

UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA



**UFR : Communication, Milieu et Société**

*Département des Sciences du Langage et de la Communication*

## **MÉMOIRE DE MASTER**

**Mention :** Sciences de la communication

**Option :** Communication pour le développement

**COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT  
FACE À LA PERSISTANCE DE L'INSALUBRITÉ À BOUAKÉ : DE LA  
CONSCIENTISATION VERS UNE COERCITION**

**Présenté par :**

M. TCHIGAMA KOKIA DOUNA Bâ-Koura

**Sous la Direction de :**

Dr DAGNOGO Gnéré Laeticia  
Blama, Maître de conférences

**ANNÉE ACADÉMIQUE : 2023 – 2024**

À la mémoire de notre père,  
Tchigama Kokia DOUNA, ce vieil homme qui sait parler dans le silence.

À notre chère mère,  
Fannata ELHADJ MARI, qui a été mes piliers inébranlables. Son amour et  
sa détermination m'ont inspiré à chaque étape de ce parcours.

À mon grand frère,  
Mamane TCHIGAMA KOKIA DOUNA, qui, par son courage, sa complicité et  
son soutien constant m'a aidé à aller jusqu'au bout de cette exigeante aventure.

Son soutien indéfectible et ses sacrifices ont tracé le chemin de ma  
réussite.

## SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	III
LISTE DES TABLEAUX.....	IV
LISTE DES ANNEXES .....	V
LISTE DES ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS .....	VI
INTRODUCTION GÉNÉRALE .....	1
1.    CADRE THÉORIQUE.....	3
2.    APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE.....	21
PREMIERE PARTIE : COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT ET DÉFI DE GESTION DES ORDURES MÉNAGÈRES À BOUAKÉ.....	33
CHAPITRE 1 : LA VILLE DE BOUAKÉ FACE AU DÉFI DE LA GESTION DE SES ORDURES MÉNAGÈRES .....	34
CHAPITRE 2: COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT ET LUTTE CONTRE L'INSALUBRITÉ .....	50
DEUXIEME PARTIE : PRÉSENTATION ET ANALYSE DES RÉSULTATS	64
CHAPITRE 3 : PRÉSENTATION DES DONNÉES .....	65
CHAPITRE 4 : INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS .....	89
TROISIÈME PARTIE: PROPOSITION DU PROJET « PROPRETÉ DU CADRE DE VIE, NOTRE PRIORITÉ ».....	101
CHAPITRE 5 : VOLET STRATÉGIQUE DU PROJET « PROPRETÉ DU CADRE DE VIE, NOTRE PRIORITÉ ».....	102
CHAPITRE 6 : VOLET OPÉRATIONNEL DU PROJET .....	111
CONCLUSION GÉNÉRALE .....	118
BIBLIOGRAPHIE.....	120
ANNEXES.....	vii
TABLE DES MATIÈRES.....	xix

## REMERCIEMENTS

Au terme de ce travail, qu'il nous soit permis d'exprimer, non pas par formalisme mais par conviction, nos sentiments de gratitude à toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à sa réalisation.

Nous tenons tout d'abord à exprimer toute notre gratitude à notre Directrice de mémoire Dre DAGNOGO Gnéré Laeticia Blama, Maître de conférences, Enseignante-chercheuse et Directrice du Service de l'Information et de la Communication de l'Université Alassane Ouattara, pour son accompagnement précieux. Ses conseils éclairés, sa disponibilité et son expertise ont grandement contribué à la réalisation de ce travail.

Nos remerciements vont à notre ami GOHI BI GOUETI Stéphane qui nous a aidé dans la réalisation de l'enquête par questionnaire.

Nous remercions SOULEYMANE Diabagaté, Docteur en Géographie Humaine et Régionale à l'Université Paris 8 Vincennes Saint Denis (France) pour son aide documentaire.

Nous remercions également les Professeurs ABOLOU Camille Roger et OULAÏ Jean-Claude pour leurs précieux conseils dans le cadre de ce travail, ainsi qu'à l'ensemble du corps enseignant du département des Sciences du Langage et de la Communication, pour leur encouragement constant.

Nous remercions les agents et personnels de la mairie de Bouaké et ceux de la Direction Régionale de l'ANAGED de Bouaké ainsi que le Président des associations et ONG de salubrité de Bouaké pour leurs franches collaborations.

Merci à tous les étudiants (es) Nigériens à l'UAO, qui, au premier rang MOUSTAPHA Abdourahamane, Coordinateur de l'ASSN-CI Sous-section de Bouaké pour les efforts consentis jusqu'à notre inscription dans cette Université.

Enfin, nous remercions MAOUDÉ Salif, ADAMOU Idrissa, ATTIÉGOUA KONAN Abraham, KONÉ Augustin, DOUMBIA Karidja, KONÉ Katitcho, ADELEKE Nabilatu Adenike pour les amitiés partagées.

## LISTE DES TABLEAUX

N°	Titres	Pages
1	Quantité de DSMA enfouie par trimestre en 2021 par ville	38
2	Récapitulatif de la responsabilité des acteurs de la filière gestion des OM	41
3	Répartition des enquêtés selon le sexe	71
4	Répartition des enquêtées selon l'âge	71
5	Répartition des enquêtées par niveau d'instruction	72
6	Répartition des enquêtées par statut socioprofessionnel	73
7	Répartition des enquêtés par niveau d'information sur les activités de communication	73
8	Répartition des enquêtés par niveau d'information en fonction du sexe des répondants	74
9	Répartition des enquêtés par âge selon le niveau d'information	74
10	Répartition des enquêtés par niveau d'instruction selon le niveau d'information	75
11	Répartition des enquêtés par profession selon le niveau d'information	76
12	Répartition des enquêtés selon les canaux d'information qu'ils ont utilisés	77
13	Répartition des enquêtés par sexe selon le canal d'information	78
14	Répartition des enquêtés par âge selon le canal d'information	79
15	Répartition des enquêtés par niveau d'instruction selon le canal d'information	80
16	Répartition des enquêtés par profession selon le canal d'information	82
17	Niveau d'implication des enquêtés aux différentes campagnes de sensibilisation	83
18	Répartition des enquêtés par sexe selon l'implication des répondants	84
19	Répartition des enquêtés par âge selon leur implication dans la campagne	85
20	Répartition des enquêtés par niveau d'instruction selon leur implication dans la campagne	86
21	Répartition des enquêtés par profession selon leur implication dans la campagne	87
22	Plan d'action des activités	113
23	Planification du calendrier d'exécution des activités	115
24	Évaluation des activités	117

## LISTE DES ANNEXES

N°	Titres	Pages
1	Autorisation de recherche attribuée par le département des SLC	viii
2	Autorisation de recherche attribuée par la mairie de Bouaké	ix
3	Guide d'entretien à l'endroit de la Direction Régionale d'ANAGED de Bouaké	x
4	Guide d'entretien à l'endroit de la mairie de Bouaké	xii
5	Guide d'entretien à l'endroit du Président des faitières des associations et ONG de salubrité de Bouaké	xiv
6	Questionnaire à l'endroit des populations	xv
7	Répertoire des Localités : région de Gbéké	xvii
8	Quelques photos d'illustration de rejet inapproprié des déchets ménagers à Bouaké	xviii

## LISTE DES ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS

<b>ADEME</b>	Agence de l'Environnement et de la Maitrise de l'Énergie
<b>ANAGED</b>	Agence Nationale de Gestion des Déchets
<b>ANASUR</b>	Agence Nationale de la salubrité Urbaine
<b>ASSN-CI</b>	Association des Scolaires et Stagiaires Nigériens en Côte d'Ivoire
<b>BAD</b>	Banque Africaine de Développement
<b>BAS</b>	Brigade d'Assainissement et de Salubrité
<b>BNETD</b>	Bureau National d'Études Techniques et de Développement
<b>CA</b>	Comités d'Assainissement
<b>CCC</b>	Communication pour le Changement de Comportement
<b>CD</b>	Communication pour le développement
<b>CDD</b>	Communication pour le Développement Durable
<b>CE</b>	Commission Européenne
<b>CERCOM</b>	Centre d'Étude et de Recherche en Communication
<b>CGCAB</b>	Coordination Générale des Comités d'Assainissement de Bouaké
<b>COP</b>	Conférences des Parties
<b>DSM</b>	Déchets Solides Ménagers
<b>DSMA</b>	Déchets Solides Ménagers et Assimilés
<b>DSC</b>	Direction de la Vie Scolaire
<b>IEC/CCC</b>	Information, Éducation et Communication/Communication pour le Changement de Comportement
<b>INS</b>	Institut National de la Statistique
<b>NAC</b>	Nutrition à Assise communautaire
<b>OCDE</b>	Organisation de Coopération et de Développement Économique
<b>OIDP</b>	Observatoire International de la Démocratie Participative
<b>ONG</b>	Organisation Non Gouvernementale
<b>OMS</b>	Organisation Mondiale de la Santé
<b>PNUE</b>	Programme des Nations Unies pour l'Environnement
<b>RGPH</b>	Recensement Général de la Population et de l'Habitat
<b>RTI</b>	Radiotélévision Ivoirienne
<b>SLC</b>	Sciences du Langage et de la Communication
<b>UNFCCC</b>	United Nations Framework Convention on Climate Change
<b>UNEP</b>	United Nations Environment Programme
<b>UAO</b>	Université Alassane Ouattara
<b>UFR</b>	Unité de Formation et de Recherche
<b>UNESCO</b>	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
<b>UNICEF</b>	Fonds des Nations Unis pour l'Enfance
<b>WHO</b>	World Health Organization

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

La gestion des ordures ménagères constitue un défi majeur pour de nombreuses villes à travers le monde, en raison de l'urbanisation croissante, de l'augmentation de la consommation et de la production de déchets, ainsi que de la nécessité de préserver l'environnement et la santé publique. Dans ce contexte, la ville de Bouaké en Côte d'Ivoire ne fait pas exception, faisant face à des défis importants en matière de gestion des déchets ménagers.

L'importance de la gestion des ordures ménagères dépasse largement les simples considérations esthétiques, car elle affecte également la santé publique, la qualité de vie des habitants et l'environnement. Une gestion inefficace des déchets peut entraîner une pollution environnementale, la propagation de maladies et des effets néfastes sur les écosystèmes locaux. En effet, l'évolution des modes de vie et des comportements vis-à-vis des déchets a profondément influencé l'histoire de leur gestion, comme le soulignent plusieurs chercheurs (Diabagaté, 2017 ; Tini, 2003).

La situation à Bouaké est particulièrement préoccupante, avec des défis tels que l'insuffisance des infrastructures de collecte, le manque de sensibilisation de la population et la présence de dépotoirs sauvages. Ces problèmes ont des répercussions directes sur la propreté urbaine, la santé publique et la qualité de vie des habitants.

Face à cette réalité, des efforts sont déployés pour améliorer la gestion des déchets à Bouaké, notamment à travers des campagnes de sensibilisation et des projets d'assainissement. Cependant, ces initiatives rencontrent souvent des obstacles tels que le manque de ressources, le manque de coordination entre les parties prenantes et les défis socio-économiques.

Dans ce contexte, notre étude vise à analyser l'impact des campagnes de sensibilisation sur la gestion des déchets ménagers à Bouaké. En combinant des méthodes de recherche qualitatives et quantitatives, nous cherchons à comprendre

les défis spécifiques rencontrés dans cette ville et à proposer des solutions adaptées pour améliorer la gestion des déchets.

Cette étude revêt une importance particulière dans la mesure où elle contribuera à mieux comprendre les enjeux de la gestion des déchets à Bouaké et à formuler des recommandations pratiques pour les décideurs, les acteurs locaux et la population en général. En fin de compte, notre objectif est de promouvoir un environnement plus propre, plus sain et plus durable pour tous les habitants de Bouaké. Ainsi, pour atteindre ces objectifs, plusieurs outils de collecte des données ont été utilisés dont des recherches documentaires, des interviews, des observations participantes et des enquêtes par questionnaires.

La structure de notre travail se décline en trois grandes parties. La première aborde le concept de communication pour le changement de comportement et les défis de la gestion des déchets ménagers, la deuxième présente et interprète les résultats de notre étude, tandis que la troisième se concentre sur la mise en œuvre d'un projet de communication basé sur une approche coercitive visant à promouvoir la propreté urbaine. En combinant théorie, analyse empirique et action concrète, notre travail aspire à contribuer à l'amélioration de la gestion des déchets à Bouaké et, par extension, à promouvoir un environnement plus sain et durable pour tous.

## **1. CADRE THÉORIQUE**

Cette section présente les éléments qui constituent le cadre théorique de recherche. Il est question de la justification du choix du sujet, la définition des mots clés, la revue de la littérature, la problématique, les questions de recherche, les hypothèses, les objectifs de recherche, et le cadre de référence théorique de l'étude.

### **1.1. Justification du choix du sujet**

Le choix de ce sujet s'explique par le constat de l'insalubrité dans la ville de Bouaké. La présente étude se situe dans le cadre de la communication environnementale instituée dans le principe 10 de la Déclaration de Rio de 1992 qui souligne l'importance de la participation citoyenne dans la résolution des problèmes environnementaux.

Ce sujet est fondé sur la motivation personnelle, l'intérêt social et l'intérêt scientifique.

#### **1.1.1. Motivation personnelle**

Le choix de ce sujet est motivé par un constat. En effet, dans le cadre de nos sorties pour découvrir la ville de Bouaké, il nous arrive souvent de constater la présence omniprésente des déchets dans les espaces publics tels que les marchés, les voies publiques et les quartiers. Ainsi, la pratique répandue des dépotoirs sauvages, représente une menace significative pour la santé publique et l'équilibre écologique (World Bank, 2018). De plus, l'observation de comportements similaires au sein de l'université, avec une gestion inadéquate des déchets dans les espaces d'apprentissage, souligne l'ampleur du défi à relever.

Nos recherches sur les dispositions prises par le gouvernement à cet effet nous ont permis de constater que des campagnes de sensibilisation prônant la nécessité d'un changement de comportement pour la préservation de

l'environnement et la santé humaine ont été menées à travers une approche engageante.

Notre étude permet d'analyser les insuffisances communicationnelles de ces campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères à Bouaké et proposer une nouvelle approche de communication.

### **1.1.2. L'intérêt social**

L'insalubrité, fléau omniprésent dans de nombreuses sociétés, représente bien plus qu'une simple nuisance. Elle constitue un véritable danger pour la santé et le bien-être des populations, menaçant ainsi la vie d'un grand nombre de personnes (WHO, 2021). Les conséquences sanitaires de ce phénomène sont multiples et insidieuses, allant des maladies diarrhéiques et respiratoires aux flambées de paludisme, sans oublier les impacts néfastes sur la qualité de notre environnement quotidien (UNEP, 2020).

Face à cette réalité inquiétante, il est impératif de prendre conscience de l'urgence d'agir. La législation en vigueur en Côte d'Ivoire reconnaît d'ailleurs le droit fondamental à un environnement sain pour tous, soulignant ainsi la nécessité d'adopter des mesures concrètes pour lutter contre l'insalubrité (Republic of Côte d'Ivoire, 1996). En tant qu'étudiants soucieux de la santé communautaire et environnementale, il nous paraît essentiel de répondre à cet appel en contribuant activement à cette lutte.

À travers notre étude sur la communication pour le changement de comportement dans la lutte contre l'insalubrité, nous aspirons à sensibiliser et mobiliser notre communauté autour de cette cause vitale. Notre objectif est de susciter un véritable changement d'attitude et de comportement, afin de garantir un environnement sain et sécurisé pour tous. En effet, en agissant ensemble, nous pouvons véritablement transformer notre cadre de vie et améliorer la santé et le bien-être de chacun.

### 1.1.3. L'intérêt scientifique

La question de l'insalubrité est une préoccupation majeure dans les domaines de la recherche, étant considérée comme une problématique cruciale à la fois sur le plan environnemental et de la santé publique, impactant profondément les conditions de vie des populations, tant en milieu rural qu'urbain (WHO, 2020 ; UNEP, 2018). Cette préoccupation s'inscrit dans le cadre plus large de la prise de conscience mondiale en faveur de la protection de l'environnement, témoignant notamment par l'organisation récurrente de conférences internationales telles que la Conférence des Parties (COP<sup>1</sup>) sur le changement climatique (UNFCCC, 2021).

Dans ce contexte, les efforts visant à promouvoir un développement urbain durable se multiplient, notamment dans les pays en développement, où l'urbanisation rapide constitue un enjeu majeur (UN-Habitat, 2016). Parmi les prérequis essentiels à cet objectif, la gestion efficiente des déchets urbains occupe une place centrale, étant considérée comme un levier déterminant pour l'amélioration des conditions de vie dans les milieux urbains (Sangaré, 2012).

Sur le plan épistémologique, cette étude se distingue par son approche novatrice, qui aborde la question de la gestion des déchets à travers le prisme de la communication pour le changement de comportement (Papadakis & Bourlakis, 2020). L'apport de cette étude à la littérature scientifique réside dans l'évaluation des stratégies et outils de communication pour sensibiliser les populations et induire des transformations comportementales significatives en matière de gestion des déchets. Cette démarche vise à susciter une prise de conscience profonde et durable, ainsi qu'à favoriser l'engagement actif des individus dans les initiatives de sensibilisation, dans le dessein d'instaurer des changements pérennes à court et à long terme (Shove et al., 2012).

---

<sup>1</sup> C'est une convention internationale adoptée en 1992 pour maîtriser l'augmentation des gaz à effet de serre causé par l'homme et éviter un dérèglement dangereux du climat. Elle a lieu chaque année entre Novembre-Décembre.

En adoptant une approche critique et analytique, notre étude cherche à mettre en lumière les lacunes inhérentes aux actions de communication entreprises dans le cadre des programmes de gestion des déchets à Bouaké. Ce faisant, elle entend apporter une contribution significative à la littérature scientifique en proposant une réflexion approfondie et nuancée sur cette problématique complexe, au-delà des discours conventionnels qui ont prévalu jusqu'à présent.

## **1.2. Définition des mots-clés**

Dans le cadre de cette recherche, il est impératif d'établir avec précision les concepts fondamentaux afin d'assurer une compréhension rigoureuse du problème étudié. Cette démarche s'inscrit dans une exigence épistémologique visant à éviter les ambiguïtés et à garantir une utilisation adéquate des termes. Comme le souligne Durkheim (1897), les mots de la langue usuelle et les concepts qu'ils véhiculent sont sujets à une certaine ambiguïté, ce qui nécessite une clarification minutieuse pour une analyse scientifique pertinente.

### **1.2.1. Communication pour le changement de comportement**

La communication pour le changement de comportement (CCC) est une approche stratégique visant à influencer les attitudes, les croyances et les comportements des individus ou des groupes dans le but de promouvoir un changement positif. Cette approche repose sur l'utilisation des techniques de communication ciblées et adaptées pour susciter des réponses spécifiques chez le public cible (Storey & Sood, 2013).

L'un des principes fondamentaux de la CCC est la reconnaissance que le changement de comportement est souvent un processus complexe, influencé par une multitude de facteurs, notamment les connaissances, les attitudes, les normes sociales, les capacités individuelles et les obstacles environnementaux (Prochaska, DiClemente & Norcross, 1992). Par conséquent, elle vise à concevoir des interventions de communication qui prennent en compte ces facteurs et qui sont

adaptées aux besoins et aux caractéristiques du public cible (Slater & Rouner, 2002).

Les principes clés de la CCC comprennent l'identification des publics cibles et de leurs besoins, la formulation de messages clairs et pertinents, l'utilisation de canaux de communication appropriés, l'engagement des parties prenantes et des leaders d'opinion, et l'évaluation continue de l'efficacité des interventions (World Health Organization, 2002).

La CCC est une approche puissante pour promouvoir le changement de comportement dans divers domaines, en utilisant la communication comme outil central pour informer, persuader et motiver les individus à adopter des comportements plus souhaitables. Son efficacité repose sur une compréhension approfondie des facteurs qui influencent le comportement humain et sur la conception d'interventions de communication adaptées et basées sur des preuves.

### **1.2.2. Persistance**

La persistance est un trait qui peut être difficile à définir. Il est souvent associé à une concentration et une détermination extrême. À la base, la persistance est la capacité de continuer malgré les obstacles et les revers (FasterCapital, 2023). Le mot persistance est associé aux termes suivants : persévérence, ténacité, durabilité, constance et continuité. Ainsi, le mot persister selon le dictionnaire Petit Larousse (1993, p.768 cité par Louise Bourdages, 1996) veut dire « durer, continuer d'exister ». C'est l'action de poursuivre opiniâtrement, voire obstinément, ce qu'on a résolu.

