crises. L'exemple des crises géopolitiques contemporaines illustre bien cette tension, notamment dans la gestion des conflits internationaux où certaines organisations apparaissent incapables de prévenir ou de contenir les escalades militaires.

La confiance institutionnelle repose sur une perception collective. Elle se forme lorsque les citoyens ou les acteurs internationaux considèrent qu'une institution agit de manière légitime, efficace et équitable.

Trois dimensions structurent généralement cette confiance.

La compétence, d'abord, renvoie à la capacité réelle de l'institution à produire des résultats et à agir efficacement.

CONSTRUIRE DURABLEMENT LA CONFIANCE INSTITUTIONNELLE

L'intégrité, ensuite, suppose le respect de principes clairs, appliqués de manière constante.

La cohérence, enfin, implique des décisions compréhensibles, relativement prévisibles et inscrites dans une logique stable.

Lorsque ces trois dimensions sont réunies, la confiance peut s'installer durablement. Mais lorsqu'une institution apparaît incapable d'agir face à une crise majeure, cette confiance peut rapidement s'éroder.

Les organisations internationales ont été créées pour répondre à un objectif fondamental, celui de prévenir les conflits, contribuer à l'émancipation de l'humain et organiser la coopération entre les États. Parmi elles, l'Organisation des Nations Unies (ONU) est en première ligne. Fondée en 1945 à la suite de la Seconde Guerre mondiale, elle devait incarner un mécanisme de régulation capable d'éviter les guerres mondiales.

Mais la réalité est tout autre. L'évolution actuelle des relations internationales montre les limites de ce système.

Les crises contemporaines impliquant la Russie et l'Ukraine, le Pakistan et l'Afghanistan, les États-Unis, Israël et l'Iran illustrent cette difficulté. Par exemple, à la suite de frappes militaires menées par les États-Unis et Israël contre des installations iraniennes, suivies de

représailles de Téhéran, l'ONU a essentiellement appelé à la désescalade et au dialogue, sans pouvoir empêcher l'escalade militaire.

Cette situation nourrit la perception selon laquelle l'ONU serait surtout capable d'alerter l'opinion et de coordonner l'aide humanitaire, mais plus limitées pour empêcher les conflits lorsque les grandes puissances sont directement impliquées.

Cette perception de faiblesse ne relève pas uniquement d'un déficit d'action, elle s'explique en grande partie par des contraintes structurelles.

Au sein du Conseil de sécurité des Nations Unies, les grandes puissances disposent d'un droit de veto qui peut bloquer toute résolution contraignante. Ce mécanisme, conçu pour préserver un équilibre entre puissances, devient dans certains cas un facteur d'inertie.

Lorsque les intérêts stratégiques des grandes puissances divergent, la capacité d'action collective se réduit considérablement. Cette situation alimente l'impression d'une gouvernance internationale déséquilibrée.

Malgré ces limites, les institutions restent indispensables. Sans elles, la régulation des relations internationales serait laissée au seul rapport de force.

La confiance institutionnelle ne se mesure pas uniquement à la capacité de prévenir les crises, mais également à celle d'en limiter les effets, de protéger les populations et d'orchestrer une coopération efficace entre acteurs internationaux.

Construire une confiance durable suppose plusieurs conditions.

La transparence constitue un premier levier. Les institutions doivent expliquer leurs décisions, leurs contraintes et leurs limites. Une transparence maîtrisée réduit les interprétations erronées et renforce la compréhension des mécanismes de décision.

La cohérence est tout aussi essentielle. L'application constante de principes identiques à des situations comparables est une condition majeure de crédibilité. À l'inverse, la perception de traitements différenciés alimente la défiance.

La responsabilité implique la capacité à évaluer les actions menées, à reconnaître les erreurs et à en tirer des enseignements. Cette culture de responsabilité est un facteur déterminant de confiance à long terme.

La capacité d'adaptation est également décisive. Les institutions doivent évoluer en fonction des transformations géopolitiques, économiques et technologiques. Des structures conçues dans un contexte historique donné ne peuvent conserver leur pertinence sans adaptation.

Enfin, l'inclusion des parties prenantes renforce la légitimité. La participation des citoyens, des organisations civiles et des États membres aux processus décisionnels favorise l'appropriation et la confiance.

