

## Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.

أي قناة للتواصل الجيد أثناء الأزمات خلال فترة جائحة Covid19 في المغرب ، خلال المرحلتين النشوب والمزمنة: حالة منطقة الدار البيضاء-سطات.

HIMMOUCHE Naoufal<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Institut Supérieur des Sciences de la Santé, SETTAT, Maroc

[Naoufal.himmouche@uhp.ac.ma](mailto:Naoufal.himmouche@uhp.ac.ma)

تاريخ النشر: 2022/02/23 تاريخ القبول: 2022/02/08 تاريخ الاستلام: 2021/12/31

### Résumé de l'article :

Durant la crise pandémique du Covid19, Les interrogations et les demandes d'informations auprès des gouvernements ont culminés jour après jour. Ce qui a poussé les responsables de communication sanitaire à transmettre des informations crédibles aux citoyens pour éclaircir toutes les ambiguïtés qui peuvent entraver cette dernière. Pour que la communication de crise soit efficace certaines mesures doivent être respectés et mises en place. Comme le choix du canal approprié pour la transmission des informations, la bonne formulation des messages en but de rassurer la population. Mais aussi, il faut faire face aux problèmes qui peuvent entraver ce type de communication telle que les fausses informations ou infox circulantes.

**Mots clés :** Communication, réseaux sociaux, Crise sanitaire, Infox.

**Abstract:**

**Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.**

During the pandemic Covid19 crisis, questions and requests for information from governments have peaked day after day. This has prompted those responsible for health communication to transmit credible information to citizens to clarify all the ambiguities that can hinder the latter. For crisis communication to be effective, certain measures must be respected and put in place. As the choice of the appropriate channel for the transmission of information, the good formulation of the messages in order to reassure the population. But also, we must face the problems that can hinder this type of communication such as false information or circulating infox.

**Keywords:** Communication, social networks, Health crisis, Infox.

---

HIMMOUCHE Naoufal

**Introduction :**

L'émergence et la réapparition des crises sanitaires font de sorte que les responsables de communication en tirent une multitude de leçons en gestion de crise. En effet, grâce à l'étude des crises passées, on peut améliorer la communication destinée aux crises de santé publique. Mais cela nécessitera aussi une instauration d'un protocole bien précis pour surmonter les défis actuels et futurs (Ratzan et al., 2020).

Durant la crise du Covid-19, le Maroc a adopté une stratégie de communication similaire à ses voisins (Algérie, Tunisie..) en se focalisant sur deux types de supports d'information : un communiqué de presse quotidien (destiné au grand public) et un bulletin épidémiologique. Ceux-ci ont été diffusés en utilisant les médias traditionnels (Télévision, presse,)

## HIMMOUCHE Naoufal

ainsi que les sites web et les réseaux sociaux (AB Abdelaziz et al, 2021).

Une crise sanitaire suit une succession de phases, passant de l'incubation jusqu'à sa disparition (Bérubé, P. 2019), et la communication est un élément indispensable à chaque phase. Dans cette présente étude, nous allons nous focaliser sur la pertinence de la communication de crise en phases de déclenchement et chronique de la crise du COVID 19. Ces deux dernières étapes qui nous intéressent que ce soit au niveau de leur impact sur les systèmes sanitaires ou bien de leur gestion au niveau communicationnel.

La phase de déclenchement de la crise se caractérise par une perte momentanée du contrôle dont un événement ou série d'événements marquants l'entrée officielle en crise. Durant cette phase, les responsables sont chargés de quête d'information et de confirmation des cas, ainsi que le choix des mesures protectrices au profit des citoyens. D'où l'importance d'une communication efficace, vu qu'une simple erreur ou rumeur peut déclencher un état de choc chez les citoyens et en conséquence on perd le contrôle. (Bérubé, P. 2019)

Du moment où l'incertitude s'installe, la phase chronique de la crise survient d'une manière progressive, se situant au cœur de la crise. Une fois installée, la recherche d'explications et de réponses de la part des responsables est omniprésente.

