



HAL
open science

La communication de l'Office national des Lacs et Cours d'eau du Sénégal (OLAC) : entre “ imputation ” et “ réputation ”

Marième Pollèle Ndiaye

► To cite this version:

Marième Pollèle Ndiaye. La communication de l'Office national des Lacs et Cours d'eau du Sénégal (OLAC) : entre “ imputation ” et “ réputation ”. *Revue Nigérienne des Sciences Sociales, revue internationale francophone*, 2022. hal-04604099

HAL Id: hal-04604099

<https://hal.science/hal-04604099>

Submitted on 6 Jun 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La communication de l'Office national des Lacs et Cours d'eau du Sénégal (OLAC) : entre « imputation » et « réputation »

Marième Pollèle Ndiaye

marieme-pollele.ndiaye@ugb.edu.sn

Université Gaston Berger de Saint-Louis (Sénégal)

Laboratoire Médias, Technologies, Information, Communication et Sociétés
(Lab-Métics)

Résumé

Cette contribution se penche sur la communication de l'office national des lacs et des cours d'eaux du Sénégal (OLAC), laquelle intervient dans la gestion des sources d'eaux douces du pays. D'un point de vue méthodologique, l'approche qualitative a été retenue, notamment avec l'analyse de contenu complétée par l'entretien semi-directif. En définitive, il ressort de nos analyses que si la communication de l'OLAC se caractérise par une mise en synergie des supports de communication ; elle a encore des défis à relever car mise en tension entre des enjeux « d'imputation » et de « réputation », selon le modèle théorique de Nicole d'Almeida (2007).

Mots clés : OLAC, Sénégal, communication écologique, eau.

The communication of the National Office of Lakes and Watercourses of Senegal (OLAC) between « imputation » and « reputation »

Abstract

This contribution focuses on the communication of the national Office of Lakes and Watercourses of Senegal (OLAC), which intervenes in the management of the country's freshwater sources. From a methodological point of view, the qualitative approach was chosen, in particular with content analysis completed by the semi-directive interview. Ultimately, our analyzes show that if OLAC communication is characterized by a synergy of communication media ; it still has challenges to meet because of the tension between issues of « imputation » and « reputation » issues, according to the theoretical model of Nicole d'Almeida (2007).

Keywords : OLAC, Senegal, ecological communication, water.

Introduction

Face aux menaces liées à la crise environnementale mondiale, lesquelles pèsent sur les ressources naturelles notamment la disponibilité des ressources hydriques, le Sénégal a adopté une politique écologique. Ainsi, l'Office national des Lacs et cours d'eaux du Sénégal (OLAC) a été créé par la loi n° 2017-17 du 05 avril 2017. Il résulte de l'élargissement du champ de compétences de l'Office du Lac de Guiers (OLAG)¹. Il est attaché au ministère de l'Eau et de l'Assainissement avec un siège à Saint-Louis et une antenne à Dakar. Ses missions sont les suivantes :

- l'aménagement, la planification et la gestion rationnelle des eaux de l'ensemble des lacs et cours d'eau intérieurs sur toute l'étendue du territoire national à l'exception des fleuves Sénégal et Gambie ;
- la programmation des investissements, la maîtrise d'ouvrage et la maîtrise d'œuvre y afférents ;
- l'entretien et la maintenance des équipements et ouvrages de gestion des lacs et cours d'eau ;
- le contrôle et la gestion de l'ensemble des périmètres de protection des lacs et cours d'eau ;
- la gestion et l'exploitation des végétaux aquatiques, et autres ressources disponibles sur ces lacs et cours d'eau intérieurs.

La question hydrique étant un sujet fondamentalement complexe (M. P. Ndiaye, 2021), les défis communicationnels qui se présentent à l'institution sont alors nombreux. En effet, au-delà de sa fonction vitale (usages alimentaires, domestiques, agricoles, industriels, etc.) ; l'eau possède des symboliques multiples. Par exemple, dans les différentes religions révélées que sont le judaïsme, le christianisme et l'Islam, l'eau peut avoir une valeur de protection divine ou au contraire de châtement. Pour la protection divine, nous pensons au baptême chrétien ; au mikvé qui est un bain rituel juif pratiqué avant les fêtes importantes ; aux ablutions de purification avant chaque prière chez les musulmans. L'eau est aussi symbole de fécondité, les pluies permettent de faire germer les plantes. Par ailleurs, l'eau peut avoir valeur de châtement comme relaté dans les trois livres saints (Torah, Bible, Coran) avec le déluge de Noé². Sans oublier la valeur très mystique de l'eau, notamment avec les cultes voués aux génies de l'eau comme Mami Wata³, Penda Sarr de Ngawlé⁴; ou encore avec les bains rituels concoctés par des

¹ L'OLAG était chargé de la gestion du Lac de Guiers, principale source d'eau douce du Sénégal.

² « La cause du déluge est générique : la terre est corrompue et la violence règne partout. Dieu demande alors à Noé de construire une arche et d'y faire entrer un couple de chaque espèce animale vivant sur la terre » (S. Anthonioz, 2015).