La confiance institutionnelle constitue aujourd'hui un défi majeur pour la gouvernance mondiale. Avec la multiplication des crises (conflits armés, tensions géopolitiques, crises climatiques ou sanitaires), les institutions jouent un rôle essentiel pour organiser la coopération internationale.

Cependant, cette coopération ne peut fonctionner durablement que si les institutions sont perçues comme légitimes, transparentes et efficaces.

L'exemple des crises contemporaines rappelle que la confiance ne peut pas être décrétée. Elle se construit progressivement, à travers des décisions cohérentes, des mécanismes de responsabilité et une capacité réelle à servir l'intérêt collectif.

La confiance institutionnelle est un capital à la fois précieux et fragile. Elle se construit dans la durée, mais peut se dégrader rapidement lorsque les institutions apparaissent incohérentes, inefficaces ou partiales.

Les crises internationales actuelles montrent que les institutions mondiales, malgré leur rôle indispensable, doivent continuellement renforcer leur crédibilité. Leur légitimité dépend désormais de leur capacité à agir avec transparence,

cohérence et responsabilité.

Construire durablement la confiance institutionnelle relève, au-delà d'une question de communication, d'un enjeu de gouvernance, de leadership et de cohérence entre les principes affichés et les actions menées.

ARTICLE



REDDITION DE COMPTES ET
PÉDAGOGIE DES DÉCISIONS
PUBLIQUES.

Dans les Etats démocratiques, l'action publique est confrontée à une double exigence, agir efficacement et rendre compte de ses décisions. Les citoyens ne se contentent plus de constater les politiques publiques mises en œuvre ; ils souhaitent en comprendre les raisons, les objectifs et les résultats. Cette évolution reflète une transformation profonde du rapport entre les gouvernants et les gouvernés.

La légitimité de l'action publique dépend de plus en plus de la capacité des institutions à expliquer leurs décisions, à en assumer les conséquences et à dialoguer avec la société. Dans ce contexte, deux notions prennent une importance particulière ; ce sont la reddition de comptes et la pédagogie des décisions publiques.

Ces deux dimensions sont souvent évoquées séparément. Pourtant, elles sont étroitement liées et constituent ensemble l'un des fondements de la confiance démocratique.

La reddition de comptes, parfois désignée par le terme anglais *accountability*, renvoie à l'obligation pour les responsables publics de rendre compte de leurs décisions et de leur gestion. Elle implique que les détenteurs du pouvoir expliquent leurs actions, justifient leurs choix et acceptent d'être évalués.

Dans une démocratie, cette responsabilité s'exerce à plusieurs niveaux. Les gouvernements rendent compte devant les parlements, les administrations devant les autorités de contrôle, et les dirigeants politiques devant les citoyens.

La reddition de comptes remplit plusieurs fonctions notables.

Elle permet d'abord de prévenir les abus de pouvoir. Lorsqu'une institution sait qu'elle devra expliquer et justifier ses décisions, elle est incitée à agir avec davantage de prudence et de rigueur.

Elle contribue également à améliorer l'efficacité des politiques publiques. L'évaluation régulière des programmes permet d'identifier les réussites, mais aussi les erreurs ou les limites des actions engagées.

Enfin, la reddition de comptes renforce la confiance. Une institution qui accepte d'expliquer ses décisions et d'en assumer les conséquences démontre qu'elle agit dans l'intérêt collectif.

Cependant, rendre compte ne signifie pas seulement publier des rapports ou présenter des bilans techniques. Pour être réellement utile à la société, cette démarche doit être compréhensible par les citoyens. C'est là qu'intervient la pédagogie.

La complexité des politiques publiques constitue l'un des défis majeurs de la gouvernance contemporaine. Les décisions prises par les autorités concernent généralement des domaines techniques (réformes fiscales, politiques énergétiques, infrastructures, régulation économique ou transition écologique, etc.). Dans ce contexte, les citoyens

peuvent éprouver des difficultés à comprendre les motivations et les implications de certaines décisions. Cette incompréhension peut alors nourrir la méfiance ou donner l'impression que les autorités agissent de manière opaque.

La pédagogie des décisions publiques vise précisément à réduire cet écart de compréhension. Elle consiste à expliquer les politiques publiques de manière claire, accessible et contextualisée.

