

L'implication du citoyen algérien dans les affaires de sa ville- Exemple de la ville de Tlemcen

Introduction du chapitre

I. Implication du citoyen dans les villes algériennes et en particulier la ville de Tlemcen

II. L'étude par questionnaire auprès d'un échantillon des habitants de la ville de Tlemcen

Conclusions et limites de l'étude

Introduction du chapitre

La ville est devenue une des préoccupations les plus importantes des Etats. Elle est, comme prouvé plus haut, plurielle et complexe interpellant plusieurs disciplines à plus d'un titre.

Comprendre la ville algérienne, cerner son fonctionnement, contribuer à son développement et à l'épanouissement de ses citoyens restent une tâche des plus difficiles vu son état actuel et la jeune expérience des différentes disciplines dans ce domaine.

Pour cela, cette partie pratique comporte deux parties essentielles en plus des conclusions et des limites de l'étude. La première s'intéresse à la ville algérienne et sa gouvernance avec un intérêt particulier à la ville de Tlemcen. La deuxième s'appuie sur la méthode du questionnaire et vise plus le citoyen comme principale partie prenante de la ville pour dégager son attitude envers la politique de sa ville et ses prédispositions à y participer. La troisième essaye d'analyser la situation de la ville de Tlemcen et faire ressortir des critiques et des recommandations en reprenant certains principes théoriques évoqués plus haut. Enfin, cette analyse reste à titre exploratoire et les conclusions tirées doivent être confirmées ou infirmées par d'autres études basées sur les données nécessaires et une plus importante taille des échantillons.

I. Implication citoyen dans les villes algériennes et en particulier la ville de Tlemcen

A l'aube de 2025, 80% de la population algérienne vivra dans les villes³¹⁹. Un chiffre qui effraie, mais qui nécessite surtout une véritable stratégie à long terme et des moyens pour la mettre en œuvre. Pour comprendre le fonctionnement des villes algériennes, il est impératif de cerner son statut, des prérogatives et ses problèmes.

I.1 Le cadre législatif de la ville algérienne :

Depuis 2001, le législateur a mis en place un nombre très important de textes de lois dans les domaines qui touchent directement l'urbain : l'environnement, l'aménagement du territoire, la ville, le patrimoine, l'architecture ; mais aussi d'autres textes concernant notamment les travaux publics, le transport, l'industrie, la santé, le sport etc....³²⁰

La ville est définie comme « *toute agglomération urbaine ayant une taille de population et disposant de fonctions administratives, économiques, sociales et culturelles.* » (Art.3 de la loi n° 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville). De plus, « *outre leur classement selon la taille de leur population, les villes sont classées selon leurs fonctions et leur rayonnement au niveau local, régional, national et international particulièrement leur patrimoine historique culturel et architectural.* » (Art.5 de la loi n° 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville)³²¹.

Suivant la définition citée plus haut, les villes sont classées en :

- Métropole : « *une agglomération urbaine dont la population totalise au moins trois cent mille (300.000) habitants et qui a vocation, outre ses fonctions régionales et nationales, à développer des fonctions internationales.* » (Art. 3, alinéa 2 de la loi n°01-20 du 12 décembre 2001 relative à l'aménagement et au développement durable du territoire)³²² ;

³¹⁹AIT OUARABI M. (2006), Les villes algériennes seront saturées dans 20 ans, *ELWATAN*, 17 janvier 2006 : <http://www.elwatan.com/Les-villes-algeriennes-seront>

³²⁰ L'urbanisme commercial face au commerce urbain : Le bras de fer- Editorial (2007), *Vies de Villes*, n°7, Mai 2007

³²¹Loi 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville, JO N°15

³²²Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement (2008), Principaux textes législatifs (document fourni par la Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire de la Wilaya de Tlemcen)

- Grande ville : « *une agglomération urbaine dont la population totalise au moins cent mille (100.000) habitants.* » (Art. 3, alinéa 4 de la loi n°01-20 du 12 décembre 2001 relative à l'aménagement et au développement durable du territoire)³²³ ;
- Ville moyenne : « *l'agglomération urbaine dont la population est comprise entre cinquante mille (50.000) et cent mille (100.000) habitants.* » (Art.4 alinéa 1 de la loi n° 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville)³²⁴ ;
- Petite ville : « *l'agglomération urbaine dont la population est comprise entre vingt mille (20.000) et cinquante mille (50.000) habitants.* » (Art.4 alinéa 2 de la loi n° 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville)³²⁵.

Selon Ahmed MEZMAZ, Chef du Cabinet en 2007 au Ministère Déléguée chargé de la Ville, « *le concept de la ville et de la politique de la ville est le centre d'un débat riche et fructueux entre les différents milieux, aussi bien qu'académique, scientifique et technique dans ses différents disciplines, en d'autres termes pluridisciplinaires et même auprès de la société civile. Cet intérêt s'est renforcé depuis la promulgation de la loi n° 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville* »³²⁶. La politique de la ville est alors le cadre législatif prévu pour l'encadrement de la gestion des villes algériennes. Elle vise à orienter et coordonner toutes les interventions, particulièrement celles citées dans l'article 6³²⁷ :

- *La réduction des disparités inter-quartiers et la promotion de la cohésion sociale ;*
- *La résorption de l'habitat précaire ou insalubre ;*
- *La maîtrise des plans de transport, de déplacement et de circulation dans et autour des villes ;*
- *Le renforcement des voiries et réseaux divers ;*
- *La garantie et la généralisation des services publics, particulièrement ceux chargés de la santé, de l'éducation, de la formation, du tourisme, de la culture, du sport et des loisirs ;*
- *La protection de l'environnement ;*

³²³ Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement (2008), op.cit.

³²⁴ Loi 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville, op.cit.

³²⁵ Ibid.

³²⁶ MEZMAZ Ahmed (2007), La politique de la ville en Algérie, *Vies de Villes*, n° HS 1, Février pp 48-52

³²⁷ Loi 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville, op.cit.

- *La prévention des risques majeurs et la protection des populations ;*
- *La lutte contre les fléaux sociaux, la marginalisation, la délinquance, la pauvreté et le chômage ;*
- *La promotion du partenariat et de la coopération entre les villes ;*
- *L'intégration des grandes villes aux réseaux régionaux et internationaux.*

La politique de la ville reste l'initiative de l'Etat qui la conduit et qui définit ses objectifs, son cadre et ses instruments en concertation avec les collectivités territoriales (Art. 13 de la loi n° 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville). Selon l'article 14 de la même loi, elle est définie en³²⁸ :

- *arrêtant une stratégie tout en fixant les priorités pour le développement durable de la ville;*
- *réunissant les conditions de concertation et de débat entre les différents intervenants dans la politique de la ville ;*
- *arrêtant les normes et les indicateurs urbains ainsi que les éléments d'encadrement, d'évaluation et de correction des programmes et actions arrêtés ;*
- *trouvant des solutions pour la réhabilitation de la ville, la requalification de ses ensembles immobiliers et la restructuration des zones urbaines sensibles ;*
- *concevant et mettant en œuvre des politiques de sensibilisation et d'information destinées aux citoyens ;*
- *mettant en place les instruments d'intervention et d'aide à la prise de décision pour la promotion de la ville ;*
- *favorisant le partenariat entre l'Etat, les collectivités territoriales et les opérateurs économiques et sociaux pour la mise en œuvre des programmes de la politique de la ville ;*
- *veillant à la cohérence des instruments liés à la politique de la ville et en assurant le contrôle et l'évaluation de sa mise en œuvre.*

Une fois arrêtés, les programmes et les actions « sont mis en œuvre par les collectivités territoriales qui doivent prendre en charge la gestion de leurs villes respectives pour tout ce qui concerne leur évolution, la préservation de leur patrimoine bâti, leur fonctionnement et les qualités et conditions de vie de leurs habitants, dans le respect des compétences qui leur

³²⁸Loi 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville, op.cit.

sont dévolues par la loi. » (Art.15 de la loi n° 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville)³²⁹. L'annexe 3 résume les différents instruments de la politique de la ville.

Il convient de dire que la ville algérienne peut être le regroupement de plusieurs communes d'où la difficulté de sa gestion et d'assurer une certaine coordination. Toutefois, la commune constitue le cadre d'expression de la démocratie locale, est l'assise de la décentralisation et le lieu de participation du citoyen à la gestion des affaires publiques. Ses compétences portent à la fois sur l'aménagement et le développement local.

1.2 La gouvernance urbaine en Algérie

La gouvernance telle que définie plus haut est avant tout un mode de gestion ouvert aux différentes parties prenantes. Seulement et dans le cas des villes algériennes ce mode de gestion reste assez compliqué, notamment à cause de :

- Les problèmes des villes algériennes :

D'une manière générale, nos villes souffrent, selon le CNES « *en premier lieu de défaillances au plan de l'urbanisme et de l'architecture et de la maladie des grands ensembles, mais ces éléments ne sont pas les seuls facteurs aggravants de la situation. Le chômage, le sous-emploi, le déficit des services publics et l'absence de politique de solidarité et de proximité au niveau du quartier, achèvent de donner aux grands ensembles le caractère de répulsion et d'exclusion qui fonde la mal vie* »³³⁰. Ces problèmes, même si elles sont propres à plusieurs villes au niveau mondial, restent un handicap à une gestion ouverte de la ville car à force de chercher à résoudre ces problèmes³³¹ on oublie souvent de solliciter les personnes concernées. Selon DJELLAL (2007), « *les communes, de par la surcharge des tâches et surtout de par leurs moyens dérisoires, ont d'énormes difficultés à élaborer et à mettre en œuvre des programmes d'actions globaux, cohérents, et à instituer des mécanismes durables de gestion. Pressées par les urgences, exposées à des actions dispersées, elles ne peuvent agir qu'au coup par coup, parant au plus pressé* ».