La persistance est le fait pour une chose de durer, de continuer à se manifester malgré les différentes résolutions ou tentatives de résolution. Ce concept peut prendre le sens de perdurer.

### **1.2.3. Insalubrité**

Le mot insalubrité désigne le caractère de tout ce qui porte ou peut porter atteinte à la santé (Kouamé, 2020, p.148). Insalubre signifie selon le dictionnaire de la langue française Larousse, les lieux où la santé est en danger par suite de mauvaises conditions environnantes. Ainsi, l'insalubrité fait référence aux déchets.

L'article 3 de l'ordonnance n°2020-1144 du 16 septembre 2020 relative à l'harmonisation et à la simplification des polices des immeubles définit l'insalubrité comme : « Tout local, installation, bien immeuble ou groupe de locaux, d'installations ou de biens immeubles, vacant ou non, qui constitue, soit par les conditions dans lesquelles il est occupé, exploité ou utilisé, un danger ou risque pour la santé ou la sécurité physique des personnes est insalubre [...] » (Journal Officiel de la République française, 17 septembre 2020, Texte n°39).

Dans le cadre de cette étude, la notion de l'insalubrité se réfère à la qualité d'un environnement considéré comme néfaste ou inadapté à la santé humaine. Cette notion englobe divers aspects tels que la présence de déchets non gérés, de polluants atmosphériques ou de contaminants biologiques susceptibles de compromettre le bien-être et la santé des individus.

### **1.2.4. Conscientisation**

Le mot conscientisation est souvent défini comme le processus qui permet de rendre conscient de quelque chose, d'introduire quelque chose à la conscience ou de conduire à la prise de conscience. Concept inspiré de la théorie critique de la conscientisation de Paulo Freire, désigne le processus par lequel les individus prennent conscience, tant individuellement que collectivement, des enjeux sociaux, économiques et environnementaux qui les entourent. Ce processus implique une réflexion critique sur les structures de pouvoir et les inégalités sociales, ainsi qu'une volonté d'agir pour le changement.

Selon Catalina Ferrer et Réal Allard (2004), « la conscientisation est définie comme un mouvement personnel qui mène vers la sensibilisation des gens par rapport à la réalité ou aux problèmes vécus dans le monde qui les entoure ». Il est toutefois essentiel de ne pas voir cette notion uniquement dans le sens de sensibiliser. Ce concept inclut bien évidemment l'éducation à la compréhension critique de la réalité sociale et environnementale et au sens éthique de la responsabilité. L'action de la conscientisation a toujours comme objectif ultime le changement de comportement durable dans un milieu donné et à un temps précis. À cet effet, elle peut être définie comme un appel à l'ordre normal à travers l'initiation au sens de responsabilité et à l'engagement citoyen.

Dans cette étude, la conscientisation est l'action d'éduquer ou d'amener une personne à comprendre un fait à travers la sensibilisation. C'est dans cet esprit que De Villers (1997) définit la conscientisation comme « l'action menée afin notamment de sensibiliser à une réalité sociale, politique, écologique et économique ».

### **1.2.5. Coercition**

La coercition est l'action de contraindre quelqu'un, afin de le pousser à agir sous une influence. La notion d'une communication coercitive est comprise sous la forme d'une communication dissuasive qui exclut toute sorte de coopération et d'échanges. Elle est un instrument d'information à caractère public pour promouvoir des lois ou des normes sociales. Cette communication permet de renforcer la capacité des pouvoirs publics en énonçant des décisions vis-à-vis d'une situation donnée. Collerette et Delisle (1982) explique que dans un processus de changement sous l'angle de l'approche coercitive, on estime que ce qui gouverne le comportement des humains, c'est la loi naturelle fondant l'organisation sociale, et en vertu de laquelle les moins forts doivent céder aux plus forts.

Pour Olivier Schmitt (2015), la coercition est l'usage de menaces afin d'influencer le comportement d'un autre acteur et de lui faire choisir de modifier

ses actions au lieu de le forcer à le faire suite à l'utilisation de la violence physique. La coercition est aussi le fait d'exercer des pressions sur autrui pour agir à sa place, le faire agir ou l'empêcher d'agir sans son consentement.

Dans cette étude la coercition est définie comme l'utilisation de contraintes ou de pressions, qu'elles soient légales, sociales ou économiques, pour induire un changement de comportement chez les individus. Contrairement à la persuasion, qui repose sur le libre arbitre et la persuasion argumentative, la coercition implique une forme de contrôle extérieur qui peut être perçue comme contraignante ou oppressive.

#### **1.2.6. Communication**

La communication, issu du latin « *communicatio* » signifiant mise en commun ou échange de propos, revêt une polysémie inhérente à son concept. Fondamentale dans le fonctionnement et le bien-être de toute communauté, elle est considérée par l'école de Palo Alto, notamment Watzlawick et al. (1972), comme inévitable, affirmant que « on ne peut pas ne pas communiquer ». Jacques Gerstle (2013) la définit comme un processus de participation prenant diverses formes, telles que l'échange de signes ou le partage de sens. Libaert (2014) la décrit comme un processus impliquant à la fois l'écoute et l'émission de signes et de messages destinés à des publics spécifiques.

Jean-Marc Lehu (2004) la présente comme un processus de transmission d'information de l'émetteur vers le récepteur, impliquant un codage et un décodage pour susciter la réaction attendue. Le Dictionnaire des Sciences de l'Information et de la Communication (Silem Ahmed et al., 1997) la définit comme l'action d'établir une relation ou de mettre quelque chose en commun avec une autre personne ou un groupe, ainsi que le résultat de cette action.

Traditionnellement, la communication est un processus entre deux ou plusieurs personnes utilisant un code composé de gestes, de mots ou d'expressions rendant compréhensible une information transmise d'un émetteur à un destinataire

(Chantal et Martine, 2006). Elle englobe tout comportement visant à susciter une réponse ou un comportement spécifique d'une personne ou d'un groupe donné (Simon Pierre et al., 1992), et représente un acte de concrétisation sociale à travers le changement d'attitude et comportemental d'une société ou d'un groupe donné.

Gilles Amado et André Guittet (2014) soulignent son rôle dans l'établissement de liens psychologiques et sociaux entre les individus, relevant d'un processus continu de construction des relations sociales. Pour l'UNESCO (1996), la communication est un processus social provoquant des changements dans les connaissances, les attitudes et les comportements des individus ou des groupes, en mettant à leur disposition des informations factuelles et techniques, facilitant ainsi le processus d'apprentissage et l'environnement social.

En substance, nous pouvons dire que la communication peut être définie comme un moyen de diffusion d'informations visant à influencer les comportements et attitudes d'un individu ou d'un groupe afin de sensibiliser aux réalités d'un phénomène social.

### **1.3. Revue de la littérature**

Cette revue de la littérature examine les principaux travaux de recherche sur la persistance de l'insalubrité et la gestion des déchets ménagers en Côte d'Ivoire et en Afrique en général. Les études précédentes ont mis en évidence plusieurs facteurs contribuant à ce problème ainsi que les défis communicationnels associés à sa résolution.

#### **1.3.1. Les causes et impacts sanitaires et environnementaux de l'insalubrité**

Adepoju G. Onibokun et al. (2001) ont souligné l'urbanisation rapide et sauvage en Afrique comme principale cause de la détérioration de l'environnement, en particulier la gestion inadéquate des déchets solides, liquides et toxiques. Cette accumulation rapide de déchets a des conséquences graves sur la santé humaine, l'économie et l'environnement, comme le soulignent également Ait Maamar et Kechout Aghilas (2016) ainsi que Ndabarushimana Alexis et

Ndikumana Côme (2020). Des études ont montré que l'insalubrité contribue à la propagation de maladies infectieuses, ce qui entraîne un nombre élevé de décès prématurés, comme indiqué par Jay Cox et al. (1994) et l'Organisation mondiale de la santé (2016a). La gestion inégale des ordures ménagères, comme observée par Diabagaté Souleymane et Konan Kouamé Pascal (2018), souligne également les inégalités socio-spatiales et environnementales exacerbées par les pratiques des acteurs de la filière déchets.

### **1.3.2. Enjeux et défis communicationnels de la persistance de l'insalubrité**

La question des enjeux et défis communicationnels liés à la persistance de l'insalubrité est abordée par plusieurs chercheurs. Aya Georgette Dje (2012) souligne l'importance d'une technologie de l'information environnementale pertinente au niveau local pour répondre efficacement aux défis de gestion des déchets. Elle met en évidence le manque de sensibilisation dans les quartiers précaires en Côte d'Ivoire, ce qui entraîne une faible mobilisation des populations pour résoudre les problèmes environnementaux.

Dans une étude portant sur la persistance de l'insalubrité à Lubumbashi, Daniel Nsimba Bwanga (2021) met en avant le rôle crucial de la communication publique pour conscientiser la population. Il souligne que le débat public favorise un sentiment d'appartenance et de considération des citoyens en tant qu'acteurs du changement. Lorsque les citoyens se sentent responsabilisés, ils sont plus enclins à s'engager dans des comportements alignés sur les valeurs sociales, ce qui renforce les relations entre l'administration et le public. En l'absence de cette approche participative, les citoyens peuvent percevoir la question de l'insalubrité comme un problème exclusivement attribuable à l'État, et non le leur.

### **1.3.3. Sensibilisation comme modèle de communication classique**

Le paradigme de la communication engageante, tel qu'expliqué par Girandola et Joule (2012), met en avant le lien entre l'engagement comportemental et la persuasion, offrant ainsi une approche novatrice dans le

domaine de la communication. Ce paradigme préconise de faire précéder la diffusion d'un message persuasif par la réalisation d'un acte préparatoire, ce qui confère à la cible un rôle actif plutôt que passif. Cette approche peut être efficace pour promouvoir des comportements écocitoyens chez les jeunes et les adultes en encourageant des actions préparatoires telles que l'apposition d'autocollants environnementaux sur les réfrigérateurs familiaux.

En revanche, Bahi (2006) souligne que la sensibilisation seule ne suffit pas à provoquer un changement de comportement. Il est crucial que l'idée même du changement soit perçue positivement par les individus concernés, ce qui nécessite souvent un changement de leurs croyances ou de leur perception. Viviane (2018) renforce cette idée en expliquant que la simple connaissance ne conduit pas automatiquement à un changement de comportement. Elle met en garde contre le défaut de segmentation de la cible dans de nombreuses campagnes de sensibilisation, qui considèrent souvent la population comme un groupe homogène, alors qu'une approche plus individualisée serait plus efficace.

Angeline et Lobo (2016) ajoutent que la communication environnementale va au-delà de la simple transmission d'informations et nécessite l'utilisation d'un langage accessible et des émotions appropriées pour atteindre les récepteurs de manière efficace. Dagnogo (2020) soutient quant à elle que l'adoption d'une approche de communication engageante nécessite la collecte d'informations pertinentes, la sélection d'arguments sensibles à la cible et la mobilisation des canaux de communication appropriés. Elle insiste sur l'importance de traiter les citoyens avec respect et de les impliquer dans la résolution des problèmes qui les concernent pour favoriser l'adoption des comportements souhaités.

#### **1.3.4. De la communication classique à la communication participative**

Le concept de communication participative pour le développement émerge comme une approche novatrice pour provoquer des changements comportementaux et résoudre les problèmes de développement. Selon Bessette (2004), cette approche repose sur des processus participatifs et des médias pour

faciliter le dialogue entre les parties prenantes, identifier les solutions et mettre en œuvre des initiatives concrètes. Cette communication ne se limite pas à la sensibilisation et à la diffusion d'informations, mais vise plutôt à faciliter les échanges entre les acteurs concernés. En effet, Zabeirou (2018) met en avant le rôle crucial de la communication participative dans l'atteinte du développement, en soulignant que l'implication de la population dans la gestion des problèmes et des solutions est essentielle pour favoriser l'adoption de nouveaux comportements. Cependant, il reconnaît que cette approche nécessite un soutien politique et financier adéquat. Dans la conception des stratégies de communication pour le développement, Kpangba (2019) note l'importance de tenir compte des réalités socioculturelles des bénéficiaires. Il insiste sur le fait que les projets doivent être adaptés aux besoins et aux contextes locaux pour garantir leur succès.

Ainsi, Alexandre et Bessette (2000) soulignent que la communication pour le développement a évolué au fil du temps, passant d'un simple moyen de transmission d'informations à un processus planifié visant à contribuer à la résolution des problèmes de développement. Cette évolution met en lumière l'importance de l'implication des bénéficiaires dans les projets de développement pour assurer leur pertinence et leur durabilité.

En outre, Oulai (2016) met en garde contre le recours exclusif à l'information dans les campagnes de sensibilisation, soulignant que cela ne suffit souvent pas à induire un changement de comportement. Il insiste sur la nécessité d'associer des actions d'engagement concret pour susciter un changement réel.

#### **1.4. Problématique**

La gestion durable de l'environnement a toujours été au centre des préoccupations majeures de l'humanité. Depuis les indépendances, les villes africaines ont vu leur population augmenter de manière significative. Cette croissance de la population a entraîné une urbanisation incontrôlée des villes et une accélération des activités économiques (Diabagaté, 2017). Une croissance rapide s'accompagne d'une évolution des modes de consommation, se traduisant

par une augmentation des volumes de déchets ménagers. En effet, l'évolution des déchets découle de nos modes de vie et de nos comportements vis-à-vis des déchets, des institutions et des systèmes d'élimination (Tini, 2003).

Les gouvernements et les organismes multilatéraux ont pris conscience de l'impossibilité de séparer les questions de développement économique de celles touchant l'environnement. De nombreuses formes de développement dégradent les ressources sur lesquelles le développement repose. Dans le même ordre d'idées, la détérioration de l'environnement peut miner le développement économique. La pauvreté est à la fois une conséquence et une cause des problèmes mondiaux d'environnement. Il est donc futile de s'attaquer à ces problèmes sans les inscrire dans une problématique plus vaste qui prend en compte les causes profondes de la pauvreté et de l'injustice qui sévissent dans le monde (United Nations, 1987). Dans les pays en développement, les défis environnementaux peuvent influer négativement sur les politiques de réduction de la pauvreté à moyen et long terme. En effet, une dégradation continue de l'environnement empêche ceux qui sont directement en contact avec les ressources naturelles d'accéder aux biens nécessaires pour satisfaire leurs besoins de base, ce qui augmente ainsi le nombre de pauvres.

La protection de l'environnement est aujourd'hui reconnue comme l'une des conditions du développement durable (objectif 7 des OMD). Cela suppose que chaque pays intègre une politique économique et environnementale pour atteindre les objectifs du développement durable. La relation entre le développement durable d'un pays et la qualité de son environnement est devenue une préoccupation majeure depuis quelques années. Le rapport de la commission Brundtland (1987) place la gestion de l'environnement au cœur du processus de développement en termes de développement durable. La commission définit le développement durable comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs », tout en notifiant que concevoir le développement sous l'angle économique est réducteur.

Depuis la conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement de Rio de Janeiro en 1992, qui a vu l'engagement des États participants à assurer la protection et la préservation de l'environnement, la Côte d'Ivoire, à l'instar des autres pays d'Afrique, a ratifié plusieurs conventions internationales et élaboré des documents de politiques et stratégies en vue d'une meilleure gestion de son environnement. Cependant, la mise en place de politiques et de stratégies de gestion des ordures ménagères pose des problèmes dans les villes (Eviar et al., 2013 cités par Karidiatou, 2019), si bien que la Côte d'Ivoire reste confrontée à de graves problèmes environnementaux, principalement liés à la dégradation du cadre de vie, avec des conséquences environnementales, économiques, sanitaires, touristiques, etc. (B. Halle et V. Bruzon, 2006).

Face à l'acuité de la menace de la pollution plastique et à la multiplication des dépôts sauvages, l'État de Côte d'Ivoire a créé par décret n°2017-692 du 25 octobre 2017 une Agence Nationale de Gestion des Déchets (ANAGED) chargée de mener une lutte vigoureuse et coordonnée contre toutes ces nuisances en vue de restaurer la salubrité du cadre de vie en remplacement de l'ex-ANASUR (Agence Nationale de la Salubrité Urbaine). L'une des actions prioritaires était d'informer et de sensibiliser la population sur la gestion de l'environnement pour une meilleure santé (Traoré Kassoum, 2007). Outre la sensibilisation, l'ANAGED a donné une concession de la gestion des déchets à des entreprises privées dans les grandes villes du pays, assurant la collecte, le transport et la mise en décharge des déchets vers les décharges publiques. Cependant, malgré les efforts techniques fournis par ces services et les campagnes de sensibilisation, des nombreuses villes restent insalubres.

La ville de Bouaké, chef-lieu de région de Gbéké et deuxième grande ville de la Côte d'Ivoire, ne fait pas exception. Considérée comme le service municipal le plus important, la gestion des ordures ménagères dans la ville de Bouaké occasionne des charges lourdes et régulières. En 2014, environ 321 tonnes de déchets ménagers étaient produites chaque jour, mais seulement 110 tonnes étaient collectées et mises en décharge quotidiennement (Diabagaté, op.cit.,

p.122). Les quantités non collectées, soit plus de 200 tonnes, finissent dans la nature (idem, p.127). Une enquête exploratoire nous a permis de remarquer des tas d'ordures dans les marchés et quartiers populaires tels que Dar es Salam, Zone industrielle, Air France, Belle Ville, Kôkô, et même Ahougnansou, tout autour desquels se déroulent des activités commerciales intenses. Nous avons également observé des pratiques similaires liées au rejet des déchets tels que les papiers, les mouchoirs et les sachets plastiques au niveau des salles des travaux dirigés à l'Université.

La solution au problème des déchets ménagers doit être envisagée au-delà des pistes déjà explorées. Le modèle de gestion basé sur la collecte et le ramassage des ordures ménagères, puis leur transport vers la décharge, ainsi que l'utilisation de l'approche communicationnelle classique pour conscientiser les populations, ont montré leurs limites (Oulai, 2014 ; Gbocho et Ourega, 2020).

Ainsi, de ces constats d'études antérieures et observations, découlent nos questions de recherche.

## **1.5. Questions de recherche**

Les questions de recherche sont les interrogations clés que le chercheur cherche à résoudre ou à explorer au cours de l'étude. Elles définissent les sujets spécifiques que la recherche vise à aborder et fournissent une orientation pour la collecte et l'analyse des données.

### **1.5.1. Question principale**

- Quelles sont les insuffisances communicationnelles des campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères et comment communiquer pour un véritable changement de comportement des populations dans la ville de Bouaké ?

Nous avons éclaté cette question principale en trois autres questions secondaires pour mieux spécifier le problème.

### **1.5.2. Questions spécifiques**

- Quel est le niveau de connaissance et d'information de la population sur la gestion des ordures ménagères à Bouaké ?
- Dans quelle mesure la population est-elle impliquée dans les campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères à Bouaké ?
- Comment peut-on réorienter l'approche communicationnelle pour élaborer une stratégie plus efficace de gestion des ordures ménagères à Bouaké ?

### **1.6. Hypothèses de recherche**

Aux questions de recherche ci-dessus, cette étude se propose les hypothèses suivantes :

#### **1.6.1. Hypothèse principale**

- Les campagnes de sensibilisation sur les ordures ménagères à Bouaké présentent des lacunes dans leur conception et leur exécution, en ne parvenant pas à utiliser efficacement les canaux de communication préférés par la population cible.

#### **1.6.2. Hypothèses secondaires**

- Le niveau d'information et de connaissance de la population cible est insuffisant pour influencer leur comportement de gestion des ordures ménagères ;
- Le niveau d'implication de la population dans les campagnes de sensibilisation est faible en raison d'outils de communication inadaptés ;
- La bonne gestion des ordures ménagères dépend du choix d'une stratégie de communication plus efficace à Bouaké.

## **1.7. Objectifs de recherche**

Il s'agit ici de déclarations affirmatives qui expliquent ce que nous visons et cherchons à atteindre.

### **1.7.1. Objectif général**

- Analyser les insuffisances communicationnelles des campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères à Bouaké et proposer une nouvelle approche de communication.

### **1.7.2. Objectifs spécifiques**

- Déterminer le niveau d'information et de connaissance de la population cible concernant la gestion des ordures ménagères;
- Évaluer le niveau d'implication de la population dans les campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères;
- Proposer une stratégie de communication permettant une meilleure gestion des ordures ménagères en réorientant l'approche communicationnelle à Bouaké.

