



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات

المجلة اليومية

لأهم ما ورد في الصحف الوطنية

2021-11-18

الأحزاب السياسية ترمي بثقلها في آخر أيام الحملة تجمعات شعبية وخرجات جوارية بمختلف الولايات

تنتظر الأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات المحلية المقبلة نهاية أسبوع غير عادية، من خلال البرنامج المكثف الذي تم وضعه من قبل مديريات الحملة الانتخابية، الذي سيجعل القيادات والإطارات الحزبية متواجدة عبر جل الولايات، في تجمعات شعبية وخرجات جوارية لاستمالة الناخبين.

واختار الحزب شعار «معا إلى حراك الصندوق» كأسلوب غير مباشر للدعوة إلى المشاركة بقوة في الانتخابات المحلية لإتمام مسار إعادة البناء المؤسساتي، معتمدا خطابا مباشرا ومبسطا للتقرب من الفئات الشعبية والاطلاع على طموحاتها وأمالها، انسجاما مع اسم الحزب الذي يعبر عن صوت الشعب.

وأكد من جهته المكلف بالإعلام بالنيابة لجهة القوى الاشتراكية هشام زعنابي «للنصر» بأن نشاط الألفافس لن يكون عاديا خلال الأيام القادمة، إذ سيكون الأمين الوطني الأول يوسف أوشيش متواجدا بالعاصمة والبويرة وقسنطينة وأم البواقي، لتوجه بعدها إلى كل من بجاية وتيزي وزو، في إطار تجمعات شعبية. وسيرافق الأعضاء القياديون بالألفافس الأمين الوطني الأول في ما تبقى من الحملة الانتخابية، بالخروج بكثافة إلى عديد البلديات، فضلا عن تنشيط لقاءات وتجمعات في كل من تيميمون بأقصى الجنوب، وولايات معسكر وبومرداس والبويرة والبرج، سيبتخللها توزيع البرنامج الانتخابي على المواطنين.

لطيفة بلعاج

النمو في شتى المجالات، بداية من البلديات التي تعد الخلية الأساسية للدولة.

وستوجه قياديو الحركة من أعضاء المكتب الوطني ومجلس الشورى إلى ولايات عدة، من بينها البليدة وتلمسان ووهران وميلة وبسكرة وينسي عباس بالجنوب الكبير، في خرجات مكثفة ومتواصلة وجولات ماراطونية، حاملين معهم البرنامج الانتخابي الذي تمت صياغته وتكييفه ليتناسب مع كل ولاية، بحسب طبيعتها وموقعها الجغرافي وتركيبتها السكانية، مع اقتراح الحلول الممكنة تطبيقها على أرض الواقع، بناء على ما تتوفر عليه كل بلدية من إمكانيات ووسائل وموارد طبيعية.

ولم يتخلف حزب صوت الشعب بدوره عن ركب الأحزاب السياسية المعروفة بنشاطها خلال الحملات الانتخابية رغم حداثة تأسيسه، وهو بدوره سيكون متواجدا في عدة ولايات، من خلال الأعضاء القياديين، وكذا رئيس الحزب لمين عصماني الذي نشط أمس تجمعا بولاية أم البواقي، على أن يتوجه اليوم إلى ولاية سكيكدة، ثم سطيف والمدينة والسلف والعاصمة، ابتداء من غد الجمعة وإلى غاية يوم الثلاثاء الموافق لآخر يوم من الحملة الانتخابية.

الشرق الجزائري، ومعالجة المشاكل التنموية التي تواجهها، وكل ما يتعلق بالتهيئة العمرانية لتحسين الظروف المعيشية للمواطنين.

كما سيتواجد الأمين العام للأردي خلال ما تبقى من الحملة الانتخابية بالغرب الجزائري، في كل من تلمسان ووهران، في حين سيتم توزيع الأعضاء القياديين على كافة جهات الوطن، بطريقة متوازنة ومنسجمة لإيصال برنامج الحزب إلى جميع المناطق، في إطار عمل جوارى مكثف واحتكاك يومي بالمواطنين للسماع لانشغالاتهم، وتقديم الحلول التي يراها الأردي الأنجع والأنسب لتحقيق مطالب وطموحات المواطنين.