C'est dans ce sens-là où la communication de crise doit être orientée pour ces moments cruciaux. Cela signifie qu'on doit prendre en considération l'état de confusion qui se crée chez la population et contrôler la crise à l'aide de réactions appropriées qui serviront vers la fin de sortir de cette dernière.

Pour que cette communication soit efficace, le choix des moyens appropriés pour cette dernière est crucial et doit être bien étudié en évaluant les bénéfices et les risques de chacun. Parmi ces moyens figurent, les médias traditionnels mais aussi les

## **Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.**

réseaux sociaux qui peuvent jouer un rôle crucial dans la diffusion des actualités concernant la crise et la collecte du feedback de la population affectée.

Dans ce sens, nous nous intéressons, dans la présente contribution, à la pertinence de la communication de crise, au Maroc depuis l'apparition des premiers cas relatifs à la pandémie. Notre problématique s'annonce comme suite : Comment le Maroc a géré sa communication de crise à travers les réseaux sociaux et les médias traditionnels durant la phase de déclenchement et chronique du Covid-19 : cas de la région Casablanca-Settat ?

Pour étudier cette problématique, d'autres questions s'imposent : Est ce que la communication de crise de la part des responsables était plus au moins optimale durant la période de covid-19 au Maroc surtout en phases déclenchement et chronique ? Peut-on dire que les médias traditionnels seraient toujours un canal de communication de crise important et non négligeable ? Les réseaux sociaux étaient d'une grande utilité voire optimaux pour la communication de crise durant la période de Covid-19 au Maroc ? Est-ce que les infox étaient le problème majeur qu'à rencontrer le Maroc pendant la période du Covid-19 ?

Pour apporter des réponses à ces interrogations nous avons opté pour une étude descriptive quantitative à l'aide d'un questionnaire qui s'intègre dans le cadre d'élucider un état des lieux des diapositifs engagés dans la crise sanitaire du COVID 19.

### **Précision conceptuelle**

Dans ce qui suit, nous définirons la communication de crise ainsi que les concepts qui tournent autour du terme.

### **Une approche de La notion communication**

## HIMMOUCHE Naoufal

Dérivé du mot latin “communis” qui signifie mettre en commun, la communication peut être définie comme le processus de transmission d'informations et de compréhension commune d'une entité à une autre (Keyton, 2011). La définition souligne le fait que s'il y'a une incompréhension qui résulte de l'échange d'informations, il n'y a pas de communication.

Le fait de communiquer ne signifie pas seulement la production et la distribution de l'information, il s'agit aussi d'être sensible à toutes les conditions dans lesquelles le récepteur la reçoit, et la modifie en fonction de ses croyances. (Wolton, D. 2005). Parmi les événements qui nécessitent une attention particulière des gouvernements figure les crises sanitaires.

### **Crise sanitaire :**

Une crise sanitaire est un événement qui affecte la santé générale en touchant un grand nombre de personnes et pouvant être la cause d'une mortalité élevée. Elle nécessite une gestion convenable de l'information qu'on doit diffuser quotidiennement aux citoyens. (Kohen et al, 2020)

Une crise se divise en cinq différentes phases selon le modèle d'évolution des crises présenté par Pierre Bérubé en se basant sur les travaux de (Libaert en 2015, Roux-Dufort en 2003 et Lagadec en 1991) sur la communication de crise et sa gestion. (Yates, S. 2019)

- La première phase est phase de l'incubation ou bien la pré-crise où les conditions de l'émergence de la crise commencent à s'installer après un calme apparent. Durant cette phase une gestion préventive et préparatif de la crise s'impose avec une vigilance en assurant une veille médiatique exhaustive. (Yates, S. 2019)
- La deuxième phase d'une crise est appelée la phase de déclenchement ou la phase aigüe dont un événement ou une succession d'événements marquent rapidement l'entrée en

**Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.**

situation de crise laissant les autorités dépourvus de tout contrôle. (Yates, S. 2019)