## **1.8. Cadre de référence théorique de l'étude**

Dans cette section, nous présentons les cadres théoriques qui guident notre étude, à savoir la théorie des représentations sociales (TRS) et la théorie des parties prenantes.

### **1.8.1. La théorie des représentations sociales (TRS)**

Le concept de représentation sociale a été élaboré par Émile Durkheim à la fin du XIXe siècle, puis développé par Serge Moscovici dans les années 1960. Selon Moscovici, les individus ne perçoivent pas les objets sociaux de manière individuelle ou objective, mais à travers une construction sociale et collective. Les représentations sociales sont des connaissances que les individus se construisent

consciemment ou inconsciemment à partir de leur expérience et de leur contexte social. Ces représentations sont dynamiques et influencées par les interactions sociales.

Les représentations sociales se forment à travers les échanges quotidiens et offrent une grille de lecture des objets sociaux. Elles sont acquises de manière spontanée et inconsciente, et sont souvent partagées par un groupe de personnes, formant ainsi un imaginaire social. Cette approche permet de mieux comprendre et d'agir sur les enjeux sociétaux contemporains tels que la préservation de l'environnement.

En matière de gestion des déchets, les représentations sociales jouent un rôle crucial dans la perception des bonnes pratiques, des mesures préventives et des politiques de gestion des déchets. Elles sont influencées par le contexte social, culturel et économique, et peuvent varier selon les catégories sociales d'appartenance. La théorie des représentations sociales est utile pour cette étude en ce qu'elle permet de comprendre les attitudes des individus envers les déchets et les pratiques de gestion des déchets. Par exemple, les représentations sociales peuvent révéler pourquoi certaines personnes sont plus enclines à recycler, à composter ou à réduire leurs déchets, tandis que d'autres montrent peu d'intérêt pour ces pratiques.

### **1.8.2. La théorie des parties prenantes**

La théorie des parties prenantes, popularisée par Freeman dans les années 1980, définit une partie prenante comme toute personne ou groupe pouvant affecter ou être affecté par les objectifs d'une organisation. Cette approche reconnaît l'importance de l'implication des parties prenantes dans les décisions et les résultats d'un projet ou d'une stratégie.

En ce qui concerne notre étude sur la gestion des déchets, la théorie des parties prenantes est pertinente car elle permet d'identifier les acteurs concernés et de les impliquer dans le processus de communication. Cela garantit une meilleure

prise en compte des besoins et des préoccupations des parties prenantes, favorisant ainsi une communication efficace et des résultats durables.

L'utilisation conjointe de la théorie des représentations sociales et de la théorie des parties prenantes offre une approche complète pour comprendre et agir sur les défis liés à la gestion des déchets, en intégrant les dimensions sociales, culturelles et organisationnelles.

## **2. APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE**

Cette section vise à définir les dispositifs mis en place pour répondre aux questions de recherche. Ces dispositifs comprennent la présentation du champ d'investigation et la description des choix méthodologiques adoptés pour la collecte et l'analyse des données. La valeur et la pertinence scientifique d'une recherche reposent en grande partie sur la méthodologie utilisée pour atteindre ses objectifs. Comme le souligne Grawitz (1990, p. 384), la méthode est « l'ensemble des opérations intellectuelles pour lesquelles une discipline cherche à atteindre des vérités qu'elle poursuit, les démontre, les vérifie (...), la méthode dicte toujours les façons concrètes d'envisager ou d'organiser la recherche ».

### **2.1. Description du milieu d'étude**

À ce niveau, il est essentiel d'identifier et de décrire le lieu où l'enquête empirique a été menée, ainsi que les raisons justifiant ce choix. Cela permet de contextualiser l'étude et de comprendre les spécificités du cadre dans lequel les données ont été collectées. La sélection du lieu de l'enquête repose généralement sur plusieurs facteurs, tels que la disponibilité des ressources, la pertinence par rapport aux objectifs de recherche, la faisabilité logistique, et parfois des considérations stratégiques ou politiques.

#### **2.1.1. Champ géographique**

La ville de Bouaké, et plus précisément le quartier Ahougnansou, a été sélectionnée comme lieu d'enquête pour cette étude. Bouaké est une ville située au

centre de la Côte d'Ivoire, chef-lieu de la région de Gbéké, et s'étend sur une superficie d'environ 7200 hectares. Elle est entourée au sud par les villes de Tiébissou et Didiévi, au nord par Dabakala et Katiola, à l'ouest par Béoumi, Botro, Konsou et Sakassou, et à l'est par Brobo, Santama-Sokoro, Santama-Soukoura, Alangouassou et M'bahiakro. Bouaké se trouve à environ 350 km au nord d'Abidjan et à 100 km à l'est de Yamoussoukro, la capitale ivoirienne.

Historiquement, Bouaké est passée d'un modeste village au début du 20ème siècle à l'une des villes importantes d'Afrique de l'Ouest en moins d'un demi-siècle. Sa population a considérablement augmenté, passant de 3500 habitants en 1900 à environ 536 719 habitants selon le recensement général de la population et de l'habitat (RGPH) de 2014. La croissance démographique rapide et le développement économique ont entraîné des défis en matière d'hygiène et d'assainissement, notamment dans les quartiers densément peuplés comme Ahougnansou.

Ahougnansou, avec une population d'environ 21 045 habitants (RGPH, 2014) est l'un des quartiers les plus peuplés de Bouaké. Il abrite de nombreuses activités économiques génératrices de déchets, contribuant ainsi de manière significative à la production d'ordures ménagères de la ville. En 2014, le quartier produisait environ 12 tonnes d'ordures ménagères quotidiennement, selon les données de Diabagaté (2017).

La sélection de Bouaké et du quartier Ahougnansou comme lieu d'enquête est justifiée par leur importance démographique, leur dynamisme économique et leur contribution significative à la problématique des déchets ménagers dans la région. En étudiant ce contexte spécifique, cette étude vise à mieux comprendre les défis liés à la gestion des déchets dans une ville en pleine expansion démographique et économique.

La carte ci-dessous présente la localisation de la ville.

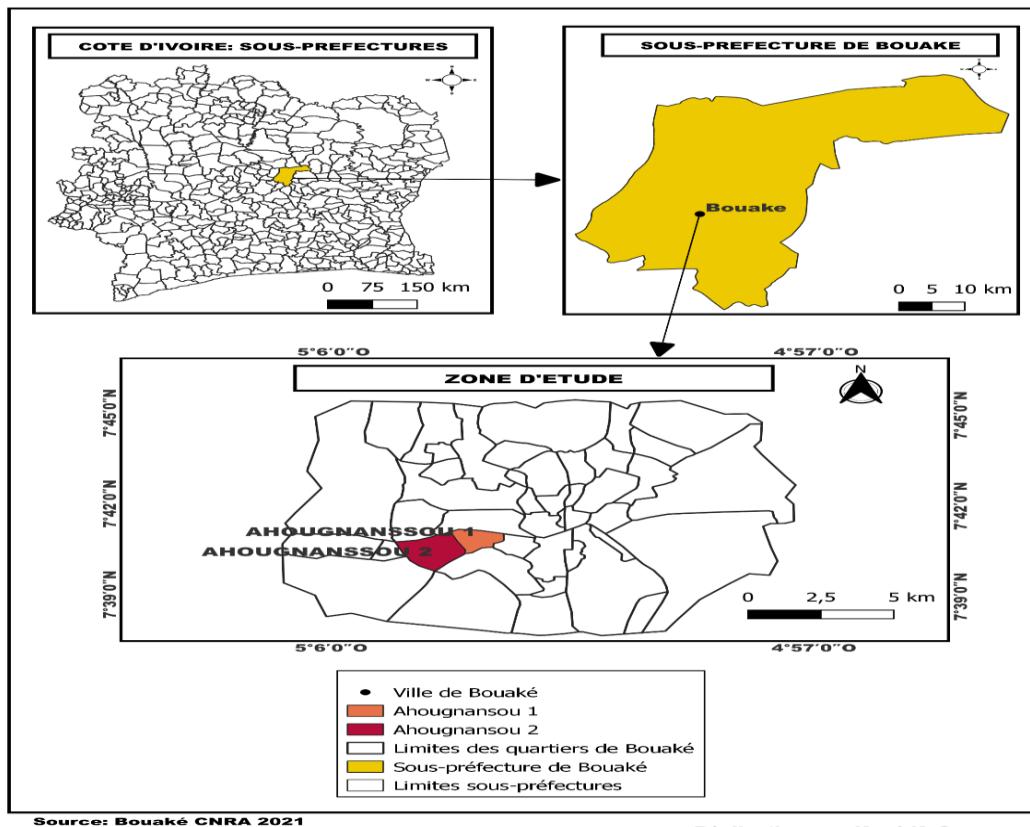


Figure 1 : Localisation de la ville de Bouaké

### 2.1.2. Champ sociologique

Le champ sociologique de notre enquête englobe la société dans son ensemble, ainsi que les individus ou institutions qui détiennent des informations pertinentes pour notre recherche. Dans cette optique, nous avons mené notre étude en plusieurs étapes.

Tout d'abord, nous avons réalisé des entretiens avec le responsable du service de communication de la mairie de Bouaké. Cette étape nous a permis d'obtenir des informations précieuses sur les politiques et les actions de communication mises en place par la municipalité en matière de gestion des déchets.

Ensuite, nous avons rencontré le responsable du service de communication de la Direction Régionale de l'ANAGED de Bouaké. Cette deuxième phase de notre enquête nous a permis de comprendre les stratégies de communication utilisées par cette agence dans sa lutte contre les déchets ménagers.

Enfin, nous avons interviewé le Président des fédérations des associations et ONG de salubrité de Bouaké. Cette dernière catégorie d'interviews nous a donné un aperçu des initiatives de la société civile en matière de gestion des déchets et de leur perception de l'efficacité des campagnes de communication menées par les autorités locales et l'ANAGED ainsi que leur implication dans les campagnes de sensibilisation.

Concernant l'étude quantitative, nous avons mené une enquête auprès de la population du quartier Ahougnansou. Cette population comprend des individus de deux sexes, âgés de 15 ans et plus. Nous avons choisi cette population car elle est directement concernée par les politiques de gestion des ordures ménagères et peut exprimer son opinion sur l'efficacité des communications.

## **2.2. Échantillonnage et taille de l'échantillon**

L'échantillonnage et la taille de l'échantillon sont des éléments cruciaux de toute étude de recherche, car ils déterminent la population à étudier et le nombre d'individus à inclure dans l'échantillon. Ces décisions doivent être prises en fonction des objectifs de l'étude, de la méthodologie utilisée et des ressources disponibles.

Pour notre étude sur la gestion des ordures ménagères à Bouaké, nous avons utilisé une approche d'échantillonnage non probabiliste pour garantir la représentativité de notre échantillon. Nous avons choisi de cibler la population du quartier Ahougnansou, qui est directement concernée par les politiques de gestion des déchets dans la ville.

En ce qui concerne la taille de l'échantillon, celle-ci dépend de plusieurs facteurs, tels que la précision souhaitée des résultats, le niveau de confiance désiré et la variabilité de la population étudiée. Nous avons décidé d'inclure un échantillon représentatif de la population du quartier, en tenant compte de sa diversité en termes d'âge, de sexe et d'autres caractéristiques pertinentes.

Notre échantillonnage a été soigneusement planifié pour garantir la validité et la fiabilité de nos résultats. Nous avons sélectionné une taille d'échantillon suffisamment grande pour obtenir des résultats significatifs tout en tenant compte des contraintes de temps et de ressources.

### 2.2.1. Échantillonnage

Dans le cadre de notre étude, nous avons opté pour une méthode d'échantillonnage non probabiliste, plus précisément la technique d'échantillonnage par choix raisonné. Cette méthode a été choisie en raison de sa capacité à sélectionner des sujets présentant des caractéristiques typiques de la population étudiée, ce qui est essentiel pour notre recherche. Contrairement à l'échantillonnage probabiliste, où chaque élément de la population a une chance égale d'être choisi, l'échantillonnage non probabiliste ne garantit pas cette égalité de chance. Cependant, dans notre cas, nous avons délibérément sélectionné des sujets qui représentent bien la population du quartier Ahougnansou à Bouaké.

La technique de choix raisonné implique un tri orienté, où nous avons sélectionné des individus qui semblent faire partie de la population cible et qui sont susceptibles de fournir des réponses de qualité et originales. Cette approche nous permet de cibler spécifiquement les personnes qui peuvent apporter des informations pertinentes pour notre étude sur la gestion des ordures ménagères. L'échantillonnage par choix raisonné nous offre la flexibilité nécessaire pour sélectionner les participants les plus appropriés à notre étude, en tenant compte de la spécificité de notre sujet de recherche et des objectifs de l'étude.

## 2.2.2. Taille de l'échantillon

Pour l'étude qualitative, nous avons décidé de travailler avec un échantillon de trois (03) personnes, comprenant deux (02) responsables au niveau de la mairie de Bouaké et de la Direction Régionale de l'ANAGED de Bouaké, ainsi que le représentant des fédérations des associations et ONG de salubrité de Bouaké.

En ce qui concerne l'étude quantitative, nous avons utilisé un questionnaire auprès de cent soixante (160) individus, hommes et femmes, âgés de quinze ans à soixante-cinq ans et plus. Cet échantillon a été tiré du recensement général de la population et de l'habitat (RGPH) de 2014, en se basant sur les Répertoires des Localités (2014), représentant la population du secteur communal ou urbain de Bouaké. Ainsi, la population totale ciblée dans notre étude est estimée à 536 719 habitants, dont 273 502 hommes et 263 217 femmes.

Nous avons donc opté pour un échantillon représentatif de cent soixante-et-une (161) personnes, conformément à la méthode de calcul d'échantillon proposée par Alain Bouchard (2007), qui recommande un échantillon de 96 individus pour une population étudiée inférieure ou égale à 1 000 000, avec une marge d'erreur de 10%.

Alain Bouchard donne des tailles respectives des échantillons pour les dimensions variées des populations infinies.

Pour les cas spécifiques des populations finies, la table fournit la formule de détermination de la taille de l'échantillon corrigé. La formule de détermination de l'échantillon corrigé est ainsi exprimée :

$$N_c = (N \times n) / (N + n)$$

Où :

$N$  = taille de l'Univers infini ;

$n$  = taille de l'échantillon pour l'univers fini ;

$N_c$  = taille de l'échantillon corrigé.

Ainsi en remplaçant les inconnus nous auront la formule suivante :

Sachant que notre univers infini de recherche (N) est de 536 719, pour déterminer notre échantillon, nous nous sommes fixés 161 personnes comme échantillon pour notre univers fini (n).

Pour déterminer l'échantillon corrigé ( $N_c$ ), nous avons :

$$N_c = (N \times n) / (N + n)$$

Où :

$$N_c = (536\,719 \times 161) / (536\,719 + 161) = 160$$

En résumé, la taille totale de l'échantillon pour la présente étude est de cent soixante-trois (163) répondants.

### **2.3. Techniques de collecte des données**

« Les techniques de recherche sont des instruments de recueil des données » (Sadia, 2023, p.159). Ainsi, « [...] les instruments sont des procédés opératoires définis, transmissibles, susceptibles d'être appliqués à nouveau dans les mêmes conditions adaptées au genre de problème et de phénomène en cause. » (N'DA, 2015, p.124).

Pour notre étude, nous avons combiné les instruments de recherche des deux méthodes, à savoir qualitative et quantitative. Dans le cadre de la méthode qualitative, nous avons eu recours à l'observation participante, au guide d'entretien et à la recherche documentaire. Quant à la méthode quantitative, nous avons opté pour l'enquête par questionnaire.

#### **2.3.1. Méthode qualitative**

Les méthodes qualitatives sont des approches de recherche utilisées pour recueillir des données non numériques et pour comprendre les phénomènes sociaux et humains à travers des observations approfondies, des entretiens, des études de cas et l'analyse de contenu.

### 2.3.1.1. L'observation participante

Dans le but de saisir la réalité effective du terrain, nous avons opté pour l'observation directe. Cette approche est cruciale car elle permet de corroborer les réponses des enquêtes avec la réalité, en nous offrant des informations non biaisées. Selon Peretz (1998), « l'observation directe consiste à être témoin des comportements sociaux d'individus ou de groupes dans les lieux même de leurs activités ou de leurs résidences, sans en altérer le cours normal ». De même, Maurice Angers (2014) souligne que « l'observation implique un examen attentif d'un phénomène ou une vérification de suppositions dans la réalité ». C'est dans cette optique que nous avons effectué des visites dans la ville de Bouaké, plus précisément dans le quartier Ahougnansou, où se déroule notre étude empirique, afin d'observer l'état des lieux de la salubrité dans les différents espaces publics et le cadre de vie des habitants.

### 2.3.1.2. La recherche documentaire

La recherche documentaire a été une étape essentielle de notre processus d'acquisition d'informations, nous permettant de consulter une variété de documents pour obtenir une vision approfondie du sujet. Nous avons exploré une gamme de ressources dans différents domaines pertinents pour notre étude. Pour cela, nous avons utilisé les installations telles que la bibliothèque de l'Université Alassane Ouattara, le centre American Corner sur le campus 2 de la même université, ainsi que la polythèque du CERCOM de l'Université Félix Houphouët Boigny d'Abidjan. Ces sources nous ont offert un accès à une diversité de documents, y compris des mémoires, des thèses, des revues scientifiques, des ouvrages méthodologiques, des textes administratifs, des rapports. En outre, nous avons exploité des bases de données en ligne telles que Google Scholar et Cairn info pour accéder à des documents et des articles scientifiques pertinents ainsi que des vidéos sur des plateformes en ligne telles que YouTube. Cette démarche nous a permis de rassembler une base solide de connaissances documentaires pour éclairer notre recherche.

### 2.3.1.3. L'entretien

L'entretien semi-directif est une technique qualitative qui implique une discussion entre le chercheur et la personne ressource, visant à recueillir des informations approfondies sur un sujet donné. Selon Lorraine Savoie-Zajc (2009), « il s'agit d'une interaction verbale où les participants s'engagent volontairement pour partager leur expertise et aboutir à une meilleure compréhension d'un phénomène d'intérêt commun ». Cette méthode repose sur un guide d'entretien élaboré à partir des hypothèses de recherche, permettant une discussion structurée tout en laissant de la souplesse pour explorer les réponses de l'informateur.

### 2.3.2. Méthode quantitative

Les méthodes quantitatives sont des approches de recherche qui utilisent des données numériques et des techniques statistiques pour tester des hypothèses et faire des prédictions. Elles sont souvent utilisées dans les sciences naturelles, économiques, sociales et comportementales pour mesurer et analyser des variables de manière systématique et objective.

#### 2.3.2.1. L'enquête par questionnaire

Le questionnaire est un moyen d'entrer en communication avec des informateurs, en les interrogeant un par un et de façon identique, en vue de dégager des réponses obtenues des tendances d'une large population (Maurice Angers, 2014). Le questionnaire est un outil essentiel de collecte de données en recherche, permettant d'interroger de manière systématique et uniforme les informateurs afin d'obtenir des réponses représentatives de la population étudiée.

Dans le cadre de cette étude, nous avons conçu un questionnaire à réponse mixte, combinant des questions ouvertes et des questions à réponses préformatées, pour recueillir les informations nécessaires auprès de la population cible.

Ce questionnaire comprend plusieurs points essentiels, notamment :

- Identification des enquêtés : Cette section collecte des informations démographiques telles que le sexe, l'âge, le statut socioprofessionnel et le niveau d'étude des répondants ;
- Connaissance de la population sur les activités de communication des différentes campagnes de sensibilisation : Cette partie pose des questions fermées à choix multiples pour évaluer la familiarité des répondants avec les campagnes de sensibilisation et les outils de communication utilisés ;
- Implication de la population aux différentes campagnes : Cette section vise à comprendre dans quelle mesure la population s'est impliquée dans les campagnes de sensibilisation précédentes ;
- Proposition d'une stratégie de communication pour sensibiliser la population sur la gestion des ordures ménagères : Enfin, cette partie du questionnaire recueille les opinions des répondants sur la stratégie de communication la plus efficace pour promouvoir une meilleure gestion des déchets ménagers.

L'administration de ces questionnaires s'est faite de manière indirecte. Ce choix permet non seulement de faciliter la compréhension des questions par les répondants, mais aussi de garantir la qualité des informations recueillies.

