

LA COMMUNICATION DU GOUVERNEMENT SÉNÉGALAIS À L'ÉPREUVE DE LA COVID-19

Mor FAYE

Université Gaston Berger de Saint-Louis, Sénégal.

mor.faye@ugb.edu.sn

&

Jean Sibadioumeg DIATTA

Université Assane Seck de Ziguinchor, Sénégal.

jeansibadioumegdiatta@yahoo.fr

Résumé : Le présent article essaie d'analyser la démarche communicationnelle du Gouvernement du Sénégal dans la lutte contre la Covid-19 qui secoue le monde depuis 2019. Il est ressorti de notre étude que l'État du Sénégal, à travers le Ministère de la Santé et de l'Action Sociale, a mis en place une stratégie de communication de crise qui a permis de mieux préparer les citoyens par rapport à la pandémie, de les informer sur le respect des mesures sanitaires et de susciter leur mobilisation. Mais du fait d'un certain nombre d'incohérences internes dans le dispositif de communication gouvernementale, les populations sont progressivement passées d'une posture d'écoute à celle de rébellion vis-à-vis de l'État. Notre recherche s'intéresse aux raisons profondes ayant conduit à ce changement d'attitude et interroge les capacités des autorités sénégalaises à communiquer en temps de crise sanitaire.

Mots clés : Covid-19, communication de crise, santé, Gouvernement du Sénégal, crise de confiance entre gouvernants/gouvernés.

Abstract : This article tries to analyze the communication approach of the Government of Senegal in the fight against Covid-19 that shakes the world since 2019. It emerged that the Senegalese State through the Ministry of Health and the Social Action set up a crisis communication strategy that made it possible to better prepare its citizens in relation to the pandemic, to inform them about compliance with health measures and to encourage their mobilization. However, due to a number of internal inconsistencies in the government's communication system, populations have gradually shifted from a listening position to one of rebellion against the state. Our research examines the underlying reasons that led to this change in attitude and questions the capacities of the Senegalese authorities to communicate in times of health crisis.

Key words : Covid-19, communication crisis, Health, Senegalese government, crisis of confidence between governors and governed.

Introduction

La Covid-19 (coronavirus 2019) est une maladie infectieuse émergente provoquée par le coronavirus SARS-CoV-2 (OMS, 2020). Depuis la grippe espagnole des années 1920 qui avait fait entre 25 et 50 millions de morts, elle est partie pour être l'une des pandémies les plus meurtrières ces dernières dans le monde (970 857 personnes décédées selon l'OMS), au même titre que le Sida et Ebola. Elle a été signalée pour la première fois à Wuhan, en Chine, le 31 décembre 2019 (OMS, 2019). Elle s'est ensuite propagée rapidement dans le monde, à cause surtout de la forte mobilité humaine. À l'instar de la plupart des pays, le Sénégal est frappé de plein fouet par cette pandémie. Il a enregistré de nombreuses pertes humaines depuis l'apparition du premier cas de contamination le 02 mars 2020 et subit les conséquences économiques et sociales drastiques liées au fléau. Selon une enquête récente menée par l'ANSD - Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie - (2020, p. 1), 85% des ménages affirment avoir subi une baisse de leurs revenus car, déjà, 30% des chefs de ménage déclarent avoir arrêté de travailler pour des motifs liés à la Covid-19. Six mois après le déclenchement de la pandémie sur son territoire, le pays est à plus de 300 personnes décédées. Cette situation épidémiologique à haut risque a amené le gouvernement sénégalais à prendre plusieurs mesures, en proclamant notamment l'État d'urgence assorti d'un couvre-feu à la suite du discours à la Nation du Président Macky Sall du lundi 23 mars 2020. De ce discours résulte que l'un des principaux défis à relever par les autorités dans cette « guerre » contre cet ennemi aussi puissant qu'invisible est celui de la communication, plus spécifiquement de la communication de crise et de la communication pour le changement de comportement, pour éviter trop d'infection.

