

Alors que de nombreux pays amorcent leur déconfinement à l'orée d'une hypothétique sortie de crise, les citoyens du monde entier commencent à se poser la question du bilan de la gestion de la pandémie par les gouvernements. Crise sanitaire, dont le bilan sera dressé par des experts du milieu et les institutions internationales spécialisées, la pandémie a également induit une crise informationnelle.

Avant la maladie à Covid-19, la dernière crise que le Monde ait connu avec la même envergure planétaire était celle des subprimes, entre 2007 et 2008. Mais, à l'époque, les réseaux sociaux n'étaient encore que balbutiants ; les fake news, si elles existaient déjà, n'avaient pas la même capacité ni la même célérité de propagation ; les gouvernements avaient en main d'autres outils de communication. Réseaux sociaux, live, messageries instantanées, mouvements populaires nés en ligne... les gouvernants de 2020 ont dû composer avec de nouvelles modalités de communication avec leurs populations dès les débuts de l'épidémie. Pour beaucoup restreints à domicile, les individus ont exploité les possibilités offertes par le numérique pour échanger à distance et maintenir le lien avec leurs proches mais également avec la société, pour se tenir informé des dernières avancées de la pandémie, des mesures sanitaires et économiques prises aux niveaux national et international.

La crise liée à la pandémie de Covid-19 a été inédite par son étendue et la rapidité à laquelle elle a frappé la planète. Mais elle l'a également été par les modalités de communication dont disposaient les États et institutions pour la protection des populations. Pour la première fois en temps de crise planétaire, la technologie permet aux dirigeants de communiquer en temps réel et très largement auprès de leurs compatriotes, sur les espaces en ligne utilisés au quotidien par ces derniers.

## **Covid-19 et réseaux sociaux : comment les Etats d'Afrique ont-ils communiqué face à la pandémie ?**

Malgré des craintes et avertissements dès le mois de mars, l'Afrique reste le continent le moins touché par la pandémie de Covid-19 à l'heure actuelle. Les pays du continent ont toutefois dû faire face à de nombreux cas positifs mais également à de nombreuses fake news partagées en masse sur les réseaux sociaux, véritables menaces pour la santé publique. Au-delà de la gestion de la crise sanitaire, la communication publique, prérogative gouvernementale, est un levier autant qu'un défi dans la réponse apportée par les Etats pour endiguer l'épidémie. Comment les dirigeants africains ont-ils adapté leur communication lors de cette pandémie ? Ont-ils mis en place sur les réseaux sociaux des stratégies dédiées pour informer, sensibiliser et protéger leurs populations face aux dangers de la pandémie ?

Le Lab de 4P International et La Netscouade se sont associés pour analyser la communication digitale des gouvernants des 10 pays d'Afrique les plus atteints par la pandémie<sup>1</sup>.

### **Méthodologie de l'étude**

Chacun des dix pays a été passé au crible au regard de trois indices spécifiques :

1. sa présence en ligne
2. la qualité de l'animation sur ses comptes sociaux
3. la communication digitale spécifique mise en place pour la gestion de cette crise

Le premier indice "**Présence en ligne**" est constitué des indicateurs suivants :

- Evaluation de l'actualisation des sites, des comptes Facebook, Twitter et Instagram des Chefs d'Etat, Présidences et Ministères observés. Le barème est adapté aux particularités des plateformes : un site ne sera plus considéré à jour s'il n'a pas été actualisé depuis au moins 6 jours, tandis que la limite sera à 4 jours pour Facebook et Twitter. Un site ou un compte inexistant ou non actualisé se traduira par 0 point, un site ou compte rarement à jour comptera pour 0,5 point, et un compte à jour 1 point.
- Une institution avec au moins un compte certifié se voit attribuer 1 point.