³²⁹ Loi 06-06 du 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville, op.cit.

³³⁰ CNES (1998), Rapport sur la ville algérienne ou le devenir urbain du pays [en ligne]. URL: <http://www.cnes.dz/cnesdoc/cneshtm/ville.htm> (consulté le 20-06-2012)

³³¹ Qui se fait souvent dans la précipitation et dans un esprit de bricolage

L'impuissance de ces communes à répondre aux demandes et aux besoins de leur population, souvent interprétée comme étant de l'inertie, devient la cause de pratiques informelles³³².

Toutefois, et pour faire face à ces maux une politique à long terme est établie à travers le SNAT 2025 (Schéma National de l'Aménagement du Territoire à l'horizon 2025)³³³ dont il faudrait veiller à sa concrétisation.

- Les prérogatives et les compétences des villes algériennes :

Le statut et les prérogatives de la commune en Algérie restent assez flous. En effet , et selon DJELLAL (2007), « *à la multiplicité et à la diversité des fonctions s'ajoutent un flou et une imprécision des taches, car les textes, la plupart du temps, use de termes vagues et incertains, tel que : la commune initie...veille...participe...etc. Ceci ne favorise pas la lisibilité des prérogatives que chacun peut interpréter à sa façon* ». Ce qui fait que les communes elles-mêmes n'arrivent plus à distinguer « *l'essentiel de l'accessoire, les tâches secondaires des missions principales, à l'exercice desquelles elles sont précisément attendues, observées et jugées* »³³⁴.

Le CNES propose aussi les causes suivantes³³⁵ :

- L'inadéquation des dispositifs institutionnels avec la réalité de la ville ;
- Une option de décentralisation proclamée et contrariée (*les mécanismes de la décentralisation ont révélé des dysfonctionnements, parfois assez graves, apparemment imputables là encore, à des failles dans les approches institutionnelles*) ;
- Des administrations communales subissant des contraintes d'organisation et de fonctionnement ;
- Des pratiques dérogatoires et informelles de la part des citoyens.

³³² DJELLAL N. (2007), Politiques urbaines et rôle des acteurs publics dans les dynamiques territoriales en Algérie, XLIIIe Colloque de l'ASRDLF : Les dynamiques territoriales : débats et enjeux entre les différentes approches disciplinaires, Grenoble et Chambéry, 11 – 12 – 13 Juillet. URL : <http://edytem.univ-savoie.fr/d/asrdlf2007/pub/resumes/textes/Djelal.pdf> (consulté le 06-12-2013)

³³³ SNAT à l'horizon 2025 : document fourni par le DPAT de la Wilaya de Tlemcen

³³⁴ DJELLAL N. (2007), op.cit.

³³⁵ CNES : Rapport sur la ville algérienne ou le devenir urbain du pays (1998) : <http://www.cnes.dz/cnesdoc/cneshtm/ville.htm> (consulté le 03-04-2013)

Et donc, et malgré la décentralisation et les pouvoirs qui leurs sont conférés par la loi, les collectivités locales communales continuent à observer une attitude de soumission aux décisions et aux instructions émanant de leur hiérarchie. En effet, c'est le Wali qui décide souvent en matière de choix d'aménagement ou d'intervention dans la gestion ce qui ne favorise pas l'émergence d'un pouvoir local et d'une autonomie dans la définition et la gestion des politiques locales. En somme, les communes n'ont que des fonctions politico administratives³³⁶.

En plus, et hormis les problèmes d'infrastructures et de projets, les villes algériennes souffrent d'une mauvaise communication envers leurs parties prenantes et ce notamment à cause :

- d'un sous encadrement et une sous qualification du personnel communal. Abdellah MEZIANE dans un article du Quotidien d'Oran, pense que *« parce que depuis quelques années, les autorités locales se sont éloignées des normes adéquates de la gouvernance urbaine et que les Algériens ont perdu la notion de leur civisme, que le Président de la République est intervenu une nouvelle fois auprès du ministère de l'Intérieur et des Collectivités Locales, pour lui recommander des formations pour tous le personnel de ces administrations, à commencer par les walis, les chefs de daïra et les secrétaires généraux, ainsi que les chefs de services de wilaya »*³³⁷.

- et d'une ouverture timide aux technologies de l'information et de la communication. En effet, très peu de villes (ou carrément wilayas) ont un site web³³⁸ et l'informatisation des procédures et des prestations se fait très lentement.

Enfin, et dans un sondage réalisé par MyWorld2015.org auprès de 766 internautes algériens sur leurs priorités pour un avenir meilleur, les trois priorités suivantes ont été retenues³³⁹ : une bonne éducation, un meilleur système de santé et la protection contre le crime et la violence.

³³⁶ DJELAL N. (2007), op.cit.

³³⁷ Nos milieux urbains face aux défis de la gouvernance et du civisme du citoyen (2007), *Le Quotidien d'Oran*, 31 octobre

³³⁸ Les sites disponibles sont rarement mis à jour et peu dynamiques

³³⁹ Sur 16 priorités pré définies par les Nations Unies

Ce sondage, fait ressortir la sensibilité des répondants aux questions de bonne gouvernance, de cohésion sociale et de consolidation de l'Etat de droit. L'amélioration de l'accès aux services publics et de la qualité de leurs prestations, en particulier pour les personnes les plus vulnérable, l'extension des capacités des services publics et des mécanismes de contrôle et de suivi / évaluation, à tous les niveaux, l'introduction de plus de transparence dans la gestion des affaires publiques, et la promotion citoyenne restent parmi les doléances des Algériens questionnés³⁴⁰.

Mais malgré les efforts de l'Etat et quelques textes, beaucoup reste à faire afin de pouvoir gagner la confiance des citoyens et leur implication dans les affaires de leurs villes.

I.3 La participation citoyenne en Algérie

La nouvelle loi de 1996, propose de nouveaux principes relatifs à la concertation et à la décentralisation, au rôle des collectivités locales et à l'association des mouvements associatifs, au développement durable et à la gouvernance urbaine.

Selon Nadia DJELAL (2007), tout cela n'a pas suffi à atténuer la crise à laquelle font face les villes algériennes avec une anarchie dans la production du cadre bâti, la réduction des moyens financiers, les zones d'exclusion sociale, et les conditions de vie dans les quartiers marginalisés, le mauvais entretien des quartiers anciens, les spéculations sur les loyers et les terrains, en plus des problèmes liés à la gestion urbaine, la montée du chômage³⁴¹.

Plusieurs lois ont été promulguées pour assurer la participation citoyenne. L'article 11 stipule que la commune constitue le cadre institutionnel d'exercice de la démocratie au niveau local et de gestion de proximité. L'assemblée populaire communale prend toute mesure pour informer les citoyens des affaires les concernant et les consulter sur les choix des priorités d'aménagement et de développement économique, social et culturel en s'aidant des supports et des médias disponibles.

L'assemblée populaire communale peut également présenter un exposé sur ses activités annuelles devant les citoyens. Elle doit veiller à mettre en place un encadrement adéquat

³⁴⁰ PNUD (2013), Rapport Consultation nationales post 2015. URL : <http://www.dz.undp.org/content/algeria/fr/home/library/mdg/rapport-de-consultations-nationales-post-2015-/> (consulté le 12-12-2013)

³⁴¹ DJELAL N. (2007), op.cit.

des initiatives locales, visant à intéresser et à inciter les citoyens à participer au règlement de leurs problèmes et à l'amélioration de leurs conditions de vie (art. 12).

Le président de l'assemblée populaire communale peut, chaque fois que les affaires de la commune l'exigent, faire appel, à titre consultatif, à toute personnalité locale, à tout expert et/ou tout représentant d'association locale dûment agréée qui, en raison de ses compétences ou de la nature de ses activités, est susceptible d'apporter toutes contributions utiles aux travaux de l'assemblée ou de ses commissions (Art. 13).

Les extraits des délibérations de l'assemblée populaire communale ainsi que les arrêtés communaux peuvent être consultés par toute personne (Art. 14.)

Ces textes ont permis la création d'un certain nombre d'associations dont les missions ne sont pas toujours faciles. L'association, dans un cadre réglementaire « *constitue une convention régie par les lois en vigueur dans le cadre de laquelle des personnes physiques ou morales se regroupent sur une base contractuelle et dans un but non lucratif* » (art.2La loi 90-31 du 4 décembre 1990). En plus des associations, la société civile est constituée d'individus non organisés au sein de groupes (hommes de culture, intellectuels de tous bords, scientifiques et autres). Selon GRIM (2007), plus que la presse (aussi indépendante soit-elle), plus que les médias en général, c'est la société civile, qui, par son dynamisme, sa diversité, la prise en compte de tous les aspects d'un problème, constitue le véritable contre-pouvoir.