Le Gouvernement a ainsi déployé d'importants moyens de communication en direction des populations dans le but de limiter la propagation de la maladie. D'ailleurs, à un certain moment, 99.8% des chefs de ménages, à la fois, connaissent et appliquent au moins un geste barrière contre la Covid-19 (ANSD, 2020, *ibid*, p. 1). Cependant, on note plus de cinq mois après l'apparition du premier cas, le relâchement des populations, le non-respect des mesures barrières édictées, la contestation ouverte de l'autorité de l'État, la multiplication des cas de contamination qui rendent la situation épidémiologique inquiétante. D'ailleurs, le même rapport de l'ANSD confirme ce fait en ces termes : « La situation actuelle relate plutôt une période de relâchement vis-à-vis des gestes barrières » (2020, *ibid*, p. 1). Pourtant au début de la crise, les populations semblaient être très réceptives au discours du gouvernement. C'est ce constat alarmant qui nous a amenés à soumettre au crible de la recherche et de l'analyse le dispositif de communication du gouvernement sénégalais face à la Covid-19, pour évaluer fondamentalement sa cohérence et son efficacité. En effet, si les populations sont passées d'une posture d'écoute à celle de rejet de la communication du gouvernement, elles devraient en avoir de « bonnes raisons », ayant progressivement hypothéqué leur adhésion au discours des autorités

sénégalaises. Quelles sont ces « bonnes raisons » ? Confirment-elles les difficultés du Gouvernement sénégalais à communiquer avec les populations, même hors crise, comme le montrent des spécialistes, à l'image de Djibril Samb, qui ont toujours pointé du doigt le « caractère incohérent de la communication gouvernementale » du Sénégal (Ndiaye, 2020, p. 8) ?

Notre hypothèse est que, du point de vue de la communication, le Gouvernement a mal géré la crise sanitaire entraînée par la Covid-19, du fait de ses propres incohérences ou contradictions.

Au plan méthodologique, pour démontrer cette gestion inadéquate, nous nous appuyerons sur des éléments factuels relatifs aux actions de communication gouvernementale mises en œuvre depuis la survenue de la pandémie. Nous les confronterons ensuite aux types de réception qu'en ont fait les populations.

Le présent article s'articulera ainsi autour de deux axes principaux. Le premier reviendra sur l'importance de la communication dans un contexte de crise sanitaire. Le second évaluera le dispositif de communication du Gouvernement sénégalais face à la Covid-19.

1. Communiquer en contexte de crise sanitaire

De nos jours, il n'est point besoin de démontrer qu'on ne peut pas ne pas communiquer. La communication est au cœur des relations humaines, du management des organisations, mais aussi de la gestion de crises quelles qu'elles soient. Elle est d'ailleurs perçue comme étant le « véritable mot d'ordre du 21^{ème} siècle » (Franrenet, 2007).

1.1 Aperçu de la notion de crise sanitaire

Étymologiquement le terme « crise » vient du mot grec *krisis*, qui signifie « décider ou distinguer » en réponse à une situation particulière. La crise est définie comme un événement qui est brutal, émotif et marqué par la complexité, l'incertitude ou l'ambiguïté et qui plonge les institutions ou les organisations dans un contexte périlleux compromettant la capacité à comprendre et à agir adéquatement face aux événements (INSPQ, 2016a). Il s'agit d'une situation instable de danger ou de difficulté extrême, ce qui entraîne une rupture d'équilibre. Lorsqu'une crise survient, il est souvent très difficile d'évaluer ou de prévoir ses conséquences. Elle est perçue comme un événement inattendu, imprévisible et aigu (Volpi, 2003 ; Roux-Duffort, 2008). C'est d'ailleurs ce qui provoque des émotions telles que la peur et la panique au sein de la population qui a souvent tendance à incriminer les décideurs politiques. Ces attitudes restent indissociables d'une crise étant donné que l'on ne sait jamais dans quelle mesure on risque d'être personnellement touché par cette situation.

Dans le domaine de la santé, une crise se déclenche lorsque les systèmes sanitaires locaux dont dépendent les populations sont dépassés, c'est-à-dire qu'ils ne sont plus en mesure de répondre aux sollicitations¹. La notion de « crise

¹ Sixième Forum du futur sur la communication en cas de crise, Reykjavik (Islande), 10 et 11 mai 2004, p 3.

sanitaire » est aussi liée à celle de « risque sanitaire ». Les risques ou menaces sanitaires, comme les crises, impliquent une connotation émotionnelle et une incertitude quant à leurs incidences sanitaires et économiques. L'humanité a connu plusieurs crises dont les plus récentes sont : la pandémie de grippe A (H1N1) en 2009, le virus Ebola en Afrique de l'Ouest, en 2014-2015, le virus Zika, en 2015-2016, etc.