³ « Esprit de l'eau, parfois décrit comme une sirène, mi femme mi poisson, ou d'une belle femme tenant un serpent, qu'on trouve dans les régions côtières de l'ouest de l'Afrique et en Afrique centrale. (...) Même si les cultes sont différents, Mami wata est la seule divinité africaine vénérée dans une zone géographique étendue qui rassemble des cultures et des peuples aussi divers que les Igbo du Nigeria, les Ewé du Bénin, les Bamiléké du Cameroun et les Kongo » (site mythologica.fr, consulté le 13/10/2022). Selon les traditions, l'esprit enlève ses adeptes ou des gens au hasard alors qu'ils nagent ou qu'ils sont en bateau. Elle les emmène dans son royaume paradisiaque sous l'eau ou dans le monde des esprits. Si elle leur permet de partir, les voyageurs reviennent souvent dans des vêtements secs et avec une nouvelle intelligence spirituelle qui se reflète dans leur regard, souvent ils s'enrichissent, deviennent plus séduisants et plus faciles à vivre, (Wikipedia, consulté le 13/10/2022).

⁴ Au Sénégal, la légende de Penda Sarr est célèbre. Elle raconte que cette dernière avait l'habitude d'aller se baigner au fleuve chaque après-midi. Elle y allait souvent avec ses copines. Un jour, elle disparut

marabouts qui garantiraient une protection contre le mauvais œil ou la bonne fortune. Ces représentations de l'eau mettent en valeur la diversité des symboles et croyances qui lui sont associés. Ceux-ci ont un impact sur les principes de gestion de cette ressource fondamentalement socioculturelle.

En revendiquant un ancrage dans les sciences de l'information et de la communication, cette étude s'intéresse donc aux ressorts de la communication externe de l'OLAC autour des enjeux liés à l'eau. Plus précisément, l'objectif est de faire un état des lieux des outils déployés par l'OLAC pour atteindre ses objectifs en matière de communication écologique.

L'article est scindé en deux parties. Dans la première, nous reviendrons sur le cadre théorique de la recherche et les méthodes d'investigation du terrain ; et dans la deuxième partie, nous présenterons les résultats obtenus avant de les discuter à la lumière de ce qui précède.

1. Méthodologie

Étudier ce que telle science dit de tel phénomène ou telle question doit se faire en analysant le langage propre de cette science, en ayant une vision critique de cette science. Tous les concepts ont des définitions variables selon les auteurs, les cultures, les époques. [...] Bien souvent, on a tendance à rattacher un thème à une certaine discipline [...] Or il est rare qu'un thème soit du ressort d'une seule discipline (B. Rapatout, 2009, p.56-57).

Les sciences de l'information et de la communication (SIC), par leur interdisciplinarité, constituent une discipline tout à fait pertinente pour saisir la complexité de la question hydrique. « Elles s'inspirent des composantes d'analyse issues de disciplines existantes, puis elles les ajustent avec d'autres composantes, en veillant à articuler les divers aspects du phénomène » (M. P. Ndiaye, 2021, p.127).

Dans les paragraphes qui suivent, nous allons présenter les repères théoriques de la recherche ; avant d'évoquer le protocole de collectes des données.

1.1 Le cadre théorique

La communication de l'OLAC, au regard de ses missions et de ses enjeux, est fondamentalement une communication écologique ou environnementale. Celle-ci est associée au terme « Développement durable » (DD) qui fait l'objet d'une littérature assez prolix. Le DD peut être compris comme une nouvelle manière d'appréhender nos rapports avec l'environnement qui nous contient et nos rapports sociaux face à la finitude des ressources naturelles. Il encourage l'adoption de nouveaux comportements pour changer les modes de vie. Par ailleurs, penser le changement comportemental a toujours préoccupé les sciences humaines et sociales (SHS). En effet, plusieurs approches sont convoquées pour comprendre les processus qui la sous-tendent, notamment en psychologie sociale (R.-V. Joule et J.-L. Beauvois, 2002). Dans la même lancée, les SIC se déploient aussi comme moyen heuristique pour comprendre et apporter des réponses

miraculeusement dans l'eau à l'insu de ses amies. Lorsqu'elles prirent conscience de sa disparition, il faisait tard. Elles ramassèrent ses habits et partirent raconter la nouvelle à son père. Nullement inquiet, celui-ci était déjà au courant de la disparition. Moussa Bakary SARR savait que sa fille était saine et sauve et qu'elle était retenue aux fonds des eaux par les sirènes. Au moment où les villageois aillaient perdre tout espoir de la retrouver, Penda SARR réapparut miraculeusement comme était partie. C'est de cette aventure que ses copines la surnommèrent Penda la fille des eaux. Une croyance au Sénégal veut lorsqu'on avale une arête de poisson de travers, de dire son nom à haute voix pour avoir du mieux.

pour une meilleure efficacité des campagnes de communication liées au changement de comportement (I. Dieng, 2021). Ainsi, une question relative au sens des campagnes de communication de l'OLAC autour des enjeux hydriques guide ce travail : quels sont les discours diffusés par l'OLAC à travers ses supports de communication pour amener ses publics-cibles à comprendre les enjeux liés à l'eau ; et à adhérer durablement aux bonnes pratiques sociales autour de l'eau ? Pour traiter cette problématique, nous plaçons notre réflexion au cœur du paradigme de la « communication engageante et instituante » (F. Bernard, 2007).