Malgré l'effort et les réalisations de certaines associations, qui font un travail important, au profit des causes qu'elles représentent : qu'elles soient les représentantes ou les relais d'ONG internationales (*Amnesty International, Transparency International, Reporters sans Frontières, Forum Social Algérien, ...*) ou d'authentiques associations nationales (Forum des chefs d'entreprise, RAJA, Touiza, Ouled El Houma, et beaucoup d'autres moins médiatisées), d'autres restent absentes et ne donnent signe de vie qu'au moment de la distribution des subventions. Cette situation est accentuée par un système politique totalitaire, d'un mode de financement aliénant et d'ambitions personnelles débordantes³⁴².

Hecham ZEHIOUA (2011), considère que l'Algérie a besoin d'associations crédibles dont la vraie vocation reste de travailler avec les communes pour améliorer le cadre de vie des

³⁴² GRIM R. (2007), La société civile en Algérie, un mythe aujourd'hui, une réalité demain. URL : <http://algerie.wordpress.com/2007/05/27/la-societe-civile-en-algerie-un-mythe-aujour%E2%80%99hui-une-realite-demain/> (consulté le 06-02-2014)

citoyens. Il estime que sur les milliers d'associations agréées, très peu ont un rapport étroit avec les autorités et les citoyens³⁴³. Par exemple, le projet des comités de la ville, dénommé COVILLE dont la mission principale est l'assurance des conditions d'hygiène, de salubrité publique et de protection de l'environnement. Cette structure, censée être un espace de représentation de la société civile, des élus locaux et des services de l'Etat s'est avérée un échec et est dû à un flou du concept et un manque d'intérêt des parties concernées³⁴⁴.

Seulement, toutes ces lois et ces efforts s'avèrent insuffisantes pour apaiser le malaise social et renforcer la relation entre le citoyen et les autorités. D'un côté, les autorités reprochent aux citoyens leur manque d'engagement et d'un autre les citoyens ne trouvent pas une meilleure manière pour se faire entendre que de protester ou d'utiliser de la violence.

I.4 Le cas de la ville de Tlemcen

La ville de Tlemcen dans la présente étude représente le Grand Tlemcen dans le vocabulaire administratif. Elle est constituée de la commune (Daïra) de Tlemcen, la commune de Chetouane et la commune de Mansourah. Une définition plutôt économique et administrative car les habitants de ces communes et leurs activités économiques sont en liaison étroite. Et c'est sur cette base que les informations qui suivent peuvent être énoncées. (Voir annexe 4 : Délimitation de la ville de Tlemcen)

Ainsi, la superficie et population de la ville peuvent être calculée et présentée dans le tableau suivant.

Superficie km ²	112,11
Population*	260428
Densité (hab/km ²)	2323

* Estimation de la population de la Wilaya de Tlemcen par commune au 31 /12/2013

³⁴³ZEHILOUA H. (2011), Gouvernance locale : focalisation sur la participation citoyenne a la construction des projets locaux, Colloque International : Interventions sur les tissus existants pour une ville durable, du 30/4/au 4/5/2011.

³⁴⁴ICHEBOUDENE L. (2009), Réflexion sur la gouvernance urbaine à Alger. Prérrogatives institutionnelles et monopoles politiques, *Insaniyat*, 44-45, pp 97-113.

Cette délimitation pose une certaine confusion sur la gestion de la ville. En effet, la ville telle que présentée plus haut, n'a pas vraiment une existence officielle car sa gestion dépend des décisions du Wali dans la majorité des cas sinon de chaque commune à part quand il s'agit d'affaires moins importantes.

Dans cette perspective et avant de procéder à l'étude par questionnaire, nous avons voulu soulever quelques interrogations sur la participation citoyenne dans la ville de Tlemcen.

Pour ce faire, nous avons consulté plusieurs responsables de la ville (qu'ils soient au niveau de la Wilaya ou de l'une des communes) : le Chef du Cabinet du Wali, le Médiateur de la Wilaya de Tlemcen, un inspecteur au niveau de l'inspection générale de la Wilaya, le Chef de Daïra de Mansourah et plusieurs administrateurs au niveau des différents organismes de la ville. Ces rencontres ont fait ressortir les points suivants :

- Les essais de rencontres avec certains responsables se sont avérées assez difficiles. Sur place, nous remarquons aussi certaines carences en accueil et en orientation et peut être même une certaine réticence envers les chercheurs.
- La majorité des responsables considère qu'il y a une nette amélioration dans les services publics notamment en matière d'infrastructures d'accueil et d'allègement des procédures administratives mais qu'en contrepartie il existe un désintéressement et un manque de civisme de la part des citoyens
- Dans cette même perspective, les responsables considèrent que la majorité des citoyens ont peu d'intérêt pour le développement de leur ville et ne se mobilisent que pour des problèmes de logement ou d'emploi. Aussi, ils considèrent que les associations ne sont pas aussi actives et impliquées dans les affaires de la population comme elles devraient l'être.

D'un autre côté, nous relevons l'existence de certaines associations militant dans divers domaines, à leur tête l'ASPEWIT³⁴⁵. Toutes militent pour convaincre les habitants de la possibilité d'une vie meilleure en se basant sur les valeurs même qui faisait la fierté de la

³⁴⁵ Association pour la sauvegarde et la protection de l'environnement

perle du Maghreb : Culture et civilisation et qui ont entre autre étaient pour beaucoup pour le choix de Tlemcen en tant que capitale de la culture.

II. L'étude par questionnaire auprès d'un échantillon des habitants de la ville de Tlemcen

Face au manque de données et de collaboration, nous avons choisi la technique du questionnaire auprès des citoyens de la ville de Tlemcen afin d'essayer de combler le manque d'informations sur leur participation dans les affaires de leur ville et leurs attentes envers une démarche marketing de la ville.

En effet, THIETART et COLL (2003) considèrent que le mode de collecte de données primaires le plus développé dans les recherches quantitatives reste le questionnaire. L'enquête par questionnaire est un outil d'observation qui permet de quantifier et comparer l'information qui est collectée auprès d'un échantillon sensé être le plus représentatif possible de la population visée par l'évaluation. En effet, le questionnaire a pour avantage de pouvoir faire face à un échantillon vaste pour en établir une relation statistique³⁴⁶.

II.1 Constitution du questionnaire

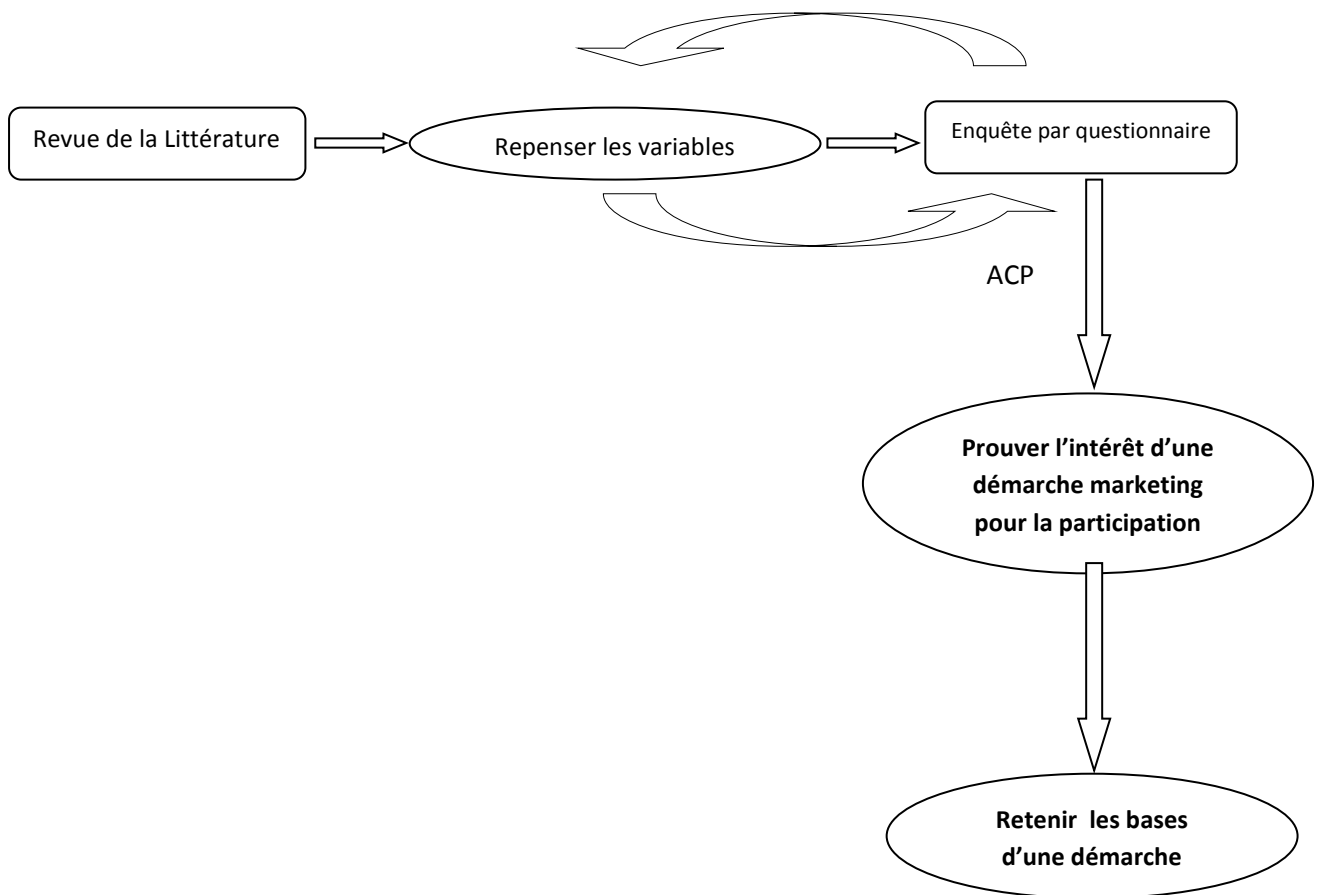
Pour parvenir à l'établissement de ce questionnaire, il fallait établir ses questions principales en comptant notamment sur un pré questionnaire auprès d'une cinquantaine de citoyens.