Ces événements souvent non prévisibles exigent véritablement une stratégie pluridimensionnelle quant à leur gestion par les pouvoirs publics. Les crises à forte composante sanitaire comportent des caractéristiques spécifiques. Elles suscitent un émoi considérable, propice aux rumeurs. Elles posent aux décideurs des difficultés considérables, liées notamment aux fortes incertitudes sur les effets et à la nécessité absolue de répondre d'urgence aux inquiétudes, les enfermant dans un dilemme permanent : courir le risque de se voir reprocher soit une sous-réaction (la négligence) soit une sur-réaction (la panique). Elles portent atteinte à la crédibilité du savoir médical et à la légitimité des institutions sanitaires. Elles mettent en cause des valeurs comme la responsabilité individuelle et collective, les libertés démocratiques, l'importance accordée à la vie humaine. Cet ensemble de caractéristiques propres aux crises a été mis en évidence par Salamate Fatima ezzahra (2020, p. 341).

1.2 Pourquoi communiquer en période de crise sanitaire ?

Pendant longtemps, les autorités ont été frileuses à communiquer en période de crise sanitaire. On avait peut-être peur de l'effet de cette communication sur les comportements (on se souvient de l'émission de radio d'Orson Wells, « les martiens débarquent à New York », qui avait provoqué une panique généralisée). La notion de communication en cas de crise est étroitement liée à cette forme de diffusion de l'information déployée en période de catastrophe ou d'urgence. Il s'agit d'une communication à double sens entre les parties prenantes (telles que les décideurs et les experts) et le public au sujet de l'existence, de la nature, de la gravité ou de l'acceptabilité des risques. Il est couramment admis que dans une situation de crise les gens s'intéressent plus aux informations, lisent plus les journaux, écoutent davantage la radio et regardent plus le petit écran qu'en temps « calme ». Dès lors, les médias « remplissent plus que jamais leur rôle de médiateurs entre l'événement et le public » (Lazar, 1993, p. 130).

Aujourd'hui, il n'est plus à démontrer l'importance de la communication dans la gestion de crises sanitaires. En effet, dans des situations d'urgence (ou de crise) de santé publique, la communication exerce une influence directe sur la tournure que peuvent prendre les événements². Lorsqu'une urgence de santé publique survient, les populations, souvent préoccupées, désemparées, ont besoin nécessairement d'avoir un certain nombre d'informations relatives aux risques qu'elles encourent, mais aussi aux mesures de prévention contre le mal.

² Sixième Forum du futur sur la communication en cas de crise, Reykjavik (Islande), 10 et 11 mai 2004, p 1.

Les décideurs doivent non seulement être prêts à agir, mais aussi à communiquer pour transmettre des informations sur les dispositions à adopter. Cela permet d'éviter la panique généralisée, source de confusion et d'inquiétude. Capable d'attiser les craintes du public, la communication peut aussi encourager des comportements qui contribuent à maîtriser la situation. Selon l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ),

« [...] communiquer l'information juste et pertinente au moment opportun, comprendre les différences de perception, établir une communication bidirectionnelle respectueuse et basée sur la confiance, ainsi qu'adapter la stratégie de communication aux publics cibles et à la situation sont autant de principes à intégrer dans la gestion des risques ».

INSPQ (2018)

Dans son déploiement, la communication de crise permet également d'appréhender les caractéristiques de chaque couche, de chaque groupe ethnico-social, mais aussi de chaque catégorie sociale afin de proposer des canaux et des supports adaptés à la réceptivité des différents messages émis. D'ailleurs Dominique Wolton souligne à propos de l'importance du récepteur : « Dans la communication, le plus compliqué n'est ni le message, ni la technique, mais le récepteur » (2018).

