

COVID-19 AU BENIN ET STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LA RIPOSTE A LA PANDEMIE : ETAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES

Sènakpon Socrate Sosthène TOBADA

Université André Salifou de Zinder (Niger)

tobadasocrate30@gmail.com

Résumé

La pandémie de Coronavirus a induit un changement dans les attitudes des populations. Ayant bouleversé l'ordre établi, cette crise sanitaire n'a épargné à aucun secteur d'activités. Les gouvernants ne peuvent pas rester insensibles à cette situation. Ils ont multiplié les efforts pour faire face à la pandémie. Au Bénin, plusieurs moyens et techniques de communication ont été mis à profit pour y parvenir. Cette étude se donne pour but principal de faire l'état des lieux des actions de communication mises en œuvre par le gouvernement béninois en vue de contenir la propagation du virus pour une issue favorable. Cette réflexion est à la fois informative, analytique et suggestive. A cet effet, les théories du complot et de la communication gouvernementale en temps de crises ont été mises à contribution. L'analyse des résultats débouche sur des actions susceptibles de corriger les faiblesses constatées dans les mécanismes de communication utilisés.

Mots clés : *Covid 19, communication de crise, riposte, communication gouvernementale, Bénin.*

Abstract

The Coronavirus pandemic has brought about a change in people's attitudes. Having upset the established order, this health crisis has not spared any sector of activity. Governments cannot remain insensitive to this situation. They have stepped up efforts to deal with the pandemic. In Benin, several means and techniques of communication have been used to achieve this. The main purpose of this study is to take stock of the communication actions implemented by the Beninese government to contain the spread of the virus for a favorable outcome. This reflection is at once informative, analytical and suggestive. To this end, conspiracy theories and government communication in times of crisis have been put to use. The analysis of the results leads to actions likely to correct the weaknesses observed in the communication mechanisms used.

Keywords : *Covid 19, crisis communication, retaliate, government communication, Benin.*

Introduction

La pandémie du coronavirus survenue vers la fin de l'année 2019 a impacté tous les secteurs d'activités de tous les pays. Elle a non seulement

éprouvé le monde scientifique mais aussi aidé à une mise à jour des connaissances scientifiques.

Dans le domaine de l'information et de la communication, les fausses informations, les "fake news" sont devenues le quotidien des médias sociaux. Partagées entre inquiétudes et désespoir au début de la pandémie, les populations ne savaient plus à quels saints se vouer à causes des intoxications auxquelles elles étaient exposées.

Ainsi, garants de la sécurité des personnes et des biens, les gouvernants se doivent de prendre leur responsabilité en termes de la maîtrise de la circulation de l'information en cette période de crise. Car comme l'a si bien précisé L'Institut Nationale de Santé Publique du Québec (INPQ, 2020 : 6) « la désinformation propagée dans les médias d'information et les médias sociaux au cours de la présente pandémie peut nuire à la confiance envers les Institutions ».

Au Bénin, les rumeurs, les informations fabriquées de toutes pièces n'ont-ils pas manqué de causer une sorte de psychose dans l'esprit de la population. Comment l'Etat centrale a-t-il pu gérer les infodémies entretenues depuis les périodes critiques de la pandémie jusqu'à ce jour ? Comment analyser les actions mises en œuvre en vue d'assurer une bonne communication de crise ? Ce sont quelques-unes des interrogations qui font le menu de la présente étude. Celle-ci fait une analyse minutieuse de la communication gouvernementale en appui au covid 19 au Bénin.

1. Fondements théorique et méthodologique de l'étude

Il est question ici de préciser la problématique de cette étude, les objectifs et hypothèses de recherche, l'approche théorique qui fonde le sujet et le cadre méthodologique ayant abouti aux différents résultats.

1.1. Fondement théorique de l'étude

Il est abordé ici la problématique, les objectifs, les hypothèses de recherche et les théories de références qui sous-tendent cette étude.