Ainsi, et en s'inspirant de notre partie théorique, plusieurs interrogations se posent. Le but premier étant de mesurer la perception qu'a le citoyen tlemcennien de la participation dans les affaires de sa ville et les facteurs qui conditionnent cette participation. L'analyse de ces facteurs devrait faire ressortir des variables susceptibles de fonder une démarche marketing.

La revue littéraire fait ressortir plusieurs variables influençant la participation des citoyens aux affaires de leur ville. A ces variables s'ajoutent d'autres jugées intéressantes pour l'analyse de la participation citoyenne et les pratiques marketing.

³⁴⁶THIETART R-A. et coll. (2003), Méthodes de recherche en management, 2^{ème} édition, Dunod, Paris, p 226

Pour répondre à notre problématique du départ qui était : **quel rôle le marketing de la ville peut-il jouer dans l'implication du citoyen en tant que principale partie prenante de celle-ci ?**



Pour y répondre nous posons les hypothèses suivantes :

H1 : plusieurs notions contribuent à la définition de la participation telle que perçue par le citoyen tlemcenien

Pour y traiter de cette hypothèse nous posons différentes questions sur la signification de la participation, ses domaines, ses niveaux et ses buts en utilisant différents types de questions (voir détails des questions dans la partie traitement).

H2 : la participation est conditionnée par certains facteurs

La littérature est assez riche dans ce sens. Parmi les déterminants les plus évoqués nous retenons l'attachement à la ville, les efforts déployés par la ville, les facteurs personnels liés au citoyen,...

Évidemment, les facteurs individuels sont indispensables pour établir le profil.

H3 : les facteurs motivants d'une participation pourraient constituer la base d'une démarche marketing

Cette hypothèse est intimement liée à la précédente. En effet, nous supposons que la participation citoyenne repose essentiellement sur des variables marketing. Les questions seront détaillées plus loin.

Ce questionnaire est composé de questions ouvertes et d'autres fermées. Chaque type remplit une fonction et nous permet de tirer un certain type d'information. Alternier les protocoles de questionnement au sein d'un même questionnaire permet de valider les résultats, de varier le rythme de l'entretien et d'aller plus loin sur un sujet précis.

Les questions fermées sont prescrites pour les sujets que l'on maîtrise, dont on connaît déjà les différentes options. Par contre, une question ouverte permettra de « ratisser large », de ne pas trop influencer les opinions, de ne pas voir émerger des réponses convenues et de découvrir peut-être des thèmes que l'on n'avait pas encore imaginés.

Aussi, plusieurs questions sont présentées sous formes d'échelle de mesure. L'échelle de mesure étant un ensemble de gradations permettant d'attribuer une valeur attendue à une question. Son utilisation pour obtenir une réponse à une question oriente le répondant sur les nuances souhaitées à sa réponse et permet d'avoir une information facile à traiter.

Nous adoptons dans notre questionnaire l'échelle de LIKERT une échelle de type sémantique bidirectionnelle³⁴⁷ avec un point de neutralité permettant au répondant de ne pas prendre position. Ce genre d'échelle offre comme intérêt le fait qu'elle est plus facile à comprendre pour le répondant³⁴⁸.

II.2 Administration du questionnaire :

L'administration du questionnaire nécessitait forcément la délimitation de la taille de l'échantillon et du mode d'administration.

A cet effet, il est vrai que la représentativité d'un échantillon ne peut être envisagée qu'en termes de qualité d'un échantillon provenant d'une méthode d'échantillonnage donnée

³⁴⁷ L'échelle progresse dans deux directions opposées

³⁴⁸ CEGO, Les échelles de mesure. URL :

<http://grandsorganismes.gouv.qc.ca/?page=element&nIDElement=2155>

mais selon SAUTORY (2010) « *Un échantillon n'est jamais représentatif "en soi", il est représentatif par rapport à certaines variables* ». ³⁴⁹

Notre échantillon est constitué de deux cent cinquante (250) personnes ayant plus de 18 ans et répartis sur les trois communes constituant la ville de Tlemcen. Le nombre de personnes questionnées, bien que n'étant pas très grand, nous paraît suffisant pour une étude exploratoire d'autant plus que les chercheurs préconisent 10 répondants pour chaque item dans le cadre des analyses de composantes principales utilisée dans notre étude (HAIR et al., 1998) ³⁵⁰ et que le questionnaire était assez long et demandait du temps et de l'assistance pour le remplir et par la suite pour le traiter.

Il faut dire que devant le manque de données et notamment des classements par catégorie socioprofessionnelle et par tranche d'âge nous nous sommes résiliés à utiliser deux variables : le genre et la répartition de la population par commune afin d'utiliser la méthode des quotas grâce aux données recueillies auprès du DPAT de la Wilaya de Tlemcen (Voir annexe 5 pour les statistiques sur la population de la ville de Tlemcen).

Tableau 14 : Répartition de l'échantillon par genre et par commune

	FEMME		HOMME	
	%	EFFECTIF RETENU	%	EFFECTIF RETENU
TLEMCEEN	27,53%	69	28,20%	70
CHETOUANE	10,63%	27	11,07%	28
MANSOURAH	11,08%	28	11,49%	29

Source : DPAT de la Wilaya de Tlemcen

Le questionnaire a été administré durant le mois de février 2014 auprès d'un échantillon le plus varié que possible (différents niveau d'instruction et différentes occupations). Il a été assisté dans la plupart du temps sauf pour les questionnaires remplis via Internet (environ

³⁴⁹ GERVILLE-REACHE L. et al. (2011), Echantillon représentatif (d'une population finie) : Définition statistique et propriétés. URL :

http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/65/55/66/PDF/Representativite_LGR_VC_NP.pdf (consulté le 12-06-2013)

³⁵⁰ WHITE L., YANAMANDRAM Venkata K. (2006), Exploratory and confirmatory factor analysis of the perceived switching costs model in the business services sector, Faculty of Commerce - Papers (Archive). URL: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1240&context=commpapers> (consulté le 20-03-2014)

20% du total des questionnaires remplis). Et une version en langue arabe a été prévue afin de permettre à différentes catégories de la population de s'exprimer.

Cependant, plusieurs difficultés ont été rencontrées lors de l'administration du questionnaire. En plus du fait que les Algériens ne sont pas très habitués aux études par questionnaires, les personnes sollicitées ont été encore plus réticentes envers le thème du questionnaire qu'ils estimaient être à vocation politique.

Après dépouillement nous n'avons retenus que 230 questionnaires jugés remplis correctement.

II.3 Résultats du questionnaire

L'analyse et l'interprétation des données issues des questionnaires sont rendues possibles par le logiciel SPSS qui offre nombre de tabulations dont le traitement permet de mieux comprendre la signification des différentes perceptions des interviewés.

Afin de rendre la lecture des résultats plus facile, nous essayerons de traiter les variables de chaque hypothèse à part. Mais de manière générale nous procéderons de la même façon en utilisant la technique de l'analyse de composantes principales ACP qui vise à structurer les variables de départ en les regroupant en un plus petit nombre de facteurs et puis la cohérence interne de chaque dimensions en utilisant l' α de CRONBACH (1951) qui est utilisé habituellement comme une mesure de la cohérence interne d'une échelle à plusieurs items. Elle est fondée sur la corrélation entre ces items. Le coefficient est compris entre 0 et 1 et est proportionnel à la cohérence interne de l'échelle. On considère que pour une étude exploratoire l' α est acceptable s'il est compris entre 0,6 et 0,8, alors que pour une étude confirmatoire, une valeur supérieure à 0,8 est recommandée (Evrard et al, 2000)³⁵¹.

Aussi, le KMO et le test de sphéricité de Bartlett permettent de donner plus de crédibilité aux résultats de l'étude.