#### **2.4. Méthode d'analyse des données**

Pour analyser les données provenant des entretiens, nous avons opté pour une analyse de contenu. C'est une méthode qui consiste à examiner de manière systématique le contenu manifeste des communications pour en décrire et interpréter le sens. L'objectif est de découvrir la signification des messages contenus dans les entretiens. Toutes les entrevues ont été enregistrées avec le consentement des interviewés à l'aide du magnétophone de notre smartphone. Par la suite, ces enregistrements ont été transcrits afin de faciliter l'analyse du contenu

des entretiens, permettant ainsi de repérer les similitudes et les différences dans les réponses des participants.

Quant aux données recueillies à travers l'enquête par questionnaire, elles ont été soumises à une analyse descriptive et statistique, de nature quantitative. Les questionnaires remplis ont été dépouillés manuellement et les données ont été traitées à l'aide d'outils informatiques. La saisie des textes a été effectuée à l'aide du logiciel Word (2016), tandis que les tableaux ont été créés avec le logiciel Excel (2016). Une analyse statistique descriptive de l'ensemble des informations recueillies a été réalisée, ce qui a permis de calculer des pourcentages pour les tableaux présentés.

## **2.5. Déroulement de l'enquête et difficultés rencontrées**

Cette partie décrit le déroulement de l'enquête ainsi que les difficultés auxquelles nous avons fait face.

### **2.5.1. Déroulement de l'enquête**

D'une part, les entretiens avec les personnes ressources ont eu lieu du 6 au 16 novembre 2023, après avoir déposé les demandes d'entretien plusieurs semaines à l'avance accompagnée de l'autorisation de recherche du département. Les entretiens ont été réalisés en personne et ont duré respectivement 45 minutes et 56 secondes avec le responsable de communication de la Direction Régionale de l'ANAGED de Bouaké, 18 minutes et 36 secondes avec celui de la mairie de Bouaké, et 10 minutes et 17 secondes avec le Président des faitières des associations et ONG de salubrité de Bouaké. Lors de ces entretiens, toutes les informations ont été prises en notes et enregistrées à l'aide du magnétophone de notre smartphone pour garantir la fiabilité des données. Par la suite, ces enregistrements ont été intégralement transcrits avant d'être analysés.

D'autre part, l'enquête par questionnaire s'est déroulée du 20 novembre 2023 au 4 décembre 2023. Un même questionnaire a été administré à tous les cent-soixante (160) enquêtés, que ce soit à leur domicile, sur les marchés ou sur

leur lieu de travail. Les questionnaires étaient constitués de questions à choix multiple, ouvertes et fermées. Pour certains fonctionnaires et commerçants, nous avons dû présenter l'autorisation de recherche délivrée par le département des SLC (Cf. Annexe 1) pour qu'ils acceptent de répondre à nos questions.

#### 2.5.2. Difficultés rencontrées

Il est fréquent de rencontrer des difficultés lors de la réalisation d'un travail de recherche, quelle que soit sa nature. Dans notre cas, nous avons été confrontés à plusieurs obstacles significatifs. Tout d'abord, nous avons éprouvé des difficultés à organiser des rencontres avec les autorités municipales et de l'agence nationale de gestion des déchets, malgré de nombreux efforts et déplacements répétés. Ensuite, nous avons rencontré une certaine réticence de la part de nos enquêtés, qui ont parfois perçu notre démarche comme étant affiliée à la mairie, ce qui a rendu l'interaction plus complexe. De plus, nous avons dû faire face à des difficultés de communication avec certains enquêtés en raison de la barrière linguistique, certains ne maîtrisant pas bien le français et d'autres ayant du mal à comprendre notre accent, typique de la région du Sahel. Toutefois, grâce à des explications détaillées et à l'aide d'un jeune étudiant, nous avons réussi à surmonter ces obstacles et à établir un dialogue constructif.

**PREMIÈRE PARTIE : COMMUNICATION POUR LE  
CHANGEMENT DE COMPORTEMENT ET DÉFI DE  
GESTION DES ORDURES MÉNAGÈRES À BOUAKÉ**

## **CHAPITRE 1 : LA VILLE DE BOUAKÉ FACE AU DÉFI DE LA GESTION DE SES ORDURES MÉNAGÈRES**

La gestion des ordures ménagères est un défi majeur auquel sont confrontées de nombreuses villes à travers le monde, et la ville de Bouaké ne fait pas exception. Située au cœur de la Côte d'Ivoire, Bouaké est une ville dynamique et en pleine croissance, mais elle doit faire face à une gestion inefficace de ses ordures ménagères. Ce chapitre se penche sur cette problématique cruciale et explore les divers aspects de la gestion des ordures ménagères dans cette métropole en pleine expansion.

Au fil des années, la croissance démographique et l'urbanisation rapide ont entraîné une augmentation significative de la production de déchets à Bouaké. Malheureusement, les infrastructures et les systèmes de gestion des ordures ménagères de la ville n'ont pas évolué au même rythme, ce qui a créé des défis majeurs en matière de salubrité publique, d'environnement et de qualité de vie pour les habitants. La problématique est cruciale : comment cette ville dynamique et en pleine croissance gère-t-elle ses ordures au quotidien ?

Nous examinons les défis spécifiques auxquels Bouaké est confrontée, tels que la collecte, le traitement et l'élimination des déchets. Quelles sont les infrastructures en place ? Quelles sont les politiques municipales visant à améliorer la situation ? Quels sont les impacts environnementaux, sanitaires et sociaux de la gestion des ordures ?

### **1.1. Définition des déchets**

La notion de déchet est sujette à diverses définitions selon les contextes nationaux et les cadres réglementaires en vigueur. Parmi les approches les plus pertinentes, l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) établit une définition législative fondamentale. Selon la loi-cadre du 15 juillet 1975, « un déchet est défini comme tout résidu issu d'un processus de production, de transformation ou d'utilisation, ainsi que tout bien meuble abandonné ou

destiné à l'abandon ». Par ailleurs, la législation ivoirienne, à travers la Loi N°96-766 du 3 octobre 1996 portant code de l'environnement, élargit cette définition en incluant les produits solides, liquides ou gazeux provenant des activités des ménages, ainsi que tout bien meuble ou immeuble abandonné ou présentant une menace pour l'environnement.

Dans un contexte plus général, Farida Boumrar (2019) souligne l'évolution de la notion d'ordure ménagère, passant des résidus domestiques à une notion plus vaste de résidus ou déchets urbains, reflétant ainsi les changements dans les habitudes de consommation et le niveau de vie.

En se concentrant spécifiquement sur les déchets ménagers, Philippe et Sory (2005) définissent ceux-ci comme tous les détritus produits dans les ménages, y compris les déchets alimentaires, les déchets de jardinage, les objets ménagers, les emballages, etc. Cette définition englobe également les déchets similaires produits par d'autres entités telles que les bureaux, les commerces, les administrations, etc.

Dans le cadre de cette étude, le déchet est ainsi appréhendé comme toute substance inutilisable, mise au rebut ou destinée à être mise en décharge par son propriétaire, indépendamment de sa nature. La possibilité que ces déchets puissent être réutilisés à d'autres fins ne les exclut pas de cette qualification.

## **1.2. Production et composition des déchets ménagers dans la ville de Bouaké**

L'impact environnemental de la gestion des déchets est profondément lié à la nature des déchets produits par les populations locales. Dans le cas spécifique de la ville de Bouaké, nos études et observations sur le terrain ont révélé une variété de sources de déchets, notamment les ménages, les restaurants, les commerces, les passants dans les rues, les artisans, ainsi que les établissements et industries non dangereux ou polluants. Ces déchets comprennent des matériaux tels que le papier, le carton, le bois, le verre, les textiles et les emballages.

Cependant, la quantification précise de la production et de la composition des déchets ménagers reste un défi. Les statistiques officielles sont souvent basées sur des recensements partiels de la population et des évaluations sommaires des déchets collectés. Pour obtenir des données fiables, il est nécessaire d'organiser une collecte régulière et de peser systématiquement les camions et les bennes à déchets (Philippe et Sory, op.cit.).

En ce qui concerne la composition des ordures ménagères à Bouaké, comme dans de nombreuses villes d'Afrique subsaharienne, elle est généralement dominée par deux types de matériaux. D'une part, il y a les matières putrescibles et les papiers cartons, qui peuvent être compostés, représentant environ 48% du poids total des déchets collectés. D'autre part, les matières inertes comme le sable et les cendres constituent environ 42% du poids total (Diabagaté, op.cit., p.119).

Les déchets ménagers sont généralement classés en trois catégories principales :

- La fraction biodégradable, comprenant les matières pouvant être décomposées par des microorganismes dans un laps de temps déterminé, telles que les déchets alimentaires et végétaux.
- La fraction inerte, englobant les matières qui ne se dégradent pas facilement par des microorganismes, comme le verre, les plastiques non biodégradables et les textiles synthétiques.
- Les contaminants, qui libèrent des substances chimiques nocives dans l'environnement et comprennent des matériaux tels que les batteries, les solvants et les peintures.

Une planification efficace du système de gestion des déchets nécessite une connaissance approfondie des quantités produites actuellement et des projections pour le futur. Bien que les informations sur les déchets solides ménagers à Bouaké ne soient pas facilement accessibles, nous avons utilisé les données de l'année

2021 pour comprendre l'évolution de la situation des déchets dans la ville. Les résultats présentés dans le tableau ci-dessous illustrent la quantité de déchets solides ménagers et assimilés enfouis par trimestre en Côte d'Ivoire.

Tableau 1 : Quantité de DSMA enfouie par trimestre en 2021 par ville

Villes	1er trim.	2e tri.	3e tri.	4e tri.	Total
<b>Bouaké</b>	<b>56949,27</b>	<b>56290,32</b>	<b>53922,54</b>	<b>60103,77</b>	<b>227265,9</b>
Daloa	35400,8	35968,9	34624,9	36570,2	142564,8
Korogho	42257	44094	44562	44338	175251
San-Pedro	42699	53349	45814	41352	183214
Yamoussoukro	35297	34536,36	34898,5	37652,04	142383,9
Grand-Bassam	17692,3	17946,83	20719,27	24129,53	80487,93
Bonoua	7962,2	11822,1	14638,9	16170,75	50593,95
Aboisso	4500,7	5163,55	7410,35	12790	29864,6
<b>Total général</b>	<b>242758,27</b>	<b>259171,06</b>	<b>256590,46</b>	<b>273106,29</b>	<b>1031626,1</b>

Source : ANAGED, Services statistiques, 2022.

### 1.3. L'impact des ordures ménagères jetées anarchiquement sur l'environnement et la santé

La gestion inadéquate des déchets a des conséquences graves sur la santé publique et l'environnement. Les déchets ménagers représentent non seulement une source de pollution du cadre de vie, mais ils constituent également un vecteur majeur de maladies environnementales, telles que le paludisme, l'intoxication alimentaire, la fièvre typhoïde et le choléra, qui sont étroitement liées à la détérioration de l'environnement (Koné Boniface, 2014). Dans certains environnements, ils peuvent favoriser la prolifération de microbes, de parasites et d'autres agents pathogènes, comme les rats, mettant ainsi en danger la santé des populations.

À Bouaké, les difficultés rencontrées dans la gestion des déchets contribuent à l'insalubrité générale du cadre de vie, favorisant ainsi la propagation de maladies telles que le paludisme (44,7%), la fièvre typhoïde (38,1%), la

diarrhée (12,3%) et les infections respiratoires aiguës (4,9%) (District Sanitaire de Bouaké, 2018). Par exemple, une étude menée à Sinfra (Côte d'Ivoire) en 2021 par Fulgurence et al. (2021) révèle que 64,39% des chefs de ménage enquêtés ont déjà été atteints du paludisme, dont 40% résident ou travaillent dans des quartiers moyennement salubres, tandis que seulement 0,49% se trouvent dans des quartiers salubres. Ces chiffres mettent en évidence les risques sanitaires associés à l'insalubrité du cadre de vie.

L'insalubrité a des répercussions néfastes à la fois sur la santé humaine et sur l'environnement, favorisant les nuisances olfactives, la pollution et la dégradation des ressources en eau, en sol et en air. Les déchets peuvent représenter à la fois un risque et une ressource, mais leur élimination sans précautions appropriées peut entraîner une pollution environnementale et exposer les populations à des dangers graves et diversifiés.

#### **1.4. Diagnostic sur le système de gestion des déchets ménagers dans la ville de Bouaké**

La gestion des déchets ménagers à Bouaké a évolué au fil des années, avec l'intervention de divers acteurs et l'implémentation de différentes stratégies. De 1973 à nos jours, la ville a connu plusieurs phases de gestion des déchets, marquées par des périodes de crise, telles que celle de 2002-2011, pendant lesquelles les structures chargées de la gestion urbaine ont été mises en suspens, laissant les déchets s'accumuler dans les rues.

En 2003, les comités d'assainissement de Bouaké ont été créés avec le soutien de l'ONG Care Internationale, en partenariat avec la Mairie et financés par l'Union Européenne. Ces comités ont été établis dans le cadre d'une approche participative de la gestion des déchets ménagers, conduisant à la création de la Coordination Générale des Comités d'Assainissement de Bouaké (CGCAB). Cette structure coordonne les activités des comités de pré-collecte sur le terrain et rassemble les pré-collecteurs de la ville (Zouhon, pp.135-136).

Entre 2007 et 2008, l'ONG Care Internationale a renforcé les capacités de gestion des déchets des municipalités de Bouaké et Korhogo dans le cadre du projet "Appui à la bonne gouvernance de gestion communautaire de la salubrité". Ce projet visait à structurer une gestion communautaire et participative des déchets, avec la création de 50 comités d'assainissement et la création de 288 emplois directs. Une évaluation en 2008 a montré que ce système communautaire permettait de réduire de 65% les coûts de gestion des déchets solides par rapport à un prestataire privé (Zouhon, op.cit.).

Depuis 2012, les équipes de pré-collecteurs continuent de couvrir tous les quartiers de Bouaké, même les plus difficiles d'accès. Cependant, la gestion des déchets ménagers à Bouaké implique plusieurs acteurs, notamment la mairie, l'ANAGED et les ménages eux-mêmes.

La mairie est responsable de la définition de la politique locale, de l'impulsion d'une synergie entre les acteurs, de la supervision des interventions et de la sensibilisation des populations. Elle dispose d'une brigade d'hygiène et de salubrité chargée de recevoir les plaintes des ménages concernant les pratiques d'hygiène du voisinage et de rechercher des solutions.

L'ANAGED est l'autorité responsable de la gestion des déchets solides. Depuis octobre 2017, elle a remplacé l'ANASUR et est chargée de contractualiser avec les prestataires privés, de planifier et coordonner les services, ainsi que de sensibiliser les populations.

La collecte des déchets ménagers à Bouaké implique également des pré-collecteurs informels, qui assurent la collecte des déchets des ménages moyennant un paiement direct. Cette pratique pose cependant des problèmes de gestion et contribue à la création de décharges sauvages dans certains quartiers (Diabagaté et Konan, op.cit., p.136).

Tableau 2 : Récapitulatif de la responsabilité des acteurs de la filière gestion des ordures ménagères

Acteurs	Responsabilités
<b>ANAGED</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autorité responsable de la compétence en matière de gestion des déchets solides ;</li> <li>- Contractualise avec les prestataires privés ;</li> <li>- Assure la planification, la coordination, le suivi-évaluation des services ;</li> <li>- Assure la gestion fiduciaire ;</li> <li>- Participe à la sensibilisation des populations</li> </ul>
<b>BNETD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrôle et suivi des activités des entreprises de collecte et gestion de la décharge de Bouaké.</li> </ul>
<b>Mairie de Bouaké</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Définit la politique locale</li> <li>- Impulse une synergie des acteurs ;</li> <li>- Supervise l'intervention des différents acteurs ;</li> <li>- Assure la sensibilisation et la mobilisation sociale ;</li> <li>- Met à disposition une brigade municipale d'hygiène.</li> </ul>
<b>Prestataires privés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opérateurs bénéficiant de contrat de délégation de service public de propreté pour les zones 1 et 2 de Bouaké et la décharge ;</li> <li>- Assure le service de collecte, de transport des ordures ménagères et leur mise en décharge,</li> <li>- Assure le balayage et le nettoyage des voies publiques, le curage et l'entretien des caniveaux afférents aux voies à balayer, le désherbage et l'entretien des espaces publics et des espaces verts</li> </ul>
<b>Pré-collecteurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assure la pré-collecte</li> </ul>
<b>Ménages</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assure le conditionnement des déchets solides dans des contenants ;</li> <li>- Font sortir les déchets hors de la concession ;</li> <li>- Participent financièrement à la gestion des ordures.</li> </ul>

Source : ZOUHON Lou Nazié Michèle, 2021 ; Nos enquêtes 2023.

## **1.5. Les modes de gestion des ordures ménagères**

Dans le domaine de la gestion des déchets ménagers, deux modes de gestion sont couramment observés : le mode classique et le mode moderne.

### **1.5.1. Le mode classique**

Ce mode de gestion des déchets ménagers repose généralement sur des pratiques traditionnelles et souvent informelles. Il peut inclure des méthodes telles que le dépôt des déchets dans des sites de décharge non réglementés, le brûlage à ciel ouvert, ou encore le déversement des déchets dans des cours d'eau ou des espaces naturels. Dans ce mode de gestion, les déchets sont généralement collectés de manière sporadique, sans tri préalable, et leur traitement peut être rudimentaire, voire inexistant. Ce mode est souvent associé à des problèmes environnementaux et sanitaires importants, tels que la pollution des sols et des eaux, la propagation de maladies, et la dégradation du cadre de vie.

Le mode classique est très développé dans certains quartiers de la ville de Bouaké. Dans les couloirs des marchés et au niveau des quartiers on remarque une prolifération des décharges sauvages et le rejet des déchets dans des caniveaux et les voies publiques. Selon nos enquêtes, l'incinération est plus pratiquée par les populations à cause du manque ou l'éloignement des centres de collecte d'ordures et le coût lié à la pré-collecte.

### **1.5.2. Le mode moderne**

Contrairement au mode classique, le mode moderne de gestion des déchets ménagers repose sur des approches plus structurées, technologiquement avancées et réglementées. Il implique généralement la collecte sélective des déchets à partir des ménages, leur transport vers des installations de traitement spécifiques (comme les centres de tri, les unités de compostage, les usines d'incinération ou les sites d'enfouissement technique), et leur traitement en fonction de leur composition et de leur nature. Ce mode de gestion peut également inclure des programmes de sensibilisation et d'éducation visant à encourager le tri à la source

et à promouvoir des pratiques de consommation plus durables. Le mode moderne vise à minimiser l'impact environnemental des déchets tout en maximisant la valorisation des ressources et en préservant la santé publique.

« Depuis un certain temps, le gouvernement ivoirien a décidé de mettre fin à l'approche linéaire consistant à jeter les déchets dans un cadre inapproprié, dans la nature en optant pour l'économie circulaire qui suppose qu'à partir des déchets produits, qu'on puisse les récupérer, les valoriser et en faire autre chose par exemple produire l'énergie ou le compost. »<sup>2</sup>

Le recyclage des déchets est devenu une pratique essentielle dans la gestion moderne des déchets, offrant une alternative durable à l'élimination traditionnelle.

Nous avons à cet effet :

- Le recyclage des déchets plastiques pour la fabrication des pavés

Les déchets plastiques, collectés conformément à la loi interdisant l'utilisation des sachets plastiques, sont vendus aux plasturgistes. Ces derniers transforment ensuite ces plastiques en pavés, contribuant ainsi à la réduction des déchets plastiques dans l'environnement et à la création d'emplois dans le secteur de la fabrication.

- Le recyclage des déchets ménagers pour la fabrication des charbons bio

Cette technique consiste à collecter les déchets ménagers et à trier les déchets organiques pour les utiliser dans la fabrication de charbon bio. Ce processus permet de valoriser les déchets organiques tout en réduisant la quantité de déchets envoyés à la décharge, tout en offrant une source d'énergie alternative écologique.

---

<sup>2</sup> Propos du Ministre de l'Assainissement et de la Salubrité Anne Désirée OULOTO lors de l'émission « Face à la Côte d'Ivoire » [en ligne]. Vidéo publiée le 14 Octobre 2020. Disponible sur YouTube. (Consulté le 26/06/2023)

- Le recyclage des déchets pour la production d'hydrocarbures

Certains types de déchets ménagers, tels que les pneus, les produits en caoutchouc et les plastiques, peuvent être utilisés dans la production d'hydrocarbures. Ces déchets sont transformés en combustibles alternatifs ou en matières premières pour la production d'énergie, contribuant ainsi à la réduction de la dépendance aux combustibles fossiles et à la gestion efficace des déchets.