- La troisième phase également appelée la phase chronique est caractérisé par une intensité extrême, elle se situe au cœur de la crise marquant le moment où s'installent l'incertitude et le chaos. (Yates, S. 2019). La communication durant cette phase est omniprésente et obligatoire quotidiennement que ce soit en communiquant l'état épidémiologique du pays ou les décisions prises à l'égard du problème.
- Dès que la crise commence à perdre son intensité on entre dans la phase de redressement où on cherche à reconstruire et reprendre le cours des activités.
- Finalement, la fin de la crise marque la dernière phase qui s'appelle "le retour à l'incubation" et qui ne veut pas dire qu'il y en a une nouvelle phase mais plutôt que c'est le retour au calme et en situation de veille (Yates, S. 2019)

L'OMS reconnaît l'importance de la RCCE (Communication des risques et mobilisation communautaire) dans la gestion des crises sanitaires. Elle définit la communication des risques comme l'échange en temps réel d'informations, de conseils et d'opinions entre experts ou des fonctionnaires et des personnes confrontées à des menaces pour la survie, la santé ou le bien-être économique. L'objectif ultime est de permettre à toutes personnes à risque de prendre des décisions éclairées pour réduire l'impact des menaces (risques) telles que les épidémies et de prendre des mesures de protection et de prévention (Ernest Tamb et autres, 2020). Dans une crise, l'intérêt des médias est très variable et dépend de nombreux facteurs.

Le choix du canal est une étape très importante dans la gestion de crise et ce dernier peut avoir un impact très important

sur les résultats de la communication de crise comme la réputation organisationnelle, la recherche et le partage d'informations ainsi que la responsabilité perçue en cas de crise. (Schultz, F et al. 2011).

### **Les réseaux sociaux**

Les réseaux sociaux constituent des outils, applications ou plateformes numériques en ligne qui rendent la communication interactive et plus facile entre les individus ou organisations. Ces réseaux font référence aux services en ligne permettant aux individus de créer un compte public ou non dans un système limité et d'établir un contact direct ou indirect avec eux. (OKHAYA, L. 2020). Les acteurs publics et politiques considèrent les réseaux sociaux comme étant un espace non fiable de circulation des rumeurs, controverses voire des discours et informations contradictoires aux discours institués. (OLLIVIER-YANIV C, 2015).

Néanmoins, les réseaux sociaux ont un grand impact sur la communication de crise des organisations (Cheng, Y. 2018), Ils ont été identifiés comme étant une force motrice à l'avant-garde de cette communication (Coombs, W. T. 2014). En 2009, un sondage incluant les citoyens américains a prouvé que l'internet était leur source d'information privilégiée (Zogby, 2009). Les réseaux sociaux offrent une multitude de possibilités pour les organisations qui s'engagent avec la population durant une crise sanitaire (Xu, J. 2020). De plus, il a été prouvé que les données obtenues à travers les réseaux sociaux peuvent faire l'objet d'une évaluation de dommages causés par les situations d'urgence (Kryvasheyev et al., 2016).

Parmi les plus grands défis que les responsables de communication ont rencontrés durant la période de covid-19 est le nombre des infox (fake news) qui circulaient à travers tous les réseaux sociaux touchant tous les aspects de la pandémie de Covid-19 (Ratzan et al, 2020). Le développement des réseaux

**Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.**

sociaux et l'augmentation de l'utilisation de ces derniers, exposent les citoyens à une multitude de messages qui ont besoin d'être décortiqués, et crédibilisés.

**Infox ou fake-news** : En anglais, le terme «*fake* » signifie faussé ou mensonger. Les *Infox* ne désignent pas exclusivement fausses informations, mais des informations désignées délibérément à duper une population. (Gelfert, 2018, 108).

La spécificité des *Infox* est qu'elles ont une dimension démesurée à cause de la commodité et de la vitesse de leur propagation via la toile et les réseaux sociaux. Le terrain des préjugés et des avis préétablis, est favorable à leur prolifération.

Après ce bref aperçu sur les différentes notions traitées, le paragraphe suivant élucidera la stratégie qu'a adoptée le Maroc pour gérer cette crise sanitaire et cerner notamment ses infox.