وحرصت بدورها حركة مجتمع السلم على الرمي بكافة ثقلها في الميدان خلال نهاية هذا الأسبوع، والأيام الأخيرة للحملة الانتخابية، وبحسب مدير الحملة الانتخابية للحركة عبد الرحمان بن فرحان، فإن العمل المكثف سينطلق بداية من اليوم، وسيستهله رئيس الحركة عبد الرزاق مقري بتنظيم تجمعات شعبية بولاية غليزان، ليتوجه يومي الجمعة والسبت إلى ولايتي معسكر وتيارت، لمخاطبة المواطنين وحثهم على المشاركة في اختيار المسؤولين المحليين، والانخراط في العملية السياسية من أجل تحقيق

أعدت التشكيلات السياسية المعنية بالاستحقاقات المحلية التي تجري يوم 27 نوفمبر الجاري برنامجا محكما لإنهاء ما تبقى من الحملة الانتخابية التي ستسدل ستارها الثلاثاء المقبل، وقامت بتجنيد إطاراتها على رأسهم القيادات الحزبية، لتنشيط تجمعات شعبية داخل القاعات، وتنظيم حملات جوارية لمخاطبة الناخبين، وإقناعهم بجدوى المشاركة في اختيار من سيتولون شؤون التنمية المحلية، ومعالجة المشاكل المرتبطة بالحياة اليومية للمواطنين.

وسيكون التجمع الوطني الديمقراطي من خلال الأمين العام للحزب الطيب زيتوني، وكذا الأعضاء القياديين متواجدا في عديد الولايات، بتنشيط تجمعات وخرجات ميدانية لعدة بلديات، لا سيما التي يعول عليها الحزب لتحقيق نتائج إيجابية، وفق ما كشف عنه عضو الأمانة الوطنية للأردي محمد قيجي «للنصر».

وسينشط الطيب زيتوني تجمعات بالولايات يراها الحزب محورية، وبإمكانها تحقيق الفارق، وسينزل يوم السبت المقبل بولاية قسنطينة لمخاطبة المناضلين والناخبين، وتقديم حوصلة شاملة عن البرنامج الانتخابي، و ما يمكنه القيام به للنهوض بعاصمة

المرشحون يستثمرون في مشاكل البلديات

لا تزال الحملة الانتخابية متواصلة في البلديات والولايات، حيث يقود مرشحو الأحزاب السياسية ومرشحو القوائم الحرة تحركات مضمينة من أجل إقناع المواطنين بالمشاركة في هذا الموعد الانتخابي والتصويت عليهم. ويركز المرشحون على الاستثمار في إخفاقات المجالس البلدية السابقة وتقديم وعود بالتكفل بجميع الانشغالات والعمل على وقف كل الممارسات التسييرية السابقة لرؤساء البلديات والمنتخبين السابقين على العموم. وفي هذا الشأن، فضل رؤساء العديد من قادة الأحزاب السياسية المعروفة كحال حزب جبهة التحرير الوطني، التجمع الوطني الديمقراطي، حركة البناء الوطني وغيرها من التشكيلات السياسية

النزول إلى الولايات والتقرب من المناضلين والمواطنين بشكل مباشر والاستثمار في إخفاقات المراحل الانتخابية السابقة والترويج للمرشحين الجدد بكونهم فرصة المواطن الحقيقية وتطلعه القوائم في ظل الجزائر الجديدة الخالية من الممارسات التسييرية التي كانت ممارسة في عهد العصاة. كما حاولت هذه الأحزاب الرد في خرجاتها الميدانية على تطاول الرئيس الفرنسي الأخير والتأكيد على أن موقف هذه الأحزاب من موقف السلطات الرسمية الجزائرية. في سياق متصل، فضل مرشحو المجالس البلدية ومرشحو المجالس الشعبية الولائية طريقة جديدة في التقرب من مخزون الأصوات، حيث يتم حالياً التركيز على

اللقاءات الجوارية، عكس مواسم الانتخابات المحلية الماضية والتي كان يلجأ فيها المرشحون إلى تنظيم تجمعات كبيرة وملأ القاعات، إلا أن الانتخابات المحلية طبعة نوفمبر 2021 كرسست واقعا آخر، حيث أضحى التجمعات تتم عن طريق اللقاءات الجوارية. وتواصل الأحزاب السياسية والقوائم الحرة تركيزها على البلديات النائية، حيث اختاروا البحث عن "حرارة" الحملة في القرى والمداشر وتكثيف اللقاءات الجوارية، خاصة بالنسبة للمرشحين الذين يعولون على العروضية وأبناء العمومة. هذا وانتقل مرشحو المحليات إلى السرعة القصوى فيما تبقى من أيام الحملة الانتخابية واختاروا التركيز على اللقاءات الجوارية والاحتكاك بالمواطن مباشرة في

الأحياء السكنية وأكثر من ذلك الاستثمار في إخفاقات "الأميار" والمنتخبين السابقين وتقديم وعود بحل العديد من المشاكل التنموية. والغريب أن هناك مشاكل ونقائص تنموية عجزت حتى ميزانيات الولايات عن حلها، إلا أنها تحولت إلى ورقة انتخابية للمرشحين والذين قدموا بشأنها وعودا للمواطنين والمساهمة في حلها والمهم هو التأثير على المواطن وكسب وده وصوته. مصادر "البلاد" المتابعة لمجريات الحملة الانتخابية أكدت أن التسابق أضحى على أشده فيما بقي من أيام الحملة الانتخابية، حيث يعتمد المرشحون هذه الأيام إلى استغلال كل شيء بهدف التأثير على المواطنين واستمالتهم.