L'indice "**Qualité de l'animation**" comprend les indicateurs suivants :

- Quantification de l'activité : nombre moyen de messages publiés par jour. Entre 1 et 2 messages : 0,5 point; entre 2 et 3 messages : 1 point ; 3 messages et plus : 1,5 point.
- Qualification de la proximité des institutions avec leur audience sur les réseaux sociaux et interactions : des réponses régulières aux questions des utilisateurs valent 1 point, des réponses rares 0,5 point.
- Evaluation de la fréquence d'usage de fonctionnalités de diffusion en direct (régulier = 1 point).

Le dernier indice "**Communication spécifique à la gestion de la crise**" est composé des indicateurs :

- Réactivité de l'institution à la confirmation de premiers cas de coronavirus dans le pays et mesures mises en place (1,5 point si l'institution a publié le jour de l'annonce ou jusqu'à deux jours après, entre 2 et 3 jours : 1 point, 3 et 4 jours : 0,5 etc).
- Fréquence des interactions avec des comptes de réseaux sociaux d'institutions étrangères (rares, régulières, fréquentes).
- Coordination entre les différents comptes des institutions observées (fréquence des retweets et mentions de comptes de l'écosystème d'un même pays - très rares, rares, régulières).

Les indicateurs analysés ont été évalués sur une période d'un mois, pour la majorité ils ne sont pas fluctuants dans le temps.

Le score maximum que peut obtenir un pays est de 39 points.

<sup>1</sup> Au moment de l'analyse, le 5 mai 2020, les 10 pays suivants, par ordre alphabétique, comptaient le plus grand nombre de morts dues à la maladie à Covid-19 sur le continent africain : Afrique du Sud, Algérie, Cameroun, Côte d'Ivoire, Egypte, Ghana, Guinée, Maroc, Nigéria et Sénégal.

Deux niveaux de pratique de la communication digitale en temps de crise émergent de cette analyse. D'un côté, les États qui investissent les réseaux sociaux pour s'adresser à leurs populations avec des outils qu'elles maîtrisent et plébiscitent.

De l'autre, des gouvernements absents sur ces espaces. Parmi eux, certains pays observés n'utilisent que très peu les réseaux sociaux.

	Position	Score	Indice 1	Indice 2	Indice 3
<b>Sénégal</b>	<b>1</b>	<b>32</b>	11,5	8	12,5
<b>Afrique du Sud</b>	<b>2</b>	<b>27</b>	12	5	10
<b>Côte d'Ivoire</b>	<b>3</b>	<b>25,5</b>	11	6	8,5
<b>Nigéria</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	9	5	11
<b>Maroc</b>	<b>5</b>	<b>23,5</b>	13	5,5	5
<b>Ghana</b>	<b>6</b>	<b>23</b>	10	4	9
<b>Egypte</b>	<b>7</b>	<b>18,5</b>	7,5	4,5	6,5
<b>Cameroun</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	6,5	5	4,5
<b>Guinée</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	3,5	1,5	9
<b>Algérie</b>	<b>10</b>	<b>13,5</b>	3,5	4	4

*Classement des pays par score total obtenu*

## **Proximité et réactivité sur les réseaux sociaux : Sénégal, Afrique du Sud et Côte d'Ivoire en haut du classement, suivis par le Nigéria, le Maroc et le Ghana**

Au premier rang de l'utilisation des réseaux sociaux en matière de communication publique digitale : le Sénégal avec un score de 32 points. Les pays du Top 3 du classement (Sénégal, Afrique du Sud, Côte d'Ivoire) présentent tous une identité établie sur les réseaux sociaux, avec un écosystème dense et organisé de comptes pour la plupart certifiés<sup>2</sup>, et une animation dynamique et réactive.