Par ailleurs, l'importance de la communication en période de crise se justifie par le fait qu'elle permet de dissiper toute forme de rumeur, surtout dans un contexte mondial de développement des réseaux sociaux numériques qui exposent le citoyen à une pluralité de messages, d'informations qui souvent ont besoin d'être décortiquées, élucidées. Kapferer définit la rumeur comme étant : « l'émergence et la circulation dans le corps social d'informations soit non encore confirmées publiquement par des sources officielles soit démenties par celles-ci » (1987, p. 135). Les médias traditionnels ne sont plus les seuls supports permettant la diffusion de l'information. Dès lors, en cas de crise, la communication déployée aura pour rôle de créer et de maintenir un lien de confiance entre les décideurs et les populations, car étant indispensable à leur mobilisation. Dans une crise, les gens cherchent des nouvelles. Si aucune ne leur est fournie par les canaux institutionnels, ils les inventent souvent (Lazar 1993, op. cit., p. 129). La diffusion d'informations justes et vraies favorise l'installation d'un climat de confiance de l'opinion publique indispensable à la gestion de la crise. Il faut dire avec Salamate (2020, p.337) qu'en période de crise « la mise en relation avec les médias et l'occupation du terrain » et « l'élaboration de la stratégie de communication » constituent des éléments extrêmement importants. C'est à l'aune de cette approche théorique que nous avons évalué le dispositif de communication de crise de l'Etat du Sénégal, pour cerner sa cohérence et son efficacité dans la lutte contre la propagation de la Covid-19.

2. Évaluation du dispositif de communication du gouvernement sénégalais face à la COVID-19

Depuis le début de propagation de la Covid-19 dans le monde, plus particulièrement suite à la découverte du premier cas de contamination sur son territoire, le Gouvernement du Sénégal, à travers le Ministère de la Santé et de l'Action Sociale, a fait des efforts de communication indéniables dans le but de freiner la propagation du virus. Nous les allons les décrire et analyser, avant d'en venir aux incohérences internes dont elles ont par la suite fait l'objet.

2.1 Des efforts de communication indéniables, au début de la pandémie

- **Préparation**

Avant l'apparition du premier cas de Covid-19 sur son territoire, le Gouvernement du Sénégal a initié plusieurs activités de réflexions dans le but de se préparer à une éventuelle crise. C'est ainsi que la première activité a été la participation du Ministre de la Santé et de l'Action Sociale (MSAS) à la rencontre des ministres en charge de la santé des 16 pays de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), réunis en urgence le 14 février 2020 à Bamako, pour harmoniser et coordonner la préparation et la réponse face à la Covid-19. A la suite de cette réunion sous-régionale, les experts sénégalais ont participé à un partage d'expériences avec ceux de la Chine, foyer d'émergence de la maladie. Il s'agissait d'un partage d'expériences mais aussi d'un renforcement de capacités des acteurs. Il faut également noter, parmi ces activités d'anticipation, l'activation de la cellule d'alerte du MSAS et du Centre des Opérations d'Urgence Sanitaire, la redynamisation du Comité National de Gestion des Epidémies (CNGE). Un numéro vert, 800 00 50 50, a été activé car un tel numéro est une manière de transmettre des informations qui est à la fois immédiate et appréciée par la population, en raison du contact humain et de la personnalisation de l'information. L'ensemble de ces actions a été couronné par la tenue du Conseil présidentiel sur le Coronavirus tenu le 02 mars 2020 au Palais de la République à l'issue duquel une conférence de presse a été faite par le Président Macky Sall. Toutes ces initiatives ont été saluées par les populations car elles ont été des moments importants d'information sur la maladie. Elles ont permis de rassurer les Sénégalais par rapport aux dispositions de résilience prises par le Gouvernement, mais aussi par rapport à la disponibilité des compétences techniques pour faire face à la pandémie. Cette « phase d'installation » est extrêmement importante en matière de communication de crise (Salamate, 2020, p. 338).

- **Point du jour**

En matière de communication en période de crise, la circulation de l'information régulière est un gage de lutte contre les rumeurs, surtout contre les fausses nouvelles dans un contexte de développement des réseaux sociaux numériques. Le choix du Ministère de la Santé et l'Action Sociale du Sénégal de faire quotidiennement le point par rapport à l'évolution de la pandémie est une démarche pertinente, aux yeux des personnes interviewées au cours de la présente recherche. Il s'agit non seulement d'informer sur la situation épidémiologique quotidienne de la maladie (évolution du nombre de cas de contamination, de personnes guéries, de décès, etc.), mais aussi de sensibiliser les populations sur la nécessité de respecter les mesures barrières³, grâce surtout aux médias, ces « médiateurs entre l'événement et le public » (Lazar, 1993, p.130).