## 1.6. Processus de gestion des ordures ménagères

Deux étapes sont essentielles dans le service des déchets : l'enlèvement et l'élimination. L'enlèvement des déchets compte la pré-collecte et la collecte elle-même. L'élimination fait référence à la mise en décharge, l'enfouissement, le compostage et l'incinération.

Dans le cadre de gestion des déchets à Bouaké, on constate le processus suivant :

- Pré-collecte des déchets ;
- Collecte ;
- Mise en décharge.

### 1.6.1. Pré-collecte des déchets

Cette étape consiste à rassembler les déchets à partir des ménages et des autres sources de génération, telles que les entreprises et les espaces publics. La pré-collecte peut être effectuée par des pré-collecteurs informels qui parcourront les quartiers pour ramasser les déchets et les transporter vers des points de collecte ou des conteneurs spécifiques. Ainsi, pour Bassémory Koné (2014, p.38), « la pré-collecte consiste à recueillir, et conserver des déchets avant leur évacuation. Elle se fait avec divers contenants ; cuvette, seau, sachet, sac poubelle, récipients usagers ».

Dans la ville de Bouaké, la phase de pré-collecte des déchets est assurée par les ménages eux-mêmes ou par les pré-collecteurs qui sont payés par les

ménages à un prix forfaitaire. Les ménages conservent les déchets dans un lieu qui n'est pas susceptible d'impacter la santé avant de conduire vers un centre de collecte recommandé.

#### **1.6.2. La collecte**

Une fois les déchets pré-collectés, ils sont ensuite collectés par les services de collecte officiels. Ces services peuvent être gérés par la municipalité ou par des entreprises privées mandatées par la municipalité. Les déchets sont collectés à partir des points de pré-collecte et transportés vers des sites de décharge ou des installations de traitement. À l'heure actuelle, seule la collecte par point de regroupement est en exercice dans la ville de Bouaké, ce qui implique pour les usagers l'obligation d'amener eux-mêmes leurs déchets aux lieux de regroupement. Ils sont situés à un endroit de convergence où les déchets sont enlevés périodiquement par des bennes ou véhicules (C.E, 2000). Les structures de prestation (MOYA SA et TIÉLOU Service) ont la charge de faire la collecte des déchets au niveau des points de regroupement mais ne font pas le porte-à-porte.

#### **1.6.3. Mise en décharge**

La dernière étape du processus de gestion des déchets est la mise en décharge, où les déchets sont déposés dans des sites de décharge désignés. À Bouaké, les déchets collectés sont généralement acheminés vers des décharges publiques ou des sites d'enfouissement, où ils sont enterrés ou stockés de manière appropriée pour minimiser leur impact sur l'environnement et la santé publique.

### **1.7. Défaillance du système de gestion des déchets ménagers en Côte d'Ivoire**

La persistance de l'insalubrité dans les milieux urbains en Côte d'Ivoire découle de l'inefficacité du système de gestion des déchets ménagers. Malgré les efforts techniques et de sensibilisation déployés, les villes ivoiriennes continuent de faire face à une insalubrité croissante, mettant en danger la santé publique et la

qualité de vie des habitants. Cette situation est largement attribuable à plusieurs facteurs, notamment :

- Non-application des textes et lois

Malgré l'existence de lois et réglementations régissant la gestion des déchets ménagers, leur application effective laisse souvent à désirer. Les autorités locales et nationales peuvent manquer de volonté politique pour faire respecter ces textes, ce qui conduit à un laxisme dans la gestion des déchets. Les problèmes environnementaux en général et ceux liés à la gestion des déchets tiennent de difficulté relative à l'application des lois et des règles institutionnelles (Karidiatou Ouattara Sotia, 2019). Bertolini (2008) constate que les problèmes que posent les déchets font que les hommes en voulant les éliminer, élaborent des textes et des lois qui deviennent parfois difficiles à appliquer.

- Désintérêt des autorités

La gestion des déchets ménagers peut souvent être reléguée au second plan par les autorités en raison de contraintes budgétaires ou du manque de retombées politiques immédiates. En conséquence, les investissements nécessaires pour améliorer les infrastructures et les services de gestion des déchets peuvent être négligés, laissant les villes aux prises avec des problèmes d'insalubrité persistants. L'inefficacité du système de gestion des déchets en Côte d'Ivoire persiste en grande partie en raison du désintérêt des autorités, ce qui se traduit par un manque de financement, de supervision et de mise en œuvre des politiques et des programmes nécessaires pour relever les défis posés par la gestion des déchets.

- La gestion de coordination et de planification

La gestion des déchets ménagers nécessite une coordination efficace entre les différentes parties prenantes, y compris les autorités locales, les prestataires de services et la population. L'absence de plans stratégiques cohérents et de

coordination entre ces acteurs peut entraver les progrès dans la gestion des déchets.

- La croissance démographique et l'urbanisation rapide

La croissance démographique et l'urbanisation rapide dans de nombreuses villes ivoiriennes exercent une pression accrue sur les infrastructures de gestion des déchets. Les systèmes existants peuvent être dépassés par la demande croissante, entraînant des problèmes d'accumulation de déchets et d'insalubrité.

Pour surmonter ces défis, il est essentiel que les autorités ivoiriennes renforcent leur engagement envers une gestion efficace des déchets, en mettant en œuvre des politiques cohérentes, en allouant des ressources adéquates et en encourageant la participation active de la population. Un système de gestion des déchets efficace est crucial pour garantir la santé publique, préserver l'environnement et améliorer la qualité de vie dans les villes ivoiriennes.

## **1.8. Cadre réglementaire en matière de gestion des déchets ménagers en Côte d'Ivoire**

Depuis la conférence de Rio en 1992 sur l'environnement et le développement, la Côte d'Ivoire a ratifié plusieurs politiques et stratégies de protection de l'environnement. Les textes applicables dans la gestion des déchets ménagers sont présentés dans ce qui suit.

### **1.8.1. Disposition de la Constitution**

La loi constitutionnelle de la République de Côte d'Ivoire consacre plusieurs dispositions relatives à la protection de l'environnement et à la gestion des déchets.

Tout d'abord, l'article 27 de la constitution reconnaît le droit à un environnement sain pour tous les citoyens ivoiriens sur l'ensemble du territoire national. Il stipule également que le transit, l'importation, le stockage illégal et le

déversement de déchets toxiques constituent des crimes imprescriptibles, soulignant ainsi l'importance de la lutte contre la pollution et les déversements illégaux de déchets. De plus, l'article 40 de la constitution établit que la protection de l'environnement et la promotion de la qualité de vie sont des devoirs pour la communauté et pour chaque personne physique ou morale. En cas de risque de dommages graves et irréversibles pour l'environnement, l'État et les collectivités publiques sont tenus, par application du principe de précaution, d'évaluer ces risques et d'adopter les mesures nécessaires pour les prévenir.

Enfin, l'article 9 de la constitution garantit à toute personne le droit à l'éducation et à la formation professionnelle, ainsi que l'accès aux services de santé. Cette disposition souligne l'importance de sensibiliser et d'éduquer la population sur les enjeux environnementaux et sanitaires, y compris ceux liés à la gestion des déchets.

#### **1.8.2. Loi n° 96-766 du 3 octobre 1996 portant Code de l'Environnement**

La loi sur l'environnement en Côte d'Ivoire constitue un texte central dans la gestion environnementale du pays. Intégrant les dispositions des principaux textes relatifs à différents aspects de l'environnement, le Code de l'Environnement établit le cadre juridique général ainsi que les principes fondamentaux pour la protection de l'environnement en Côte d'Ivoire, couvrant un large éventail d'activités humaines susceptibles de générer des déchets solides ou liquides.

Le titre 3 de cette loi, composé des articles 33 à 35, expose les principes généraux de protection de l'environnement. Parmi ceux-ci, l'article 35.5 énonce le principe du "pollueur-payeur", stipulant que toute personne physique ou morale dont les actions ou activités causent ou sont susceptibles de causer des dommages à l'environnement est tenue de payer une taxe ou une redevance, et assume également les mesures de réhabilitation nécessaires. De même, l'article 35.6 garantit le droit à l'information et à la participation du public dans les procédures décisionnelles affectant l'environnement. Le chapitre 2 de ce texte est dédié aux dispositions pénales (articles 98 à 110), établissant les sanctions pour les

violations des lois environnementales. Par exemple, l'article 102 punit d'une amende ceux qui déposent, abandonnent ou jettent des déchets dans des lieux non désignés à cet effet par l'autorité compétente, ainsi que ceux qui polluent par des déjections humaines des domaines publics ou privés.

**1.8.3.** Décret n°2012-1047 du 24 octobre 2012 fixant les modalités d'application du principe pollueur-payeur tel que défini par la loi n° 96-766 du 3 octobre 1996 portant code de l'environnement

Le décret n°2012-1047 du 24 octobre 2012 établit les modalités d'application du principe du "pollueur-payeur" tel que défini par la loi n°96-766 du 3 octobre 1996 portant code de l'environnement en Côte d'Ivoire. Ce principe vise à responsabiliser les personnes physiques ou morales dont les activités génèrent des impacts négatifs sur l'environnement en les obligeant à assumer les coûts de la prévention, de la réduction et de la réparation de ces dommages.

Ce décret précise les différentes modalités selon lesquelles ce principe doit être mis en œuvre, notamment en ce qui concerne le calcul des redevances ou des taxes environnementales à payer par les pollueurs, ainsi que les procédures à suivre pour leur imposition et leur recouvrement. Il établit également les conditions dans lesquelles les entreprises ou individus peuvent être exonérés ou bénéficier de réductions de ces charges financières, en fonction de leur conformité avec les normes environnementales ou de leur participation à des actions de protection de l'environnement.

Ce décret complète la législation environnementale ivoirienne en fixant les règles spécifiques relatives à l'application du principe pollueur-payeur, contribuant ainsi à renforcer la responsabilité des acteurs économiques vis-à-vis de la préservation de l'environnement et à promouvoir une gestion plus durable des ressources naturelles.

## **Conclusion partielle**

En conclusion, la gestion des déchets ménagers à Bouaké présente des défis significatifs, notamment en raison de la croissance démographique rapide et de l'urbanisation. Malgré les efforts déployés par les autorités locales et les organisations internationales, l'efficacité du système de gestion des déchets reste limitée. Des pratiques de gestion des déchets plus modernes et structurées sont nécessaires pour minimiser l'impact sur l'environnement et la santé publique. Pour surmonter ces défis, un engagement politique accru, une coordination entre les parties prenantes et le renforcement de l'application des lois environnementales sont indispensables. En adoptant des approches innovantes telles que le recyclage et l'économie circulaire, Bouaké peut progresser vers une gestion des déchets plus durable et améliorer ainsi la qualité de vie de ses habitants.

## **CHAPITRE 2 : COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT ET LUTTE CONTRE L'INSALUBRITÉ**

Dans un contexte où l'insalubrité constitue un défi majeur pour de nombreuses communautés en Côte d'Ivoire, la communication pour le changement de comportement (CCC) joue un rôle essentiel dans la sensibilisation, l'éducation et l'engagement des individus et des collectivités à adopter des pratiques plus hygiéniques et durables. Ce chapitre se penche sur l'importance de la CCC dans la lutte contre l'insalubrité, en mettant en lumière ses concepts fondamentaux, ses approches efficaces, ainsi que les stratégies et les études de cas qui illustrent son impact positif.

Ce chapitre explore le rôle crucial de la communication pour le changement de comportement dans la promotion de pratiques d'hygiène et de gestion des déchets, essentielles pour réduire l'insalubrité et améliorer la qualité de vie des populations. En examinant les principes, les théories et les stratégies sous-jacentes à la CCC, ainsi que les initiatives de sensibilisation et de mobilisation communautaire, il vise à offrir un aperçu complet des outils et des méthodes utilisés pour catalyser le changement social positif.

### **2.1. Apport de la communication pour le changement de comportement dans la lutte contre l'insalubrité**

L'insalubrité est un problème majeur qui menace la santé publique et l'environnement dans de nombreuses communautés à travers le monde. Face à cette problématique, la communication émerge comme un outil essentiel pour sensibiliser les individus et les inciter à adopter des comportements responsables et respectueux de l'environnement. En mettant l'accent sur la prévention, la promotion de bonnes pratiques et la participation citoyenne, la CCC offre une approche holistique pour lutter contre l'insalubrité et promouvoir un environnement sain et durable pour tous. La communication permet de diffuser des informations essentielles sur les risques liés à l'insalubrité, les bonnes pratiques d'hygiène et de gestion des déchets, ainsi que les conséquences néfastes

pour la santé publique et l'environnement. En sensibilisant les populations à ces enjeux, elle favorise une prise de conscience collective et individuelle. Selon une étude menée par l'Organisation mondiale de la santé (OMS, 2015), la communication efficace est un pilier fondamental de toute stratégie de santé publique réussie. En fournissant des informations claires et accessibles, la communication permet aux individus de prendre des décisions éclairées concernant leur santé et leur bien-être.

La communication éducative vise à enseigner aux individus les connaissances et les compétences nécessaires pour adopter des comportements plus hygiéniques et respectueux de l'environnement. Elle peut prendre diverses formes, telles que des campagnes d'information, des ateliers de formation, des programmes éducatifs dans les écoles, etc. En suscitant une réflexion critique et en remettant en question les attitudes et les croyances préexistantes, la communication peut contribuer à modifier les perceptions et les comportements des individus à l'égard de l'insalubrité. Par exemple, en mettant en lumière les conséquences sanitaires et environnementales de l'insalubrité, elle peut inciter les gens à adopter des pratiques plus responsables. Ainsi, la communication favorise la mobilisation des communautés locales en les engageant activement dans la recherche de solutions et la mise en œuvre d'initiatives visant à améliorer leur environnement. En encourageant la participation citoyenne et en renforçant le sentiment d'appartenance à une communauté, elle renforce l'engagement des individus dans la lutte contre l'insalubrité. La communication renforce également les capacités individuelles et collectives en matière de prise de décision, de résolution de problèmes et de développement de compétences pratiques. En fournissant des informations claires et accessibles, elle permet aux individus de prendre des décisions éclairées et de mettre en œuvre des actions efficaces pour prévenir l'insalubrité. Lorsqu'on s'intéresse au changement de comportement d'un individu, on observe surtout la démarche avec laquelle celui-ci modifie ses actions, en regardant les étapes qu'il suit pour arriver à son but, soit de passer du comportement actuel non-désiré au comportement souhaité (Bessette, 2004). Pour

assurer ce processus, la communication joue un rôle important en permettant d'échanger des idées, d'informations et des connaissances entre deux individus ou un groupe d'individus pour influencer les attitudes et comportements des personnes. Le changement se réalise lorsque la manière dont les gens se sentent et perçoivent leurs comportements sont mesurées pour comprendre exactement ce qui les empêche d'adopter ces comportements » (GIZ, 2019).

La communication joue un rôle crucial dans la sensibilisation, l'éducation et le changement de comportement des individus et des communautés. En matière d'insalubrité, en fournissant les informations nécessaires, en modifiant les perceptions et attitudes, en mobilisant les communautés et en renforçant les capacités individuelles et collectives, la communication reste cruciale.

## **2.2. Communication pour le changement de comportement : concepts et approches**

La Communication pour le Changement de Comportement (CCC) est une approche stratégique visant à influencer les comportements individuels et collectifs en faveur du bien-être social, de la santé publique, de l'environnement et du développement durable. Elle repose sur l'utilisation de techniques de communication pour susciter des changements positifs dans les attitudes, les croyances et les pratiques des individus et des communautés. Voici une analyse des concepts et des approches clés de la CCC :

- Compréhension des comportements

La CCC repose sur une analyse approfondie des comportements cibles, de leurs déterminants et des contextes sociaux, culturels et environnementaux dans lesquels ils se manifestent. Cette compréhension permet de cibler efficacement les interventions de communication et de concevoir des messages pertinents et adaptés.

- Participation communautaire

Une approche centrale de la CCC est la participation active des communautés dans le processus de conception, de mise en œuvre et d'évaluation des interventions de communication. En impliquant les parties prenantes locales, y compris les leaders communautaires, les organisations de la société civile et les groupes d'intérêt, la CCC favorise l'appropriation des initiatives et accroît leur efficacité.

- Communication bidirectionnelle

Contrairement à la communication traditionnelle qui consiste souvent en des messages unilatéraux diffusés par des experts, la CCC promeut une approche bidirectionnelle où le dialogue et l'échange d'informations entre les communicateurs et les destinataires sont encouragés. Cette interaction favorise une compréhension mutuelle, renforce l'engagement et permet d'adapter les interventions en fonction des besoins et des réalités locales.

- Segmentation du public

La CCC reconnaît la diversité des publics cibles et l'importance d'adapter les messages et les canaux de communication en fonction des caractéristiques démographiques, socio-économiques, culturelles et comportementales des audiences spécifiques. La segmentation du public permet de maximiser l'impact des interventions en ciblant efficacement les groupes les plus susceptibles de bénéficier des messages et des actions proposées.

- Approche écologique

La CCC adopte une approche écologique qui prend en compte les multiples niveaux d'influence sur les comportements, y compris les facteurs individuels, interpersonnels, communautaires, institutionnels et structurels. En identifiant et en agissant sur ces différents niveaux, la CCC vise à créer un

environnement favorable au changement de comportement et à soutenir les individus dans l'adoption de pratiques plus saines et durables.

La CCC est une approche dynamique et participative qui vise à promouvoir le changement de comportement en mobilisant les ressources communicationnelles pour influencer les attitudes, les croyances et les pratiques des individus et des communautés. En intégrant une compréhension approfondie des comportements, une participation communautaire active, une communication bidirectionnelle, une segmentation du public et une approche écologique, la CCC offre un cadre stratégique efficace pour relever les défis liés à l'insalubrité et favoriser un développement durable.

### **2.3. Stratégies de communication pour la lutte contre l'insalubrité**

Dans la lutte contre l'insalubrité, la mise en place de stratégies de communication efficaces est cruciale pour sensibiliser, éduquer et mobiliser les individus et les communautés. En utilisant des stratégies efficaces telles que les campagnes d'information et de sensibilisation et la communication participative, il est possible de maximiser l'impact des initiatives de communication et de promouvoir un environnement plus sain et durable pour tous.

#### **2.3.1. Campagnes de sensibilisation**

Plusieurs stratégies de communication ont prouvé leur efficacité dans la sensibilisation des populations à l'insalubrité et dans la promotion de comportements hygiéniques. Les campagnes d'information et de sensibilisation se révèlent être des outils cruciaux dans la lutte contre l'insalubrité. Les études menées par l'UNICEF (2018) soulignent l'efficacité des messages clairs et percutants pour inciter les individus à adopter des pratiques plus responsables en matière d'hygiène et de gestion des déchets. Ces campagnes peuvent sensibiliser les populations aux risques associés à l'insalubrité, ainsi qu'aux bonnes pratiques d'hygiène et de gestion des déchets, contribuant ainsi à promouvoir un environnement plus sain et durable pour tous.

Cependant, bien que les campagnes de sensibilisation représentent un outil précieux dans la lutte contre l'insalubrité, il est crucial de reconnaître et d'adresser les limites qui peuvent compromettre leur efficacité. Une première limite, soulignée par Misso Misso (2016), réside dans le manque de suivi et d'évaluation rigoureux des campagnes de sensibilisation. En effet, sans mécanismes adéquats pour mesurer leur impact réel sur les comportements des populations, il devient ardu de justifier leur pertinence et d'ajuster les stratégies de communication en conséquence. Parallèlement, Koné Hugues (2017) met en lumière le caractère éphémère de ces campagnes, soulignant la nécessité d'une approche plus durable et cohérente. Trop souvent, ces initiatives sont ponctuelles et ne s'inscrivent pas dans une stratégie à long terme, ce qui limite leur capacité à induire un changement significatif et durable dans les comportements. Une autre limite majeure, identifiée par Bassemory Koné (2018), réside dans le manque d'adaptation des messages aux réalités culturelles et sociales des populations cibles. En effet, des messages standardisés et déconnectés de la vie quotidienne des individus risquent de susciter peu d'adhésion et d'engagement, compromettant ainsi l'efficacité des campagnes de sensibilisation. Enfin, Guy Bessette (2004) met en garde contre le risque de superficialité des campagnes de sensibilisation. Trop souvent, ces initiatives se contentent de transmettre des messages sans chercher à susciter une réflexion critique ou à engager véritablement les individus dans un processus de changement de comportement.