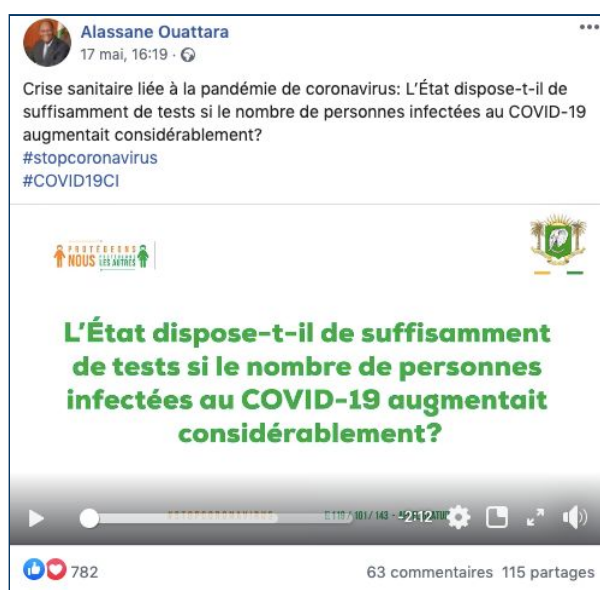
Le Sénégal fait usage des codes des réseaux sociaux, à travers par exemple la diffusion de contenus vidéo ou GIF de sensibilisation et l'utilisation d'un hashtag dédié à la pandémie dans le pays ([#Covid19SN](#)), même s'il n'est pas systématiquement ajouté aux tweets des comptes des autorités, permettant aux internautes de retrouver facilement l'ensemble des informations officielles sur l'évolution de la maladie sur le territoire. Le [live](#) est également fréquemment utilisé, notamment sur la page Facebook du Président sénégalais.

---

<sup>2</sup> La certification de compte est une fonctionnalité offerte par les réseaux sociaux pour attester de la véritable identité de la personnalité ou de l'institution détentric du compte. Elle permet de se prémunir des faux comptes et des usurpations d'identité, qui peuvent s'avérer extrêmement dangereux dans le cas de personnalités officielles, et de rassurer les internautes sur l'aspect officiel et fiable du compte concerné et des informations qui y sont partagées.