- **La mise en place du Fonds Covid-19 et les contributions citoyennes**

Lors du Conseil Présidentiel sur le Coronavirus, le Président de la République a initié un fonds dédié à la lutte contre la maladie. Pour atténuer les effets de la Covid-19 sur l'économie nationale, l'État a mis en place un Programme de Résilience Économique et Sociale (PRES), afin de « renforcer le système de santé et soutenir les ménages, la diaspora, les entreprises et leurs salariés »⁴. C'est une initiative qui a encouragé la participation citoyenne mais aussi des entreprises nationales qui ont fait des dons d'importantes sommes d'argent en soutien au Gouvernement. Des téléthons ont été organisés sur les plateaux de télévisions publiques comme privées pour l'alimentation du fonds. Ces plateaux ont également été des opportunités de communication sur la maladie, notamment sur le respect des mesures édictées par les spécialistes de la santé. Cette démarche a eu comme corolaire la mobilisation citoyenne autour de la bataille contre cet ennemi planétaire. A ce titre, Gildas Appéré souligne l'importance de l'implication des citoyens dans la contribution à la lutte. Selon elle, la population « ne peut plus être considérée du point de vue de la décision comme un élément exogène ou secondaire, mais comme un acteur du système à part entière, dont les réactions face à ces risques et face à la décision [...] sont des éléments cruciaux de la réussite ou non de la gestion mise en place » (2006).

- **L'intensification de la communication**

Bien avant l'apparition du premier cas de Covid-19, le Gouvernement du Sénégal a déroulé une importante campagne d'information et de sensibilisation par rapport à la maladie en s'appuyant notamment sur les organes de presse

³ 1. Se laver les mains très régulièrement (avec de l'eau et du savon, ou du gel hydro-alcoolique) ; 2. Pousser ou éternuer dans le coude ou dans un mouchoir ; 3. Rester toujours à plus d'un mètre les uns des autres ; 4. Utiliser un mouchoir à usage unique et le jeter ; 5. Saluer sans serrer la main, arrêter les embrassades ; 6. Eviter de toucher le visage en particulier le nez et la bouche ; 7. Porter un masque quand la distance d'un mètre ne peut pas être respectée.

⁴ <https://covid19.economie.gouv.sn/>

privée comme publique, mais aussi sur les réseaux sociaux numériques tels que WhatsApp, Facebook, etc. Avec l'apparition du premier cas, on a assisté à une intensification de cette campagne d'information et de communication. Plusieurs supports ont été produits et mis à la disposition des citoyens dans le but de les aider à connaître la maladie, mais aussi à maîtriser les gestes barrières. On peut citer, entre autres, les affiches et spots publicitaires en langues nationale comme en français diffusés massivement. Cette campagne a été surtout soutenue par les Organisations Non Gouvernementales (ONG), les institutions étatiques mais surtout les patrons de presse dont la plupart ont gracieusement mis à la disposition du Gouvernement l'ensemble de leurs supports avec des insertions gratuites et même à travers le réaménagement de leurs programmes en les adaptant au contexte de crise sanitaire. Le ministère sénégalais en charge de la santé a aussi joué un rôle déterminant en envoyant ses experts dans les débats médiatiques, afin de vulgariser des messages sur la maladie. A cela s'ajoute la mobilisation des collectivités territoriales dans la sensibilisation. Toutes ces actions communicationnelles ont connu un succès dans la mesure où elles ont favorisé la maîtrise par la population des règles de conduites, mais aussi de la sémantique médicale⁵ relative à la Covid-19. Sans une mise en débat public du risque pandémique relayée par une campagne massive de communication, les citoyens ne pourront ni s'approprier ni mesurer l'importance des informations délivrées (Franrenet, 2007, p.20).

- **Audience du consensus**

Dans le but de mobiliser l'ensemble des forces vives de la Nation Sénégalaise, le Président Macky Sall a reçu en audience les 24, 25 et 26 mars 2020 l'ensemble des leaders politiques (opposition comme majorité), la société civile, les imams et oulémas et des chefs coutumiers, les communicateurs traditionnels, les artistes, etc. C'est une démarche saluée par l'ensemble des citoyens sénégalais. L'objectif de ces rencontres a été de partager les mesures institutionnelles prises, mais aussi de recueillir les différentes propositions des acteurs pour lutter contre la propagation de la Covid-19. Cette démarche a été un important moment de communication qui a permis à l'opinion nationale de comprendre la situation d'urgence sanitaire et la nécessité d'un changement de comportements. Il s'agit d'une véritable « riposte » qui, selon l'OMS, est « l'ensemble des actions organisées par un comité interministériel et une cellule de coordination regroupant les acteurs internationaux, les ONG, et les acteurs locaux » (Fribault, 2015). Par ailleurs, le Président, en tant que « Chef de guerre », s'est souvent adressé de façon solennelle aux citoyens sénégalais, pour annoncer les mesures prises, mais surtout appeler ces derniers à un changement comportemental en s'adaptant aux recommandations des équipes médicales. Il s'agit de ce qu'Aristote appelle l'« éthos » dont le rôle est la crédibilisation du message.