L'objet de la « communication engageante et instituante » est « de penser la relation entre communication et action, en convoquant des ressources théoriques issues du champ de la psychologie sociale » (F. Bernard, 2007, p.27) et des sciences de l'information et de la communication (SIC). Plus spécifiquement, l'idée est de résoudre le problème du passage à l'acte en matière de « communication d'actions et d'utilités sociales » (*Ibidem*). Les études de ce paradigme portent essentiellement sur l'environnement, la culture et la santé. Plus spécifiquement, les chercheurs soulèvent les limites des campagnes préventives (la lutte contre le tabac, par exemple) qui se focalisent plus sur des changements attitudeux que comportementaux. En conséquence, ils proposent un modèle de changement comportemental qui se base sur des « actes préparatoires » ou « messages engageants » afin de stimuler l'efficacité des campagnes de prévention. Ces actes préparatoires renforcent d'une part, la réalisation de l'action attendue et de l'autre, rendent les sujets plus réceptifs aux messages véhiculés (R.-V. Joule, F. Bernard et S. Halimi-Falkowicz, 2008 cités par N. Romma, 2010) ce qui favorise leur engagement. Celui-ci renvoie « dans une situation donnée, aux conditions dans lesquelles la réalisation d'un acte ne peut être imputable qu'à celui qui l'a réalisé » (R.-V. Joule et J.-L. Beauvois, 1998, p.60). En résumé, la communication engageante vise un changement comportemental chez les individus ou les collectifs sur la base de stratégies d'influence ne reposant ni sur la persuasion, ni sur l'autorité.

Si l'on accepte que la préservation de la ressource en eau est un problème public. Les « problèmes publics apparaissent comme tels parce qu'ils sont supposés transformables ou éradicables par une action spécifique des pouvoirs publics » (J. Gusfield, 2003 cité par D. Pasquier et D. Céfaï, 2003, p.69). En même temps, « la résolution des problèmes publics n'est pas le monopole de l'Etat et de ses représentants » (*ibid.*). À partir de là, elle nécessite une communication d'actions et d'utilité sociale et l'invite de la « communication engageante et instituante » semble crédible.

Nous avançons alors l'hypothèse selon laquelle l'OLAC mettrait en place une communication engageante et instituante pour sensibiliser et stimuler le changement de comportements chez ses publics-cibles. L'institution tiendrait compte des représentations sociales sur l'eau dans la confection des messages de communication. Cette étape constituerait un « acte préparatoire » visant à sonder l'état de connaissance et psychologique des populations sur cette question d'utilité sociétale et voir comment inculquer des valeurs de contrat-social aux citoyens en dépit de leur croyance ou représentation sociale. En référence à F. Bernard (2007), ces « actions sociétales peuvent être qualifiées d'actions instituantes qui inscrivent de nouvelles responsabilités, à la fois dans l'espace public mais aussi dans la définition même de la citoyenneté ». En effet, communication engageante et instituante s'élabore avec une considération des dynamiques instituantes qui structurent la société (C. Castoriadis, 1999). En d'autres termes, elle réinterroge dans un ensemble les questions de sens émergeant aussi de

l'action prise dans les relations sociales (F. Bernard, 2010, p.172 ; M. P. Ndiaye, 2014, p.95).

Appliqué à notre sujet, la « communication engageante et institutive » permettrait à OLAC d'élaborer une stratégie de communication efficace, laquelle prendrait en compte les sensibilités socio-culturelles (habitus, imaginaires, savoirs, croyances, etc.) des publics-cibles.

1-2 Les outils de collecte de données

Rappelons que l'objectif de notre étude est de faire un état des lieux de la communication externe de l'OLAC. Le but est de saisir les singularités communicationnelles de cette institution et de mettre à l'épreuve du terrain notre hypothèse de travail. L'approche qualitative est privilégiée avec principalement l'analyse de contenu complétée par un entretien semi-directif avec le responsable de la communication et des relations publiques de l'institution. Comme le rappellent justement S. Giroux et G. Tremblay (2009, p. 207),

La démarche du chercheur en sciences humaines qui a recours à l'analyse de contenu s'apparente à celle du chimiste. Le chimiste décrit la matière en décelant les composantes formés de molécules, et à un niveau microscopique, les éléments chimiques constituants. Le chercheur en sciences humaines qui fait de l'analyse de contenu cerne aussi des unités qu'il analyse.

En outre, ces auteurs précisent que l'analyse de contenu nécessite que le corpus soit divisé en unités et catégories d'analyse. Une unité d'analyse est « une unité de signification d'un document, d'une banque de données ou d'une production dont on doit établir les caractéristiques ». Quant à la catégorie d'analyse, elle renvoie aux différents indicateurs appliqués aux unités d'analyse du corpus. Notre corpus est composé ici des supports de communication de l'OLAC qui nous étaient accessibles : plaquettes, communiqués, pages sur les réseaux sociaux (*facebook, twitter, youtube*), notes techniques, documents de capitalisation et site internet. Aux fins de cette recherche, 5 unités d'analyse ont été dégagées à partir d'une lecture flottante du corpus. La grille d'analyse est construite à partir du discours de l'OLAC autour des enjeux liés à l'eau. Dans le cadre de notre étude, le discours se base sur le technique, l'économique, le politique, l'environnemental et le social.