- **Le coefficient de KAISER-MEYER-OLKIN (KMO)** : mesure l'importance des coefficients de corrélation observés par rapport à l'importance des coefficients de corrélations partiels. Il peut signaler à l'avance si la taille de l'échantillon est suffisamment grande

³⁵¹ GOUDARZI K., GUENOUN M. (2010), Conceptualisation et mesure de la qualité des services publics (QSP) dans une collectivité territoriale, *Politiques et management public* [En ligne], Vol 27/3. URL : <http://pmp.revues.org/2986> (consulté le 24 mars 2014)

pour extraire de manière fiable les facteurs (FIELD, 2009). Un KMO élevé (proche de 1) indique que l'analyse factorielle est une méthode appropriée et pertinente pour l'analyse des données. Ainsi, un KMO inférieur à 0.5, signifie que les items ne partagent pas assez de variance pour que l'analyse factorielle soit adéquate³⁵².

- **Le test de sphéricité de BARTLETT** : permet de confirmer l'existence de relations entre les variables et la pertinence de l'analyse factorielle (Evrard et al., 1993). Si la signification (Sig.) tend vers 0.000, c'est très significatif ; inférieur à 0.05, significatif ; entre 0.05 et 0.10, acceptable et au-dessus de 0.10, on rejette³⁵³.

Nous faisons aussi recours au calcul des communalités (part des variances des composantes expliquée par l'item) qui doivent dépasser 0.5 et si possible 0.7. Une communalité de 0.5 signifie que 50% de la variance de l'item est prise en compte ou expliquée par les facteurs. Le niveau de communalité est considéré comme moyen s'il est compris entre 0.40 et 0.65, bon s'il est compris entre 0.65 et 0.80 et excellent au-delà (Evrard et al., 2009). Les items de communalités inférieure à 0.5 sont généralement éliminés. Pour une bonne interprétation de ces facteurs il est recommandé de faire une rotation. Même si elle n'est pas toujours nécessaire, elle permet d'améliorer et de simplifier dans la majorité des cas la solution obtenue³⁵⁴.

L'objectif de notre analyse est de résumer l'information en quelques dimensions pertinentes qui forment des combinaisons d'items. Pour choisir les axes à retenir nous utilisons la « règle de KAISER » où les facteurs retenus sont ceux dont les valeurs propres sont supérieures à 1.

Le principe d'une ACP est de faire un tri dans les variables, on élimine celles qui ne répondent pas aux critères de corrélation et de qualité de représentation. On les supprime dans ce cas 1 par 1, en « re-faisant tourner » l'analyse à chaque fois, jusqu'à obtention d'une solution satisfaisante.

A. La perception de la participation

Pour délimiter la notion de participation telle que perçue par le citoyen tlemcenien nous avons retenu les questions suivantes :

³⁵² HOF M. (2012), Questionnaire Evaluation with Factor Analysis and Cronbach's Alpha- An Example. URL: <http://www.let.rug.nl/nerbonne/teach/rema-stats-meth-seminar/student-papers/MHof-QuestionnaireEvaluation-2012-Cronbach-FactAnalysis.pdf> (consulté le 24 mars 2014)

³⁵³ L'ACP sous SPSS. URL: <http://www.lemoal.org/download/spss/ACP.pdf> (consulté le 24 mars 2014)

³⁵⁴ CARRICANO M. et al. (2010), Analyse de données avec SPSS®, Pearson Education, France, p 69

Avec (TAFD : Tout à fait d'accord, PD : plutôt d'accord, SA : sans avis, PPD : plutôt pas d'accord, PDTD : pas du tout d'accord) et (TI : très important, Plut.I : plutôt important, SA : sans avis, Peu I : peu important, PDTI : pas du tout important)

Veuillez indiquer votre appréciation sur les affirmations suivantes :	TAFD	PD	SA	PPD	PDTD
La participation du citoyen aux questions relatives à leur ville est indispensable					
La majorité des Algériens sont intéressés par la participation aux affaires de leur ville					
Les citoyens doivent s'organiser sous forme de comités de quartiers ou d'associations pour défendre leurs intérêts et se faire entendre					
Les citoyens doivent intégrer un parti politique pour défendre leurs intérêts et de se faire entendre					
Le rôle des partis politiques est de défendre les intérêts des citoyens					

D'après vous, le rôle du citoyens consiste à	TAFD	PD	SA	PPD	PDTD
Voter aux élections					
Payer ses impôts et respecter les lois					
S'exprimer ou exprimer son opinion, par des manifestations ou dans les lieux d'expression comme les médias					
S'impliquer par le militantisme (associations/ PARTIS)					

Croyez-vous qu'il est important de solliciter l'opinion des citoyens pour	TAFD	PD	SA	PPD	PDTD
Débattre des questions sociales					
Améliorer la prestation de services aux citoyens					
Débattre des projets prévus au niveau de la ville					

Selon vous, est-ce que votre participation comme citoyen devrait avoir un impact sur les décisions prises par :	T. I	Plu t.I	SA	Peu I	PDT I
Le gouvernement					
La wilaya					
La mairie					

A ces questions, s'ajoutent les questions directes suivantes :

- Êtes-vous habitué à critiquer les décisions des responsables de votre ville ?
- Êtes-vous affilié à un parti politique ?
- Êtes-vous affilié à une association ?

Après plusieurs essais nous retenons les facteurs suivants que l'analyse a fait ressortir :

Items	Facteurs	Poids factoriel (%)
La wilaya	Niveau d'influence	15.96
Le gouvernement		
La mairie		
Améliorer la prestation de services aux citoyens	Buts de la participation	14.84
Débattre des questions sociales		
Débattre des projets prévus au niveau de la ville		
S'impliquer par le militantisme (associations/ partis)	Organisation	13.59
Le rôle des partis politiques est de défendre les intérêts des citoyens		
S'exprimer ou exprimer son opinion, par des manifestations ou dans les lieux d'expression comme les médias		
Les citoyens doivent intégrer un parti politique pour défendre leurs intérêts et de se faire entendre		
Payer ses impôts et respecter les lois	Devoir	9.75
Voter aux élections		
Êtes-vous affilié à un parti politique ?	Engagement	8.96
Êtes-vous affilié à une association ?		
Êtes-vous habitué à critiquer les décisions des responsables de votre ville	Intérêt pour la participation	7.45
La majorité des Algériens sont intéressés par la participation aux affaires de leur ville		

Donc les facteurs retenus et renommés selon les items qui les composent (avec un **KMO = 0,709** et un **alpha = 0,742**) représentent alors les variables qui pourraient éclairer la vision de la participation par le citoyen tlemcenien.

On voit alors la participation comme un devoir, un engagement, une forme d'organisation caractérisée par son but et l'intérêt qu'on y porte mais aussi du degré d'influence des décisions prises lors d'un processus de participation.

Ces variables ainsi retenues, nous permettent de croiser la perception avec les facteurs individuels (âge, genre et niveau d'instruction). Les analyses sur l'échantillon étudié, grâce à la technique ANOVA³⁵⁵, nous révèlent les résultats suivants :

³⁵⁵ Une technique utilisée pour comparer les moyennes de deux échantillons ou plus. Cette technique peut être utilisée que pour des données numériques

	Sig .		
	Genre	Age	Niveau d'instruction
Niveau d'influence	,316	,019	,000
Buts de la participation	,032	,000	,633
Organisation	,002	,060	,711
Devoir	,756	,424	,844
Engagement	,016	,000	,080
Intérêt pour la participation	,523	,720	,000

En considérant qu'il existe une relation entre deux variables quand le sig. est inférieur à 0,05 nous pouvons remarquer ce qui suit :

- Le niveau d'instruction semble avoir un impact sur le niveau désiré pour l'influence de la participation et l'intérêt pour la participation.
- L'âge influence les buts visés par la participation et l'engagement exprimé.
- Le genre influence la perception du côté organisé de la participation

Aussi, et concernant les domaines où le citoyen tlemcenien aimerait être sollicité sur les thèmes suivants :

- L'éducation dont 80,3 % des répondants estiment très important
- La santé et les services sociaux dont 80,4 % des répondants estiment très important
- L'environnement dont 68,7 % des répondants estiment très important
- L'emploi dont 70,9 % des répondants estiment très important
- La sécurité dont 77,4 % des répondants estiment très important
- L'habitat dont 73,0 % des répondants estiment très important
- La culture dont 48,9 % des répondants estiment très important

66,7 % des répondants disent ne pas être habitués à critiquer les décisions des responsables de leur ville essentiellement car ça ne sert à rien pour 89,6 % d'entre eux mais aussi à cause peut être des réponses négatives ou inexistantes à l'issue d'expériences passées ou des délais de réponses trop longs. Par contre, pratiquement 84% des gens affirmant être habitués à critiquer les décisions des responsables de leur ville ont au moins un bac + 3. Plus de 66 % des bac +3 et plus estiment que leurs avis doivent influencer les

décisions gouvernementales, 72% des bac +2 et plus estiment que leurs avis doivent influencer les décisions de leur wilaya, 74% des +2 et plus estiment que leurs avis doivent influencer les décisions de leur mairie. Cela pousse à considérer que plus on est instruit plus on devient exigeant envers les autorités locales mais aussi nationales (ce qui rejoint la relation entre le niveau d'instruction et l'intérêt pour la participation présentée plus haut).

11,7 % de ceux habitués à critiquer le font par écrits et 11,7 % le font verbalement (en discutant avec des proches ou des amis) et 9,1 % le font par protestations. Sur les 22 % qui ont précisé les organismes consultés, 13 % disent consulter l'APC contre 2,5 % qui consultent plusieurs organismes selon le besoin et 2,2 % consultent la Wilaya. 19,1 % estiment que les réponses étaient parfois satisfaisantes contre 11,3 % qui n'étaient jamais satisfaits des réponses à leurs requêtes.