**Stratégie de communication de crise au niveau national durant Covid19 :**

Vu l'évolution rapide de la pandémie, Le Royaume avait l'obligation d'être très réactif en utilisant un plan d'action qui prend en compte plusieurs niveaux. L'ensemble des décisions ont été prises rapidement en agissant sur le niveau sanitaire ainsi qu'économique dans le but de bien maîtriser les conséquences. Pendant la phase chronique d'une crise sanitaire, il n'est pas facile de prédire sa durée ni ses conséquences.

Sa majesté le Roi Mohammed VI dans la lutte contre le virus du Sars-Cov-2 a ordonné la création des fonds spécial doté de 10 milliards de dirhams, réservés aux dépenses médicales englobant d'une part les infrastructures adaptées, moyens supplémentaires, et les dispositifs médicaux. D'une autre part, ils serviraient au soutien de l'économie nationale. Le Maroc était pionnier dans sa gestion de cette crise sanitaire par rapport autres pays du globe (Ali& Bassou, 2020).

## HIMMOUCHE Naoufal

Sur le plan communicatif, les responsables ont assuré un bilan épidémiologique quotidien concernant l'évolution de la crise (Nombre des cas, décès, ...) Ainsi qu'une diffusion continue des informations sur les médias en ce qui concerne le suivi de la situation sanitaire du pays, en différentes langues (nationales et étrangères). Le gouvernement marocain a aussi développé des supports de sensibilisation en milieu scolaire concernant les mesures de protections et règles de distanciation sociale (Ali & Bassou, 2020).

Durant la phase de déclenchement de la crise, La communication de crise a suivi une stratégie dite "la discrétion maîtrisée" où les responsables communiquent progressivement de l'information pour ne pas déstabiliser le peuple marocain. Ce qui a été constaté lors de la mise en place des mesures d'urgence (Fermeture de ciel aérien, confinement total/partiel, ...) et qui ont été communiqués d'une manière progressive (Benabid, M. 2020).

Le Maroc a lancé aussi une plateforme communautaire digitale à la portée des professionnels publics et privés de la santé pour assurer un accès en temps réel aux actualités et à la formation médicale. Toutes les informations diffusées ont été basées sur les recommandations du comité scientifique pour éviter toute potentielle décredibilisation du travail de ce dernier (Ali & Bassou, 2020).

### **Méthodologie**

#### **Approche méthodologique :**

Afin d'apporter des éléments de réponses aux questions que nous nous sommes posées dans l'introduction, nous avons opté pour un questionnaire destiné aux étudiants ainsi qu'aux professeurs des métiers de la santé (ISPITS Casablanca, ISPITS Settat, ISSS Settat). Le questionnaire a été rédigé et administré sous une forme imprimée aux professeurs au niveau des instituts de santé et une autre version disponible en ligne sur Google

## Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.

Forms a été envoyée aux étudiants à travers les réseaux sociaux.

Le corpus inclue un nombre de 113 étudiants et 14 professeurs

- Les données du questionnaire sont codées, saisies et analysées par le logiciel d'IBM SPSS STATISTICS Version 25 et MICROSOFT EXCEL 2016.
- Les variables quantitatives ont été décrites par les moyennes et les variances.
- On a utilisé le test de khi-2 pour une analyse bivarié des variables.

### **Résultats**

L'analyse quantitative nous a permis d'étayer et d'expliquer les résultats obtenue à travers l'usage du logiciel SPSS STATISTICS Version 25 et MICROSOFT EXCEL 2016 avec leurs tests de khi 2 et ses opérations structurées qui permettent d'obtenir des résultats fiables quant à leurs teneurs signifiantes, or, nous tenons à relativiser les conclusions de cette étude dont l'échantillon n'est pas représentatif.

La structure d'analyse suivra le plan suivant : dans un premier temps, nous étudierons les            constituant de notre corpus : la pertinence de la communication de crise de la part des responsables surtout en phases déclenchement et chronique. Dans un deuxième temps, nous nous focaliserons sur la pertinence des canaux de communication déployés pendant cette crise pandémique et leur utilisation. Dans un troisième temps, nous énumérerons les conséquences des infox sur la gestion du Maroc de sa crise en particulier le cas de notre échantillon ?