الأحزاب والقوائم الحرة تدافع في اليوم الـ 15 من الحملة لصالح إشراك الكفاءات الشابة في التسيير المحلي أوراق المنعرج الأخير



مكتب العاصمة: كهيبة مارس

رافع منشطو الحملة الانتخابية لإعطاء صلاحيات أكبر للمؤسسات المحلية ودفع بهذه الهياكل التي أصبحت « هياكل بدون روح » إلى مصاف « الإدارة المنتجة للثروة»، كما راهنوا على التنمية المحلية من أجل إخراج الجزائر من التبعية إلى المحروقات من خلال إخراج مناطق الظل من العزلة والتهميش إلى بلديات قائمة بذاتها « بلديات منتجة فلاحيا وصناعيا».

وأكد، منشطو الحملة الانتخابية منذ بدايتها وتحسبا للانتخابات المحلية من ممثلي التشكيلات السياسية وكذا الأحرار، أكدوا على ضرورة تمتع المجالس البلدية والولائية بصلاحيات واسعة كي تتمكن من المبادرة إلى تنمية اجتماعية واقتصادية حقيقية على المستوى المحلي»، وانتقد المسؤول الأول للجمع الوطني الديمقراطي، قانوني الولاية والبلدية، داعيا لجعل الجماعات المحلية قاطرة للتنمية من خلال توسيع صلاحيات المؤسسات المحلية بدل الفشل الذي يعرفه الاقتصاد الوطني حاليا والتبعية المتواصلة لقطاع المحروقات. من جهته، دعا الأمين العام لجبهة التحرير الوطني، الإدارة إلى رفع يدها عن صلاحيات المنتخبين المحليين والدفع بالبلدية إلى مصاف هيئة منتجة للثروة، مؤكدا، على ضرورة إعادة النظر في قانون البلدية والولاية، قائلا إن البلدية يجب أن تتحرر من مجرد أداء المهام البسيطة كجمع

المحلية وإخراجها من البيروقراطية والمحسوبية التي عانتها خلال السنوات الماضية وبناء مؤسسات شرعية منتخبة تسترجع من خلالها الإدارة ثقها مع المواطن. وتجدد الإشارة إلى أن بعض التشكيلات السياسية انتقدت « انحياز » التلفزيون وبعض القنوات الخاصة لأحزاب لصالح أحزاب أخرى ووصفوا هذا « الإنحياز » بالمساس الخطير لمجريات الحملة الانتخابية والتي يعطى فيها نفس الحق لجميع الأحزاب في التوقيت الزمني المخصص لها، وطالبت السلطة المستقلة للانتخابات بالتدخل من أجل انصافها، في حين سجلت هيئة شرعي في بعض التجاوزات والتي وصفتها بـ « الطفيفة » فيما تعلق بمجريات الحملة الانتخابية خاصة ما تعلق بعدم احترام البروتوكول الصحي كالتباعد الجسدي وكذا وضع الكمامات والأقنعة.

النفائيات وتظيفف المجاري إلى أداء مهام أكثر نجاعة، مبرزاً، قيمة ما تتوفر عليه مختلف ولايات الوطن كل حسب موقعها وإمكانياتها خاصة في قطاعات الفلاحة، الصناعة والسياحة. مضيفاً، « مريبط الفرس هو تمكين كل بلدية من خدمة نفسها بنفسها، يجب تحرير البلدية وتوسيع صلاحيات المنتخب وإعطائه ميكانيزمات جديدة»، معتبرا، أن الاقتصاد الجزائري مقبل على التفتح نحو أسواق أخرى، خاصة الإفريقية منها. كما، توقف منشطو الحملة الانتخابية، خلال الأسبوعين الأولين من عمر الحملة الانتخابية على ضرورة إخراج المناطق المعزولة والنائية من غيابات الحرمان والفقر واللامبالاة التي يعيشها سكانها، داعين المواطنين إلى الذهاب بقوة لصناديق الاقتراع من أجل اختيار الأجدر والأكفأ لإحداث التغيير المنشود على مستوى الإدارة



Photo : Fouad S.