En outre, et sur les 98 % n'adhérant pas à un parti politique, 22 % expliquent cela par le fait qu'ils ne sont pas intéressés, 10 % parce qu'ils n'aiment pas la politique, 9,6 % jugent que ça ne sert à rien, 7 % par manque de confiance en les partis politiques, 5,7 % par manque de temps, et 3 % parce qu'ils considèrent que les partis politiques manquent de crédibilité.

Concernant les associations, 87 % ne sont pas affiliés. A cause notamment, du manque de temps (23 %), du fait que ça ne sert à rien (7,8 %), du manque d'intérêt (5,2 %), du manque de confiance envers les associations (3,9 %) et d'envie (3,9 %) et du manque d'informations sur ces associations (2,6 %). Pour ceux affiliés à des associations, les domaines préférés restent : la culture (3%), le sport (2,6%), l'environnement (2,2%), la santé (2,2%), le culte (1,3%).

Ainsi, une étude réalisée par l'association RAJ³⁵⁶, montre que seulement 16,1 % des jeunes interrogés ont déclaré avoir participé à une activité politique ou associative en 2010, 4,7% uniquement ont adhéré à une association, 1,7 % à un parti politique et à peine 1,5 % ont milité dans un syndicat. Ce qui a permis au RAJ d'en déduire : *"50 ans après l'indépendance,*

³⁵⁶ Rassemblement Actions Jeunesse (RAJ), est une association algérienne de jeunes dont le but est la sensibilisation et la mobilisation des jeunes (garçons et filles), et le travail à la promotion de toutes activités, sociales, culturelles, citoyennes et le respect des droits de la personne humaine.

la jeunesse algérienne croit peu à la politique et aux institutions de l'Etat. Un climat de non-confiance s'est installé entre le gouverné et le gouvernant." ³⁵⁷

A partir des résultats précédents montrant que l'âge influence les buts visés par la participation et l'engagement exprimé, nous faisons ressortir les analyses croisées suivantes:

	Améliorer la prestation de services aux citoyens * Age Crosstabulation					
	entre 18 et 25 ans	entre 26 et 30 ans	entre 31 et 40 ans	entre 41 et 50 ans	entre 51 et 60 ans	plus de 61 ans
TAFD	32,3%	16,8%	20,4%	20,4%	5,4%	4,8%
PD	34,1%	41,5%	12,2%	9,8%	2,4%	,0%
SA	29,4%	47,1%	11,8%	5,9%	5,9%	,0%
PPD	,0%	,0%	,0%	25,0%	75,0%	,0%
PDTD	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

On relève le grand intérêt des 18-25 ans pour leur contribution à l'amélioration de la prestation de services aux citoyens mais aussi celui des 26-30 ans.

	Débattre des questions sociales * Age Crosstabulation					
	entre 18 et 25 ans	entre 26 et 30 ans	entre 31 et 40 ans	entre 41 et 50 ans	entre 51 et 60 ans	plus de 61 ans
TAFD	31,0%	17,3%	20,8%	20,2%	6,0%	4,8%
PD	44,7%	31,6%	13,2%	10,5%	,0%	,0%
SA	21,1%	57,9%	5,3%	10,5%	5,3%	,0%
PPD	,0%	25,0%	,0%	,0%	75,0%	,0%
PDTD	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

L'intérêt pour les questions sociales semble aussi être plus important chez les jeunes répondants (18-25 ans et 26-30 ans).

	Débattre des projets prévus au niveau de la ville * Age Crosstabulation					
	entre 18 et 25 ans	entre 26 et 30 ans	entre 31 et 40 ans	entre 41 et 50 ans	entre 51 et 60 ans	plus de 61 ans
TAFD	29,3%	14,3%	22,1%	23,6%	5,0%	5,7%
PD	40,0%	40,0%	9,1%	5,5%	5,5%	0%
SA	25,0%	50,0%	15,0%	5,0%	5,0%	0%
PPD	22,2%	0%	22,2%	22,2%	33,3%	0%
PDTD	50,0%	33,3%	0%	16,7%	0%	0%

Par contre, les plus jeunes questionnés ne semblent pas très intéressés par le débat sur les projets prévus au niveau de leur ville.

³⁵⁷ BENFODIL M. (2014), Algérie : Les jeunes, grands absentéistes ?, *El Watan*, 8 février

B. Les facteurs déterminants de la participation

Après avoir délimité la notion de participation, nous nous proposons de cerner les déterminants de cette participation pour le citoyen tlemcenien. Pour ce faire nous posons les questions suivantes :

	TAFD	PD	SA	PPD	PDTD
Tlemcen est une ville où il fait « bon vivre »					
Les gens sont fiers d'habiter à Tlemcen					
Je suis très attaché à la ville de Tlemcen					
Je me sens bien dans la ville de Tlemcen					
La ville de Tlemcen satisfait tous mes besoins de la vie quotidienne					
En Algérie, il y a suffisamment de textes réglementaires qui protègent le citoyen et qui lui garantissent ses droits					
Les partis politiques cherchent plus l'intérêt de leurs adhérents que celui de la société en général					
Les associations cherchent plus l'intérêt de leurs adhérents que celui de la société en général					
Le rôle des partis politiques est de défendre les intérêts des citoyens					
Les élus municipaux ne sont pas toujours qualifiés pour gérer les préoccupations des citoyens					
Les élus municipaux n'ont pas toujours la liberté de prendre des décisions ou des initiatives concernant leur commune					
La majorité des citoyens ont confiance en leurs élus					

Qu'est-ce qui vous motiverait à participer aux questions relatives à votre ville	Oui	Non	Sans Avis
Le sentiment que ma participation aura un impact			
Le sujet m'interpelle particulièrement			
La disponibilité des informations nécessaires sur le sujet à débattre			
Il est possible d'y participer via internet			
Le bon accueil et les orientations de la part des organismes publics			
Ma participation favorise la formulation de recommandations			
Plus ma ville est développée plus je suis motivé de participer à ce développement			

Qu'est-ce qui vous empêcherait de participer aux questions relatives à votre ville	Oui	Non	Sans Avis
Le sentiment d'impuissance, que ma participation ne changera rien			
Le sentiment que je n'en connais pas assez sur le sujet			
Le manque d'intérêt pour le sujet			
Le manque de temps			
Le manque de confiance pour l'organisateur de la consultation			
c'est un leurre, les décisions sont déjà prises			

Quelle importance accordez- vous aux facteurs suivants pour que la participation des citoyens s'améliore	T. I	Plut.I	SA	Peu I	PDTI
Avoir un meilleur accès à l'information					
Obliger les organismes qui consultent à rendre des comptes aux participants sur le résultat de la consultation et sur l'impact réel de la consultation sur la décision qui est prise					
Mieux utiliser les technologies de l'information et de la communication (Internet, téléphonie mobile,...) pour garder le contact avec les citoyens : les informer et recueillir leurs avis					

En plus de questions directes :

- Avez-vous ressenti une amélioration dans les services publics durant l'an dernier ?
- Estimez-vous apte à participer aux questions relatives à votre ville ?
- Avez-vous suffisamment d'informations sur le développement de votre ville ?

Après plusieurs essais nous retenons les facteurs suivants résumant les informations contenues dans les items retenus.

Items	Facteurs	Poids factoriel (%)
Je me sens bien dans la ville de Tlemcen	Attachement à la ville	13.73
Je suis très attaché à la ville de Tlemcen		
Les gens sont fiers d'habiter à Tlemcen		
Tlemcen est une ville où il fait « bon vivre »		
La ville de Tlemcen satisfait tous mes besoins de la vie quotidienne		
Avoir un meilleur accès à l'information	Développement et amélioration de l'accès à l'information	11.22
Mieux utiliser les technologies de l'information et de la communication (Internet, téléphonie mobile,...) pour garder le contact avec les citoyens : les informer et recueillir leurs avis		
Plus ma ville est développée plus je suis motivé de participer à ce développement		
Obliger les organismes qui consultent à rendre des comptes aux participants sur le résultat de la consultation et sur l'impact réel de la consultation sur la décision qui est prise		
Le sentiment que ma participation aura un impact	Aptitude, disponibilité et impact de la participation	7.84
Ma participation favorise la formulation de recommandations aptes à prendre part aux décisions de votre ville		
Le manque de temps		
La disponibilité des informations nécessaires sur le sujet à débattre		
Le sentiment que je n'en connais pas assez sur le sujet	Accueil et information	6.36
Le bon accueil et les orientations de la part des organismes publics		
Le sujet m'interpelle particulièrement		
Les associations cherchent plus l'intérêt de leurs adhérents que celui de la société en général		
Les partis politiques cherchent plus l'intérêt de leurs adhérents que celui de la société en général	Vocation des partis et des associations	5.25
Les élus municipaux n'ont pas toujours la liberté de prendre des décisions ou des initiatives concernant leur commune	Qualification et prérogatives des élus	4.64
Les élus municipaux ne sont pas toujours qualifiés pour gérer les préoccupations des citoyens		
Le manque de confiance pour l'organisateur de la consultation c'est un leurre, les décisions sont déjà prises	Manque de confiance et de transparence de la part des autorités locales	4.11
Avez-vous suffisamment d'informations sur le développement de votre ville ?		
La majorité des citoyens ont confiance en leurs élus	Confiance dans les élus et dans la réglementation	3.82
En Algérie, il y a suffisamment de textes réglementaires qui protègent le citoyen et qui lui garantissent ses droits		
Il est possible d'y participer via internet	Intérêt pour le sujet et possibilité de participer via internet	3.64
Le manque d'intérêt pour le sujet		
Avez-vous ressenti une amélioration dans les services publics durant l'an dernier ?	Amélioration des services de la ville	3.59