1.1.1. Problématique

Le coronavirus est devenu un mal du siècle qui, avec son expansion, a mis le monde entier dans un contexte de gestion d'urgence sanitaire.

Comme toute crise, il doit faire appel, en communication, à une thérapie de choc avec une stratégie bien spécifique. En effet, la crise est la phase ultime d'une suite de dysfonctionnements mettant en péril la réputation et la stabilité (Libaert Thierry, 2015). Au Bénin, les structures et organisations publiques comme privées ont été impactées par le COVID 19. Pendant que la population était en demande d'informations réelles sur la situation en vue d'être rassurées et de savoir les comportements adéquats à adopter, les « infodémie »¹, les infox, les fake news médicales ou les fausses informations sur la pandémie se sont propagées çà et là. Les médias sociaux servaient notamment de moyens de circulation des informations erronées ou fabriquées sur fonds de rumeurs. Dès lors, il s'avère nécessaire de mettre en place des dispositifs spécifiques ; car à situation exceptionnelle, mesure exceptionnelle dit-on. Ainsi, des questions subsistent : quelles ont été les réactions du gouvernement pour riposter à cette pandémie ? Comment l'Etat central a-t-il géré l'urgence sanitaire dans sa dimension communicationnelle au Bénin ? Comment a-t-il collaboré avec les médias pour une gestion efficace de la circulation de l'information en temps de COVID ? Quelle partition les médias y ont-ils joué ? Comment analyser les informations diffusées de part et d'autre au cours l'accentuation de la crise sanitaire ? Quelles recommandations pour une stratégie de communication de crise plus adaptée ?

Ces questions de recherche constituent le socle de la problématique de cette réflexion. Elles permettent de mieux appréhender le problème de recherche en vue d'une résolution subséquente.

1.1.2. Objectifs de recherche

Cette réflexion s'intéresse à la communication mise en œuvre au cours la pandémie du COVID 19. Son objectif général est d'évaluer la stratégie de communication de crise mise en œuvre en temps de COVID au Bénin. De façon spécifique, il est question d'abord d'identifier les différents messages diffusés, les canaux de communication et les mécanismes mis en place dans le cadre de la gestion de la crise. Ensuite, il s'agit d'analyser la stratégie de communication mise en œuvre pour faire face au coronavirus au Bénin, puis enfin de faire des suggestions au regard du

¹ L'OMS a utilisé le néologisme d'infodémie pour qualifier toutes les affirmations fallacieuses qui ont été soutenues depuis le début de l'année 2020 au sujet du coronavirus

diagnostic et l'analyse effectués. Dans le but d'atteindre ces objectifs, les hypothèses suivantes ont été émises.

1.1.3. Hypothèses

Trois hypothèses ont été émises dans cette recherche :

- Dans le but d'une gestion de l'urgence sanitaire liée au COVID 19 au Bénin, des actions de communication ont été entreprises recourant à des canaux de communication ;
- La stratégie de communication de crise adoptée au Bénin pendant la période du COVID 19 présente quelques insuffisances ;
- La stratégie de communication de crise adoptée au Bénin pendant la période du COVID 19 mérite d'être améliorée pour le devenir de la société.

1.1.4. Cadrage théorique

Les fondements théoriques de ce travail s'articulent autour de trois approches à savoir la théorie du complot en temps de COVID, la communication gouvernementale adaptée et les rôles des médias en temps de crise.

1.2.1. La théorie du complot en temps de COVID 19

La circulation des informations autour du coronavirus est une manifestation du complotisme ou de la théorie du complot (une théorie permettant de désigner des coupables idéals sans preuve)². De fait, la population nourrit généralement une sorte de méfiance généralisée à l'égard de la parole officielle, celle autour de laquelle se cristallise l'opinion dominante d'une société (Alessandro Leiduan, 2020). C'est ainsi que l'on entend des phrases comme : « ce mal a été créé intentionnellement pour réduire la population », « ce virus a été inventé pour trouver un vaccin dont le contenu rendra la population africaine infertile », « le masque contient déjà le virus », « tous les vaccinés contre le COVID 19 finiront par décéder deux ans après » etc. Le Bénin n'a aussi pas échappé à cette thèse. Comme l'a précisé Alessandro Leiduan (2020 : 01) :