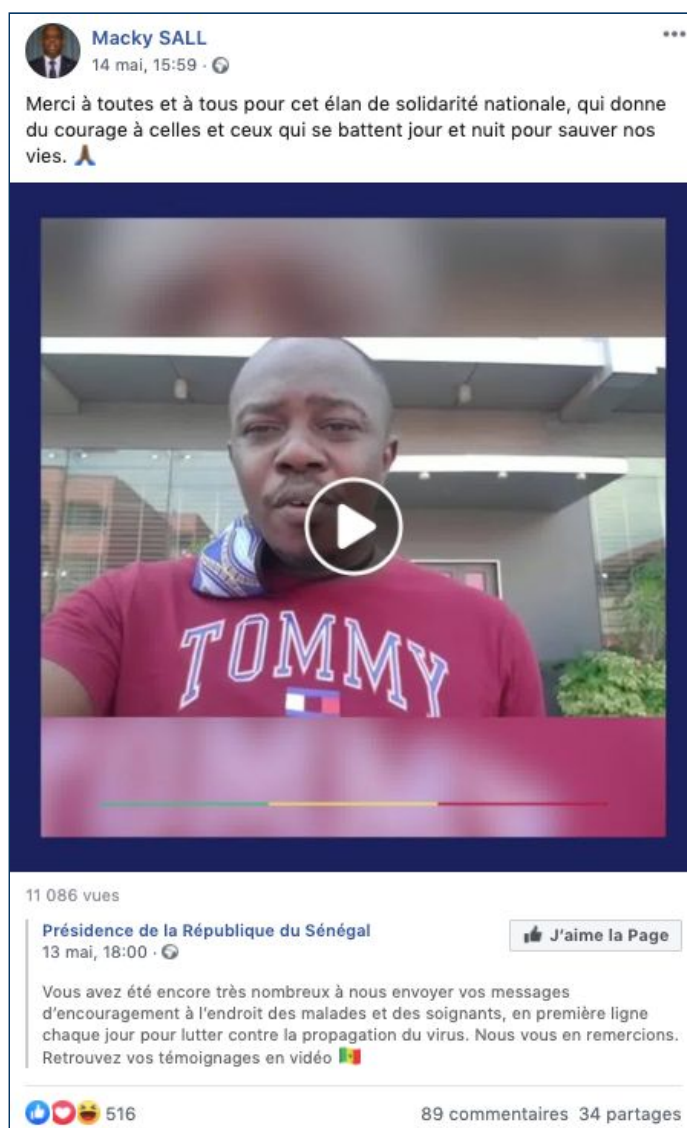


Sensibilisation et hashtag dédié ont également été mis en œuvre par les autorités de la Côte d'Ivoire, 3ème au tableau avec 25,5 points, qui, au-delà de la diffusion de vidéos et infographies d'information gouvernementale, de sensibilisation et utilisation d'un hashtag dédié (#Covid19CI), ont mis en place un format vidéo permettant de répondre aux questions fréquemment posées par les citoyens publié sur la page Facebook du Président Alassane Ouattara.



Les réseaux sociaux sont des espaces plus propices à la communication horizontale que les outils de communication plus traditionnels. Les comptes de la Présidence sénégalaise par exemple, ont donné la parole aux Sénégalais qui souhaitent affirmer leur soutien au

personnel médical et aux malades durant la pandémie dans des vidéos par la suite partagées sur les comptes du Président sénégalais.



The image shows a screenshot of a Facebook post from Macky SALL, the President of Senegal. The post is dated May 14, 2020, at 15:59. The text of the post reads: "Merci à toutes et à tous pour cet élan de solidarité nationale, qui donne du courage à celles et ceux qui se battent jour et nuit pour sauver nos vies." Below the text is a video player showing Macky SALL in a red t-shirt with "TOMMY" written on it. The video player has a play button in the center and a progress bar at the bottom. Below the video, the post shows 11,086 views and a share button for the page. A comment from the "Présidence de la République du Sénégal" dated May 13, 2020, at 18:00 is visible. The comment text is: "Vous avez été encore très nombreux à nous envoyer vos messages d'encouragement à l'endroit des malades et des soignants, en première ligne chaque jour pour lutter contre la propagation du virus. Nous vous en remercions. Retrouvez vos témoignages en vidéo 🇸🇳". The comment has 516 reactions (likes, loves, and emojis) and 89 comments and 34 shares.

Des bulletins quotidiens d'information et de sensibilisation sont mis en ligne ou présentés en live chaque jour sur les comptes sociaux des autorités de ces trois pays (Ministère de la santé du Sénégal et de l'Afrique du Sud, Présidence de la Côte d'Ivoire).

Pour l'Afrique du Sud, 2ème du classement avec 27 points : les comptes du Ministère de la santé sud-africain relaient avec précision l'évolution de la pandémie dans le pays mais également le détail de la stratégie adoptée par le gouvernement et les effets de celle-ci.



**Les internautes de ces trois pays ont ainsi un accès à la fois à de l'information fiable relative à la pandémie sur leur territoire et à de la sensibilisation adaptée à leurs usages des réseaux sociaux, outils développés dans la communication publique en temps de crise sanitaire par les autorités du Sénégal, de l'Afrique du Sud et de la Côte d'Ivoire.**

Le Nigeria, le Maroc et le Ghana, arrivent respectivement 4ème, 5ème et 6ème au classement avec 25, 23,5 et 23 points.

Au Nigeria comme au Ghana, c'est dès la mise en place de l'écosystème des comptes que la différence avec les pays du Top 3 se fait ressentir. Mis à jour peu avant le déclenchement de la crise, il est à noter que l'ensemble des comptes officiels de ces deux pays sont certifiés sur les différentes plateformes, permettant une identification plus aisée de la part des internautes nigériens et ghanéens<sup>3</sup>.