FINANCEMENT

Les candidats espèrent l'aide publique

La question des modalités et du cadre de financement de la campagne électorale ressurgit à l'occasion de chaque échéance électorale organisée dans le pays au regard de la sensibilité et l'influence directe de ce point sur la régularité et la transparence du scrutin. La majorité des formations politiques approchées par l'APS ont affirmé avoir recouru à leurs propres ressources financières sans cacher leur aspiration à obtenir un soutien financier conformément à la loi. Pour le candidat du parti El Fadjr El Djadid de la wilaya d'Alger, Abdelhalim Benbaibèche, les dépenses dédiées à cette campagne sont issues des propres moyens du parti, relevant le besoin des jeunes au soutien financier à l'image de celui accordé aux jeunes des listes indépendantes. «Les partis ont refusé ce point lors du débat de la loi organique relative au régime électoral», a-t-il rappelé. Benbaibèche a souligné que les moyens financiers de certains partis politiques et listes indépendantes ne leur permettent pas d'animer une campagne électorale à la hauteur comparativement aux grands partis dont les ressources sont issues des cotisations de ses nombreux militants. Le parti a consacré un montant révisable de plus de 20 millions de centimes pour chaque candidat, un montant symbolique vu les activités de proximité organisées par les candidats, a-t-il fait savoir. Le FLN a consacré un montant de son propre fond en vue de couvrir les dépenses de la campagne. Les candidats contribuent, à leur niveau, à la collecte de contributions financières pour l'organisation des transports, les affiches et les meetings. De son côté, Nadir Boulegroune, un dirigeant au FLN, a précisé que le parti a fixé, dans une note destinée aux candidats, le montant d'adhésion à 3.000 DA lors du dépôt du dossier de candidature, a-t-il souligné, ajoutant que la campagne n'est pas coûteuse étant liée à l'action de proximité. Boulegroune a estimé que la rationalisation des dépenses et des aides n'affaiblissait pas la campagne dont la majorité des meetings se tiennent au niveau des salles consacrées par l'Etat. Pour sa part, le secrétaire exécutif de Jil Jadid, chargé des élections et des élus, Walid Hadjadj, a révélé que le parti avait recouru à l'autofinancement à travers une contribution qualitative sur les plans de la communication et technique, soulignant que chaque commune a ses spécificités en termes de financement. La direction de campagne du parti a fixé à 10.000 DA le montant devant être versé par chaque candidat, un montant «symbolique» dans la mesure où le nombre de candidats peut atteindre dans une commune dépassant 200.000 habitants les 40. Il a évoqué, par ailleurs, certaines difficultés pour l'établissement de reçus, de factures ou pour tout virement dépassant 1.000 DA.

UNE CAMPAGNE ACHANANTE

Séquelles des législatives, selon Bouhidel

APRÈS DEUX SEMAINES DU LANCEMENT DE LA CAMPAGNE ÉLECTORALE, les partis politiques et candidats libres patinent et peinent à s'imposer sur le paysage politique national et encore moins à susciter l'intérêt de l'électorat. Une situation qui trouve son explication, de l'avis du politologue Redouane Bouhidel, dans les résultats des législatives de juin passé.



«**L**es partis politiques sont sous le choc des résultats des dernières législatives, qui ne reflètent pas leurs prévisions. Ce chamboulement est expliqué par les dispositions de la nouvelle loi organique relative au régime électoral, notamment le mode électoral de la liste ouverte auquel beaucoup de partis n'arrivent pas à s'adapter», indique l'universitaire. Si l'on revient sur la configuration de l'actuelle Assemblée nationale, les anciens partis majoritaires, précise-t-il, ont perdu du terrain, à l'image du FLN et du RND, alors que d'autres entités politiques ont vu leurs sièges se multiplier, à l'instar du Front El Moustakbal et Mouvement El Bina.

Force est de constater aussi que ces deux partis, ayant pris part à la présidentielle de décembre 2019, ont, depuis, fait montre de plus d'ambition politique. Et de ce fait, la nouvelle donne a clairement bouleversé les rapports de force et le redéploiement des partis à l'échelle nationale et locale. «Ces deux formations, explique l'analyste, profitent de ces échéances pour renforcer d'avantage la structuration locale de leur base mili-

tante en menant un périple à travers toutes les wilayas.» Ce qui leur permet, estime-t-il, de combler le vide laissé par les anciennes forces politiques en perte de vitesse. Et dans ces conditions, les partis agissent avec «pragmatisme» en ciblant leurs électeurs potentiels et ce, en fonction des voix glanées lors de la précédente expérience électorale, poursuit-il.