⁵ Gestes barrières, transmission communautaire, cas de contact ; pic ; examen virologique ; distanciation physique ; quarantaine ; etc.

Toutes ces actions de communication mises en œuvre depuis le début de la maladie ont eu comme conséquences une connaissance de la maladie et des mesures barrières, une amorce de changement de comportement notoire, une mobilisation des populations. Elles ont joué un rôle déterminant dans la réception du principal message décliné en ces termes « Restez chez vous ».

2.2. Mais des efforts de communication progressivement minés par trop d'incohérences internes ayant entraîné un relâchement des populations

En analysant la démarche communicationnelle du Gouvernement du Sénégal dans la lutte contre le Coronavirus, on a remarqué que le début de la pandémie a été marqué par une certaine efficacité dans la gestion. Cependant, la suite révélera un ensemble d'écueils ayant entraîné une forte crise de crédibilité du discours de sensibilisation de l'État face à la Covid-19.

-Les limites de l'implication des communautés

Le Sénégal est un pays principalement caractérisé par la forte implication des acteurs religieux dans la vie politique et sociale. Regroupés autour de confréries religieuses, ces « régulateurs sociaux » jouent un rôle fondamental dans la stabilité politico-sociale mais aussi dans la conscientisation des masses. Or, le Gouvernement, dans l'implication des confréries face à la Covid-19, a posé des actes souvent ambigus, ayant eu à un moment donné toutes les apparences d'une politique de diviser les familles religieuses du pays pour mieux régner. Des journalistes et des intellectuels proches du pouvoir ont eu, en plus, à tenir des propos que des communautés ont trouvés stigmatisants à leur égard. Sans compter le fait qu'à l'intérieur de ces mêmes communautés, bon nombre d'adeptes n'ont vraiment pas compris pourquoi le gouvernement a fait fermer les lieux de cultes, pour empêcher les rassemblements, alors que des marchés, des banques et l'administration, considérés pourtant comme autant de lieux de rassemblements, étaient autorisés à ouvrir leurs portes. Ayant la ferme conviction qu'il y avait là deux poids deux mesures et que c'est leur religion qui était attaquée par des lobbies « maçonniques », les populations ont alors progressivement commencé à défier le discours étatique de prévention contre le coronavirus, avant de basculer dans la rébellion. On se rappelle les incidents notés dans plusieurs villes et mêmes dans celles religieuses à la suite de l'interdiction de la prière du vendredi dans les mosquées. Le mauvais traitement de la question religieuse par l'État dans ce combat contre la covid-19 a ainsi occasionné des vagues de protestation et des scènes de violence.

-Le principal message détourné

Au moment où tous les citoyens commençaient à être gagnés par la peur du virus, d'autres messages ont par la suite surgi, surtout à cause d'un certain nombre de scandales présumés dans la gestion par le gouvernement sénégalais du fonds du Covid-19 estimé à 1000 milliards de francs CFA. A ce sujet, on peut

évoquer le débat sur les denrées alimentaires destinées aux populations impactées par la Covid-19. Pendant plusieurs semaines, les citoyens ont eu droit à une grande polémique sur l'octroi des marchés de ces vivres à des opérateurs économiques proches du pouvoir ou supposés tel, mais aussi sur le choix du ministère chargé de piloter le processus de distribution. Ces scandales présumés ont alimenté le débat public et ont fini par détourner les populations de l'essentiel. C'est d'ailleurs de là qu'est né le concept de « corona-business »⁶ utilisé pour dénoncer de probables détournements de deniers publics dans la gestion de la covid-19.

En plus, l'épisode des scènes de violences entre les forces de l'ordre et les populations n'ayant pas respecté le couvre-feu a aussi alimenté pendant une longue période l'opinion publique de sorte que finalement on a relégué la lutte contre le coronavirus au second plan.