Face à ces défis, il devient impératif d'adopter une approche plus holistique et évolutive dans la conception et la mise en œuvre des campagnes de sensibilisation. Cela implique de renforcer les mécanismes de suivi et d'évaluation, d'adopter une perspective à long terme, de personnaliser les messages en fonction des contextes locaux et de favoriser une communication plus engageante et participative.

Ainsi, les campagnes de communication devraient s'appuyer sur des canaux variés pour atteindre différents segments de la population. Les médias traditionnels tels que la télévision, la radio et les journaux peuvent être utilisés

pour toucher un large public, tandis que les médias sociaux et les applications mobiles peuvent être efficaces pour atteindre les jeunes et les populations urbaines. Une approche multi-canal permettrait de maximiser la portée et l'impact des messages de sensibilisation. Ainsi, les interventions lors d'événements communautaires peuvent être utilisées de manière complémentaire pour renforcer l'efficacité des campagnes (Smith et al., 2019). De plus, il est essentiel d'adapter les messages aux spécificités culturelles et linguistiques des différentes populations cibles. Une étude menée par l'Organisation mondiale de la santé (OMS, 2016b) a montré que les messages de santé sont plus efficaces lorsqu'ils sont formulés dans la langue maternelle des destinataires et prennent en compte leurs croyances et pratiques culturelles.

Enfin, il est essentiel de mesurer l'efficacité des stratégies de communication mises en œuvre. Cela peut être réalisé grâce à des évaluations régulières pour déterminer dans quelle mesure les campagnes ont influencé les comportements des individus et contribué à réduire l'insalubrité. En recueillant des données sur l'impact des initiatives de communication, les décideurs peuvent ajuster et améliorer continuellement leurs stratégies pour une efficacité maximale dans la lutte contre l'insalubrité.

### **2.3.2. La communication participative**

La communication participative est une stratégie clé dans la lutte contre l'insalubrité, offrant une approche multidimensionnelle pour mobiliser les communautés et encourager leur engagement dans la résolution des problèmes environnementaux et sociaux. Selon Guy Bessette, chercheur en communication, cette approche va au-delà de la simple transmission d'informations pour impliquer activement les membres de la communauté dans le processus de prise de décision et d'action (Bessette, 2004). La communication participative est une stratégie efficace pour mobiliser les communautés et encourager leur engagement dans la résolution de problèmes sociaux et environnementaux, tels que l'insalubrité (CRDI, 2017). Cette approche repose sur le principe fondamental que les

personnes concernées par un problème sont les mieux placées pour en comprendre les enjeux et proposer des solutions pertinentes. Elle permet de renforcer l'appropriation locale, la durabilité et l'efficacité des interventions de développement en favorisant le dialogue ouvert, la collaboration et l'échange d'informations.

Ainsi, Servaes (2013) souligne l'importance de la participation citoyenne dans la communication participative, soulignant que les individus et les communautés doivent être activement impliqués dans la prise de décision et la définition des priorités pour assurer la pertinence et la durabilité des interventions de développement. Cette participation favorise également l'échange d'informations, de connaissances et d'expériences entre les différents acteurs impliqués.

Dans le contexte de la lutte contre l'insalubrité, la communication participative implique donc d'impliquer les résidents locaux, les organisations de la société civile et d'autres parties prenantes dans la planification, la mise en œuvre et l'évaluation des programmes visant à améliorer l'hygiène et la salubrité. Cette approche reconnaît que les communautés ont une connaissance intime de leurs propres défis et ressources, et qu'elles sont mieux placées pour identifier les interventions les plus appropriées et durables. C'est ainsi Uphoff et al. (2015) soulignent l'importance de la communication participative dans le renforcement de la collaboration et de la confiance entre les parties prenantes.

Dans le contexte de la lutte contre l'insalubrité, la communication participative joue un rôle crucial en permettant aux communautés de s'approprier les enjeux liés à la santé publique et à l'environnement, et en les incitant à prendre des mesures concrètes pour améliorer leur cadre de vie. En impliquant activement les membres de la communauté dans la conception et la mise en œuvre des programmes, cette approche favorise un sentiment d'appartenance et de responsabilité collective, renforçant ainsi l'engagement des individus dans la lutte contre l'insalubrité.

Pour faciliter la communication participative dans la lutte contre l'insalubrité, il est essentiel de créer des espaces de dialogue ouverts et inclusifs où les membres de la communauté peuvent partager leurs idées, leurs préoccupations et leurs expériences. Cela peut se faire à travers des réunions communautaires, des groupes de discussion, des forums en ligne et d'autres plateformes de participation publique. En encourageant un échange ouvert d'informations et d'opinions, ces initiatives permettent de renforcer le sentiment d'appartenance à la communauté et d'encourager la collaboration entre les différents acteurs impliqués dans la lutte contre l'insalubrité. Il est également important de veiller à ce que les communications soient accessibles à tous les membres de la communauté, quel que soit leur niveau d'éducation ou leurs compétences en matière de communication. Cela peut nécessiter l'utilisation de supports et de formats variés, tels que des affiches, des brochures, des vidéos, des présentations orales et des ressources en ligne, pour garantir que les messages atteignent un large public et sont compris par tous. En intégrant ces approches dans les programmes de lutte contre l'insalubrité, les acteurs du développement peuvent maximiser leur impact et promouvoir des changements durables dans les comportements et les attitudes des individus et des communautés.

La communication participative dans la lutte contre l'insalubrité peut également bénéficier de l'intégration de nouvelles technologies et plateformes de communication. Par exemple, les réseaux sociaux peuvent jouer un rôle important en permettant aux communautés de partager des informations, de coordonner des actions et de sensibiliser un large public à l'importance de la salubrité. Les campagnes de sensibilisation en ligne, les applications mobiles et les jeux éducatifs peuvent également être utilisés pour atteindre les populations cibles et les inciter à adopter des comportements plus hygiéniques. La communication participative dans la lutte contre l'insalubrité est une approche multidimensionnelle qui nécessite l'intégration de diverses stratégies, technologies et compétences.

De plus, il est essentiel d'adapter les messages de communication participative à la diversité culturelle et linguistique des communautés concernées. En tenant compte des traditions, des croyances et des valeurs locales, les programmes de communication peuvent être plus pertinents et mieux acceptés par les populations cibles. En impliquant les leaders communautaires et les figures d'autorité locales dans la conception et la diffusion des messages, il est possible de renforcer leur légitimité et leur efficacité auprès des populations.

Enfin, la formation et le renforcement des capacités des acteurs locaux en matière de communication participative sont essentiels pour garantir le succès des initiatives de lutte contre l'insalubrité. En fournissant aux membres de la communauté les compétences et les outils nécessaires pour mener des campagnes de sensibilisation efficaces, il est possible de renforcer leur autonomie et leur capacité à agir de manière proactive pour améliorer leur environnement.

#### **2.4. Les facteurs motivant l'adoption d'un comportement environnemental**

Plusieurs facteurs motivent un individu ou un groupe d'individus à adopter un comportement environnemental. Pour Kollmuss et Agyeman (2002) « le comportement environnemental se définit comme un comportement adopté par un individu qui décide, de façon consciente, de minimiser ses impacts négatifs sur les milieux naturel et construit ». En effet, bien qu'il soit question d'individu dans cette vision du comportement environnemental, il est important de considérer que le comportement humain est influencé par l'environnement social (Ajzen, 1991). La crainte de se retrouver seul dans son engagement face à l'environnement peut aussi influencer le choix d'agir. L'Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE) (2002) note que « l'influence des voisins, des amis et des membres de famille constitue un facteur important du choix de recycler ».

De Groot et Steg (2008) établissent un lien significatif entre le changement de comportement et les valeurs personnelles des individus. Ils reconnaissent trois

types de postures éthiques qui ont plus ou moins un impact sur le comportement environnemental : l'orientation vers des valeurs égocentriques (les individus considèrent les coûts et les bénéfices d'une action environnementale en fonction de leur bien-être personnel); l'orientation vers des valeurs altruistes (les individus envisagent les coûts et les bénéfices d'une action environnementale en fonction de son impact sur d'autres humains); et l'orientation vers des valeurs biosphériques (les individus évaluent les coûts et les bénéfices d'une action environnementale en fonction du bien-être des écosystèmes ou de la biosphère).

Toutefois, Kollmuss et Agyeman (2002), considèrent que les attitudes affectent peu les choix de comportements en environnement contrairement aux coûts (en termes d'argent, de temps, d'effort, etc.) associés à ces comportements. Maiteny (2002) suggère aussi qu'une personne tendra vers l'action environnementale si elle considère qu'elle en tirera des bénéfices tels l'économie, l'argent ou l'amélioration de sa santé et de sa qualité de vie. Ainsi, un individu adoptera un comportement s'il sent que son entourage accorde de la valeur au dit comportement. Dans le domaine de la gestion des déchets, par exemple, le changement de comportement n'est motivé que quand les populations ont connaissances du problème lui-même et ensuite les impacts sanitaires ou environnementaux associés.

En outre, pour motiver un changement de comportement vis-à-vis des déchets, les autorités doivent agir. Il ne s'agit pas de sensibiliser et diffuser des informations à travers les médias mais mettre en œuvre une politique de gestion des déchets qui va permettre aux autorités d'organiser des journées de salubrité afin de balayer la ville et curer les caniveaux. Ensuite, placer des bacs à ordures dans les places publiques et les conteneurs dans les quartiers. Pour un bon suivi, une brigade d'assainissement doit être mise en place afin de surveiller et appliquer le principe pollueur-payeur. Ainsi, les poubelles et conteneurs doivent être vidés régulièrement sans quoi les déchets prolifèrent à nouveau. Les populations ont besoin des actions concrètes afin qu'elles soient motivées et aller vers un nouveau comportement. Les mesures dissuasives restent un moyen de maintenir un

changement de façon durable et sans risque de rechute. Sans cela, les gens reviendront à l'ancienne pratique après un temps.

## 2.5. Les déterminants du comportement humain

Les déterminants du comportement humain sont des facteurs qui peuvent prédefinir ou imposer un comportement à un individu ou à une communauté. Ainsi, la décision d'un individu de modifier ou non son comportement est fonction de différents facteurs. Ces facteurs peuvent favoriser ou constituer un frein au changement souhaité. Ces facteurs sont de deux ordres : internes et externes.

### 2.5.1. Les facteurs internes

Ce sont des facteurs qui sont liés aux caractéristiques personnelles et psychologiques de l'individu et qui conditionnent son comportement. Ils influencent directement les décisions de l'individu. Les facteurs internes sont propres à l'individu lui-même et varient selon son âge, sa profession, son état psychologique. Il s'agit de :

- Caractéristiques personnelles : âge, sexe, niveau d'instruction, état matrimonial, etc.
- Facteurs psychologiques : connaissances, perception, croyances, attitudes, etc.
- Les connaissances : ensemble d'informations dont dispose l'individu à propos d'un sujet quelconque. C'est un préalable à tout changement de comportement individuel. C'est l'étape première de la prise de conscience d'un phénomène.
- La perception : processus par lequel un individu choisit, organise et interprète des éléments d'informations externes pour construire une image cohérente du monde qui l'entoure.

- Les croyances : correspondent à un élément de connaissance descriptive qu'un individu entretien à l'égard d'un objet.
- Les attitudes : résument les évolutions positives ou négatives, les réactions émotionnelles et les prédispositions à agir. C'est une orientation que l'on se donne vis-à-vis d'un objet ou d'une idée.

### 2.5.2. Les facteurs externes

Ce sont les facteurs qui relèvent de l'environnement dans lequel vit l'individu, tels que : la culture, le milieu social, l'économie.

- La culture : c'est l'ensemble des normes, rites, valeurs, convictions et habitudes d'une société. Toute société a sa propre culture, ses valeurs, ses croyances, ses habitudes, sa manière de voir les choses et dont nous devons tenir compte dans la vie courante.

- Le milieu social : toute société met en place un système de stratification sociale des différentes classes sociales qui sont représentées par des groupes homogènes dont les membres partagent le même système de valeurs, de mode de vie, d'intérêts et de comportements (les jeunes, les femmes, les personnes âgées...). Le comportement de l'individu est influencé également par les membres de la famille. Celle-ci apprend à l'individu d'acquérir certaines attitudes et conduites dans sa vie et continue à exercer son influence même dans certaines décisions.

- L'économie : Ce sont les facteurs liés au niveau économique qui peuvent constituer un obstacle à la réception ou à l'application des comportements promus.

## **Conclusion partielle**

Ce chapitre a démontré l'importance cruciale de la communication pour le changement de comportement (CCC) dans la lutte contre l'insalubrité en Côte d'Ivoire. En sensibilisant et en éduquant les communautés sur les pratiques hygiéniques, la CCC contribue à réduire les risques sanitaires et environnementaux. Les stratégies efficaces comme les campagnes de sensibilisation et la communication participative engagent activement les populations et renforcent leur capacité à adopter des comportements durables. En combinant analyse des comportements, participation communautaire et approche écologique, la CCC offre un cadre stratégique essentiel pour améliorer la qualité de vie et promouvoir un environnement sain.

**DEUXIÈME PARTIE : PRÉSENTATION, ANALYSE ET  
INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS**

## CHAPITRE 3 : PRÉSENTATION DES DONNÉES

Ce chapitre est consacré à la présentation des résultats obtenus à partir des entretiens avec les personnes ressources ainsi que des enquêtes par questionnaire menées auprès des populations. Les données sont présentées en deux phases distinctes pour une meilleure compréhension et une analyse approfondie.

### 3.1. Résultats des entretiens avec les personnes ressources

Dans cette première phase, nous examinons les principales conclusions et insights tirés des entretiens menés avec les personnes ressources impliquées dans la gestion des déchets et la lutte contre l'insalubrité. Nous mettons en lumière leurs perspectives, leurs défis rencontrés, ainsi que leurs suggestions pour améliorer la situation actuelle.

#### 3.1.1. Canaux d'information utilisés lors des différentes campagnes

Les données recueillies lors des entretiens avec les personnes ressources mettent en lumière l'importance de divers canaux de communication dans la sensibilisation et l'éducation du public sur la gestion des déchets et la lutte contre l'insalubrité à Bouaké. Ces canaux sont soigneusement sélectionnés pour atteindre un large éventail de la population et diffuser efficacement les messages pertinents.

Étant donné que la gestion des déchets ménagers n'émane pas directement des compétences des municipalités, la mairie de Bouaké n'a pas une stratégie de communication propre mais participe à la sensibilisation des populations en tant que première instance de gestion de la ville. La mairie dans le cadre de l'organisation de la CAN 2023 a initié un projet d'assainissement dénommée « Bouaké Ville propre ». Un enquêté précise que :

« Le service de communication de la mairie de Bouaké s'articule spécialement sur le secteur production des discours et le secteur marketing. La gestion des déchets n'émane pas de la compétence de la municipalité. Cependant, nous participons à

la sensibilisation des populations en tant que première instance de gestion de ville pour conscientiser les populations. »

Pour sensibiliser les populations et assurer son projet d'assainissement de ville propre, la mairie de Bouaké dispose différents supports de communication. Ces supports sont entre autres la communication de masse et les technologies de communication numérique.

« Nous faisons des émissions avec la radio de la mairie. À travers une émission matinale qu'on appelle « Bouaké Bonjour », il y a une rubrique appelée « Talk » dans laquelle les autorités municipales sont invitées à la radio communale pour expliquer les stratégies adoptées pour parvenir à une Bouaké propre. On va dire c'est une grille d'animation qui va de 8h à 10h. En dehors du Talk, il y a le journal. Étant donné que c'est une radio communale, on interroge des spécialistes pour donner des conseils sur la gestion des déchets. En plus, nous avons une page sur le réseau social Facebook dénommée « Mairie de Bouaké <sup>3</sup> » pour informer les populations sur les différentes activités de la mairie. »

Cependant, la mairie n'utilise pas la télévision en permanence à cause du coût élevé. Mais des Télévisions telles que Life TV, RTI, Business 24 sont invitées à l'occasion des grands événements de salubrité pour des couvertures médiatiques.

L'ANAGED est l'institution publique en charge de gestion des déchets chargée de mener une lutte vigoureuse et coordonnée contre toutes les nuisances en vue de restaurer la salubrité du cadre de vie en Côte d'Ivoire. L'une de ses actions prioritaires est d'informer et de sensibiliser la population sur la gestion de l'environnement pour une meilleure santé. Pour ce faire, le service utilise différents supports communication. À Bouaké, elle utilise : la radio Média + CI,

---

<sup>3</sup>Page Facebook « *Mairie de Bouaké* » disponible sur :

<https://www.facebook.com/100081441624124/posts/pfbid02NwTRdBSxofEdg6vnGR8JEBKix7ABMnX72DfpSqJfCkkPc2QCxeTYTeEc4kHt1fLtl/?app=fbl>

un magazine trimestriel ANAGED Mag diffusé sur son site internet, comme explique cet enquêté :

« Le service de communication de la délégation régionale de l'ANAGED de Bouaké se charge de tout ce qui concerne la sensibilisation. L'ANAGED à travers sa direction de Bouaké utilise différents moyens pour sensibiliser les populations à adopter un comportement écocitoyen. Pour ce faire, nous avons un partenariat avec la radio Média + CI sur la fréquence 103.0 FM pour la diffusion des informations, un magazine trimestriel intitulé ANAGED Mag qui fait écho des activités. Ce magazine est accessible sur le site internet de l'ANAGED qui est utilisé pour la diffusion des activités. Nous menons également des sensibilisations de proximité au niveau des écoles en partenariat avec la direction des vies scolaires. »

La radio Média + CI émet deux émissions dans le cadre d'informations et de promotion des comportements écocitoyens : la première émission est hebdomadaire intitulée « ANAGED Débout » qui se tient chaque lundi, émission durant laquelle on invite des responsables de l'ANAGED pour parler du déroulement des activités et faire le bilan. La deuxième est organisée chaque jeudi de la quinzaine où on invite trois structures spécialisées dans la gestion des déchets pour discuter autour d'un thème concernant la gestion des déchets.

Toutefois, la délégation régionale de l'ANAGED de Bouaké met beaucoup l'accent sur la sensibilisation de proximité dans les établissements scolaires, comme précise cet enquêté :

« Ici à Bouaké, nos activités de communication sont beaucoup centrées au niveau des établissements scolaires car, il faut le dire, l'éducation des enfants face à l'environnement est une phase de préparation des citoyens responsables. C'est pourquoi nous visons plus les enfants. »

En définitive, nous pouvons dire qu'à la suite de nos entretiens effectués, la mairie n'a pas les compétences de gestion des déchets mais participe à la mobilisation des populations à travers des moyens média de masse et média social

numérique dont : la radio communale Bouaké FM et sa page Facebook. Quant à la direction régionale de l'ANAGED, elle dispose des moyens de communication et d'information qui sont : la radio Média + CI, un magazine trimestriel ANAGED Mag diffusé sur son site internet et la sensibilisation de proximité au niveau des établissements scolaires.

### **3.1.2. Degré d'implication de la population**

L'analyse des données recueillies lors des entretiens avec les personnes ressources de la mairie et de la direction régionale de l'ANAGED de Bouaké révèle plusieurs insights importants concernant la communication et l'implication de la population dans la lutte contre l'insalubrité. Étant donné que les campagnes de sensibilisation sont basées sur des approches engageantes et le partage des innovations à travers les médias, la participation des populations au niveau de la planification du projet de sensibilisation n'est pas sollicitée. C'est en ce titre qu'un enquêté affirme que :

« Nous ne convions pas les associations aux rencontres de prise de décisions certes mais elles sont impliquées pour mener les différentes campagnes de sensibilisation dans la ville. »

L'implication des populations dans le processus de gestion des déchets ménagers et très faible dans la ville de Bouaké comme explique cet enquêté :

« L'implication est très faible dans le passé. C'est grâce aux préparatifs de la CAN 2023 que nous sommes beaucoup sollicités afin d'accompagner le projet « Bouaké Ville propre » et sensibiliser les populations. »

En définitive, à la suite des entretiens que nous avons effectués avec les personnes ressources, nous pouvons dire que la direction régionale de l'ANAGED de Bouaké pour sa part considère l'implication des populations à travers les faitières des ONG comme source d'implication. Toutefois, le Président des faitières des associations et ONG de salubrité de Bouaké fustige leur faible implication dans la stratégie de lutte contre l'insalubrité.

### 3.1.3. Proposition de stratégie de communication de lutte contre l'insalubrité

À la suite des entretiens que nous avons effectués avec les personnes ressources sur la proposition d'une stratégie de communication en vue d'une bonne gestion des ordures ménagères dans la ville de Bouaké, plusieurs approches ont été proposés.