DES CANDIDATS EN DÉPHASAGE

Le politologue relève également qu'il y a un manque d'originalité dans les discours des candidats, qui ne sortent pas de l'ornière du «populisme», en s'accrochant aux «promesses électoralistes», à défaut de programmes consistants au diapason du contexte socio-économique national. «Beaucoup de partis ont évoqué, lors de cette campagne électorale, leurs programmes des législatives ou de la présidentielle, alors qu'ils devaient mettre à jour leurs discours et programmes politiques censés tenir compte de l'évolution du contexte national, notamment la crise sanitaire de la Covid-19, la crise socio-économique et de la relance économique attendue», fait-il observer. Faute de pouvoir conquérir le terrain, de nombreux partis et

candidats indépendants se sont tournés vers les réseaux sociaux, notamment facebook, pour battre campagne. Ce qui atteste, dit le politologue, de l'efficacité de cet outil en matière de visibilité des partis en lice sur l'espace bleu. Il souligne, dans ce sens, que cet outil de communication politique est beaucoup moins coûteux que l'organisation de meetings populaires et les affiches de propagande politique.

Par ailleurs, l'analyste voit que les locales du 27 novembre vont être une «épreuve» pour mesurer le poids réel des partis politiques sur l'échiquier national, eu égard à la «particularité» de ce rendez-vous, qui obéit essentiellement à la logique de «l'esprit tribal». Concernant l'élargissement des prérogatives des futurs élus au niveau des Assemblées, Bouhidel voit qu'il s'agit d'une échauffourée pour les candidats qui usent de cette problématique pour justifier un éventuel échec à la course électorale. En somme, le politologue met l'accent sur le phénomène de «l'itinérance politique», résultante des dernières législatives, qui va engendrer, de son avis, une classe politique hétéroclite.

■ Mehdi

CAMPAGNE ÉLECTORALE

Un contexte difficile

PAR KAMAL HAMED

Cela fait une quinzaine de jours que la campagne électorale pour les élections locales anticipées du 27 novembre bat son plein. Entamée le jeudi 4 novembre dernier, elle entrera en effet à partir de demain dans sa troisième et dernière semaine. Quinze jours durant lesquels les partis politiques et les indépendants en lice pour ce rendez-vous électoral ont déployé toutes leurs énergies pour séduire les Algériens en les incitant à aller voter en leur faveur le jour "J", soit le samedi 27 novembre prochain. Il est donc certain que cette période de 15 jours est amplement suffisante pour les partis d'avoir une évaluation de la situation, en somme un premier bilan de cette campagne électorale et de pouvoir ainsi mettre les bouchées doubles pour la cette dernière

semaine. Selon les échos ayant filtré des permanences des états-majors politiques, il semble que l'on ne soit pas totalement satisfait ou mécontent. Autant dire que l'appréciation est mitigée. Car le constat est on ne peut plus clair : il n'y a pas eu le grand engouement populaire comme souhaité par les candidats et leurs partis politiques. Cela a été notamment constaté lors des meetings électoraux ou l'affluence n'a pas atteint son paroxysme. Les partis politiques peinent en effet à mobiliser les foules et ce même si les salles ne sont pas organisées les rassemblements ne sont pas assez vastes. Les salles ne sont relativement pleines que lorsque ce sont les leaders politiques des formations politiques en lice qui animent les meetings. La campagne d'affichage n'a pas, elle aussi, démarré en trombe puisqu'il a fallu attendre au moins une dizaine de jours

pour garnir les panneaux électoraux et permettre ainsi aux citoyens de découvrir le visage des candidats qui ambitionnent de briguer un siège aux assemblées populaires communales ou assemblées populaires de wilayas. Ce peu d'engouement était, estiment les observateurs, très attendu. Il n'y a qu'à voir le contexte politique et social du déroulement de cette campagne électorale. En effet le contexte est franchement peu propice à la mobilisation des foules. Ces dernières, aux prises avec les difficultés de la vie quotidienne, ont, en toute logique, l'esprit bien ailleurs. Sur ce plan la cherté de la vie au vu de l'envolée des produits de première nécessité, notamment les produits alimentaires et les viandes blanches qui ont atteint les records, ont poussé de larges pans de la population à avoir des attitudes empreintes d'un fort scepticisme pour ne

pas dire une certaine aversion de la chose politique. Les partis politiques et les indépendants maintiennent, pourtant, le cap et n'ont guère le choix à vrai dire puisque ils savaient au préalable que la campagne électorale n'allait pas être, dans une conjoncture aussi morose sur le plan social, une simple sinécure. Et pour pallier cette désaffection du public les partis et les candidats ont eu recours en force aux réseaux sociaux. C'est en effet sur ces derniers qu'ils ont mis beaucoup d'énergie en vue de séduire un maximum d'électeurs. Le travail de proximité n'est pas en reste et chaque candidat tente ainsi de toucher un maximum de citoyens. Ce d'autant que le mode électoral favorise et motive chaque candidat à faire sa propre calogène électorale.

