



La lutte contre la corruption devient une cause sociétale



Dr. Samy Abdel Aziz

Si vous posiez à un citoyen la question sur la lutte contre la corruption il ya dix ans, la réponse serait limitée au concept et dimensions d'une part, et elle serait liée à son image intellectuelle d'instance d'arrestation des corrompus d'autre part. Parlant concept, il s'agirait souvent pour la corruption du pot de vin, d'enrichissement des fonctionnaires publics et d'abus de confiance, du fait que l'Autorité de contrôle n'est qu'un groupe d'hommes bien formés pour dévoiler les causes de corruption dans les instances officielles gouvernementales.

Si vous posiez à un citoyen la question sur la lutte contre la corruption il ya dix ans, la réponse serait limitée au concept et dimensions d'une part, et elle serait liée à son image intellectuelle d'instance d'arrestation des corrompus d'autre part.

Parlant concept, il s'agirait souvent pour la corruption du pot de vin, d'enrichissement des fonctionnaires publics et d'abus de confiance, du fait que l'Autorité de contrôle n'est qu'un groupe d'hommes bien formés pour dévoiler les causes de corruption dans les instances officielles gouvernementales.

Aujourd'hui, si vous demandez à un citoyen la signification de la corruption, il répondra qu'il s'agit de toute sorte de pot de vin, que c'est l'abus de confiance et le moyen qui donne le coup de poing au concept de parité des chances, que c'est l'importation et la vente des biens à validité terminée, la négligence d'un fonctionnaire qu'il soit maître ou professeur, sa concentration aux leçons privées au dépens de l'école qui lui donne son salaire, que c'est le trafic d'organes, la

fraude dans des pièces officielles, les documents falsifiés pour tirer un profit illégal, l'empiétement sur des terrains de l'Etat sans aucun droit que ce soit moyennant des contrats faux ou l'élévation des étages menaçant la vie des hommes, il s'agit également d'outrepasser les institutions officielles pour toucher au secteur privé.

Si vous lui demandez que signifie l'Autorité de contrôle, il répondra que c'est l'instance qui récupère à l'Etat puis au citoyen son argent et ses droits aliénés vu l'absence du concept de transparence et de gouvernance.

La question serait donc, quelle est la cause derrière cette évolution au fil des dix dernières années.

La réponse est multidimensionnelle mais réside dans un nouveau concept élaboré et lancé par l'Autorité de contrôle dans sa stratégie de lutte contre la corruption, il s'agit d'une traduction et d'une application pratique des stratégies, méthodes et mécanismes du marketing social et politique et qui ne diffère pas beaucoup du concept de

marketing commercial.

Commençons par les études d'opinion publique pour connaître les consciences et tendances sociétales quant à la cause de lutte contre la corruption et donc les mieux préciser.

Comment peut-on changer ces concepts et les transformer en des concepts et idées faciles à assimiler et comprendre et par conséquent demander l'aide sociale pour combattre la corruption sous toutes ses formes.

L'application des bases du marketing social et politique s'étend à la planification et la mise à exécution des campagnes publicitaires via tous les médias de masse et les médias sociaux différents, nous nous rappellerions le lancement d'une campagne qui a duré quatre ans dont l'emblème était « si nous regardons dans le miroir », et qui, pour ne pas accuser toute la société de corruption, a pris un slogan secondaire « certainement pas nous tous.

Peut être certains d'entre nous ».

Or, cela ne s'est pas limité aux campagnes publicitaires de masse.

Mais, l'Autorité de contrôle administratif les universités égyptiennes

ont ouvert leurs portes aux étudiants et chercheurs pour qu'ils soient des ambassadeurs bien instruits conscients des affaires ayant trait à la corruption et des dangers qu'elles présentent, tout en mettant l'accent sur le fait que la protection et la prévention sont plus importantes que la dissuasion.

Grâce à sa longue Histoire, l'Autorité dispose de méthodes avancées et distinguées quant à l'arrestation de ceux qui commettent toute forme de corruption.

Toutefois, cela ne s'avère pas suffisant face à l'évolution des méthodes et techniques de corruption d'une part, et, l'apparition de crimes de corruption qui recourent à des méthodes avancées transfrontières d'autre part.

L'application du concept de marketing social en matière de protection de la société contre la corruption s'étend au contact direct de marketing grâce à des stages de formation, des symposiums et des conférences à l'intérieur pour agrandir le champ de marketing, et à l'extérieur pour tirer profit des expériences du monde entier.

En vue d'approfondir les sciences et connaissances intégrées, et avec la fondation par l'Autorité de l'Académie nationale de lutte contre la corruption, l'on a réussi à dispenser des stages assez distingués concernant la notion de protection et le fait d'assurer un environnement de travail qui rejette la corruption à partir de critères spécialisés.

Cette évolution s'est vue développer jusqu'à la conclusion d'un accord avec les universités égyptiennes les plus anciennes, telles que l'université du Caire à travers la faculté d'économie et de sciences politiques pour délivrer un magistère en matière de sciences de lutte contre la corruption sur les plans juridique, économique et de gestion.