² Confère <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/theorie-du-complot/>

« les théories du complot redéfinissent ainsi la communication sociale en termes de « manipulation » : il n’y a plus, dans la société, des sujets qui s’échangent des informations objectives dans un climat de confiance réciproque, l’information est polluée à la source, les sujets qui la produisent sont donc des « manipulateurs » et ceux qui la reçoivent, s’ils ne veulent pas jouer le rôle de « manipulés », doivent l’interpréter (ou plutôt la décrypter) en déjouant les pièges qu’elle recèle ».

Des chercheurs de l’Université de Boston (Etats-Unis) ont étudié la dispersion de ces rumeurs dans huit pays différents et ont constaté que celle-ci se fait de la même façon que la dispersion d’un virus (Journal of Medical Internet Research). Ces théories du complot s’épuisent ou ressurgissent au fil de l’actualité, suivant les sujets qui font la une des journaux. C’est que de fausses informations sur le virus et l’épidémie circulent sur les réseaux sociaux au Bénin. Il est loisible d’apprendre dans l’opinion publique que la consommation de boissons alcoolisées ou l’eau tiède permet de prévenir le Covid-19. D’autres personnes estiment que l’exposition aux rayons solaires diminuerait sa dispersion. Autant de préceptes développés dès le début de l’éclatement de la pandémie.

1.2.2- COVID 19 et Communication gouvernementale

En temps de crise sanitaire comme celle du coronavirus, il souhaitable que le gouvernement adopte une communication des risques et Engagement Communautaire dans la riposte au nouveau coronavirus (CREC). En effet, « la CREC est l’un des fondements de la riposte de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge face au nouveau coronavirus en Afrique et contribuera à atteindre l’objectif global qui consiste à aider les Sociétés Nationales africaines à se préparer, à confiner et atténuer l’épidémie du nouveau coronavirus » (IFRC, 2020 : 4). Ainsi, l’on convient avec l’Institut national de santé publique du Québec (INSPQ, 2020) que tout en continuant d’informer la population des mesures de protection en vigueur, il est important de développer des communications sensibles aux conséquences de la pandémie pour différents groupes. Ces stratégies peuvent, en outre, contribuer à agir positivement sur la résilience communautaire et la cohésion sociale qui à leur tour permettent d’accroître la santé mentale et le bien-être des personnes et des communautés. Les valeurs et les croyances étant d’une utilité capitale en Afrique, leur prise en compte contribuera non seulement à la reprise de confiance de la population mais aussi et surtout

à l'adhésion de celle-ci aux comportements sains en vue de contenir la propagation de la pandémie.

Par ailleurs, l'autre élément majeur est la relation qui doit exister entre le gouvernement et les médias en période de crise sanitaire. Le plus souvent, là où le gouvernement cherche à sauvegarder ses intérêts pendant la crise, les médias tentera d'utiliser la crise pour accroître son audience et améliorer son image de référence dans le domaine de l'information (Libaert Thierry, 2015). Toutefois, le journaliste est à priori un professionnel de l'information, préparé et organisé ; il doit offrir ses prestations (son support aux faits). L'entreprise ou le gouvernement en crise, peu préparé à cette éventualité, doit respecter quelques principes pour améliorer sa relation avec les médias : la réactivité, la responsabilité, la transparence, le relais des messages, l'occupation du terrain, l'affirmation du message, la tonalité du discours, la connaissance journalistique, la gestion de l'urgence et la gestion de l'après-crise.