Le lexique « technique » met en avant les capacités de l'OLAC à maîtriser l'innovation, gérer les travaux, l'implantation d'ouvrages et apporter la compétence propre aux métiers de l'eau. Les catégories correspondantes sont : infrastructures, gestion des risques, expertise. L'institution met en exergue son métier à travers lequel, elle revendique sa spécificité, sa responsabilité et sa valeur ajoutée.

Le lexique « économie » désigne les investissements envisagés pour trouver des solutions aux problèmes hydriques. L'idée ici est de séduire des bailleurs en rappelant l'aspect financier des enjeux. Les catégories correspondantes sont : résultats, programme, performance, rendement, bénéfice, croissance, efficacité.

Le lexique « politique » renvoie à la stratégie de l'institution, son mode de gestion et de prise de décision. Les catégories correspondantes sont : droit, autorités locales, réseau, parties prenantes, gestion communautaire et gestion participative.

Le lexique « environnement » désigne l'ensemble des ressources naturelles qui sont à préserver. Il fait référence ici à la protection des lacs et cours d'eau. Les catégories correspondantes sont : protection, pérennisation, eau, pollution, conséquence et écosystème.

Le lexique « social » consiste pour l'OLAC à former les publics-cibles sur les problématiques liées à ses activités. Les catégories correspondantes sont : sensibilisation, éducation, communication, comportement, changement et bien-être.

Après avoir présenté le cadre et la méthodologie de la recherche, les lignes qui vont suivre seront consacrés à l'analyse et à l'interprétation des résultats.

2. Résultats et Discussion

L'Office national des Lacs et cours d'eau douce du Sénégal (OLAC) a toujours accordé une place importante à la communication. Dès sa création en 2011, il dispose d'un service communication intitulé : « Communication-plaidoyer et partenariat ». L'ancien Directeur Général de l'institution, Birane Ndiaye Dièye reconnaissait à l'époque, à propos du Lac de Guiers, que « c'est la communication qui demeure le nerf de la guerre contre l'ensablement du Lac, et cette pollution diffuse induite par les activités agricoles menées régulièrement par des cultivateurs. Ils utilisent toutes sortes de pesticides qu'on n'arrive pas à identifier facilement »⁵. Quelques années plus tard, le service a laissé la place à une cellule « Communication et relations publiques » avec 7 personnes. Au regard de l'organigramme, il est directement rattaché à la direction générale ce qui présage de sa place stratégique pour l'organisation.

2.1 Une synergie des supports de communication

D'après, le responsable de la cellule communication, les objectifs de la communication externe de l'OLAC sont les suivants : « impulser une image crédible et attrayante de l'institution auprès de l'opinion publique » ; « faciliter la visibilité de l'OLAC et de ses réalisations sur l'espace public » ; « impulser la concertation des acteurs et usagers des ressources en eau provenant des lacs et cours d'eau » ; « contribuer à l'éveil des consciences et aux changements de comportements favorables à une gestion durable des ressources en eau » ; et « cultiver un réseautage auprès des partenaires institutionnels, techniques et financiers ». La communication écologique de l'OLAC est focalisée sur la dimension institutionnelle et sur une communication promouvant le changement de comportements. Les supports de communication identifiés reflètent cette ambition. On peut citer d'abord : les plaquettes d'informations qui portent sur les projets en cours tels que le « Projet de mobilisation des ressources en eau du bassin versant de Nanija bolong » ou encore le « Projet de valorisation énergétique du typha dans le delta du fleuve Sénégal (PROVET) »⁶. Les plaquettes expliquent le pourquoi des actions, les résultats attendus, les types de financement et présentent les partenaires des projets.

Les livrets (une dizaine de pages) sont adressés à « un public de spécialistes ou à un public ayant un niveau d'études universitaires », de l'aveu du responsable de communication.

⁵ Dans un entretien accordée au site d'informations « Ndar infos » le 20 septembre 2011.

⁶ Le typha est une plante envahissante qui colonise les lacs et cours d'eau au Sénégal. Malgré plusieurs programmes, son éradication reste difficile. Des solutions de contournements sont trouvées comme transformer la plante en combustible comme le charbon pour les usages domestiques.

C'est une documentation scientifique avec des données techniques. Il n'est pas question ici de médiation scientifique comme cela peut être le cas avec les autres outils.

Les documents de capitalisation (une trentaine de pages) servent à valoriser les réalisations de l'institution, les impacts des activités et à donner la parole aux bénéficiaires.

Les films institutionnels existent aussi à vocation de plaider ou de capitalisation. Le plaidoyer consiste à argumenter pour convaincre les bailleurs, l'État et les partenaires financiers. Les films durent entre 3, 6 et 13 minutes.