Un programme académique et théorique y a été introduit portant sur le marketing social et politique et adressé aux chercheurs ayant une base et étant des cadres juridiques, aux députés, aux cadres des ministères, banques et grandes sociétés tant publiques que privées, de même que des ONG.

Certains pourraient être surpris, voire apprécier la participation de l'Autorité de contrôle administratif, via son Académie scientifique, à la foire internationale du livre au Caire où elle a accueilli des enfants, des jeunes, des élites de penseurs et des personnalités ; entretenu des dialogues ouverts ; et, présenté des supports d'information multimédias tant imprimés que visuels.

C'est ainsi que le contrôle administratif, Autorité et Académie nationale, a adopté la notion, les stratégies et les techniques de

marketing social et politique.

Si vous visitez le site internet de l'Autorité ou de l'Académie vous vous rendrez compte des effets positifs et interactifs croissants entre Autorité et Académie d'une part, et la société avec toutes ses classes et catégories d'autre part.

la situation étant ce qu'elle est, elle prouve que la lutte contre la corruption n'est plus l'affaire de l'Autorité toute seule, mais plutôt celle de la société toute entière.

Cela prête à croire davantage que la société adoptera des méthodes susceptibles de combattre la corruption.

Il s'agit là de l'un des objectifs du marketing social et politique, et, par la suite, l'un des indices de l'évolution positive quant à la lutte contre la corruption en Egypte, conformément aux indices et critères émanant des instances internationales.

Cette adoption, par l'Académie de contrôle administratif, du concept de marketing social et politique va de pair avec les tendances mondiales soit à travers les médias de masse, soit à travers le marketing électronique avec toutes ses applications, à tel point que les dépenses

des Etats-Unis en 2022 étaient d'environ 10 milliards de dollars aux campagnes électorales sur le plan politique, aussi bien qu'à la protection de l'environnement ; le soutien des concepts de l'enseignement avancé ; la lutte contre le tabagisme et la toxicomanie ; et, la sensibilisation à tout ce qui est santé sur le plan social.

C'est ainsi que s'est posée la question qui est à l'origine du marketing social et politique, question soulevée par le grand savant du marketing, Philip Kotler.

Pouvons-nous faire du marketing pour un parti, un président, une idée, un service ou une cause sociale, juste comme nous le faisons pour une tablette de bouillon ou un savon ? Les expériences se succèdent pour prouver que cette question a sa logique comme elle a sa réponse catégorique.

En fait, force est de savoir les raisons pour lesquelles l'opinion publique et la société admettent et adoptent une cause ou la rejettent ; les approches persuasives qu'elles soient intellectuelles ou émotionnelles ou les deux ensemble à la lumière de la connaissance et de l'analyse des dimensions démographiques et géographiques, de même que l'analyse de la psychologie sociale des classes sociétales visées ; la tonalité, la performance vocale et

le moule visuel qui diffère en fonction de la stratégie qui détermine les médias utilisés.

Je crois que l'Egypte doit impérativement élargir le champ d'application pratique et scientifique des stratégies du marketing social.

Nous avons par exemple le problème démographique et les moyens de persuasion pour en adopter les exigences.

Nous avons également l'enseignement technique et professionnel et le moyen d'en promouvoir l'image auprès des familles, des jeunes et des parents des filles lorsqu'un prétendant se présente à leur fille ayant un diplôme professionnel et maîtrisant un métier et un savoir-faire qui leur garantissent une vie digne.

A cet effet, nous avons

l'exemple et le modèle de l'Allemagne.

Nous avons, en fait, en Egypte un nombre croissant de questions qui ont besoin d'un marketing social et politique, étant donné les changements économiques et politiques mondiaux, de même que l'impact grandissant des réseaux sociaux auquel recourent toutes les catégories de la société.

J'imagine que l'Egypte nécessite fortement d'étendre l'application tant pratique que scientifique des stratégies du marketing social.. Nous avons le problème démographique, les moyens de conviction concernant l'adoption des ses exigences, nous avons l'enseignement technique et professionnel et la manière susceptible de promouvoir son image chez les citoyens.

application des bases du marketing social et politique s'étend pour couvrir la planification et la mise à exécution des campagnes publicitaires via les médias de masse et les divers médias sociaux ; nous rappellerions le lancement d'une campagne qui a duré quatre ans dont l'emblème était « si nous regardons dans le miroir », et qui, pour ne pas accuser toute la société de corruption, a pris un slogan secondaire « certainement pas nous tous.. Peut être certains d'entre nous ».

Combattre la corruption n'est plus l'affaire de l'Autorité de contrôle, mais de la société dans son ensemble, ce qui accentue les prévisions quant à l'adoption par la société des moyens de lutte contre la corruption, ceci constitue un des plus importants objectifs du marketing social et politique et par conséquent des indices de l'évolution positive de lutte contre la corruption en Egypte.