-L'absence de la « pédagogie par l'exemple »

Le fondement de l'efficacité de la communication gouvernementale doit impérativement reposer sur une cohérence d'ensemble entre les discours et les actes, entre les messages et les comportements des émetteurs, entre ce que l'on dit et ce que l'on fait. Une analyse situationnelle illustre nettement qu'au moment où l'on impose des règles comportementales à tous les niveaux, le gouvernement sénégalais a été le premier à fouler aux pieds ces mesures. En effet, pendant que l'Etat déconseille les rassemblements, des autorités étatiques sont aperçues dans des cérémonies de levée de corps, des mariages, des baptêmes, etc. Elles organisent même des rencontres politiques, des cérémonies de pose de gazon, etc., sous le regard teinté de multiples interrogations des citoyens sénégalais. Ces activités mobilisent des foules, mais aussi des personnes pourtant vulnérables. Les autorités sénégalaises exigent donc des populations ce qu'elles sont incapables de respecter, c'est du moins le sentiment dominant au sein des populations. Tout cela a contribué à l'effritement de la confiance entre le gouvernement et les citoyens sénégalais, alors que la communication se construit sur la confiance.

-Le tâtonnement dans les choix

Communiquer en période de crise sanitaire nécessite certes la vérité et la transparence dans le traitement et la diffusion de l'information, mais il s'avère déterminant de faire preuve de maîtrise de la situation, d'habileté, de rigueur et de précision dans la prise de décision. Une tergiversation ou un tâtonnement aura forcément des impacts négatifs sur l'appropriation des principaux messages, sur l'atteinte des cibles et sur leur confiance. Cela fera naître chez les populations des « réticences », c'est-à-dire, selon l'OMS, des « comportements de

⁶ La Guinée Conakry a vécu la même situation en 2015 avec le virus Ebola à travers l'expression « Ebola business ». En effet, les populations avaient soupçonné à l'époque le Président Alpha Condé d'avoir détourné l'aide (Alpha Barry, 2015).

défiance » (Faye, 2015) à l'endroit de l'autorité étatique. Par rapport aux tergiversations notées, on peut citer par exemple le double discours du corps médical sénégalais sur le port du masque et même sur la qualité du masque. Là où certains médecins minimisaient l'efficacité du masque face à la pandémie, d'autres défendaient le contraire.

-L'inadaptation du message aux réalités locales

Si les populations ne font pas confiance à la source d'information, les interventions de communication sur les risques ne permettront pas aux personnes concernées de protéger leur vie, leur santé, leur famille et leur communauté, quelle que soit la manière dont ces interventions sont planifiées ou mises en œuvre. Dès lors, créer et maintenir un lien de confiance constituent sans doute la première et la plus importante chose à faire. Or, on a remarqué dans la plupart des interventions du Président de la République des messages semblables à ceux du Président de la France, ancienne puissance coloniale. Ce mimétisme souvent très fragrant a été mal apprécié par les populations, surtout par les jeunes qui rejettent de plus en plus ce pays occidental, en raison de sa politique « néo-colonialiste » en Afrique. Par exemple, quelques jours seulement après que la France a instauré l'état d'urgence et le couvre-feu, le Président sénégalais s'est aligné aux décisions de son homologue français Emmanuel Macron. La réouverture des classes s'est faite au Sénégal après la décision de la France. On se rappelle aussi les messages forts d'Emmanuel Macron repris dans les discours de Macky Sall du genre « Nous sommes en guerre » ou encore « Apprendre à vivre avec le virus ». Ce mimétisme se fait malheureusement alors que les réalités sanitaires et sociales ne sont pas identiques. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle le dernier message institutionnel « Apprendre à vivre avec la maladie » a été mal compris par les populations, ce qui a favorisé le relâchement constaté.