Parmi ces trois pays, les comptes du Ministère de la santé du Maroc multiplient les interactions avec leurs abonnés.

<sup>3</sup> Au-delà des outils de communication hors digital, d'autres institutions ont pu prendre le relai sur les réseaux sociaux en fonction des usages et traditions de chaque pays, lesquelles n'étaient pas intégrées dans notre champs de recherche qui s'est restreint aux comptes des chefs d'Etat ou chefs de gouvernement, des Présidences ou gouvernements le cas échéant et des ministères de la santé.



Les internautes nigériens, marocains et ghanéens peuvent trouver sur les comptes sociaux de ces trois pays des informations fiables et régulières quant à l'évolution de la pandémie entre les frontières nationales et des messages de sensibilisation. Le format vidéo est utilisé par le Président du Ghana Nana Akufo-Addo, dont les propos sont à la fois sous-titrés et retranscrits en langue des signes.



## **Egypte, Cameroun, Guinée et Algérie, en bas du classement**

Dans le bas du classement avec des scores respectifs de 18,5, 16, 14 et 13,5 points, Egypte, Cameroun, Guinée et Algérie sont quasi absents des médias sociaux.

L’Egypte, le Cameroun et la Guinée, respectivement 7ème, 8ème et 9ème du classement, ont investi plus largement les réseaux sociaux depuis la pandémie de Covid-19.

**La faible qualité de l’animation, l’absence d’interactions entre les différents comptes gouvernementaux et le manque d’activité sur les plateformes ne permettent pas de les positionner dans cette étude<sup>4</sup>.**

## **En conclusion**

Les disparités dans les pratiques digitales de ces 10 pays sont importantes. L’utilisation récurrente des plateformes par une partie d’entre eux montre que les dirigeants de ces derniers ont exploité ces nouveaux espaces de communication avec leurs populations et renforcer leur présence sur les réseaux sociaux lors de cette crise de grande envergure. Pour les Etats qui ont privilégié d’autres outils et canaux de communication hors digital, ces leviers que sont les réseaux sociaux restent à mettre à profit pour s’adresser à leurs populations. Les écosystèmes numériques et tech africains sont extrêmement vivaces, de plus en plus organisés et mobilisant un nombre toujours plus important d’individus. Il y a fort à parier que les pratiques gouvernementales en matière de communication devraient évoluer en faveur du digital, pour toucher toujours plus efficacement les populations connectées d’Afrique.

---

<sup>4</sup> Au-delà des outils de communication hors digital, d’autres institutions ont pu prendre le relai sur les réseaux sociaux en fonction des usages et traditions de chaque pays, lesquelles n’étaient pas intégrées dans notre champs de recherche qui s’est restreint aux comptes des chefs d’Etat ou chefs de gouvernement, des Présidences ou gouvernements le cas échéant et des ministères de la santé.



**4P International** opère pour le développement innovant des modèles de gouvernance de l'information et de la communication. 4P promeut un Partenariat Public-Privé-Populations à travers le change management, la gouvernance digitale, les relations internationales & nouveaux partenariats. Sa philosophie : faire la part belle aux individus, en les replaçant au cœur des stratégies, publiques comme privées. Le 4P Lab, concentre ses recherches sur les modèles de conformité, gouvernance et protocoles de communication à l'ère numérique.

**La Netscouade** est une agence digitale de communication corporate, créée en 2007 et intégrée au Groupe Open en 2016. Les 55 collaborateurs de l'agence ont pour ambition de régénérer la communication digitale, de la rendre plus créative. L'engagement durable est leur credo : ils aident leurs clients à créer les conditions de la confiance, pour que leurs publics s'investissent dans la durée à leurs côtés. Ils sont particulièrement mobilisés sur les problématiques sociétales : RSE, éducation, santé, numérique, environnement, mobilité.

**Contact presse :**

Manon Fouriscot, [manon@4p.digital](mailto:manon@4p.digital)