1.2.3- Rôles des médias en période de crise

Informers, éduquer et divertir sont traditionnelles les trois rôles des médias. Dans leur rôle d'informer, les médias sont à la quête du nouveau. Ainsi, l'adage qui consiste à dire que le journaliste s'intéresse plutôt au phénomène où un homme mord un chien que l'inverse a tout son sens. La crise s'illustrant comme une information s'adapte bien au traitement de l'information. Sous tous les angles (psychologique, économique...) la crise reste une opportunité pour le journaliste. Dans le traitement médiatique (Libaert Thierry, 2015), le journaliste doit faire preuve des valeurs ci-après : la rapidité, la personnalisation, l'alarmisme, la simplification et l'internalisation.

1.2. Méthodologie de l'étude

Dans le but de collecter les données issues de la communication adoptée tant par le gouvernement que par autres acteurs en temps de COVID au Bénin, nous avons adopté une démarche méthodologique qui a priorisé l'approche qualitative. Celle-ci est précédée de la recherche documentaire au cours de laquelle la lecture des ouvrages généraux, spécifiques et d'autres documents administratifs a été effectuée. Quant à l'approche qualitative, elle a consisté exploiter des grilles d'observations réalisées sur le terrain entre février 2020 et août 2021 puisque nous accordons une attention particulière à ce phénomène scientifique, en tant

qu'observateur averti. La synthèse des documents et des comptes-rendus de lecture ont également été mis à profit. Certains affiches et spots publicitaires, sans oublier certaines publications des journaux ont fait l'objet de notre corpus d'analyse des données.

2. Présentation et analyse des résultats

Les données issues de ce travail sont présentées et analysées en trois différentes étapes.

2.1. Affiches et spots publicitaires comme supports de communication gouvernementale

La première annonce du gouvernement du Bénin à propos de la pandémie a été sous la forme d'un communiqué qui est une alerte dans le mois de janvier 2020, quelques semaines après l'annonce de la découverte de la pandémie en Chine. Voilà ci-dessous la teneur du message en visuel adressé aux personnes en provenance d'un pays touché par la pandémie :



Figure N°1 : *Alerte Coronavirus*

Source : <https://anac.bj/>

Le message d'alerte consiste aussi à exhorter la population au lavage régulier des mains à l'eau + savon. D'autres messages ont suivi et étaient formulés comme suit :

- Les entrées et sorties aux frontières terrestres seront extrêmement limitées ;
- Mise en quarantaine systématique par l'État de tout voyageur qui entre sur le territoire par avion ;
- Limitation de délivrance de visas d'entrée que d'habitude ;
- Suspension des missions à l'extérieur des ministres et fonctionnaires de l'administration publique ;
- Suspension des préparatifs pour le pèlerinage à la Mecque ;
- Obligation faite aux transporteurs de véhicule en commun de fournir des masques aux passagers ;
- Recommandation aux populations de se laver régulièrement les mains à l'eau et au savon ou utiliser un gel désinfectant ;
- Respecter la distance sanitaire de sécurité d'un mètre ;
- Ne pas se serrer les mains, ne pas s'embrasser ou ne pas faire des accolades, porter des masques ou des gants lorsqu'on est en contact avec la société ;
- Recommandation de tousser dans un mouchoir ou dans le creux de son bras puis jeter le mouchoir ;
- Recommandation faite aux familles en deuil de différer les inhumations.

Les premiers cas sont détectés à partir du 16 mars 2020. Le premier cas confirmé est un burkinabé âgé de 49 ans, rentré sur le territoire béninois le 12 mars 2020. S'en est suivi le deuxième acte de communication de la part du gouvernement : le ministre de la santé était face à la presse pour une annonce officielle des cas confirmés. Quelques jours après cette sortie du ministre de tutelle, l'Etat par le biais de la Direction de la Communication de la Présidence de la République a mis en place en quatre jours une série de plateformes numériques pour lutter à la fois contre la propagation de la maladie et contre ce que l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) a appelé « l'infodémie » (de la désinformation autour du Coronavirus). Une équipe d'une quinzaine de personnes (nommées par l'Etat) utilise les lignes directrices de l'OMS pour diffuser des informations sur la prévention et mettre en évidence les mesures prises par les autorités sanitaires pour faire face à la crise en cours.