K.H.

Des partis escomptent l'aide de l'Etat

La question des modalités et du cadre de financement de la campagne électorale ressurgit à l'occasion de chaque échéance électorale organisée dans le pays, au regard de la sensibilité et de l'influence directe de ce point sur la régularité et la transparence du scrutin. La majorité des formations politiques ont affirmé avoir recouru à leurs propres ressources financières, sans cacher leur aspiration à obtenir un soutien financier, conformément à la loi. De nombreux partis politiques à base populaire moyenne se trouvent face à la contrainte des dépenses de la campagne alors que cette question n'a pas préoccupé les partis à large base populaire qui se permettent de consacrer des ressources financières pour animer leur campagne. Certaines formations politiques ont exprimé leur aspiration à bénéficier du soutien financier de l'État, à l'instar du soutien accordé aux listes indépendantes, dans le cadre de la loi organique relative au régime électoral, notamment les partis nouvellement créés qui ne disposent pas de moyens financiers suffisants. Pour le candidat du parti El Fadjr El Djadid de la wilaya d'Alger, Abdelhalim Benbaibèche, les dépenses réservées à cette campagne sont issues des propres moyens du parti, relevant le besoin des jeunes de soutien financier, à l'image de celui accordé aux jeunes des listes indépendantes. De son côté, Nadir Boulegroune, un dirigeant au FLN, a fait savoir que le parti conduisait deux campagnes, la première supervisée par le SG du parti, alors que la deuxième est organisée au niveau local par les candidats de chaque commune. Et de préciser que le FLN a fixé, dans une note destinée aux candidats, le montant d'adhésion à 3 000 DA lors du dépôt du dossier de candidature, a-t-il souligné, ajoutant que la campagne n'est pas coûteuse, étant liée à l'action de proximité.

LES INDÉPENDANTS, LA DYNAMIQUE CITOYENNE

La campagne électorale donne lieu à une sourde bataille, celle des indépendants qui disputent le terrain politique aux partis et qui parviennent, par endroits, à s'imposer.

«**C**ette dynamique était prévisible et même très attendue comme résultante du sursaut populaire, la mouvance citoyenne de 2019 qui annonçait alors une profonde reconfiguration du paysage politique en Algérie», analyse le conseiller à la communication Abderrahmane Bouteldja, enseignant universitaire à Blida. Il appuie son propos sur l'émancipation politique de plus en plus affirmée de la société civile, manifestement déterminée à ne plus rester en marge dans la prise de décision en investissant les institutions élues pour contribuer à la consécration de l'aspiration du changement. Notre interlocuteur rappelle que la restructuration de la société civile et sa réorganisation profonde dans le sens d'assurer son émer-

gence et sa promotion au sein des cercles de décision figurent en bonne place dans le projet de société du président de la République. La compétence, l'esprit de responsabilité, la bonne réputation et les vertus d'honnêteté et de probité sont par ailleurs autant d'atouts dont disposent les candidats issus de la société civile dans leur quête d'un siège au sein des institutions de représentation élue, fera observer notre interlocuteur. «À cela s'ajoute leur sens élevé de l'engagement matérialisé par des initiatives étoffées en rapport avec diverses questions d'intérêt général, ainsi qu'une prise de conscience certaine quant aux enjeux de la bonne gouvernance et de la gestion des affaires publiques.»

Après une participation aux résultats plus qu'honorables, lors des



Le contact direct avec le citoyen constitue l'essentiel de la campagne.

législatives du 12 juin dernier, la société civile, représentée à travers les listes de candidats indépendants, compte peser au prochain rendez-vous électoral. Abdenour Sahki, jeune candidat sur la liste «Assirem s-tdukli» (l'espoir par l'union), qui concourt pour le renouvellement de

l'APC d'Azazga, est très optimiste. «Les citoyens d'Azazga ont confiance en les candidats indépendants dont ils n'ignorent pas le parcours accompli au service de la collectivité. Nous enregistrons, en tant que candidats, un retour d'écho très positif de la part de la popula-

tion ayant massivement adhéré à notre campagne électorale et ont déjà exprimé leur satisfaction sur plusieurs points de notre programme. En dépit du manque de moyens, nous avons assuré une campagne riche en rencontres de proximité et en actions de sensibilisation et de mobilisation autour de notre projet électoral», dit-il. Quant aux contraintes rencontrées, il fait état «du manque d'adaptation des candidats indépendants, très nombreux à Azazga, aux dispositions du nouveau code électoral, basé sur la liste ouverte». De son côté, Brahim Barhoumi, candidat sur la liste «Coalition d'indépendants» dans la nouvelle ville de Bouinan (Blida), indique que le contact direct avec le citoyen constitue l'essentiel de sa campagne, faisant valoir son capital expérience acquis dans le cadre de ses activités au sein des associations.