Un enquêté au niveau de la mairie précise que :

« Nous préfèrerons fondamentalement l'intensification de la sensibilisation pour mieux conscientiser les populations et ensuite distribuer des coffres à ordures dans les quartiers car la communication ne peut pas régler tout. »

Cependant, un autre enquêté au niveau de la délégation régionale de l'ANAGED de Bouaké affirme que :

« Pour une meilleure gestion des déchets solides ménagers (DSM) dans la ville de Bouaké, il faut passer à la valorisation des déchets. À travers l'économie circulaire, les gens trouveront de compte et donneront de l'importance à cette gestion des ordures. Une communication basée sur le tri des déchets permettrait aux populations de s'impliquer grâce aux bénéfices (financier). »

Un autre enquêté propose une communication de porte à porte comme stratégie efficace de gestion des déchets dans la ville de Bouaké. Le passage des agents porte à porte permet aux populations de comprendre le sens de la lutte mais aussi de mieux appréhender la politique d'assainissement comme un acte humanitaire de lutte contre les nuisances. Il explique en ces propos :

« Ici à Bouaké, la meilleure façon de sensibiliser est de mener une sensibilisation de porte à porte. Cette stratégie est couteuse certes mais permet l'implication des populations. Et il faut expliquer aux gens que cette activité n'est pas liée à la politique mais pour assainir leur ville et éviter les maladies. Aujourd'hui, à cause de la politique, les gens refusent de s'impliquer aux projets de développement local. »

### 3.2. Résultats de l'enquête par questionnaire auprès des populations

Dans cette seconde phase, nous présentons les résultats de l'enquête par questionnaire réalisée auprès des populations locales. Nous analysons les réponses fournies par les participants concernant leur niveau de connaissance et d'information, leurs implications aux campagnes en matière de gestion des déchets, ainsi que leurs suggestions pour résoudre les problèmes d'insalubrité dans leur communauté.

#### 3.2.1. Identification des enquêtés

Tableau 3 : Répartition des enquêtés selon le sexe

Sexe	Effectif	Fréquence (%)
Masculin	65	41
Féminin	95	59
Total	160	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Ce tableau présente le nombre total de personnes incluses dans notre étude, qui s'élève à 160 individus. Parmi ces participants, 95 sur 160, soit 59% de l'échantillon, sont des femmes, tandis que 65 sur 160, soit 41% de l'échantillon, sont des hommes. Cette répartition sexuelle peut s'expliquer par le fait que les travaux ménagers sont généralement associés aux femmes, ce qui peut influencer leur participation à ce type d'études.

Tableau 4 : Répartition des enquêtées selon l'âge

Âge	Effectif	Fréquence (%)
15-25	30	19
26-35	42	26
36-45	51	32
46-65	37	23
65 à plus	0	0
Total	160	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Ce tableau révèle que la tranche d'âge la plus représentée parmi les enquêtés est celle des 26-45 ans, qui constitue plus de 58% de la population interrogée. Cela souligne l'importance de la population active dans les questions d'assainissement, car elle est souvent au cœur des activités liées à cette thématique. Les 42% restants se répartissent entre les personnes de moins de 26 ans et celles de plus de 45 ans. Cette concentration sur la tranche d'âge des 26-45 ans s'explique par la démographie caractéristique du pays. Les jeunes sont souvent plus disponibles et intéressés par les questions liées à leur environnement, ce qui justifie leur prépondérance dans notre échantillon.

Tableau 5 : Répartition des enquêtées par niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Effectifs	Fréquence %
Primaire	15	9
Secondaire complet	31	19
Secondaire incomplet	35	22
Supérieur	25	16
Sans instruction	54	34
Total	160	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Les résultats présentés dans cette figure révèlent que 34% des enquêtés n'ont aucune instruction, tandis que 22% ont un niveau d'instruction incomplet au secondaire, 19% ont achevé leur scolarité secondaire, 16% ont un niveau d'éducation supérieur, et 9% ont terminé leur scolarité primaire. Il est notable que la plus grande proportion de nos enquêtés, soit 34%, n'ont aucune instruction. Cette constatation peut s'expliquer par le fait que ces individus sont souvent impliqués dans des activités domestiques, ce qui les positionne comme des acteurs essentiels dans la gestion des déchets ménagers.

Tableau 6 : Répartition des enquêtées par statut socioprofessionnel

Profession	Effectifs	Fréquence %
Vendeur (se)	40	25
Ménagère	50	31
Élève/étudiant	29	18
Fonctionnaire de l'État	11	7
Employé privé	8	5
Sans emploi	22	14
Total	160	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Après analyse de ce tableau, il est observé que plus de la moitié des enquêtées sont des femmes ménagères et des vendeurs, avec des taux respectifs de 31% et 25%. Cette répartition peut s'expliquer par la présence importante d'habitations et de marchés dans le quartier étudié. En outre, 18% des enquêtées sont des élèves et des étudiants, 14% sont sans emploi, les fonctionnaires d'État ne représentent que 7%, et enfin, 5% sont des employés du secteur privé.

### 3.2.2. Connaissance de la population sur les activités de différentes campagnes de sensibilisation

Tableau 7 : Répartition des enquêtés par niveau d'information sur les activités de communication

Niveau d'information	Effectifs	Fréquence %
Non	62	39
Oui	98	61
Total	160	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Il est notable dans ce tableau que 98 enquêtés sur 160, soit 61%, déclarent avoir connaissance ou participer aux différentes actions de communication sur la gestion des déchets ménagers, contre 39% qui affirment ne pas être informés. Ainsi, il apparaît que plus de la moitié de notre échantillon est informée sur ces actions de communication.

Tableau 8 : Répartition des enquêtés par niveau d'information en fonction du sexe des répondants

Niveau d'information	Sexe		Pourcentage		Effectif	Pourcentage
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes		
Femmes	40	22	25	14	62	39
Oui	55	43	34	27	98	61
Total	95	65	59	41	160	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

D'après ce tableau, on observe que 55 femmes sur 95 et 22 hommes sur 65 sont informés des différentes campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères. Cependant, les femmes semblent être légèrement plus informées que les hommes. En effet, seulement 25% des femmes n'ont pas reçu le message, contre 14% pour les hommes.

Tableau 9 : Répartition des enquêtés par âge selon le niveau d'information

Age des répondants		Niveau d'information		Total
		Non	Oui	
15-25	Effectif	7	23	30
	% compris dans Age	23	77	100
26-35	Effectif	10	32	42
	% compris dans Age	24	76	100
36-45	Effectif	27	24	51
	% compris dans Age	53	47	100
46-65	Effectif	18	19	37
	% compris dans Age	49	51	100
65 à plus	Effectif	0	0	0
	% compris dans Age	0	0	0
Total	Effectif	62	98	160
	% compris dans Age	62	98	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

D'après ce tableau, on observe que les répondants âgés de 36 à 45 ans enregistrent 53% de non contre 47% de oui en ce qui concerne leur connaissance des activités de communication sur la gestion des ordures ménagères. Cela indique que plus de la moitié de cette tranche d'âge n'est pas informée de ces activités, ce qui peut être attribué à leurs responsabilités et engagements à cet âge. En revanche, les répondants âgés de 15 à 25 ans sont informés à 77% contre 23%, ce qui peut s'expliquer par la mobilisation importante des élèves et étudiants dans les écoles. Pour la tranche d'âge entre 46 et 65 ans, le taux d'informés est de 51% contre 49% pour les non informés, ce qui pourrait être dû au fait que l'intérêt pour les médias varie avec l'âge.

Tableau 10 : Répartition des enquêtés par niveau d'instruction selon le niveau d'information

Niveau d'instruction	Niveau d'information		Total
	Non	Oui	
Primaire	Effectif	10	15
	%	67	33
Secondaire complet	Effectif	12	31
	%	39	61
Secondaire incomplet	Effectif	17	35
	%	49	51
Supérieur	Effectif	0	25
	%	0	100
Sans instruction	Effectif	23	54
	%	43	57
Total	Effectif	62	160
	%	39	61

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Ces statistiques révèlent que la catégorie des personnes ayant un niveau primaire est la moins informée dans l'ensemble. En revanche, ceux qui ont terminé leur scolarité au niveau secondaire complet et ceux qui n'ont pas de niveau d'instruction sont les plus informés. Cette disparité peut être attribuée à l'environnement dans lequel évoluent ces groupes, où les écoles sont plus actives dans la sensibilisation, ainsi qu'à l'influence du bouche-à-oreille pour les

personnes non instruites. En outre, tous les répondants ayant un niveau supérieur sont informés de ces campagnes, ce qui s'explique en grande partie par le fait qu'ils sont souvent des étudiants, donc exposés à davantage d'informations.

Tableau 11 : Répartition des enquêtés par profession selon le niveau d'information

Profession du répondant		Niveau d'information		Total
		Non	Oui	
Vendeur (se)	Effectif	20	20	40
	%	50	50	100
Ménagère	Effectif	30	20	50
	%	60	40	100
Élève/étudiant	Effectif	0	29	29
	%	0	100	100
Fonctionnaire de l'État	Effectif	0	11	11
	%	0	100	100
Employé privé	Effectif	2	6	8
	%	25	75	100
Sans emploi	Effectif	10	12	22
	%	45	55	100
Total	Effectif	62	98	160

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Il est remarquable que parmi les 40 élèves/étudiants et fonctionnaires de l'État, tous sont informés à 100%. Cette tendance peut s'expliquer par leur niveau d'instruction généralement plus élevé, ainsi que par leur mode de vie et leurs activités qui les exposent davantage à l'information. En revanche, seulement 50% des vendeurs sont informés. Cette faible proportion peut être attribuée au fait que ces individus ont moins recours aux médias pour s'informer, étant souvent occupés par leurs activités professionnelles. De même, les ménagères sont moins informées, avec un taux de 60%. Cela pourrait s'expliquer par le fait qu'elles sont

souvent occupées par les tâches ménagères et ont donc moins de temps pour s'informer via les médias.

### 3.2.3. Canaux d'information utilisés par les répondants

Tableau 12 : Répartition des enquêtés selon les canaux d'information qu'ils ont utilisés

Canaux d'informations	Effectifs	Fréquence %
Radio	15	15
Séances de sensibilisation	24	24
Presse écrite	2	2
Réseaux sociaux	15	15
Bouche à oreille	39	40
Site internet	3	3
Total	98	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

La lecture de ce tableau révèle que les populations sont principalement informées par le biais de la communication de bouche à oreille, représentant 40% des répondants. Les séances de sensibilisation viennent ensuite, avec un taux de 24%, suivies par les réseaux sociaux et la radio, chacun avec 15%. Une faible proportion des enquêtés ont été informés à travers le site internet (3%) et la presse écrite (2%).

Il est intéressant de noter que la communication informelle, telle que la bouche à oreille, est le canal le plus fréquemment cité. Cela suggère que les interactions personnelles et les échanges au sein de la communauté jouent un rôle prépondérant dans la transmission de l'information sur la gestion des déchets ménagers.

Tableau 13 : Répartition des enquêtés par sexe selon le canal d'information

Sexe			Canal d'information						Total	
			Bouche à oreille	Sensibilisation	Radio	Réseaux sociaux	Site Internet	Presse écrite		
Sexe	Féminin	Effectif	36	14	5	0	0	0	55	
		%	65	25	9	0	0	0	99	
	Masculin	Effectif	3	10	10	15	3	2	43	
		%	7	23	23	35	7	5	100	
Total		Effectif	39	24	15	15	3	2	98	
		%	40	24	15	15	3	2	99	

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Ce tableau met en évidence des différences dans les modes d'information entre les hommes et les femmes en ce qui concerne la sensibilisation à la gestion des déchets ménagers. Les hommes semblent être plus informés par la radio, avec 23% d'entre eux recevant leur information de cette source, tandis que seulement 9% des femmes en font de même. En revanche, les femmes sont largement en tête en ce qui concerne la communication de bouche à oreille, avec 65% d'entre elles obtenant des informations de cette manière, contre seulement 7% des hommes.

En outre, les femmes sont légèrement plus informées par le biais de la sensibilisation que les hommes, avec des pourcentages de 25% et 23% respectivement. Cependant, aucun des deux sexes n'a été informé par les réseaux sociaux, le site internet ou la presse écrite, ce qui suggère que ces canaux ne sont pas aussi efficaces pour atteindre cette population.

En substance, pour toucher les femmes, la sensibilisation et la communication informelle semblent être les moyens les plus efficaces, tandis que pour les hommes, la radio et les réseaux sociaux sont plus pertinents. Il est également intéressant de noter que les réunions semblent être le moyen le moins utilisé par les deux sexes, ce qui souligne l'importance de diversifier les canaux de communication pour atteindre efficacement les différentes parties de la population.

Tableau 14 : Répartition des enquêtés par âge selon le canal d'information

Âge	Âge	Canal d'information						Total
		Bouche à oreille	Sensibilisation	Radio	Réseaux sociaux	Site Internet	Presse écrite	
15-25	Effectif	8	13	2	0	0	0	23
		35	56	9	0	0	0	100
	26-35	5	7	5	10	3	2	32
		16	22	16	31	9	6	100
36-45	Effectif	10	4	5	5	0	0	24
		41	16	21	21	0	0	99
	46-65	16	0	3	0	0	0	19
		84	0	16	0	0	0	100
65 à plus	Effectif	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0
	Total	39	24	15	15	3	2	98
	%	40	24	15	15	3	2	99

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Ce tableau met en évidence les préférences en matière de canaux de communication selon les groupes d'âge pour la sensibilisation à la gestion des déchets ménagers. Les groupes d'âge plus avancés, notamment ceux de 36 à 45 ans et de 46 à 65 ans, semblent préférer la communication de bouche à oreille, avec des pourcentages de 48% et 47% respectivement. Cela peut s'expliquer par le fait que ces groupes d'âge sont plus occupés par des responsabilités professionnelles et familiales, et peuvent donc être moins enclins à utiliser des médias traditionnels pour s'informer. En revanche, les groupes d'âge plus jeunes, tels que ceux de 15 à 25 ans et de 26 à 35 ans, sont plus enclins à recevoir des informations par le biais de la sensibilisation, avec des pourcentages de 56% et 22% respectivement. Cela suggère un intérêt accru de ces groupes pour les questions communautaires et une volonté de s'impliquer dans la gestion des déchets. De plus, la radio semble être un canal efficace pour informer les groupes d'âge plus avancés, avec 36% des personnes âgées de 36 à 65 ans recevant leurs informations de cette source. En revanche, les groupes d'âge plus jeunes semblent être plus enclins à utiliser des moyens de communication modernes tels que les

réseaux sociaux, l'internet et la presse écrite, ce qui reflète les habitudes de consommation médiatique de ces groupes.

En substance, pour atteindre efficacement les différents groupes d'âge, il est important d'utiliser une gamme diversifiée de canaux de communication, en tenant compte des préférences et des habitudes médiatiques de chaque groupe.

Tableau 15 : Répartition des enquêtés par niveau d'instruction selon le canal d'information

Niveau d'instruction		Canal d'information						Total
		Bouche à oreille	Sensibilisation	Radio	Réseaux sociaux	Site Internet	Presse écrite	
Primaire	Effectif	3	0	2	0	0	0	5
	%	60	0	40	0	0	0	100
Secondaire complet	Effectif	8	4	2	5	0	0	19
	%	42	21	11	26	0	0	100
Secondaire incomplet	Effectif	8	10	0	0	0	0	18
	%	44	56	0	0	0	0	100
Supérieur	Effectif	0	0	10	10	3	2	25
	%	0	0	40	40	12	8	100
Sans instruction	Effectif	20	10	1	0	0	0	31
	%	65	32	3	0	0	0	100
Total	Effectif	39	24	15	15	3	2	98
	%	40	24	15	15	3	2	99

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

Ce tableau met en lumière les préférences en matière de canaux de communication en fonction du niveau d'instruction des enquêtés pour s'informer sur la gestion des déchets ménagers. Les personnes ayant un niveau supérieur semblent préférer les médias traditionnels et numériques tels que la radio, les réseaux sociaux, l'internet et la presse écrite, avec des pourcentages allant de 8% à 40%. Cela suggère une utilisation accrue de ces canaux par les personnes plus éduquées, peut-être en raison de leur accès facilité à l'information et de leur familiarité avec les nouvelles technologies. En revanche, les personnes ayant un

niveau secondaire incomplet ont tendance à s'informer davantage par le biais de la sensibilisation, avec un pourcentage de 56%, et de bouche à oreille, avec 44%. Cette préférence peut être attribuée à l'accent mis sur la sensibilisation dans les établissements scolaires et à l'influence des pairs dans la transmission de l'information. Quant à ceux ayant un niveau secondaire complet, ils se sont informés principalement de bouche à oreille, avec un pourcentage de 42%, mais aussi par les réseaux sociaux, avec 26%. Cela suggère une utilisation plus équilibrée des canaux traditionnels et numériques par ce groupe. Enfin, les personnes non instruites semblent se fier davantage à la sensibilisation et de bouche à oreille pour s'informer, avec des pourcentages de 32% et 65% respectivement. Ceci peut s'expliquer par leur accès limité aux médias traditionnels et numériques, les rendant plus dépendants des interactions sociales et des sources d'information directe dans leur communauté.

En conclusion, l'analyse de ces données révèle l'importance d'adapter les stratégies de communication en fonction du niveau d'instruction de la population cible, en utilisant une combinaison appropriée de canaux traditionnels et numériques pour atteindre un large public et garantir une sensibilisation efficace sur la gestion des déchets ménagers.

Tableau 16 : Répartition des enquêtés par profession selon le canal d'information

Profession		Canal d'information						Total
		Bouche à oreille	Sensibilisation	Radio	Réseaux sociaux	Site Internet	Presse écrite	
Vendeurs (ses)	Effectif	13	4	0	3	0	0	20
	%	65	20	0	15	0	0	100
Ménagère	Effectif	10	7	3	0	0	0	20
	%	50	35	15	0	0	0	100
Elève/étudiant	Effectif	7	9	6	7	0	0	29
	%	24	31	21	24	0	0	100
Fonctionnaire de l'État	Effectif	0	0	4	2	3	2	11
	%	0	0	36	18	27	18	99
Employé privé	Effectif	3	0	0	3	0	0	6
	%	50	0	0	50	0	0	100
Sans emploi	Effectif	6	4	2	0	0	0	12
	%	50	33	17	0	0	0	100
Total	Effectif	39	24	15	15	3	2	98
	%	40	24	15	15	3	2	99

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

L'analyse de ce tableau met en évidence les préférences en matière de canaux de communication en fonction du statut socioprofessionnel des enquêtés pour s'informer sur la gestion des déchets ménagers.

On constate que le bouche à oreille est le moyen d'information privilégié pour les vendeurs (65%), les ménagères (50%), les employés privés (50%) et les sans-emploi (50%). Cela indique que ces groupes ont tendance à s'informer principalement à travers les interactions sociales et les échanges informels dans leur communauté. En ce qui concerne la sensibilisation, elle semble avoir un impact significatif sur les ménagères (35%), les élèves/étudiants (31%) et les sans-emploi (33%). Cela suggère que ces groupes sont plus sensibles aux campagnes de sensibilisation organisées dans leur environnement immédiat, peut-être en raison de leur disponibilité ou de leur intérêt pour les questions communautaires. Les fonctionnaires, en revanche, ne semblent pas être touchés par la sensibilisation, mais ils sont informés principalement par la radio (36%) et les

réseaux sociaux, l'internet et la presse écrite (63%). Cette tendance suggère que les fonctionnaires sont plus enclins à rechercher des informations formelles à travers les médias traditionnels et numériques.

En somme, l'analyse de ces données souligne l'importance de prendre en compte le statut socioprofessionnel des individus lors de la conception des campagnes de sensibilisation sur la gestion des déchets ménagers, en adaptant les messages et les canaux de communication pour atteindre efficacement chaque groupe cible.

#### **3.2.4. Degré d'implication de la population**

Ce tableau nous donne un aperçu de l'implication de la population dans les différentes activités de communication sur la gestion des ordures ménagères. Nous avons considéré le nombre des répondants qui sont réellement informés des différentes campagnes, car nous pensons que seul celui qui est informé peut-être impliquer dans une activité donnée.