Nous remarquons alors que les facteurs conditionnant la participation des citoyens tlemcenien dans les affaires de leur ville (avec un **KMO** = **0,631** et un **alpha** = **0,649**) tournent autour de :

- **Facteurs liés au citoyen** : l'attachement à la ville, le sentiment d'aptitude et la disponibilité du citoyen et l'impact de ses décisions
- **Facteurs liés à la ville** : le développement et l'amélioration de l'accès à l'information, l'accueil et l'information garantis par la ville, le manque de confiance et de transparence de la part des autorités locales, l'amélioration des services de la ville.
- Facteurs liés aux représentants de la société civile : la vocation des partis et des associations
- **Facteurs liés aux élus** : la qualification et les prérogatives des élus, la confiance dans les élus et dans la réglementation

Nous relèverons l'importance des notions de l'attachement à la ville, de l'amélioration de l'accès à l'information et de l'accueil expliquent plus de 30 % des facteurs déterminant la participation. Aussi, les notions de manque de confiance et de transparence de la part des autorités locales et l'amélioration des services de la ville peuvent être influencés par une démarche marketing.

C. Les bases d'une démarche marketing

A partir des résultats précédents nous pouvons supposer qu'une démarche marketing basée sur une bonne communication et une image de marque de la ville construite sur un attachement à la ville favoriserait la participation des citoyens tlemcenien.

Puisque la ville de Tlemcen n'entreprend pas une démarche marketing, nous nous proposons de poser les bases d'une démarche marketing pour elle.

Il faut dire que les cibles d'une démarche marketing d'une ville sont diverses mais nous nous intéressons spécialement dans cette thèse aux citoyens. A partir de là, la démarche marketing devrait se focaliser sur certains principes du marketing tels qu'une meilleure connaissance de la cible (le citoyen) et de ses attentes, de faire en sorte de satisfaire ses attentes en collaboration avec les organismes concernés le tout en se basant sur une communication adaptée. A ceux-là, s'ajoute un concept évoqué dans la partie théorique et

qui s'avère très intéressant dans le contexte de la participation citoyenne et qui est le *city branding* ou l'image de marque de la ville.

Ainsi, sur les attentes des citoyens nous relevons une grande importance du développement dans tous les domaines (emploi, logement, projets économiques,...), de l'amélioration du cadre de vie, de plus d'implication, d'estime et d'écoute pour le citoyen, de plus d'honnêteté et de justice et de moins de bureaucratie, de plus d'ordre et de sécurité.

Et d'après les répondants la priorité des autorités locales reste leurs propres intérêts alors qu'elles devraient se focaliser sur le citoyen (l'écouter, l'impliquer et le servir) et le développement de la ville et son attractivité.

Aussi, 80.2 % des questionnés disent ne pas être au courant que les délibérations sont ouvertes au public, et 70.9 % ne pas savoir qu'un médiateur était désigné au niveau de la Wilaya pour recueillir les doléances des citoyens et de faire de son mieux pour les régler.

Nous remarquons alors que plusieurs attentes des citoyens peuvent être satisfaites grâce à l'adoption d'une vision marketing de la ville même si elle ne doit pas toujours être centrée sur le citoyen. Le développement de la ville, par exemple, peut être assuré sur différents axes marketing en attirant des investissements étrangers, des touristes et éventuellement de nouveaux résidents telle que la classe créative préconisée par Richard FLORIDA mais aussi favoriser les exportations de la ville grâce à un effet *made in*³⁵⁸ soutenu par une forte image de marque de la ville.

Afin de suggérer des mesures, nous désirons nous concentrer sur les deux notions jugées essentielles dans les démarches marketing des villes au cours de la partie théorique et relativement mesurables auprès des citoyens : L'image de marque de la ville et la communication.

Pour proposer les bases d'une image de marque pour Tlemcen il faut d'abord mesurer l'image de la ville telle que perçue par le citoyen tlemcenien. Une nouvelle analyse ACP est donc effectuée sur des items pouvant exprimer les déterminants de l'image de Tlemcen.

Nous retenons les items suivants :

³⁵⁸ L'idée qu'on se fait d'un produit à partir du lieu où il a été fabriqué

	TAFD	PD	SA	PPD	PDTD
Tlemcen est une ville où il fait « bon vivre »					
Tlemcen est une ville où règne la sécurité					
Tlemcen est une ville conviviale, chaleureuse					
Tlemcen est une ville dynamique économiquement					
Il y a beaucoup de commerces (diversifiés) à Tlemcen					
Tlemcen est une destination touristique attractive					
Tlemcen est une ville calme					
Tlemcen est une ville propre					
Tlemcen est une ville où le niveau de pollution est bas					
Tlemcen est une ville dynamique culturellement					
Les gens sont fiers d'habiter à Tlemcen					
Tlemcen est riche historiquement					
Le climat de Tlemcen est bon					
On trouve facilement des logements à prix abordables à Tlemcen					
Les moyens de transport sont disponibles au niveau de la ville de Tlemcen					
La ville de Tlemcen recèle pas mal de lieux de loisirs					
La ville de Tlemcen est connue à l'échelle nationale					
La ville de Tlemcen est connue à l'échelle internationale					

En plus d'une question directe : Veuillez indiquer tous les termes (mots, verbes, adjectifs, expressions, etc.) qui vous viennent à l'esprit lorsque vous pensez à la ville de Tlemcen.

Après plusieurs essais, les facteurs suivants sont retenus avec un **KMO = 0,740** et indice **alpha = 0,774**

Items	Facteurs	Poids factoriel (%)
Il y a beaucoup de commerces (diversifiés) à Tlemcen	Aspect économique	14.98
Tlemcen est une ville dynamique économiquement		
La ville de Tlemcen recèle pas mal de lieux de loisirs		
Tlemcen est une destination touristique attractive		
Tlemcen est une ville propre	Propreté et sécurité	14.44
Tlemcen est une ville où le niveau de pollution est bas		
Tlemcen est une ville où règne la sécurité		
Les gens sont fiers d'habiter à Tlemcen	Aspect affectif	12.79
Tlemcen est une ville où il fait « bon vivre »		
Tlemcen est une ville conviviale, chaleureuse		
Le climat de Tlemcen est bon	Confort et aspect historique	10.45
Tlemcen est une ville calme		
Tlemcen est riche historiquement		
La ville de Tlemcen est connue à l'échelle nationale	Rayonnement national et dynamisme culturel	10.29
Tlemcen est une ville dynamique culturellement		

Les facteurs représentant l'image de la ville sont : l'aspect économique, la propreté et la sécurité, l'aspect affectif envers la ville, le confort et l'aspect historique, le rayonnement à l'échelle nationale et le dynamisme culturel. Donc une image de marque de la ville de Tlemcen devrait se baser sur un potentiel économique de la ville, sur un potentiel de cadre de vie (sécurité, propreté, calme, ...), sur le potentiel affectif des citoyens, sur le potentiel historique et culturel de la ville.

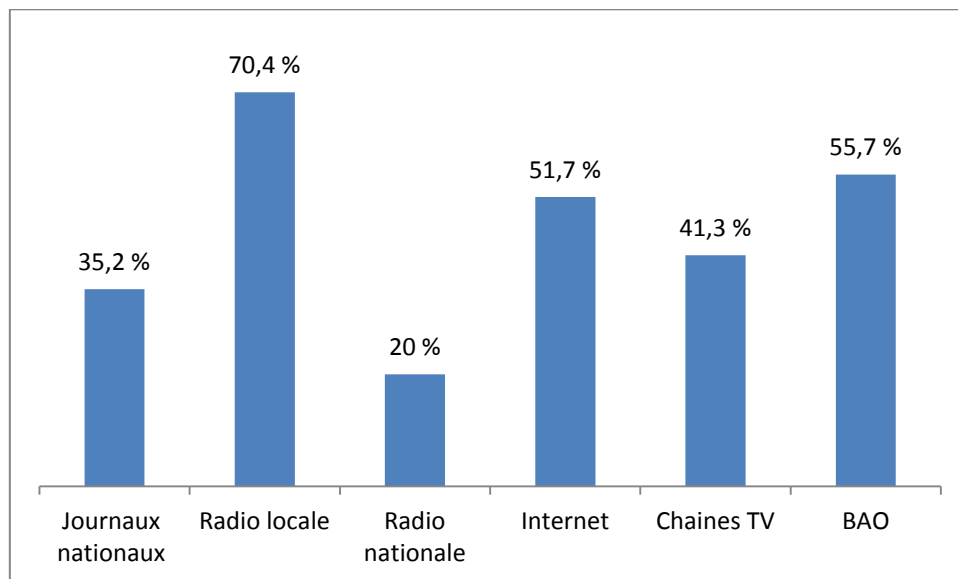
Aussi, les associations spontanées à la ville de Tlemcen demandées aux interviewés font ressortir les notions habituellement liées à la ville de Tlemcen (beauté, calme, civilisation, histoire, traditions et coutumes, éducation, propreté, ...) qui restent assez positives contre d'autres relativement négativement comme la taille petite de la ville, un certain manque de dynamisme surtout pour certains jeunes et l'attitude de certains de ses citoyens conservateurs et un peu trop renfermés par rapport à d'autres cultures.