En plus de la plateforme gouvernementale officielle centralisée qui est fréquemment mise à jour et librement accessible à tous les utilisateurs de téléphones portables au Bénin, l'équipe de stratégie numérique a diffusé plusieurs encarts radio dans une quinzaine de langues locales ainsi qu'une série de vidéos de sensibilisation et de communiqués de presse sur différents réseaux sociaux. Un système de messagerie interactif sur WhatsApp a également été mis en place et aide la nouvelle équipe à communiquer directement avec les citoyens tant au Bénin que dans la diaspora.

L'information officielle est relayée sur les réseaux sociaux. Les internautes interagissent largement sur ces canaux par le biais de questions, de commentaires, de contributions et de critiques.

Sur le site officiel de la pandémie, le portail le plus visité, on enregistre jusqu'à 16 000 visites par jour selon Stévy Wallace, expert en médias sociaux interrogé par un journal de la place. Le site web dispose également d'une section « Infos Flash COVID-19 » pour une réponse quasi instantanée aux fausses nouvelles. Les figures ci-après illustrent cet état de chose.

Figure N°2 : plateforme d'informations officielles sur la pandémie



Source : <https://gouv.bj/>

Figure N°3 : Spot publicitaire sur le port de masque au Bénin.



[SPOT FRANÇAIS]-PORT DE MASQUE OBLIGATOIRE - CORONAVIRUS

Source : <https://gouv.bj/>

Figure N°4 : Message de sensibilisation du Ministre de l'enseignement supérieur pour éviter la propagation de la covid 19.



[TCHABÈ] Message de sensibilisation de la Ministre Éléonore YAYI LADEKAN pour éviter la propagation du Covid-19 au Bénin

Source : <https://gouv.bj/>

2.2. Des sorties médiatiques comme techniques de communication gouvernementale

Outre les différents visuels d'informations et de sensibilisation, les conférences de presse, les points de presse et les émissions spéciales consacrées à la crise sanitaire, les incursions dans les journaux parlés et journaux télévisés se font régulièrement pour informer et communiquer sur les rebondissements liés à cette pandémie. De plus, le chef de l'Etat a accordé une interview à la télévision nationale. Cette sortie médiatique faisait suite à une vague de critiques. La population a montré son désarroi face à ce qu'elle appelle le refus du gouvernement de donner un congé

anticipé aux apprenants. Des voix s'élevaient pour réclamer un confinement et une fermeture temporaire des écoles et universités du Bénin à cause d'une propagation croissante de la pandémie. La sortie du chef de l'Etat intervient donc après que le gouvernement a accordé le congé anticipé. Mais en lieu et place d'un strict confinement, c'est plutôt à un cordon sanitaire qu'a eu droit la population à partir du 30 mars 2020. Cela consiste à couper la ville de Cotonou et 09 autres communes environnantes du reste du pays parce que cette zone est celle la plus touchée par la crise sanitaire.

Le président dans son entretien a démontré la particularité du pays qui ne se situe pas dans le même contexte socio-culturel que les pays occidentaux. Celui-ci n'était pas compatible à un confinement total.

Les figures ci-dessous en sont quelques illustrations.

Figure N°5 : Entretien du chef de l'Etat sur les stratégies de



Source : <https://gouv.bj/>

Figure N°6 : l'une des Conférences de presse du ministre de la santé.



Source : <https://gouv.bj/>

3. Discussion

3.1. Une approche de communication "dissuasive" en temps de COVID au Bénin

Selon Michael Rühle (2015), la dissuasion consiste à menacer un adversaire d'avoir recours à la force, afin de le décourager à entreprendre une action indésirable, soit en le menaçant de représailles. Ainsi, la stratégie dissuasive peut conçue comme élément de communication

stratégique. Cependant, on ne saurait l'utiliser dans le but d'apaiser des craintes car dans ce cas d'espèce, il est question d'user des éléments de la communication sociale pour permettre à la population de prendre conscience, elle-même de sa nécessité de changer de comportement.