Les relations publiques sont prisées avec la tenue de stands lors de divers événements au niveau national et international tels que : le Festival de Jazz de Saint-Louis, la Foire internationale agricole à Diama (Saint-Louis), la foire internationale de Dakar (FIDAK), la semaine africaine de l'eau, le Forum mondial de l'eau ou encore la COP13⁷ à Dubaï.

La communication de proximité est intégrée dans la stratégie de l'office avec les portes à portes et les assemblées villageoises. À titre exceptionnel, un porte à porte a été organisé dans un quartier à Richard Toll pour sensibiliser la population à la pollution du lac avec l'installation des fosses septiques anarchiques. En effet, par manque d'assainissement, la population locale n'avait pas d'autres choix que d'adopter ce comportement dommageable à l'écosystème du lac. Dans le cadre de ce projet, un assainissement a été mis en place pour accompagner les populations dans un processus de changement de comportements. Les assemblées villageoises consistent, quant à elles, à regrouper tous les acteurs d'un projet au milieu du village sous l'arbre à palabre pour échanger. Il s'agit d'une réunion publique en langue nationale, l'occasion de répondre aux différentes interrogations que peut susciter un projet.

De plus, l'OLAC mise sur des outils de promotion comme la distribution de clés, d'agendas, t-shirts ou de baskets. Cependant, ils sont de moins en moins confectionnés à cause des restrictions sur le budget de communication depuis les deux dernières années.

Par ailleurs, l'OLAC a investi le web avec un site internet, des pages sur *facebook*, *twitter* et *Youtube*. Un chargé de communication digitale a été recruté pour gérer cette dimension de la communication. Ces pages sont l'occasion d'assurer la présence digitale de l'institution. Le site internet est bien structuré en cinq rubriques : (1) « Qui sommes-nous ? » où l'on trouve une présentation de l'OLAC, ses missions, ses partenaires (comme l'OMVS⁸ et la BAD)⁹ et l'organigramme. (2) « Lacs et cours d'eau » où l'on présente avec des cartes à l'appui les différents lacs et cours d'eau que l'office doit gérer. (3) « Nos projets », cette rubrique présente les réalisations, les projets en cours et les projets à venir. (4) « Documents et publications » regroupe les appels d'offre, les documents de capitalisation, les documents officiels qui renvoient aux décrets et loi afférents à la création de l'institution. (5) La rubrique « Actualités » relaie les activités comme la mise en place de la « police de l'eau » avec la prestation des serments des agents de l'OLAC ou encore la couverture de la visite de la Banque mondiale en vue d'un

⁷ Les COP ou conférences of the parties en anglais et conférences des parties prenantes sont des rencontres de la communauté internationale pour échanger et prendre des décisions pour lutter contre le changement climatique. La dernière COP 26 s'est tenu en Côte d'Ivoire et mettait à l'honneur la lutte contre la désertification.

⁸ Organisation pour la mise en valeur du fleuve Sénégal.

⁹ Banque africaine de développement.

financement de projets. On trouve aussi des communiqués du ministère de tutelle sur la plateforme. Toujours dans cette rubrique, on trouve un onglet « Documents techniques » qui rassemble des bulletins hydrologiques hebdomadaires très techniques renseignant sur la situation hydrologique des lacs et cours d'eau. Les « notes techniques », également disponibles en téléchargement, s'inscrit dans la même lancée avec par exemple, une note technique portant sur la « réalisation d'ouvrages de mobilisation des eaux de ruissellement ». Ce document est jargonneux avec ses termes et figures techniques.

S'agissant des réseaux sociaux, la page *twitter* existe depuis juin 2021. Elle compte 17 abonnements et 40 abonnés. La dernière mise à jour date du 14 septembre 2022 et c'était un post où l'OLAC souhaitait un bon Magal à la communauté mouride du Sénégal. On observe que la page relaie plus souvent des fêtes nationales que les manifestations importantes du secteur hydrique. On y lit des publications pour souhaiter « une bonne fête de l'indépendance », « un bon ramadan », « un bon achoura », une « bonne chance » à l'équipe nationale lors de la dernière coupe d'Afrique des Nations en 2021. Durant la Covid, les tweets du ministère de la santé sont relayés ainsi qu'un appel lancé pour le respect des gestes barrières. Le lancement de projets phares est relayé sur la plateforme comme le « Projet de mobilisation des ressources en eau du bassin versant de Nanija bolong ». La dernière publication date du 14 septembre 2022.

La page *facebook* existe depuis 2014 et possède environ 4000 *followers*. Il y a beaucoup de photos des activités d'OLAC, notamment les déplacements du Directeur Général. Certaines publications sont redondantes avec la page *twitter* avec des publications pour souhaiter un « bon Magal » ou encore plus curieusement une « bonne fête des pères ». On tombe aussi sur un post pour souhaiter un « bon anniversaire » au Directeur Général en fonction. La page est mise à jour plus régulièrement puisque la dernière publication date du 08 octobre 2022.

Les destinataires de ces communications sont scindées en deux parties. Les cibles directes sont « ceux qui utilisent l'eau » ou interviennent dans la gestion de l'eau. On y trouve les services de l'État (ministères, directions et démembrements); les collectivités territoriales; les élus dépositaires d'enjeux (parlementaires, conseillers économiques et environnementaux); les partenaires techniques (institutions, universités, cabinets, entreprises, industriels); les partenaires financiers (Nations Unies, Agences de coopérations, les représentations diplomatiques) ; les organisations de la société civile et communautaires de base.