Conclusion

Dans la présente étude, nous avons essayé d'évaluer la démarche communicationnelle entreprise par les autorités sénégalaises, depuis l'apparition du premier cas de Covid-19 au Sénégal. Nos résultats font ressortir des efforts de communication indéniables de la part du gouvernement dans la gestion de la pandémie. Cependant, des limites importantes ont progressivement miné ces efforts institutionnels. Nous pouvons citer, entre autres écueils, l'échec de l'approche communautaire, le détournement au fur et à mesure des principaux messages à cause des scandales supposés dans la gestion de l'aide alimentaire accordée aux populations par le Gouvernement, l'inadaptation de certains messages par rapport au contexte social sénégalais, l'absence d'une pédagogie par l'exemple, etc. Cela a finalement entraîné l'installation d'un climat de défiance entre les autorités et les citoyens. Ces derniers sont ainsi passés d'une posture d'écoute à celle de rébellion face à l'État. En conséquence, rares sont aujourd'hui les Sénégalais qui respectent les gestes barrières, notamment le port du masque, si ce n'est pas par peur du véhicule de police en patrouille ou d'une

amende financière, malgré les nombreux appels des autorités à la prudence face à cette maladie très dangereuse qu'est la Covid-19.

Références bibliographiques

- APPERE Gildas. 2006. « Gestion des risques et information exogène ». *Revue française de gestion* n°3.
- BARRY Alpha. CHAUVIN-VILENO André 2015. « Communication en contexte de crise sanitaire Ebola en Guinée : approche socio-discursive du contexte de prévention ». *Santé publique & communication* MEI 44 ET 45,
- CORTIN, LAPLANTE, DIONNE. 2018. « La communication des risques à la santé. Outil d'accompagnement au document la gestion des risques en santé publique : cadre de référence » : Institut national de santé publique du Québec (INSPQ).
- FAYE Sylvain Landry. 2015. « L'exceptionnalité » d'Ebola et les « réticences » populaires en Guinée-Conakry. Réflexions à partir d'une approche d'anthropologie symétrique ». *Anthropologie & Santé*, [Consultable] en ligne URL : <https://journals.openedition.org/anthropologiesante/>
- FRANRENET Sandra. 2007. « Ethique et Société : la question de la communication en situation de crise sanitaire », [Consultable] en ligne URL : www.ethique.inserm.fr
- FRIBAULT Mathieu. 2015. « Ebola en Guinée : violences historiques et régimes de doute ». *Anthropologie & Santé*, [Consultable] en ligne URL : <https://journals.openedition.org/anthropologiesante/1761>
- KAPFERER Jean-Noël. 1987. *Rumeurs. Le plus vieux média du monde*. Paris : Seuil.
- LAZAR Judith. 1993. « Les médias et les rumeurs en temps de crise : analyse de divers discours sur le sida. In Communication ». *Information Médias Théories*, volume 14 n°1, printemps.
- NDIAYE Marième Pollèle. 2020. « La polyphonie de la communication gouvernementale au Sénégal : le cas de la crise des bourses d'études », in *Discours, ressorts et positionnements in Simon Ngonu* (dir.). fffhal-02524728f
- ROUX-DUFORT Christophe. 2008. « Gestion de crise », in *Bertonèche 'MBA l'essentiel du management par les meilleurs professeurs'*. Edition d'Organisation : Paris
- SALAMATE Fatima Ezzahra 2020. « La gestion de crise entre approche processuelle et événementielle : la crise sanitaire au Maroc Covid 19 comme événement ». *Revue Internationale des Sciences de Gestion* «Volume 3 : Numéro 3» pp.333-347
- SAMB Djibril. 2003. *Écrits sur l'information et la communication, tome 1, Rapport sur l'amélioration de la communication de l'État : le traitement de l'information sensible*. Paris : L'Harmattan, 302 p.
- VOLPI, R. « A propos du management de crise ». Université du Littoral Côte d'opale.

Autres

- Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD Sénégal). « COVID-19 Suivi de l'impact sur le Bien-être des ménages », Bulletin No.1, Septembre 2020.
- Institut national de santé publique du Québec (INSPQ). « COVID-19 : Stratégies de communication pour soutenir la promotion et le maintien des comportements désirés dans le contexte de déconfinement graduel », 2020.
- Organisation Mondiale de Santé (<https://www.who.int/fr/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>)
- Organisation Mondiale de la Santé. « Sixième Forum du futur sur la communication en cas de crise ». Reykjavik (Islande) : 10 et 11 mai 2004.
- Organisation Mondiale de la Santé 2020, consultable sur https://support.google.com/websearch/answer/9814707?p=cvd19_statistics&hl=fr-SN&visit_id=637364545180139774-1948138925&rd=1.
- Programme Santé Sexuelle, Droits Humains (PROSAD). « Module XI : La communication pour le changement de comportement ». 3ème édition, Juillet 2006.
- Wikipédia The New York Times Centre européen de prévention et de contrôle des maladies.