



**VILLE  
D'ATAKPAMÉ**



**COMMUNE OGOU 1 / ATAKPAME - TOGO**



**DÉVELOPPER DES OUTILS DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION POUR LA MISE EN SYNERGIE DES SAVOIRS ET POUR PORTER LA RÉFLEXION SUR L'ÉVOLUTION DE LA VILLE.**





## DÉMARCHE

Ma proposition pour introduire cet exercice :  
**l'acronyme QQQCP** dont le développement nous conduira ensuite vers les questions d'aujourd'hui et -pourquoi pas- les réponses de demain...

**QUOI**

**QUI**

**OÙ**

**QUAND**

**COMMENT**

**POURQUOI**

# QUOI ?



*On s'intéresse à la matière, l'action, l'habitude, les comportements, les réflexes qui nous intéressent aujourd'hui.*

C'est une large palette d'interventions et d'interactions dont les composantes peuvent être regroupées en deux chapeaux : l'information et la communication.

Dans le cas du Togo, l'information est un droit instauré pour le citoyen par la loi n° 2019-006 du 26 juin 2019 sur la décentralisation et les libertés locales. Le législateur dit : « Art.19.- Le droit des citoyens à être informés des décisions et à être consultés sur les affaires qui les concernent, par les élus locaux, contribue à l'épanouissement de la démocratie locale.»

Le texte se portée politique indéniable consacré donc un devoir d'obligation à la charge des collectivités territoriales. C'est le premier chapeau.

En parallèle, nous vivons dans une société dont l'un des codes est la séduction. Et pour jouer dans cette catégorie, il est également impératif, non seulement d'informer, mais de susciter la curiosité, de convaincre et d'emporter l'adhésion et la participation. Tout ceci relève de la communication au sens générique du terme. C'est le deuxième chapeau.

Dans la chronologie des actions, je place personnellement l'information avant la communication. L'énoncé de notre thème fait l'inverse. (Il peut être intéressant d'en discuter tout à l'heure si cela présente un intérêt pour l'assistance)

# QUI ?

*Mais qui est le sujet des verbes que nous avons retenus dans la première section ? Et qui en est le complément d'objet ?*

De façon simplifiée, l'information et la communication sont des missions dévolues aux collectivités territoriales dans le cas qui nous intéresse. Les collectivités territoriales et leurs réseaux, à l'instar de l'AIMF. Et les contenus et messages sont adressés à leurs administrés ou à leurs membres.

En réalité cela peut être étendu à l'infini, au fur et à mesure qu'on s'intéresse à l'éventail -plutôt large des questions / thématiques qui sont reliées à la ville.

Veut-on parler de changement climatique ? d'assainissement ? de marchés ? de sport ? Veut-on parler aux femmes ? aux jeunes ? aux pratiquants de la chasse ? aux retraités ? aux entrepreneurs ? Cette énumération est sans fin et comporte pour chaque option plusieurs ramifications qui font toute la complexité mais en même temps la beauté de la chose.

Il y a un peu plus d'un an la mairie d'Atakpamé a décidé de retirer totalement de la circulation les timbres municipaux en usage et d'en émettre de nouveaux qui viendraient remplacer d'un seul coup les anciennes formules.

Ce fut un exercice d'une grande délicatesse parce que la moindre défaillance pouvait au mieux modifier les conditions de mise en œuvre de ce changement, au pire faire échouer totalement l'initiative.



L'un des principaux défis fut justement celui de l'identification minutieuse de toutes les cibles et la modulation du message afin que cela parle à chacun en fonction des circonstances. Dieu merci, et bravo aux équipes, nous y sommes parvenus avec succès.

L'une des plus-values que nous pouvons attendre de la mise en synergie des savoirs est le développement et la systématisation des partages. J'aurais aimé pouvoir faire un benchmarking sur la question lorsque nous nous sommes trouvés en situation de procéder à ce changement. Il est possible que les ressources aient existé et que nous ne les connaissions simplement pas. Il est également possible qu'elles n'existent pas encore sous la forme la plus synthétique et instructive possible. En tout état de cause, c'est une excellente chose que nous soyons ici aujourd'hui pour y réfléchir.

La jeune faitière des communes du Togo sera toujours disponible et très volontariste pour contribuer à cet exercice qui nous enrichit mutuellement des expériences des uns et des autres.

**où ?**

*Le où est extrêmement important. Il se confond souvent avec le comment qui vient un peu plus tard, en raison de leur complémentarité nécessaire. C'est en effet en fonction du où que vous retenez le comment. On va y venir.*

En parlant de nos collectivités territoriales, le premier où se confond au ressort géographique ou à l'aire de rayonnement s'il s'agit de réseaux (les acteurs locaux des pays francophones pour l'Aimf, ceux d'Afrique pour Cglua, ainsi de suite). Mais le où inclut également toutes les sphères où notre message doit être porté pour avoir la résonance souhaitée.