### **Analyse de résultats les plus significatifs:**

Concernant la variable de l'âge et sexe de l'échantillon

Cette question nous éclairera sur l'âge et le genre de notre échantillon. En effet, Nous remarquons sur ces deux premières variables que la majorité de notre population étudiée que ce soit

## HIMMOUCHE Naoufal

au niveau des étudiants ou des enseignants enquêtés sont de sexe féminin avec un pourcentage de 82% et seulement 18% sont de sexe masculin. Le deuxième constat qui ressort de cette étude, est que notre échantillon est majoritairement jeune car la plupart des étudiants qui ont participé à cette étude ont un âge qui varie entre 18-23 ans et concernant les professeurs participants à cette étude 43% d'entre eux sont âgés entre 30 et 40 ans. Un échantillon relativement jeune qui a des attentes et qui s'inscrit dans la nouvelle vague du numérique imposée par la situation pandémique et vue aussi les précautions imposées par les pouvoirs sanitaires.

Concernant la variable de provenance

Cette question nous renseignera sur l'origine de notre échantillon. En effet, selon cette deuxième variable, nous pouvons constater que 63.7% des enquêtés sont des étudiants de l'Institut supérieur des Sciences de la Santé (SETTAT), alors que 18.6 d'étudiant proviennent de L'Institut Supérieur des Professions Infirmières et Techniques de Santé (Settat) et 17.7% de l'Institut Supérieur des Professions Infirmières et Techniques de Santé Casablanca. Pour ce qui concerne les enseignants on trouve que 64.3% des enquêtés sont des professeurs de l'ISSS, alors que 35.7% enseignants proviennent de l'ISPITS Settat. Ce qu'il y'a à retenir de cette deuxième variable est que la population visée provient strictement des institutions de santé, un choix basé sur la disponibilité de cette dernière à répondre à notre étude vue que ces institutions ont opté pour le présentiel, mais aussi à leur particularité car la santé est le point commun qui les lie et delà analyser leur perceptions sur la nature des messages qu'ils ont reçu sans pour autant négliger l'impact de ces derniers sur leur vécu.

Concernant la variable des canaux de communication

Cette variable nous éclairera sur la nature du canal qui était déployé par les instances sanitaires durant la crise du COVID 19

**Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.**

et sa pertinence surtout en phase de déclenchement et chronique. En effet, concernant cette variable, notre échantillon percevait les réseaux sociaux comme étant un outil moyennement pertinent durant les périodes de déclenchement ou chronique de la pandémie avec des taux respectifs de 43,4% pour les étudiants et 42.9% pour les enseignants, un constat que nous pouvons expliquer par l'employabilité de ces plates-formes numériques durant cette crise car l'application WhatsApp était le réseau social le plus utilisé par les étudiants avec un pourcentage de 32% suivi par Facebook et Instagram avec un taux de 28%. De même les professeurs avouent aussi que WhatsApp était très utilisé pendant les deux phases avec un pourcentage de 40% suivi par Facebook avec 30% et Instagram avec une proportion de 20%.

S'ajoute à cela, que 80% des participants étudiants et 85.7% des participants professeurs trouvent que les réseaux sociaux avaient des avantages tels que leur accessibilité et rapidité à transmettre des messages à l'encontre de 19.5% des étudiants et 14.3% des professeurs qui trouvent le contraire. Un autre constat soutenu aussi par notre analyse bivariée en faisant correspondre l'âge aux canaux de communications et qui stipule que plus les participants sont jeunes (18-26 ans) plus ils préfèrent recevoir de l'information à travers les réseaux sociaux cette association est statistiquement significative ( $p$ -value > 0.05). Or, ce que nous avons observé est que même si les réseaux sociaux occupaient une place importante dans le vécu de notre échantillon avec les avantages qu'octroyaient à ces derniers, 69% des étudiants privilégient recevoir les informations à travers les médias traditionnels tels que (télévision,radio...) avec un taux de 81% suivi de 79 % des professeurs. Un fait qui laisse à réfléchir surtout en présence d'un flux massif des messages qui

## HIMMOUCHE Naoufal

circulent sur la toile et qui parfois peut poser un obstacle de confiance et de véracité de l'information à croire.