Les cibles indirectes sont les cibles relais. Il s'agit des élus, des partenaires techniques ; les professionnels des médias et de la communication ; les entreprises multinationales ; et les *leaders* d'opinion.

En croisant cette description des outils de communication à notre grille d'analyse, il est aisé de constater que le lexique « technique » est le plus prégnant avec un fort usage du jargon associé aux métiers de l'eau, lequel traduit la posture d'expert de l'OLAC. On retrouve dans les différents documents des expressions telles que « compost et bio-charbon », « dragage », « doit », « ouvrage de régulation », « ouvrages de franchissement », « endiguement ». Sur le site internet, au-delà de la présence des textes juridiques relatifs aux missions de l'institution qui la légitimise, les documents techniques (rapports et bulletins) participent à renforcer cette dimension d'expertise. On peut y lire : « Rappel des recommandations de la 130^{ième} CPE sur la gestion de l'ouvrage de

Diama », « Maintenir le niveau de la retenue de Diama à la cote + 2,10 m IGN », « D'après le GIEC (2001), l'adaptation est l'ajustement des systèmes naturels ou humains pour répondre à des changements climatiques actuels ou attendus (ou à leurs effets), pour en modérer les conséquences négatives et tirer profit des opportunités. ». Sans oublier les figures et les tableaux qui restent abscons pour un profane. OLAC est dans la gestion des risques et le prouvent avec ses publications. Elle met aussi en avant les infrastructures dont elles disposent pour mener à bien ses missions.

Le lexique « économie » transparait avec des expressions telles que « création de richesses et d'emplois », « aménagement et mise en valeur », « fonctions hydrauliques des ouvrages des prises d'eau restaurées », « récupérer les terres salées ». Dans les documents, on peut aussi lire « résultats de l'analyse socio-économiques et les réalisations » et on met en avant « l'importance des ouvrages hydrauliques ». Autrement dit, les bénéfices des différents projets sont exposés et les preuves apportées à travers les documents de capitalisation. L'OLAC se présente comme étant performant dans ses activités avec une évaluation de tous ses projets. Du reste, elle rappelle aussi à travers la visite relayée de bailleurs qu'elle a besoin de finances pour mener à bien ses projets.

Le lexique « politique » passe d'abord par le slogan de l'OLAC : « Les lacs et cours d'eau, un atout pour l'émergence des territoires ». C'est un clin d'œil au Plan Sénégal émergent du gouvernement Macky Sall. Notre interlocuteur avoue que « c'est un mot à la mode qui passe facilement en politique publique ». Nous apprenons également que s'il n'existe pas clairement un réseau des acteurs locaux de l'hydraulique, l'OLAC dispose d'un mailing composé par les acteurs techniques, les usagers, le comité régional de développement (CRD) ou comité départemental de développement (CDD)¹⁰, et les élus par lesquels il passe pour relayer sa communication. Il fait aussi appel au réseau du ministère de l'eau et de l'assainissement. Le réseau est jugé efficace car « à chaque fois qu'un nouveau support est partagé, nos interlocuteurs accusent réception et positivement ». D'ailleurs, pour organiser des réunions d'échanges avec ce réseau, il passe par le gouverneur qui convoque la réunion du CRD ou le préfet pour la réunion du CDD. La convocation du gouverneur est très persuasive. En effet, dès que l'office doit agir dans une zone, la première chose qui est faite est de prévenir l'autorité. Par exemple, si c'est dans une région, le gouverneur est contacté ; si c'est dans un département c'est le préfet qui est contacté ; si c'est un arrondissement, c'est le sous-préfet ; si c'est une commune, c'est le maire et ainsi de suite. À chaque échelle administrative, l'autorité correspondante est sollicitée en tant que relais de communication.

Le lexique « environnement » est naturellement présent puisqu'un des rôles principaux de l'institution est de sauvegarder les écosystèmes des lacs et cours d'eau du Sénégal. On peut lire les expressions suivantes relatives à la protection de l'environnement « contribuer à la mobilisation de manière durable des ressources en eau », « restauration des fonctions économiques et écologiques des lacs de Bakel », « restauration des 3 lacs de Mani, Bassoum et Lothiandé », « les réserves d'eau sont curées et désencombrées ». On parle aussi des réserves naturelles à préserver, des sites classés à pérenniser.

¹⁰ Il regroupe les chefs de services, les acteurs de la société civile, président de l'association des éleveurs, président de l'association des agriculteurs, les acteurs de l'environnement, du tourisme, en somme toutes les personnes susceptibles de s'intéresser à l'eau.