Clin d'œil au magazine « Raisonance » dont le titre est un beau jeu de mots, qui a consacré il y a exactement un an un article sur nos efforts en matière de santé, égalité genre, implication des femmes maires, dans son numéro 17. Dans ce cas précis notre où a dépassé les limites de nos communes et les frontières de notre pays pour s'étendre aux confins de la francophonie... Et nous avons vu là un bel exemple de complémentarité parce que l'extension de la sphère de répercussion été consécutive à une action extérieure à la FCT mais toujours à l'intérieur de l'un de ses réseaux.

La caractéristique du où c'est donc sa flexibilité mais sa particularité c'est l'ancrage. Il doit forcément se rattacher à un territoire, une ville, une région, un ensemble homogène au départ



# QUAND ?

*C'est probablement la grande question de notre temps ! Au fur et à mesure que la dictature de l'instantanéité s'impose à nous, il est de plus en plus difficile de prendre le recul -pourtant- nécessaire pour décider du meilleur timing pour orchestrer nos actions.*

Généralement nos plans media commencent par une réponse à cette question, parce que dans un cadre institutionnel, les questions précédentes sont normalement déjà adressées. La stratégie de communication a déjà dit quoi, nous savons déjà qui et où. De ce fait la partie opérationnelle commence lorsqu'on se concentre sur le quand.

Mais le quand n'est pas seulement opérationnel. Il est déjà là au niveau stratégique. A ce niveau, je voudrais saluer l'exceptionnel doigté des équipes de l'aimf dans l'utilisation du quand : l'adéquation entre les thématiques et le contexte est toujours saisissante à mes yeux. petit rappel depuis trois éditions des congrès Aimf, en commençant par 2020 à Tunis : nous avons parlé de Ville et numérique alors que l'irruption de la pandémie et les contraintes qu'elle a imposées à l'humanité suggérait plus que fortement de se retourner davantage vers cet formidable outil de dématérialisation qui brusquement répondait comme par miracle à toutes les questions. En 2021 à Kigali il s'est agi de repenser la gouvernance des villes alors que le recul d'environ 18 mois de Covid avait fait émerger la société civile comme un partenaire incontournable et que les expériences de confinement avaient fait de nouveau affleurer la vulnérabilité des femmes notamment en matière de santé de la reproduction et de violences basées sur le genre.

Aujourd'hui à Abidjan nous réfléchissons sur le renouvellement des liens entre la nature, les sociétés humaines et les villes alors même qu'après le succès mesuré de la Cop26 en Écosse nous marchons vers une Cop27 en terre africaine d'Égypte après avoir préalablement tenu la Cop des villes ici. Peut on faire mieux en termes d'alignement avec le moment ?

De ce côté, je crois que la question du quand trouve l'une de ses meilleures illustrations dans le formidable travail des équipes de l'Aimf.

Du réseau à ses membres, cela peut se traduire par la multiplication des occasions d'échanges et de partages dont la finalité serait de nous doter des savoirs nécessaires pour répondre de façon idoine à la question du quand en lien avec la mise en œuvre de nos outils de planification du développement.

Pour nous les membres, il y a une responsabilité certaine à rester au contact de l'actualité et à tirer tous les bénéfices des outils que notre réseau développe déjà, à l'instar des plateformes numériques thématiques dont nous entendrons parler tout à l'heure.



# COMMENT ?

*Comme mentionné un peu plus tôt, le comment est intrinsèquement lié au où ?*

Il s'agit de trouver les mots, les images, les canaux, les codes, les langages qui parlent le mieux à notre cible.

C'est une phase qui requiert une grande ouverture d'esprit et une capacité d'innovation constante, en même temps qu'une bonne connaissance du contexte et du terrain.

Je crois que des pré-requis sont familiers aux collectivités territoriales en raison même de leur nature et de la proximité lié au mandat des élus locaux.

Je voudrais partager avec vous à ce stade un exemple que nous avons mis en œuvre il y a quelque temps à Atakpamé dans ma commune dans le sens de porter la réflexion sur l'évolution de la ville. Un jour nos administrés ont vu de grands panneaux comme celui-ci à travers la ville :



*Elle nous parle...*  
Préparons-nous à l'écouter !



#EkeAtakpame



La campagne « Eke » venait de commencer, mais ils ne le savaient pas encore... Nous avons utilisé une technique d'aguichage (teasing) qui a produit des résultats très intéressants.

Pour capter et retenir l'attention nous avons fait appel à des supports classiques tout en convoquant des codes de nos traditions.

Au fil des semaines et des dévoilements successifs, la campagne a donné la parole à la rivière Eke pour dire aux riverains ce qu'elle subit et qui constitue une atteinte à l'intégrité de tous, à l'hygiène et au cadre de vie.