Concernant la variable d'Infox

Cette variable nous renseignera sur les problèmes qu'a rencontrés notre échantillon lors de la réception des messages sur les réseaux sociaux et les mesures engagées par les instances sanitaires pour cerner ces obstacles.

En effet, Les infox sont le problème majeur et le plus fréquent qu'a rencontré notre échantillon et qui le considérait comme le maillon faible de la communication des pouvoirs publics surtout à travers les réseaux sociaux avec des pourcentages respectifs de 85.6% d'étudiants et 57.9% de professeurs questionnés.

En ce qui concerne l'exposition à ces fausses informations qui circulaient pendant la pandémie, 89.4% des étudiants déclarent qu'ils étaient effectivement exposés à ces dernières avec le même constat des professeurs qui ont stipulaient la même chose avec un taux de 78.6%. Notre analyse bi variée le confirme aussi et ainsi nous avons conclu que les professeurs et les étudiants qui étaient exposés aux infox sont plus susceptibles d'avoir des problèmes dus à ces derniers que ceux qui n'étaient pas exposés. L'association est statistiquement significative ( $p$ -value  $> 0.05$ ). Ce qui a engendré des problèmes du genre de la véracité d'information à croire pour 61.1% de nos étudiants et 50 % pour les professeurs questionnés pendant le confinement.

Or, même si nous avons confirmé l'existence de ces fausses informations et leurs impacts sur la réception de la part de notre échantillon, nous avons remarqué qu'il y'avait aussi des interventions gouvernementales pour contrer ces dernières en vue de cerner leur propagation via des mesures institutionnelles et médiatiques. En effet, 65.5% des étudiants et 50 % des professeurs confirment l'existence et l'importance des interventions correctives des parties prenantes responsables pour

**Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.**

corriger les fausses informations surtout celles qui circulaient à travers les réseaux sociaux, mais la question qui s'impose est ce que ces mesures ont vraiment répondu aux attentes de notre échantillon ?

Concernant la variable de pertinence de la communication de crise

Cette variable nous renseignera sur la pertinence de la communication optée par les instances sanitaires lors de la gestion de cette crise en comparaison avec les attentes de notre échantillon.

Concernant cette variable, 42% des étudiants et 36.8% des professeurs croient que la communication permet de sensibiliser la population et de changer les comportements, pour d'autres la communication sert à diffuser des informations et renforcer la confiance et la participation communautaire. Comme première interprétation de cette variable, nous pouvons déduire que les attentes qu'a exprimer notre échantillon sont légitimes vue la gravité de la situation sanitaire surtout en ce qui concerne l'encadrement des populations à travers les messages diffusés et les journaux médiatiques mais aussi à instaurer la confiance entre les citoyens et les pouvoirs publics.

En ce qui concerne la nature des messages reçus pendant les deux phases de la crise sanitaire, 24.4% des étudiants et 24.5% des professeurs déclarent qu'ils ont reçu des messages relevant des mesures de protection à adopter ainsi que des recommandations issues des pouvoirs sanitaires, tandis que 24.4% des étudiants et 22.4% des professeurs affirment avoir reçu l'actualité sur la pandémie Covid-19 via les canaux traditionnels. Alors, comme interprétation de ces résultats, nous pouvons déduire que selon toujours notre échantillon les interventions des pouvoirs sanitaires notamment en ce qui

## HIMMOUCHE Naoufal

concerne corriger les fausses croyances ou voire même les éradiquer surtout sur les réseaux sociaux n'ont pas vraiment répondu aux attentes de ce dernier et spécialement après sa confirmation à l'exposition aux infox et sa présence accrue sur les plates-formes numériques.