Le lexique « social » consiste pour OLAC à « sensibiliser », « former », « informer », « communiquer » et appuyer les « initiatives économiques ». OLAC souhaite « accroître efficacement la résilience des communautés », « contribuer à la création des conditions de développement des activités agro-pastorales ». Dans sa communication, l'office donne la parole aux bénéficiaires des projets. Sur une vidéo disponible sur la chaîne *you tube*¹¹, on peut voir une jeune femme émue aux larmes racontant comment les infrastructures d'OLAC ont changé sa vie. OLAC a alimenté en eau potable son village riverain du lac de Guiers. Des témoignages existent aussi sur comment certains habitants ont retrouvé santé et bien-être grâce à l'intervention de l'office. Ainsi, des bénéficiaires du PREFALAG témoignent : « Nous avons retrouvé la santé depuis que le typha est enlevé. Les cas de Bilharzioses se font rares et nos enfants n'ont plus de problèmes cutanés », D'autres mettent en avant l'amélioration du cadre de vie et de leur situation économique : « La laiterie va mettre fin à nos soucis de conservation des milliers de litres de lait provenant des vaches. Elle nous permet de commercialiser le lait et d'en tirer des bénéfices » ou encore « Avec le PREFELAG, notre rêve est devenu une réalité. Les infrastructures réalisées vont permettre aux femmes et aux jeunes de gagner leur vie. Il s'agit notamment du campement écotouristique et de l'unité laitière. Aussi, toutes les couches de la population sont impliquées depuis le début du projet. On est très satisfait ».

2.2 L'OLAC entre « imputation » et « réputation »

Au vu de ces résultats, il apparaît que la communication de l'OLAC est tiraillée entre « imputation » et « réputation » pour emprunter les concepts du modèle théorique développé par Nicole d'Almeida en 2007, dans l'ouvrage intitulé « La société du jugement ».

« L'imputation » est « un terme important en droit et en comptabilité » car étant au soubassement du principe de responsabilité (d'Almeida, 2007). Ici, cela renvoie à la légitimité instituée marquant la création de l'OLAC par la loi n° 2017-17 du 05 avril 2017. Celle-ci incite à mettre en place des activités afin de préserver les ressources en eau du territoire sénégalais. L'office, par le biais de ses pratiques de communication, mise alors sur la synergie des outils pour atteindre ses objectifs. Elle est donc cohérente avec ses missions. Les différentes rhétoriques « techniques », « économiques » « environnementales », « politiques » et « sociales » participent à ce dessein. Elle met en scène la visibilité de son action. « L'imputation » met aussi en avant la volonté de l'office de protéger le bien commun hydrique. Elles mettent en avant sa compétence à incarner l'intérêt général, l'eau étant un bien commun, une ressource universelle à protéger.

Des enjeux de « réputation » se jouent alors. La réputation a pour point de départ le public. C'est « le fait d'être connu pour », elle renvoie à l'ensemble des opinions (pas toujours objectives) construites par le public sur l'organisation. La réputation mesure la confiance que notre entourage nous accorde et cela est aussi valable pour l'organisation.

La réputation n'est pas un bien solidifié dont serait propriétaire une personne physique ou morale. Elle réside dans la relation entre les parties dans la qualité et les contours mouvants de cette relation. Elle est donc fondamentalement relationnelle, détenue et coconstruite par les acteurs dans le temps » (d'Almeida, 2007, p. 143).

¹¹ Voir le lien suivant :

https://www.youtube.com/watch?v=51ZGL282UGo&ab_channel=OfficedesLacsetCoursd%27eau, consulté le 01 octobre 2022.

Pour gérer sa réputation, la communication institutionnelle apparaît comme un levier. Elle renvoie à l'ensemble des pratiques mises en œuvre par les organisations afin d'afficher leur engagement pour les valeurs prônées par la société (proposer des services d'intérêt général, sensibiliser à une cause, etc.). L'OLAC est une organisation si l'on se réfère à la définition communément admise par la sociologie des organisations. C'est un « système social structuré pour atteindre des objectifs ». En tant qu'organisation, sa réputation revêt un caractère impérieux pour renforcer sa légitimité et gagner la confiance de ses publics. Une bonne réputation permet de rassurer les investisseurs et de s'affirmer comme acteur social incontournable dans le domaine de l'eau. Les documents de capitalisation sont d'une grande importance dans ce cadre, puisqu'en donnant la parole à ceux-là même qui sont les premiers concernés par un projet, elle prouve sa crédibilité.

Par ailleurs, l'étude a réfuté notre hypothèse principale, laquelle disait que les aspects socio-culturels étaient pris en compte comme « acte préparatoire » dans la communication écologique de l'office. Il n'y a pas de communication engageante et instituante au sens de F. Bernard. Il convient de souligner, tout de même, que les émetteurs de la communication d'OLAC sont conscients du rôle des aspects socio-culturels et tentent de l'intégrer autant que faire se peut dans leurs pratiques. Ainsi, lors des interventions dans les communautés villageoises, il y a une prise en compte de la langue et des réalités locales, nous confie le responsable de communication d'OLAC. Dans certaines zones autour du fleuve Sénégal, il existe des habitudes sociales ancrées dans le milieu. Les populations utilisent cette eau pour faire du linge, se laver, boire et même pour laver leurs bêtes. Il semble que pour ces populations, l'eau du fleuve est source de bénédiction. De ce fait, OLAC multiplie les dialogues pour mieux les sensibiliser aux risques de pollution de l'eau. Elle accompagne ce discours par le déploiement de dispositifs visant à motiver les changements de comportements comme ce fût le cas du quartier de Richard-Toll.