Face à une recrudescence des cas de COVID-19 avec des pertes en vies humaines annoncé par le gouvernement allant de la période du mois d'août à celui de juillet 2021, des mesures urgentes ont été prises. Ce sont des décisions issues du conseil des ministres du 1^{er} septembre 2021. Celles qui retiennent l'attention de tous sont au nombre de deux à savoir :

- « recommandation de la vaccination à toute personne âgée de plus de 18 ans, notamment le personnel enseignant et administratif des établissements publics et privés avant la rentrée des classes, les étudiants, le personnel militaire et paramilitaire, les taxi-motos, toutes personnes entrant ou sortant du territoire national ;

- suspension de la participation de tout agent de l'administration publique ou employé du secteur privé non vacciné contre la COVID-19, des rencontres (réunions, ateliers, forums, séminaires, etc.) sur le territoire national ».

Ces deux décisions suscitent des interrogations. Les nombreuses sensibilisations initiées par le pouvoir afin d'inciter la population à la vaccination anti-COVID ont-elles échoué ? Les sensibilisations ont-elles réussi à convaincre la population face aux différents préjugés portés sur les vaccins ? a-t-on fait recours aux approches de la communication pour le changement de comportement afin de rendre les sujets agent de leur propre développement ?

Deux jours après le conseil des ministres, le gouvernement à travers son porte-parole et son ministre de la santé a animé une conférence de presse pour expliquer les tenants et aboutissants de ces décisions. Quelques semaines plus tard (entre octobre et décembre 2021) une campagne de vaccination a été lancée pour susciter l'adhésion de la population aux différents vaccins anti-covid. Cette campagne intervient pour corriger une réticence constatée au sein du peuple vis-à-vis desdits vaccins. L'arrivée des vaccins au Bénin étant sujet à des rumeurs exacerbées faisant état de ce que l'utilisation de ces produits impliquerait chez les sujets une mort

incomprise, des effets secondaires non explicables (paralyse, trouble mentales, stérilité...). Les réactions gouvernementales ne se sont pas fait attendre. Des sorties médiatiques, des tournées pêle-mêle n'ont pas été du reste. Mais les fruits n'ayant tenu la promesse des fleurs, d'autres menaces de radiation des agents de l'administration publique, accès des services publics (administrations territoriales notamment) conditionné à la présentation de la preuve de vaccination ou du test PCR datant de 48 heures augmentent la crainte et la psychose de la population.

Ces stratégies de communication qui sont en déphasage avec les prescriptions de la communication sociale et celles du Marketing social frisent l'arbitraire, l'imposition à peine voilée des vaccins par les gouvernants aux travailleurs, aux citoyens. De facto, beaucoup de citoyens se sont vus empêchés de retirer des pièces dans plusieurs structures public (carte d'identité nationale, légalisation de pièces dans les Mairies, retrait de passeport etc.). Certaines structures privées ont suivi l'Etat centrale en licenciant des agents ayant résisté aux vaccins. Ce moyen de pression est loin d'être conforme aux principes qui gouvernent la communication pour un changement de comportement.

3.2. Le comportement des médias en temps de COVID au Bénin

Au cours de la crise sanitaire, les spots publicitaire (TV comme Radio) passaient et continuent de passer en boucle sur les stations radios, les chaînes de télévision du pays en vue de sensibiliser les différentes couches sociales au respect des geste barrières afin de lutter contre le mal.

Outre ces mesures, le gouvernement organise également des conférences de presse pour mettre à jour la population sur les rebondissements liés la pandémie (nombre de cas, les dépistages, les mesures adoptées, etc.).

Malgré les mesures prises par le gouvernement pour mettre à jour la population sur la situation du pays face à la pandémie et fournir des informations, les journalistes font face à des barrières qui les limitent dans l'accès à l'information.