Ces associations positives peuvent motiver les citoyens à s'impliquer plus dans leur ville et même la promouvoir auprès d'autres cibles. Nous vient à l'esprit, la chanson de Pharrell WILLIAMS qui a été reprise par de nombreux citoyens à travers le monde pour exhiber leur bonheur de vivre dans telle ou telle ville.

L'image de marque étant essentiellement soutenue par une bonne communication, nous recherchons dans ce qui suit les attentes des répondants en matière de communication de la ville.

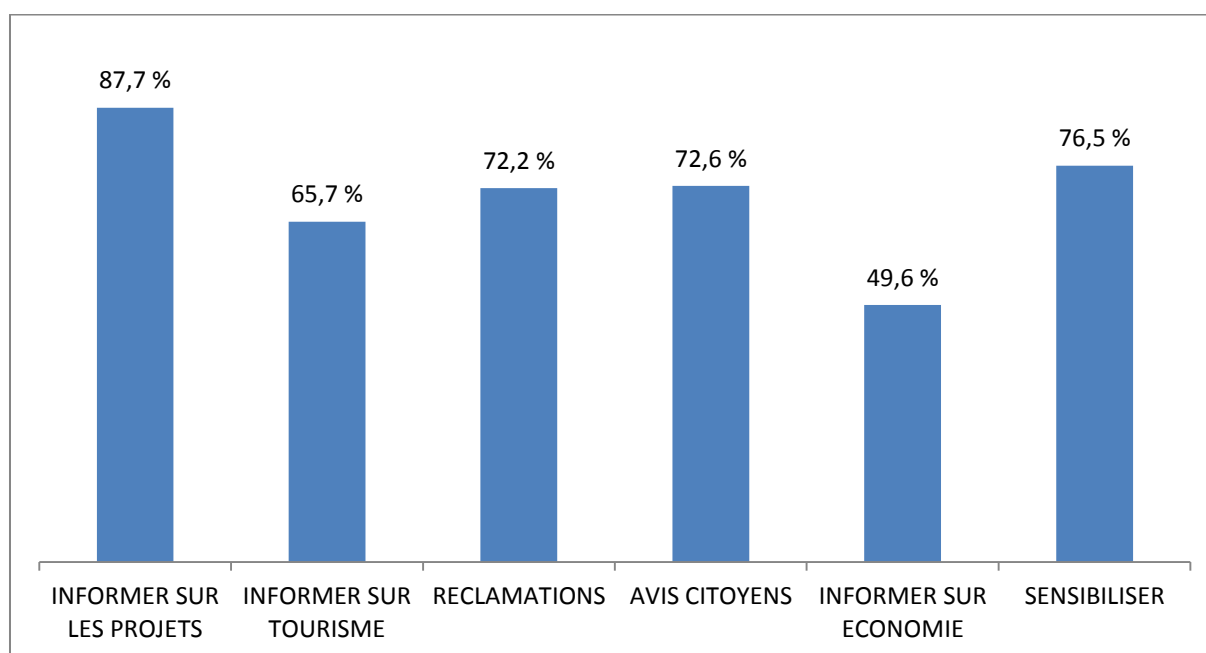
Les répondants estiment à 77,8 % qu'ils ne sont pas suffisamment informés sur le développement de leur ville. Ils préfèrent que cette communication se fasse en Arabe à 62,2%, en Français pour 55,5% et 39,6% en dialecte. Ils déclarent aussi avoir recours aux moyens de communication suivants afin de s'informer sur leur ville :

Figure 25 : Les sources d'informations sur la ville Tlemcen



A partir du constat que la majorité des répondants utilisent Internet (90 %), nous avons alors posé la question de la nécessité pour la ville de Tlemcen d'avoir un site web propre à elle et 97,8 % estimaient que c'était important afin de remplir les missions suivantes :

Figure 26 : Rôle d'un site web pour la ville de Tlemcen



Donc un site web de la ville serait le bienvenu pour tout type d'information ce qui dit bien la soif du citoyen tlemcenien en matière d'informations concernant sa ville.

Le problème de communication n'est pas vraiment spécifique à la ville de Tlemcen car il représente le handicap majeur de toutes les villes algériennes. GUERBOUB (2013), fait ressortir d'une étude sur la contribution du marketing territorial au développement local en Algérie, qu'il existe un manque de communication publique qui affecte l'image de marque des deux communes étudiées (Bejaia et El Kseur). Pour elle, le manque de communication constaté sur le terrain explique le manque d'implication des acteurs dans les projets de développement local et dans la promotion du territoire ce qui contribue à asseoir un climat défavorable pour l'émergence des projets de développement³⁵⁹.

Pour proposer la démarche marketing pour la ville de Tlemcen nous reprenons certaines de nos recommandations émises dans le cadre de notre thèse de magistère qui était entièrement dédiée au marketing et à l'image de marque de la ville.

³⁵⁹ GUERBOUB D. (2013), Contribution du marketing territorial au développement local : Quel rôle pour la communication territoriale ? Une application aux communes de Bejaia et d'El Kseur (Algérie), Dialogue Euro-Méditerranéen de management public- MED 6, « Culture pour le changement, changement par la culture », Marseille, 7-8-9 octobre

Concernant la communication de la ville :

Etat des lieux	Recommandations (la liste reste ouverte)
Manque de stratégie de communication	- Etablir une vraie stratégie adaptée aux publics ciblés ; - Veiller à entretenir les associations positives à la ville; - Renforcer l'image de la ville pour qu'elle soit indépendante de celle de l'Algérie ; - Etablir une base de données pour la gestion des requêtes et doléances pour pouvoir adapter les offres et les modes de communication; - Réaliser des sondages d'opinions périodiques pour relever les attentes et les domaines d'intérêts des différentes cibles et leurs évolutions.
Manque de support de communication (à part la radio locale, qui reste le seul porte-parole de la ville et à une échelle régionale)	- Créer un site web officiel de la ville offrant toutes les informations nécessaires la concernant; - Renforcer la communication interne et mobiliser les habitants de la ville pour devenir ses propres ambassadeurs ; - Améliorer l'affichage dans la rue ; - Créer un journal de la ville révélant les dernières news et les projets à venir, essentiellement en direction des habitants de la ville³⁶⁰; - Multiplier les portes ouvertes sur les différents organismes de la ville ; - Adopter un logo définitif et l'arborer dans toutes les communications relatives à la ville ; - Etre créatif dans sa communication, car souvent la communication n'est pas que question de gros budgets ; - Utiliser les TIC pour atteindre les différentes cibles (email, sms,... deviennent les modes de communication préférés des jeunes et des moins jeunes) ; - Etablir des partenariats entre les établissements scolaires et différents organismes et associations pour la sensibilisation, dès le jeune âge, aux préoccupations de la ville ; - Recourir à un personnel qualifié en marketing/ communication dans chaque organisme de la ville³⁶¹.

Concernant les autres facteurs marketing de la ville, il serait nécessaire d'améliorer les infrastructures et l'encadrement touristique, de promouvoir les produits locaux, d'améliorer l'information et l'accueil envers les entreprises et les investisseurs ce qui permettra un développement économique et une meilleure image de la ville envers ces cibles et qui permettra sans doute de satisfaire plusieurs des attentes de ses citoyens.

Aussi, plus d'ouverture et de communication vis-à-vis des représentants de la société civile favoriserait un meilleur *feed back* de la société et donc améliorerait la participation citoyenne. Dans le même cadre, les citoyens considèrent comme très importants les modes de participation suivants : La consultation publique³⁶² (57,2%), le droit d'initiative³⁶³ (46,1%),

³⁶⁰ La commune de Tlemcen a édité en février 2007 un magazine municipal trimestriel. L'expérience n'a pas été renouvelée depuis et les citoyens n'ont même pas entendu parler de cette première édition.

³⁶¹ Aucun des organismes sollicités lors de notre recherche n'a de chargé de communication

³⁶² 29,3% le considèrent plutôt important

les forums citoyens³⁶⁴ (41,9%), les jurys citoyens³⁶⁵ (34,2%), les activités de débats en ligne³⁶⁶ (38,6%) et les agendas 21³⁶⁷ (33,3%). A notre avis, et vue la réticence des répondants envers notre questionnaire, le meilleur moyen de participation reste les débats en ligne qui permettent l'anonymat des participants et donc plus de liberté d'expression.

³⁶³ 33,3% le considèrent plutôt important
³⁶⁴ 36,1% le considèrent plutôt important
³⁶⁵ 35,1% le considèrent plutôt important
³⁶⁶ 40,4% le considèrent plutôt important
³⁶⁷ 25,3% le considèrent plutôt important