Conclusion

L'objectif de départ de cette étude était de décrypter la communication écologique de l'OLAC autour des enjeux liés à l'eau. Nous avons analysé les différents supports et mis en avant leur articulation. Leur pluralité traduit une dynamique de la communication de l'office. D'un point de vue discursif, nous notons que plusieurs registres sont explorés du « technique » en passant par « l'environnemental » au « social ». L'office se positionne comme un expert du métier de l'eau avec une légitimité renforcée par les témoignages des populations bénéficiaires, notamment dans les documents de capitalisation. Finalement, il apparaît que la communication d'OLAC est principalement de nature institutionnelle puisqu'elle est focalisée sur l'organisation elle-même. Une communication qui se révèle également complexe. En effet, elle s'apparente par moment à de la médiation scientifique maladroite car dans les plaquettes accessibles au grand public, certains jargons demeurent et ne facilitent pas la compréhension des documents. Cela malgré une volonté manifeste de faciliter l'appropriation des messages, la communication de l'office des lacs et des cours d'eau du Sénégal a de nombreux défis à relever pour améliorer la lisibilité de certains projets. Comme le disait à juste titre, le responsable de la communication d'OLAC « s'il n'y a pas de communication claire autour des enjeux de l'eau avec les populations, les crises sociales peuvent émerger et de celles-ci découlent les crises politiques ».

Références bibliographiques

- Article dans une revue

ANTHONIOZ Stéphanie, 2015, « Le Noé biblique dans ses diverses perspectives littéraires », *In Revue de l'histoire des religions no4* , pp-499-518. Disponible en version électronique à l'adresse suivante : <http://journals.openedition.org/rhr/8462>. 13 octobre 2022.

BERNARD Françoise, 2007, « Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale », *In Communication & organisation, no 31*. Disponible en version électronique à l'adresse suivante : <http://communicationorganisation.revues.org/94>. 02 juillet 2012.

BERNARD Françoise, 2010, « Pratiques et problématiques de recherche et communication environnementale : explorer de nouvelles perspectives », *In Communication & organisation, 37*, pp.79-92. Disponible en version électronique à l'adresse suivante : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1275>. 02 juillet 2012.

NDIAYE Marième Pollèle, 2021, « Questionner l'objet « Eau » en sciences de l'information et de la communication : un défi épistémologique ? », *In Revue africaine de communication, Centre d'études des sciences et techniques de l'information (CESTI), Université Cheikh Anta Diop*, pp.121-133.

- Ouvrage

BEAUVOIS, Jean- Léon & JOULE, Robert-Vincent, 1998, *La soumission librement consentie : comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?*, Paris, PUF, 224 pages.

CASTORIADIS Cornelius, 1999, *L'institution imaginaire de la société*, Paris, Points, 498 pages.

d'ALMEIDA Nicole, 2007, *La société du jugement. Essai sur les nouveaux pouvoirs de l'opinion*, Paris, Armand Colin, 252 pages.

GIROUX Sylvain & TREMBLAY Ginette, 2011, *Méthodologie des sciences humaines. La recherche en action 3^e édition*, ERPI,

PASQUIER Daniel & CEFAÏ Dominique, 2003, *Les sens du public. Publics politiques, publiques médiatiques*, Paris, PUF, 520 pages.

RAPATOUT Bruno, 2009, *La culture générale au concours de rédacteur territorial*, , Paris, éditions du CNFPT, 356 pages.

- Thèse et mémoire

DIENG Ismaila, 2021, *La communication des organisations autour des enjeux liés à l'eau en milieu rural au Sénégal : le cas des acteurs locaux dans le département de Tambacounda*, Mémoire de master Communication, Université Gaston Berger de Saint-Louis, 259 pages.

NDIAYE Marième Pollèle, 2014, *La communication intercommunale sur le changement climatique : entre stratégies et paradoxes. L'exemple de la communauté urbaine de Bordeaux*, Thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Bordeaux-Montaigne, 333 pages. Disponible en version électronique à l'adresse suivante : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01141491/document>.

ROMMA Natacha, 2010, *Communication de changement comportemental sur le web : comparer l'efficacité de la persuasion et de l'engagement pour promouvoir l'écocitoyenneté*, Thèse en sciences de l'information et de la communication, Université du Sud Toulon-Var, Toulon.

- **Page web**

DIAGNE Mbagnick Kharachi, 2011, « Gestion du Lac de Guiers : Diagnostic sans complaisance des parlementaires ». Disponible à : http://www.ndarinfo.com/Gestion-du-Lac-de-Guiers-Diagnostic-sans-complaisance-des-parlementaires_a1057.html.

Mami Wata. Disponible à : <https://mythologica.fr/afrique/mamiwata.htm>. 13 octobre 2022.

Mami Wata. Disponible à : https://fr.wikipedia.org/wiki/Mami_Wata. 13 octobre 2022.

Office nationale des lacs et cours d'eau du Sénégal. Disponible à : <https://www.olac.sn/>. 10 octobre 2022.