Pour Vital Ahotondji, Directeur Général du Groupe de presse Educ'Action : « Bien qu'étant à l'actif du gouvernement l'accessibilité et la disponibilité en temps opportun des informations sur l'évolution de la

pandémie au Bénin, le nombre de cas et la gestion au quotidien par l'Etat, on note cependant une certaine ambiguïté et défaut de transparence dans la mise à disposition de l'information, surtout quand le gouvernement s'oppose au contact des malades guéris ou personnes ressources pouvant éclairer davantage l'opinion publique » .

De facto, il n'y a que le Ministre de la Santé ainsi que quelques cadres de l'administration publique qui sont habilités à répondre aux interviews sur le terrain ou débats télévisés.

Par voie de conséquence, l'information est à sens unique.

Selon Angela Kpeidjia, cheffe desk santé sur la chaîne du service publique (ORTB) « Les personnes ressources manquent cruellement. Il faut pour la plupart du temps avoir l'onction du ministre pour se permettre d'en parler sur un plateau ou donner une interview. Il y a une sorte de mur qui se dresse devant les journalistes dans la quête de l'information. En général, quand un scientifique décide de vous en parler, il préfère éviter les questions liées à la stratégie de riposte du pays ».

Les hommes de presse ont également du mal à accéder aux centres d'accueils des malades lors de leurs reportages. Angela Kpeidjia (Journaliste à la Télévision Nationale) renchérit en confiant : « Par exemple, nous n'avons pas accès aux sites d'isolement, à l'aéroport, pour nous rendre compte de ce qui s'y passe parce qu'on ne nous autorise pas si ce n'est pas les autorités qui y font une descente officielle ».

Également dans la couverture de la pandémie et en raison du télétravail qui s'impose, les hommes de presse font face à d'énormes défis technologiques notamment la qualité instable de l'Internet, les limites de couverture par les opérateurs mobiles, et le luxe au quotidien que représente le coût de l'internet. Cependant, l'un des défis majeurs technologiques relève de la maîtrise des nouveaux outils des Technologie de l'Information et de la Communication (TIC) parmi les hommes de presse.

Angela Kpeidjia (ORTB) expose que « La maîtrise des nouvelles technologies de l'information est un défi... la communication digitale est en pleine expansion et la pandémie du coronavirus nous l'impose. Le télétravail surtout pour les conférences de rédaction ».

Pour ce qui est de l'internet, la journaliste souligne « La connexion internet notamment est une denrée parfois rare dans nos rédactions... Il faut avoir son réseau pour avoir en temps réels des informations. Il faut dire que la communication autour de cette pandémie au Bénin est très contrôlée. Mais ça va de mieux en mieux sur certains aspects ».

Conclusion et recommandations stratégiques

La crise sanitaire entraînée par le coronavirus n'est une crise comme les autres. Elle a des particularités ayant induit de nouveaux comportements chez les humains. En tant que tel, il s'avère nécessaire de trouver des mécanismes adaptés. Le Bénin a essayé d'utiliser les moyens de communication à sa portée pour riposter contre le mal. La veille informationnelle, la maîtrise de l'information et les sorties médiatiques des autorités de tutelle ont été des actions de communication phares et à la limite classiques qui ont eu droit de cité.

Cependant, les mesures prise ont souffert d'une communication axée plus sur les solutions que sur les problèmes (les cas graves, les morts). Ces derniers ont retenu plus l'attention des citoyens et ont plus alimenté les médias sociaux. Aussi, depuis l'annonce de la découverte du virus en chine, la communication préventive n'a-t-elle pas été véritablement le leitmotiv de l'Etat centre pour anticiper sur les fausses informations, les rumeurs. Lors de cette communication pré-covid, les énergies du gouvernement du point de vue communicationnel ont été plus diplomatique et économique que sociale.

Face à cet état de chose il est souhaitable que l'Etat centrale incorpore à sa stratégie de communication de crise quelques principes chers à cet effet.