Enfin, 69% des étudiants et 57.1% des professeurs trouvent que la communication de la part des responsables à gérer cette crise sanitaire, n'a pas été optimale car d'une part elle n'a pas vraiment répondu à leurs attentes concernant les ambiguïtés qui tournent au tour des informations sur le Covid19 ce qui laisse la place aux infox à se proliférer, mais aussi le fait de ne pas occuper assez suffisamment les réseaux sociaux pour cerner ces infox et délivrer une information fiable.

### **Discussion :**

En somme, les gouvernements ayant saisi l'importance des medias et spécialement les réseaux sociaux et ayant instauré en place des stratégies de communication crédibles et justes en tirent les bénéfices pendant les crises, notamment celle du Covid-19. Un suivi de l'état pandémique surtout lors des deux phases déclenchement et chronique permet ensuite l'instauration des supports à travers les différentes possibilités offertes par ses médiats. En effet, les instances gouvernementales ont voulu nous mettre en lumières sur l'évolution de l'état pandémique mais aussi contourner toute information non fiable. Ensuite, ce qui ressort de notre étude est que les messages diffusés sur ces plates-formes ont atteint majoritairement notre échantillon et delà, permettre aux citoyens de se protéger et protéger leurs proches des dangers sanitaires.

Ce que nous avons constaté aussi, est que le ministère de Santé s'est beaucoup appuyé sur les médias traditionnels pour diffuser ses messages, d'abord pour leur importance pour atteindre un public assez large mais aussi pour contrôler toute propagation des infox qui circulent surtout sur les réseaux et les

**Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.**

espaces numériques. Or, cette vision des choses à laisser notre échantillon insatisfait vue que le numérique gagne de plus en plus de terrain et delà jugé de l'impertinence de cette politique. S'ajoute à cela que, d'autres études ont démontré que les contenus numériques sont les plus usés et partagés, et par conséquent, les pouvoirs publics et les parties prenantes sont amenés à occuper cet espace encore mal exploité. Cependant, d'après toujours notre étude, nous remarquons que Facebook et whatsapp, sont les plus fréquentés par notre échantillon, et restent encore des espaces vierges, un constat qui peut révéler le potentiel que peut déployer le ministère Santé pour diffuser ses messages pour atteindre cette génération numérique et parce que aussi la majeure entrave qui s'oppose à ce dernier est la gestion des fausses informations qui génèrent parfois des doutes voire même une panique globale chez les citoyens.

**Conclusion :**

Pour conclure, les médias et notamment le numérique en particulier sont devenus une réalité indéniable dans la gestion d'une crise, et cela, vu l'ensemble des avantages qu'ils offrent que ce soit au niveau de leur rapidité de transmission d'information ou de leur capacité d'atteindre un large public.

La présente étude, s'inscrit dans une perspective d'élucider un état des lieux de la pertinence de la communication de crise à travers les médias traditionnels et les réseaux sociaux au Maroc en prenant comme cas la région de Casablansa-Settat, durant la phase de déclenchement et chronique du Covid19 et particulièrement chez notre échantillon qui se constitue de professeurs et étudiants de l'ISSS et ISPITS Settat et Casablanca.

La communication de crise est un élément indispensable de la gestion de crise car chaque action menée par les décideurs doit être accompagnée par une communication et une explication pour gagner la confiance du citoyen et encourager l'engagement communautaire. Selon notre étude, notre échantillon qui majoritairement jeune est très présent en ligne et partage toutes sortes d'informations, et cette crise sanitaire doit amener peut être les décideurs à ne pas négliger cette communauté et repenser leurs stratégies et politiques communicationnelles.

Ainsi donc, et comme toute recherche scientifique, les résultats obtenus dans la présente étude montrent leurs limites et méritent d'être développés et approfondis. Premièrement, Nous avons désiré avoir un échantillon plus volumineux, plus particulièrement en ce qui concerne les professeurs pour mieux représenter les résultats et delà l'élargir sur plusieurs régions du

**Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.**

Maroc. Ensuite, La durée de l'étude n'a pas permis de conduire des entretiens avec les responsables au niveau du ministère de santé pour avoir autant de vision sur le sujet d'un point de vue interne et plus profond et du coup, le temps de la réalisation de notre enquête était insuffisant pour analyser toutes les variables prétendues pour conduire plus d'analyses bivariés.