### Quelques points de méthodologie :

- Recrutement d'une agence de communication
- Repérage des points critiques et prises de vue
- Elaboration d'une charte graphique
- Création et animation d'un logo
- Développement de messages ciblés
- Identification et association d'activistes des questions environnementales
- Recrutement de stagiaires en urbanisme et architecture
- Diffusion des visuels sur les canaux de communication
- Affichages de 10 panneaux publicitaires dans la ville de façon progressive (Toutes les semaines)

## LE LOGO DU PROJET



## RÉACTIONS DE TIERS



**Theresia**

@DorisTecla

En réponse à @TBN228, @EkeAtakpame et 3 autres

Hummm j'ai fait un post sur ça en Février. J'ai fait 2 voyages au nord cette année et le nombre de rivières que j'ai vu infestés de déchets (surtout les déchets plastiques) est incroyable... Tout ça parce que nous croyons l'eau du pure water tombe du ciel hein



23:39 · 19 sept. 20 · Twitter for Android



## QUELQUES AFFICHES ET VISUELS





## QUELQUES RÉSULTATS



***Curiosité, empathie, messages, visites, articles de presse, etc...***



***Environs 80 000 personnes touchées sur les réseaux sociaux***



***10 affichages panneaux implantées dans la ville aux points d'affluence***



***Stage d'élaboration de plan d'urbanisme offert à 03 étudiants***



***Forte mobilisation de la presse locale et nationale***

## QUELQUES IMAGES QUE LES VISITEURS ONT PARTAGÉES SUR NOS PROFILS SOCIAUX





## DES INFLUENCEURS SE SONT ENGAGÉS



**“ En tant que jeune nous avons le devoir de sensibiliser pour l'assainissement de nos rivières, fleuves et lagunes afin de protéger notre environnement tout en développant l'espace touristique de notre pays ! ”**

**Ayawa ALOGNON**  
Entrepreneure

@ f t  
#EkeAtakpame



*Je m'engage contre la pollution de nos ressources naturelles... à Atakpamé, Eké*  
**a besoin de nous !**

**Rolande Djatougbe AZIAKA**  
Journaliste CEO / Eco conscience TV

@ f t  
#EkeAtakpame



## DE JEUNES PROFESSIONNELS SE SONT PRONONCÉS...



**“ Le projet  
d’aménagement  
de la rivière Eké  
n’est que le début  
d’un rêve: celui  
de repenser à travers  
des propositions  
concrètes la relation  
*entre la rivière  
et les riverains.* ”**

**KONDO Koreimi**  
Architecte

  
#EkeAtakpame

## LES MEDIA SE SONT SAISIS DE L'AFFAIRE...

(QUELQUES LIENS)

<https://twitter.com/EkeAtakpame>

<https://www.facebook.com/ekeatakpame>

<https://24heureinfo.com/a-la-une/ogou-1-la-riviere-eke-l-etrange-personne-qui-parle-aux-populations/>

<https://full-news.info/eke-riviere-datakpame-parle/>

<https://www.radiooreole.com/2020/09/la-riviere-eke-atakpame-nous-parle-de.html>

<https://www.togoactu.com/togo-quand-une-riviere-parle-a-atakpame/>

<https://www.news228.com/togo-quand-une-riviere-parle-a-atakpame/>

<https://togobreakingnews.info/togo-quand-une-riviere-parle-a-atakpame/>

<https://www.republicoftogo.com/toutes-les-rubriques/environnement/un-scandaleenvironnementa>

# POURQUOI ?



*Quoi qu'étant le dernier développement de notre acronyme, le pourquoi est en réalité le déclencheur de l'action. Nous excluons à dessein le cas de la communication de crise qui est souvent dictée par la survenance d'un fait fâcheux.*

Le pourquoi conduit aux motivations premières de l'émetteur du message. Comme évoqué au début, il peut s'agir d'une simple obéissance aux lois.

Il peut s'agir de façon basique de construire ou renforcer l'image de la commune ou de la région, de valoriser l'action des pouvoirs locaux, de bâtir l'attractivité des territoires (tourisme, loisirs, spécificités, etc... ).

Mais les interactions suscitées par une bonne information et une bonne communication sont si précieuses qu'en général, le pourquoi va chercher ses racines jusqu'aux tréfonds de notre désir de faire vivre, de faire grandir et de pérenniser nos collectivités territoriales.

Dans l'exemple de la campagne Eke, il s'agissait d'intégrer une approche durable au modèle de développement que nous avons pour ambition de mettre en œuvre, dans une démarche holistique et la plus inclusive possible.

Dans cette réflexion où nous sommes engagés à Atakpamé et que nous partageons aujourd'hui sur les bords de la lagune Ebrié où nous rassemble l'Aimf, par la vertu de la communauté de la langue française, nous fondons l'espoir de trouver au fil de nos échanges dans les apports des uns et des autres (collectivités territoriales, organisations internationales, secteur privé, société civile, urbanistes, scientifiques, financiers) des réponses aux défis qui nous restent à relever.

En tant que membres de l'AIMF je pense que la question va au final se poser en termes de rationalisation des ressources et d'efficacité. Point n'est besoin de chercher à réinventer la roue chaque matin alors que les notices de la fabrication d'une roue et son mode d'emploi sont déjà disponibles sur l'une ou l'autre des plateformes auxquelles nous avons accès.

**C'est sur cette invite que je vous remercie de votre aimable attention.**