Karim Aoudia

L'ACTUALITÉ

ÉLECTIONS LOCALES

La campagne peine à atteindre sa vitesse de croisière

● Les participants, aussi bien les candidats que les chefs de parti, n'ont pu donner à cette campagne électorale le rythme qui aurait dû être le sien, une campagne morne avec la hantise d'une désaffection des électeurs.

La campagne électorale pour les élections locales anticipées du 27 novembre entame aujourd'hui son 15^e jour. Ces joutes auxquelles participent une cinquantaine de partis politiques et un peu plus de 900 listes indépendantes suscitent peu d'engouement, selon les observateurs. La ferveur électorale n'est toujours pas au rendez-vous et l'ambiance globale manque d'ardeur. Les participants, aussi bien les candidats que les chefs de parti, n'ont pu donner à cette campagne électorale le rythme qui aurait dû être le sien, une campagne morne avec la hantise d'une désaffection des électeurs le jour du scrutin, comme ce fut le cas lors des dernières consultations où le taux de participation était historiquement bas. Toutefois, le contexte actuel, caractérisé par la crise qui secoue le pays sur le plan politique, social et économique, n'est pas l'unique explication de ce fossé qui sépare les Algériens de la classe politique. La stratégie et la qualité de la communication politique adoptée par les participants à ce scrutin se répercutent négativement sur le comportement des électeurs. Pour les spécialistes en la matière, les schémas communicationnels adoptés par les partis politiques algériens restent traditionnels et donc peu attrayants. L'autre élément important d'une campagne électorale est l'affichage : 15 jours après l'entame de la campagne, les panneaux d'affichage réservés aux candidats demeurent, pour leur quasi-majorité, vides, puisque seules quelques listes électorales ont été collées avant d'être déchirées pour nombre d'entre elles. A partir d'aujourd'hui, les candidats en lice ne disposent que d'une petite semaine pour tenter de convaincre une population qui, jusque-là, a tourné le dos à une campagne qui jadis en emballait plus d'un.

«APPROCHE DIRECTE»

Néanmoins, en dépit de ce climat morose, des chefs de parti et des candidats, comme le FLN, RND, El Moustakbal et le FFS, ont pu animer des meetings dans des salles ainsi que des rencontres de proximité.

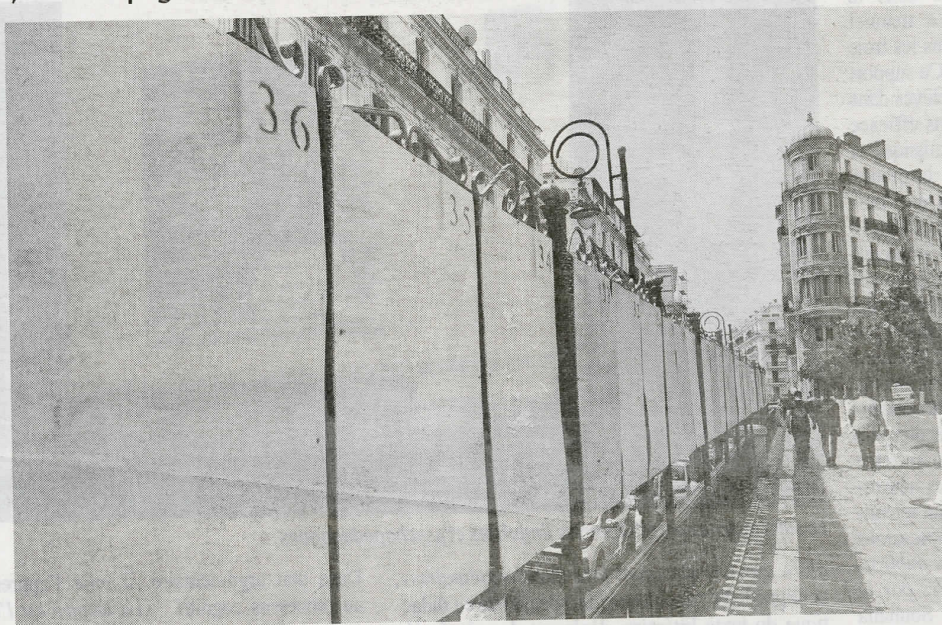


PHOTO : D. R.