Enfin, notre étude n'a pas pu évaluer plus profondément tous les facteurs de ce type de communication, espérant de l'approfondir dans de futures études mais aussi porter plus d'intérêt à la communication de crise qui a donné ses preuves comme étant l'outil le plus important pour faire face à toute sorte de crise émergente.

**Références Bibliographiques :**

- Abdelaziz, A. B., El Haddad, N., Hannachi, H., Nouira, S., Melki, S., Chebil, D., & Boussouf, N, 2021, *Qualité des supports de communication de crise lors de la pandémie de la COVID-19 au Grand Maghreb*, Revue d'Épidémiologie et de Santé Publique.
- Bérubé, P., 2019, *La gestion des communications en situation de risque et de crise*. En Introduction aux relations publiques: Fondements, enjeux et pratiques.
- Cheng, Y., 2018, *How social media is changing crisis communication strategies: Evidence from the updated literature*, Journal of contingencies and crisis management, 26(1), 58-68.
- Cohen, D. A. , Scribner, R. A. et Farley, T. A., 2000, *A structural model of health behavior: A pragmatic approach to explain and influence health behaviors at the population level*, Journal of Preventive Medicine, (30), 146–154.
- Coombs, W. T., 2014, *State of crisis communication: Evidence and the bleeding edge*, Research Journal of the Institute for Public Relations, 1(1), 1-12.
- Keyton, Joann, 2011, *Communication and Organizational Culture: A Key to Understanding Work Experiences*, 2 edition, Sage Publishing Inc.
- Kryvasheyev, Y., & Chen, H., 2015, *Performance of social network sensors during hurricane sandy*. PloS One, 10(2), e0117288. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1402.2482>.
- Lagadec, P., 1991, *La gestion des crises*, Paris: McGraw Hill.

**Quel canal pour une bonne communication de crise durant la période pandémique du Covid19 au Maroc, durant les deux phases déclenchement et chronique : Cas de la région de Casablanca-Settat.**

- Libaert, T., 2005, *La communication de crise*, Paris : Dunod.
- OKHAYA, L., 2020, *Les réseaux sociaux à l'ère de Covid 19*, Journal of Integrated Studies In Economics, Law, Technical Sciences & Communication, 2(1).
- OLLIVIER-YANIV C., 2015, *La communication publique sanitaire à l'épreuve des controverses*, Hermès, La Revue, vol. 73, no. 3, pp. 69–80,
- Ratzan, S. C., 2020, Sommarivac, S., & Rauh, L., *Enhancing global health communication during a crisis: lessons from the COVID-19 pandemic*.
- Roux-Dufort, C., 2003, *Gérer et décider en situation de crise*, Paris: Dunod.
- Schultz, F., Utz, S., & Göritz, A., 2011, *Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media*, Public relations review, 37(1), 20-27.
- Tambo, E., Djuikoue, I. C., Tazemda, G. K., Fotsing, M. F., & Zhou, X. N., 2021, *Early stage risk communication and community engagement (RCCE) strategies and measures against the coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic crisis*, Global Health Journal.
- Wolton Dominique, 2005, *Il faut sauver la communication*, Ed : Flammarion, 224 p.
- Xu X., Wenjun Cao, Ziwei Fang, Guoqiang Hou, Mei Han, Jiaxin Dong,<sup>a</sup> and Jianzhong Zheng 2020, *The psychological impact of the COVID-19 epidemic on college students in China*, Psychiatry Res.; P.287
- Yates, S., 2019, The notion of social acceptability: Lay citizens as a new political force. Dans M. Lalancette, V. Raynauld et E. Crandall, *What's #Trending In Canadian*

HIMMOUCHE Naoufal

*Politics? Understanding Transformations in Power, Media, and the Public Sphere.* Vancouver : UBC Press.

- Zogby, J., 2009, *How the internet has changed polling*, In Forbes.