Cette démarche ne relève pas uniquement de la communication politique, elle implique un effort réel de clarification. Il s'agit d'exposer les problèmes auxquels une décision répond, présenter les différentes options envisagées, expliquer les contraintes financières ou juridiques et détailler les objectifs poursuivis.

Lorsqu'elle est bien menée, la pédagogie permet aux citoyens de comprendre non seulement ce qui a été décidé, mais aussi pourquoi ces décisions ont été prises.

La reddition de comptes et la pédagogie des décisions publiques poursuivent un objectif commun. Il s'agit de renforcer la légitimité de l'action publique.

Toutefois, l'une sans l'autre reste insuffisante.

Une reddition de comptes exclusivement technique, fondée sur des documents complexes et difficilement accessibles, ne permet pas aux citoyens de comprendre réellement l'action publique. Elle peut donner l'impression d'une transparence formelle mais reste peu utile.

À l'inverse, une communication pédagogique qui expliquerait les décisions sans fournir d'éléments concrets d'évaluation risquerait d'être perçue comme un simple exercice de justification politique.

La combinaison des deux approches permet d'établir une relation plus équilibrée entre les institutions et les citoyens. Les autorités expliquent leurs décisions, mais elles présentent également les résultats obtenus et acceptent d'être évaluées.

La communication publique joue un rôle déterminant dans ce processus. Elle constitue le principal canal par lequel les institutions peuvent rendre leurs décisions intelligibles et accessibles.

Cependant, cette communication doit éviter deux écueils.

Le premier consiste à réduire la communication publique à une simple promotion de l'action gouvernementale. Lorsque les messages institutionnels mettent uniquement en avant les succès sans reconnaître les difficultés, la crédibilité de la parole publique peut paraître suspecte.

Le second écueil est la technicisation excessive. Les politiques publiques sont parfois présentées dans un langage administratif ou juridique difficilement compréhensible pour le grand public.

Une communication publique efficace doit trouver un équilibre entre être suffisamment rigoureuse pour présenter les faits et suffisamment pédagogique pour être comprise.

Ainsi, la défiance qui résulte d'une perception d'opacité ou d'un sentiment d'éloignement entre les décideurs et les citoyens sera limitée.

La reddition de comptes et la pédagogie des décisions publiques peuvent contribuer à réduire cette distance. En expliquant leurs choix et en assumant leurs responsabilités, les dirigeants et les institutions montrent qu'elles respectent les citoyens en tant qu'acteurs informés de la vie publique.

Cette démarche permet de créer un cadre de discussion fondé sur la compréhension plutôt que sur la suspicion.

La gouvernance moderne repose de plus en plus sur la capacité des institutions à agir avec transparence et à dialoguer avec la société. Dans ce contexte, la reddition de comptes et la pédagogie des décisions publiques apparaissent comme deux piliers complémentaires de la légitimité démocratique.

Rendre compte permet de garantir la responsabilité des dirigeants publics. Expliquer les décisions permet de les rendre compréhensibles et discutables.

En associant ces deux exigences, les institutions peuvent renforcer la confiance des citoyens et favoriser une participation plus éclairée à la vie publique. La qualité de la démocratie dépend en grande partie de cette capacité à conjuguer responsabilité, transparence et pédagogie.



REGARDS D'ANTOINE



À propos de l'auteur...

Antoine BLAGNON est consultant en communication, promoteur et Gérant de POWUI Communications, une agence ivoirienne spécialisée dans la communication des organisations, l'édition et la formation.

Auteur de *S'accomplir - Rien ne sauve autant que l'amour*, il explore à travers ses écrits les liens entre authenticité, stratégie et impact social. Son expertise mêle réflexion critique et engagement concret au service des professionnels et des organisations qui souhaitent renforcer leur visibilité et leur impact, tant en ligne qu'au sein de la société.

Dans ses écrits comme dans ses accompagnements, l'auteur milite pour une communication responsable et cohérente, capable de servir les idées autant que les actions.

Ce recueil rassemble ses publications mensuelles, pensées comme des repères pour celles et ceux qui veulent communiquer avec justesse, transmettre efficacement et construire durablement leur réputation.