En dépit du climat morose, des chefs de parti et des candidats ont pu animer des meetings

En analysant ces deux semaines de campagne électorale, le Front des forces socialistes (FFS) estime que sa stratégie de communication, basée sur l'«*approche directe*» des citoyens et l'interactivité sur les réseaux sociaux, a engendré une formidable symbiose avec leurs candidats. Hakim Belahcel, candidat du FFS à l'APW d'Alger, se réjouit de l'impact retentissant qu'a induit son discours, qu'il qualifie de «*réaliste et nationalise*», sur les populations. M. Belahcel charge une fois de plus l'Autorité nationale indépendante des élections (ANIE) et indique que son parti a été «*injustement freiné*» dans sa dynamique initiale à cause des lenteurs administratives occasionnées par le «*traitement au forceps*» de les recours introduits

par cette autorité. «*En dépit de ces entraves et blocages, notre parti est globalement satisfait du déroulement de cette première phase de campagne, qui a confirmé le formidable élan de sympathie populaire réservé au FFS*», se réjouit M. Belahcel.

Le secrétaire général du parti du Front de libération nationale (FLN) et celui du Rassemblement national démocratique (RND) ou encore le président du Front El Moustakbal, un trio qui na cessé, depuis le premier jour de la campagne de sillonner le pays, avec deux rassemblements quotidiens, sont également «*fiers de leur rendement*». Dans les discours de ces partis, la dimension nationale a déteint sur les questions locales...

Nabila Amir

ELECTIONS À TIZI-OUZOU

L'APC est aussi convoitée que l'APW

DES SOIXANTE-SEPT APC que compte la wilaya de Tizi-Ouzou, c'est celle de Tizi-Ouzou qui est la plus convoitée. Elle est exæquo avec l'APW. En effet, ce n'est pas moins de six listes de candidature, dont cinq indépendantes, qui concourent pour la détention des leviers de commande de l'APC de Tizi-Ouzou. Il s'agit d'Assirem, Thidhats, Thika, Thadukli, Tagmat et le FFS. D'aucuns se poseront la question sur l'intérêt particulier que présente l'APC de Tizi-Ouzou ; question d'ailleurs des plus légitimes. D'abord, étant aussi le chef-lieu de wilaya, le chef-lieu de commune de Tizi-Ouzou constitue de fait la vitrine de toute la wilaya. L'autre point, et qui n'est pas des moindres, est sans doute les

immenses richesses que recèle la commune de Tizi-Ouzou. Rien que la perception de ses recettes d'impôts, lui assure une véritable manne financière. Et si l'on compte l'ensemble de son patrimoine, dont les terres agricoles et le marché de Thala-Athmane, il est alors facile de déduire que beaucoup d'argent doit nécessairement atterrir dans ses caisses. Et pourtant, ce sont ces richesses qui sont à l'origine des malheurs des citoyens de la commune de Tizi-Ouzou ; malheurs qui remontent à la période de la décennie noire, mais qui se sont accentués à partir de l'année 2001, soit lors de la tragédie du Printemps noir.

En effet, la mafia et autres individus à la petite vertu ont profité de ces années de trouble pour

s'approprier illicitement les richesses de la commune. Et pour ce faire, tous les coups ont été permis.

Il y va de la corruption jusqu'à la menace de représailles de certains responsables via le chantage. Rien que pour la gestion du marché de Thala-Athmane, qui a toujours été considéré comme une vraie mine d'or, la guerre des clans n'a jamais cessé de faire rage. Et parallèlement à cette situation des plus abracadabrantes, il existe au niveau de la commune de Tizi-Ouzou bien des honnêtetés. Leurs motivations sont des plus simples : redonner à l'APC ses lettres de noblesse d'autrefois. La question fondamentale qui se pose cependant est de savoir si ces honnêtetés en question sauront redonner

espoir aux citoyens de la commune de Tizi-Ouzou, et ce en commençant par annihiler la corruption et les détournements et, par conséquent, faire profiter équitablement les énormes richesses que compte les commune à ses habitants.

Le pari s'annonce difficile mais n'est pas impossible à tenir. Car, si la mafia et ces individus à la petite vertu ont réussi à pénétrer presque tous les cercles décisionnels dans le seul but de satisfaire leurs grands et grossiers appétits, il reste que le citoyen tizi-ouzien ne manque pas de détermination à mettre fin à la gabegie, dont il souffre au plus haut point, depuis au moins deux décennies et demie.

**De notre bureau,
Saïd Tisseguine**