✓ La stratégie de la contre-attaque et la rhétorique du complot

Il s'agit comme l'explique à ne pas répondre sur le fond, mais à détourner les attaques vers d'éventuels organisateurs sur le thème : « Chercher à qui le crime profite. » (Libaert Thierry, 2015). C'est en effet une stratégie qui consiste à reléguer à l'arrière-plan la culpabilisation provenant des rumeurs négatives pour attaquer et s'occuper des questions d'enjeux majeurs et d'intérêt pour la population. Dans le contexte actuel,

communiquer sur le problème au lieu de se concentrer sur la solution est une technique à éviter. Ce constat est récurrent dans la technique d'information et de communication du gouvernement.

✓ La stratégie du silence

Loin du silence habituel du gouvernement mis en 2016 (au début du pouvoir de la rupture) baptisé la normo-communication³, la stratégie du silence consiste à refuser de communiquer sur le sujet. Libaert Thierry. (2015) en distingue deux catégories :

- *Le silence original*: le gouvernement peut décider de ne pas médiatiser ou diffuser un événement car il n'en saisit pas la nécessité de crédibilité ultérieure. Parfois la divulgation certaines informations peut nuire à la crise si elle est instantanément relayée. Une diffusion ultérieure peut être effectuée par la suite.
- *Le silence postérieur*: il consiste, après la médiatisation de l'événement, à toute communication. Le gouvernement peut envisager certaines informations comme des éléments risquant d'apparaître provocateurs et participant à nourrir une spirale de polémiques publiques qu'il convient de désamorcer dès l'origine. Cette stratégie peut s'expliquer sur des sujets hautement sensibles sur lesquels le gouvernement risquerait effectivement un retour d'image négatif. Le COVID 19 en est un exemple et en a bien présenter des aspects.

Références bibliographiques

Assouma, Kassim et Al. (2020), *Les effets de la covid-19 à court, moyen et long terme sur les acteurs de l'informel*, FES Bénin, Cotonou.

Hocquet Adeline (2020), *La communication en temps de crise ou situation sanitaire exceptionnellement longue*, Mémoire de Ecole de Hautes Etudes en Santé Publique.

Insp (2020), *COVID-19 : Stratégies de communication pour soutenir la promotion et le maintien des comportements désirés* dans le contexte de la pandémie.

Inspq (2020). *COVID-19 : Stratégies de communication pour soutenir la promotion et le maintien des comportements désirés dans le contexte de la pandémie*,

³ C'était une expression invitée par les chargés de la communication du gouvernement nouvellement mis en place en 2016 pour se démarquer du populisme dont faisait usage le pouvoir défunt.

Odem (2021), *Les Médias et la COVID-19 en Afrique de l'Ouest : cas du Bénin*, Cotonou, Themfwa, consulté le 20 décembre 2021.

Rühle Michael (2015), La dissuasion : ses atouts (et ses limites), Revue de l'OTAN, En ligne,

<https://www.nato.int/docu/review/fr/articles/2015/04/20/la-dissuasion-ses-atouts-et-ses-limites/index.html>.

Sébastien Salerno et Patrick Amey (2021). « Mobiliser par le consentement : la communication du gouvernement suisse durant la COVID-19 » In *Crises sanitaires : enjeux sociétaux et organisationnels*, volume 32, pp 43-62.

Snu (2020), *Gestion de la pandémie COVID-19 au Bénin par le système des Nations Unies*, Cotonou, Bulletin mensuel d'informations n° spécial covid 19. En ligne <http://snu.com>, consulté le 18 décembre 2021 à 11h 05.

Thierry Libaert (2015), *La communication de crise*, éditions Dunod, Paris, En ligne sur <http://tlibaert.info>, consulté le 22 décembre 2021 à 10h 45.

Webographie

- www.gouv.bj, consulté le 15 décembre 2021, consulté à 11h30.

- www.tlibaert.info, consulté le 22 décembre 2021, consulté à 15h 22.