Tableau 17 : Niveau d'implication des enquêtés aux différentes campagnes de sensibilisation

Implication	Effectifs	Pourcentage
Oui	42	43
Non	56	57
Total	98	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

L'analyse de ces résultats met en évidence le degré d'implication de la population dans les activités de communication relatives à la gestion des déchets ménagers. On constate que sur les 98 personnes informées, seules 42 ont été impliquées dans les différentes activités de communication, ce qui représente environ 43% de l'échantillon. Cela suggère que même si une partie de la population est informée des campagnes de communication, seule une minorité prend activement part aux activités associées. En outre, il est remarquable que près de 57% des personnes informées ne sont pas impliquées dans ces activités.

Cette situation soulève des questions sur les raisons de ce manque d'implication, telles que le manque de sensibilisation sur l'importance de leur participation ou des obstacles pratiques qui pourraient les empêcher de s'engager.

En conclusion, ces résultats soulignent l'importance de développer des stratégies pour encourager une plus grande participation de la population aux activités de communication sur la gestion des déchets ménagers, afin de garantir une plus grande efficacité et une plus grande portée de ces initiatives.

Tableau 18 : Répartition des enquêtés par sexe selon l'implication des répondants

Sexe			Implication		Total	
Sexe	Féminin	Effectif	Oui	Non		
		25	30	55		
	Masculin	45	56	100		
		Effectif	17	26	43	
		40	60	100		
Total		Effectif	42	56	98	
		%	43	57	100	

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

L'analyse croisée entre le sexe des répondants et leur niveau d'implication dans les campagnes de communication sur la gestion des déchets ménagers révèle des tendances intéressantes. On constate que les femmes sont légèrement plus impliquées dans ces campagnes que les hommes, avec un taux d'implication de 45% chez les femmes contre 40% chez les hommes. Cette différence peut s'expliquer par le rôle traditionnellement attribué aux femmes dans la gestion des tâches ménagères, y compris la gestion des déchets. Leur implication accrue dans les campagnes de sensibilisation peut être le reflet de leur responsabilité quotidienne dans ce domaine. En revanche, bien que les hommes soient moins impliqués que les femmes, il est important de reconnaître que leur engagement reste significatif. Cela souligne l'importance de sensibiliser l'ensemble de la population, quel que soit le sexe, pour garantir une participation maximale à ces initiatives de communication.

En conclusion, ces résultats mettent en évidence l'importance de tenir compte des différences de genre dans la conception et la mise en œuvre des campagnes de communication sur la gestion des déchets ménagers, tout en cherchant à garantir une participation équilibrée et inclusive de tous les membres de la communauté.

Tableau 19 : Répartition des enquêtés par âge selon leur implication dans la campagne

Age	Effectif	Implication		Total
		Oui	Non	
15-25	Effectif	3	20	23
	%	13	87	100
26-35	Effectif	22	10	32
	%	69	31	100
36-45	Effectif	9	15	24
	%	37.5	62.5	100
46-65	Effectif	8	11	19
	%	42	58	100
65 ans à plus	Effectif	0	0	0
	%	0	0	0
Total	Effectif	42	56	98
	%	43	57	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

L'analyse de ce tableau révèle des tendances intéressantes en ce qui concerne le niveau d'implication des répondants dans les campagnes de sensibilisation sur la gestion des déchets ménagers, en fonction de leur tranche d'âge. Les résultats indiquent que les répondants âgés de 15 à 25 ans semblent également peu impliqués, avec un taux d'implication de seulement 13%. Cela peut être attribué à divers facteurs, y compris le manque d'intérêt ou de sensibilisation à ces questions au sein de cette tranche d'âge. En revanche, les répondants âgés de 26 à 35 ans affichent le plus haut niveau d'implication, avec 69% déclarant y participer. Il est possible que cette tranche d'âge soit plus activement impliquée dans les initiatives de sensibilisation, peut-être en raison de leur participation à des clubs de salubrité des quartiers ou à d'autres groupements similaires. Quant aux répondants âgés de 36 à 45 ans, 62% d'entre eux indiquent ne pas être impliqués

dans les campagnes. Enfin, la tranche d'âge de 46 à 65 ans affiche un taux d'implication élevé de 79%, ce qui pourrait être lié à leur participation à des initiatives de salubrité antérieures telles que le « Grand Ménage » ou « Ville Propre ».

En somme, ces résultats soulignent l'importance de prendre en compte les différentes tranches d'âge lors de la conception des campagnes de sensibilisation sur la gestion des déchets ménagers, en adaptant les approches pour mieux atteindre et mobiliser chaque groupe démographique.

Tableau 20 : Répartition des enquêtés par niveau d'instruction selon leur implication dans la campagne

Niveau d'instruction	Effectif	Implication		Total
		Oui	Non	
Primaire	Effectif	0	5	5
	%	0	100	100
Secondaire complet	Effectif	5	14	19
	%	26	74	100
Secondaire incomplet	Effectif	15	3	18
	%	83	17	100
Supérieur	Effectif	20	5	25
	%	80	20	100
Sans instruction	Effectif	2	29	31
	%	6	94	100
Total	Effectif	42	56	98
	%	43	57	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

L'analyse de ce tableau croisé entre le niveau d'instruction et le niveau d'implication dans les campagnes de sensibilisation révèle des disparités significatives. Tout d'abord, il est frappant de constater que les personnes ayant un niveau primaire, secondaire complet ou sans instruction affichent un niveau très faible d'implication, avec respectivement 0%, 26% et 6% déclarant y participer. Cette situation soulève des préoccupations quant à l'équité et à l'accès à l'information et à la participation aux campagnes de sensibilisation, ces groupes semblant être largement exclus des initiatives de sensibilisation. En revanche, les

personnes ayant un niveau supérieur ou un niveau secondaire incomplet présentent un niveau d'implication beaucoup plus élevé, avec respectivement 80% et 83% déclarant y participer. Cela peut être attribué à plusieurs facteurs, notamment l'accès accru à l'information par le biais des médias et des réseaux sociaux, ainsi que leur niveau d'éducation plus élevé, qui peut les rendre plus sensibles aux enjeux de la gestion des déchets ménagers.

Ces résultats soulignent l'importance de prendre en compte les disparités en matière d'éducation lors de la conception des campagnes de sensibilisation, en veillant à ce que des efforts supplémentaires soient déployés pour atteindre les populations les moins instruites et garantir leur inclusion dans ces initiatives. Cela pourrait impliquer l'utilisation de méthodes de communication adaptées et accessibles à tous, ainsi que des stratégies de sensibilisation ciblées spécifiquement vers ces groupes démographiques.

Tableau 21 : Répartition des enquêtés par profession selon leur implication dans la campagne

Profession		Implication		Total
		Oui	Non	
Vendeur	Effectif	0	20	20
	%	0	100	100
Ménagère	Effectif	6	14	20
	%	30	70	100
Élève/étudiant	Effectif	29	0	29
	%	100	0	100
Fonctionnaire de l'État	Effectif	0	11	11
	%	0	100	100
Employé privé	Effectif	0	6	6
	%	0	100	100
Sans emploi	Effectif	7	5	12
	%	58	42	100
Total	Effectif	42	56	98
	%	43	57	100

Source : Nos enquêtes, Octobre 2023

L'analyse de l'implication dans les campagnes de sensibilisation selon les différentes catégories socioprofessionnelles révèle des tendances intéressantes. Tout d'abord, les ménagères, bien qu'elles soient les premières concernées par la gestion des déchets ménagers, affichent un taux d'implication relativement faible, avec seulement 30% déclarant y participer. Cela peut être attribué à leurs multiples responsabilités domestiques qui limitent leur disponibilité pour s'engager dans des activités de sensibilisation. En revanche, les élèves/étudiants et les sans-emploi se distinguent par leur fort niveau d'implication, avec respectivement 100% et 58% déclarant participer aux campagnes. Cette forte implication peut être expliquée par leur disponibilité relativement plus grande par rapport aux autres catégories socioprofessionnelles, ainsi que par leur intérêt potentiel pour les questions environnementales et communautaires. Les fonctionnaires de l'État, les employés privés et les vendeurs (ses) présentent quant à eux un taux d'implication de 0%, ce qui suggère qu'ils sont moins enclins à participer aux campagnes en raison de contraintes liées à leurs activités professionnelles.

Ces résultats mettent en lumière la nécessité d'adapter les stratégies de sensibilisation en fonction des spécificités et des contraintes de chaque groupe socioprofessionnel, en veillant à maximiser l'engagement des ménages, tout en prenant en compte les contraintes de temps et les intérêts des autres catégories de la population.

### **3.2.5. Proposition d'une stratégie de communication pour sensibiliser la population à Bouaké sur la gestion des ordures ménagères**

L'analyse qualitative des données concernant les occasions propices pour sensibiliser la population sur la gestion des ordures ménagères met en évidence plusieurs propositions récurrentes. Parmi celles-ci, les jours de culte religieux, tels que le vendredi pour les musulmans et le dimanche pour les chrétiens, sont souvent évoqués en raison de l'affluence de fidèles lors de ces rassemblements. Ces moments offrent donc une opportunité idéale pour diffuser des messages de

sensibilisation à un large public. Par ailleurs, les prestations culturelles organisées lors des fêtes de fin d'année, de la Tabaski et du Ramadan sont également identifiées comme des occasions propices pour sensibiliser la population. Ces événements attirent généralement un grand nombre de personnes et peuvent servir de plateforme pour transmettre des messages sur la gestion des déchets. Les rencontres avec les chefs des différents groupes sociolinguistiques sont également citées comme des moments opportuns pour sensibiliser la population. Ces leaders communautaires peuvent jouer un rôle crucial dans la diffusion des messages de sensibilisation auprès de leurs membres. Enfin, les jours de marché et les gares routières sont mentionnés comme des lieux clés où sensibiliser les commerçants et les voyageurs sur la gestion des déchets ménagers. Ces endroits sont souvent fréquentés par un grand nombre de personnes et offrent donc une occasion de toucher un large public. Quant aux acteurs à impliquer pour une meilleure sensibilisation de la population sur la question des ordures ménagères, plusieurs parties prenantes sont identifiées de manière récurrente. Il s'agit notamment des chefs des différents groupes sociolinguistiques, des leaders religieux, des comités de jeunes, des associations de femmes et des commerçants, ainsi que des pré-collecteurs informels. Impliquer ces acteurs clés permettrait de mobiliser efficacement la communauté et d'ancrer les messages de sensibilisation dans le tissu social local.

## CHAPITRE 4 : INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

Ce chapitre traite de vérification des hypothèses à travers les résultats d'étude pour confirmer ou infirmer ensuite confronter ces résultats aux résultats d'autres études antérieures. Nous avons essayé d'établir la valeur des résultats au regard des théories et modèles convoqués. Enfin, ce chapitre se termine par la question de la généralisation des résultats obtenus et les limites de cette étude.

### 4.1. Vérification des hypothèses

#### 4.1.1. État de la première hypothèse spécifique

L'analyse approfondie des données recueillies sur la sensibilisation à la gestion des déchets ménagers révèle des tendances intéressantes quant à la réception de l'information au sein de différents segments de la population.

L'analyse des données qualitatives a permis de comprendre les acteurs impliqués dans la gestion des déchets ménagers dans la ville de Bouaké. Les entretiens menés avec la mairie et l'ANAGED ont révélé que la sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères implique différents moyens de communication, notamment les réseaux sociaux tels que Facebook et les stations de radio locales comme Bouaké FM.

Selon les données quantitatives, 98 enquêtés sur 160, soit 61%, affirment avoir connaissance ou participer aux actions de communication sur la gestion des déchets ménagers, soulignant ainsi une sensibilisation relativement répandue parmi l'échantillon étudié. Toutefois, des disparités significatives émergent lorsque l'on analyse les données selon le genre, l'âge, le niveau d'instruction et la profession. Les femmes semblent être légèrement plus informées que les hommes, avec 65% d'entre elles obtenant des informations par le biais du bouche-à-oreille, contre seulement 7% des hommes. En revanche, les hommes semblent plus enclins à s'informer par la radio, avec 23% d'entre eux recevant leurs informations de cette source, comparativement à 9% des femmes. En ce qui concerne l'âge, les jeunes de 15 à 25 ans et de 26 à 35 ans présentent des taux élevés de

sensibilisation, respectivement à 77% et 78%, ce qui peut s'expliquer par leur forte présence dans le milieu éducatif où les campagnes de sensibilisation sont souvent menées. En revanche, les répondants plus âgés, notamment ceux âgés de 36 à 65 ans, montrent des taux d'informés plus modérés, préférant le bouche-à-oreille et la radio comme principaux canaux d'information. Une corrélation notable entre le niveau d'instruction et le mode d'information utilisé est également observée. Les répondants ayant un niveau d'instruction supérieur privilégiennent davantage les médias traditionnels et numériques tels que la radio, les réseaux sociaux, l'internet et la presse écrite, témoignant ainsi de leur accès facilité à l'information et de leur familiarité avec les nouvelles technologies. En revanche, ceux ayant un niveau d'instruction inférieur ont tendance à s'informer par le bouche-à-oreille et la sensibilisation, ce qui peut refléter des barrières d'accès aux médias plus traditionnels. Enfin, la profession semble également influencer le mode d'information préféré. Les fonctionnaires et les élèves/étudiants sont parmi les mieux informés, tandis que les vendeurs et les ménagères présentent des taux d'informés plus bas. Cette différence peut être attribuée aux contraintes professionnelles et domestiques qui limitent le temps disponible pour s'informer.

En somme, cette analyse met en lumière l'importance de prendre en compte les spécificités démographiques et professionnelles dans la conception des stratégies de sensibilisation à la gestion des déchets ménagers. Adapter les messages et les canaux de communication en fonction des caractéristiques de chaque groupe cible peut contribuer à accroître l'efficacité des campagnes de sensibilisation et à promouvoir des comportements plus responsables en matière de gestion des déchets. Ainsi notre hypothèse selon laquelle le niveau d'information et de connaissance de la population cible est insuffisant pour influencer leur comportement de gestion des ordures ménagères est infirmée.

#### **4.1.2. État de la deuxième hypothèse spécifique**

L'analyse qualitative des entretiens avec les personnes ressources de la mairie et de la direction régionale de l'ANAGED de Bouaké révèle des insights

cruciaux sur la communication et l'implication de la population dans la lutte contre l'insalubrité. Les campagnes de sensibilisation, bien que dynamiques et innovantes dans leur approche médiatique, ne sollicitent pas suffisamment la participation des populations lors de la planification des projets. Un enquêté souligne que les associations ne sont pas conviées aux décisions stratégiques, mais sont impliquées dans l'exécution des campagnes de sensibilisation. Cependant, cette implication reste limitée, comme le souligne un autre enquêté, jusqu'à ce que les préparatifs de la Coupe d'Afrique des Nations (CAN) aient accru la demande d'accompagnement pour le projet "Bouaké Ville Propre". En conclusion des entretiens, la direction régionale de l'ANAGED de Bouaké considère l'implication des populations par le biais des faitières des ONG comme une source d'engagement. Pourtant, le Président des faitières des ONG de salubrité de Bouaké déplore leur faible intégration dans la stratégie de lutte contre l'insalubrité.

Par ailleurs, l'analyse quantitative met en lumière le degré d'implication réelle de la population dans les activités de communication sur la gestion des déchets ménagers. Sur les 98 personnes informées, seules 42 ont été impliquées, ce qui représente environ 43% de l'échantillon. Cela indique que même si une partie de la population est sensibilisée, seule une minorité participe activement. De plus, près de 57% des personnes informées ne sont pas impliquées, ce qui soulève des questions sur les obstacles à leur engagement. L'analyse croisée par sexe révèle que les femmes sont légèrement plus impliquées que les hommes (45% contre 40%), en lien probable avec leur rôle traditionnel dans la gestion domestique. En ce qui concerne l'âge, les tranches d'âge de 26 à 35 ans présentent le plus haut niveau d'implication (69%). Les écarts d'implication selon le niveau d'instruction sont également significatifs, avec une forte participation des personnes ayant un niveau supérieur ou un niveau secondaire incomplet. Enfin, les professions comme les élèves/étudiants et les sans-emploi montrent un fort engagement, tandis que les fonctionnaires, les employés privés et les vendeurs ont un faible taux d'implication (0%).

Ces résultats soulignent la nécessité d'adapter les stratégies de sensibilisation pour maximiser l'engagement de la population, en tenant compte des barrières et des spécificités propres à chaque groupe démographique et professionnel. La participation accrue des associations et des faitières des ONG, ainsi que la sensibilisation plus ciblée et inclusive, pourraient améliorer la mobilisation et renforcer l'efficacité des campagnes de lutte contre l'insalubrité à Bouaké.

Cette implication varie selon l'âge, le niveau d'éducation et le genre, confirmant ainsi l'hypothèse selon laquelle le faible niveau d'implication des populations dans les campagnes de sensibilisation est attribuable aux outils de communication inadaptés.

#### **4.1.3. État de la troisième hypothèse spécifique**

L'analyse qualitative des entretiens menés avec les personnes ressources sur la proposition d'une stratégie de communication pour une meilleure gestion des ordures ménagères à Bouaké met en lumière différentes approches et recommandations. Tout d'abord, les opinions divergent quant aux priorités de la stratégie. Un enquêté au niveau de la mairie souligne l'importance de l'intensification de la sensibilisation pour conscientiser davantage les populations. Selon cette perspective, la distribution de coffres à ordures dans les quartiers est essentielle pour compléter les actions de communication et encourager les comportements responsables en matière de gestion des déchets. En revanche, un représentant de la délégation régionale de l'ANAGED de Bouaké met en avant la valorisation des déchets comme clé d'une gestion efficace. Cette approche, basée sur l'économie circulaire, vise à inciter les habitants à trier leurs déchets en mettant en avant les bénéfices financiers potentiels. Une communication axée sur le tri des déchets pourrait ainsi favoriser l'implication des populations en leur montrant les avantages concrets de leur participation. Par ailleurs, un autre enquêté propose une stratégie de sensibilisation de porte à porte, malgré son coût élevé. Cette approche personnalisée permettrait une meilleure compréhension des

enjeux sanitaires et environnementaux liés à la gestion des déchets, tout en démontrant que cette initiative dépasse les clivages politiques pour servir l'intérêt collectif.

Concernant les occasions propices pour sensibiliser la population, plusieurs événements et lieux clés sont identifiés. Les jours de culte religieux, les festivités annuelles, les rencontres avec les leaders communautaires, ainsi que les marchés et gares routières sont cités comme des moments et des endroits stratégiques pour diffuser des messages de sensibilisation. Ces occasions offrent une grande visibilité et permettent de toucher un large public dans des contextes familiers et propices à l'écoute. Enfin, quant aux acteurs à impliquer dans cette démarche, les chefs de groupes sociolinguistiques, les leaders religieux, les jeunes, les femmes, les commerçants et les pré-collecteurs informels sont identifiés comme des partenaires clés. Leur mobilisation pourrait favoriser l'adhésion des communautés locales aux actions de sensibilisation et renforcer l'impact des messages sur la gestion des déchets.

Ainsi, l'hypothèse selon laquelle la bonne gestion des ordures ménagères dépend du choix d'une bonne stratégie de communication à Bouaké est donc confirmée.

#### **4.2. Confrontation des résultats par rapport aux études antérieures**

Dans le domaine des études sur l'insalubrité, nos résultats présentent des similitudes avec ceux d'études antérieures. En particulier, nous avons identifié trois points essentiels à partir de nos résultats, que nous comparons à d'autres recherches publiées :

##### **4.2.1. Relation entre moyens de communication et le niveau d'information de la population**

Notre étude met en évidence l'importance des moyens de communication dans la diffusion de l'information sur la gestion des déchets ménagers. Nous

constatons que les médias traditionnels et les réseaux sociaux jouent un rôle crucial dans la sensibilisation de la population. En effet, les résultats montrent que 60% des répondants ayant eu les informations sont informés à travers les moyens et supports de communication utilisés lors des campagnes, tandis que seulement 40% se sont informés par la bouche à oreille. Les campagnes de sensibilisation ont donc touché une grande partie de la population infirmant notre hypothèse. Cependant, Bahi (2006) souligne que la sensibilisation seule ne suffit pas à provoquer un changement de comportement. Il est crucial que l'idée même du changement soit perçue positivement par les individus concernés, ce qui nécessite souvent un changement de leurs croyances ou de leur perception. Viviane (2018) renforce cette idée en expliquant que la simple connaissance ne conduit pas automatiquement à un changement de comportement.

#### **4.2.2. Faible niveau d'implication des populations aux campagnes de sensibilisation en raison des outils de communication inappropriés**

Nos résultats montrent que malgré les efforts de sensibilisation, une partie importante de la population reste peu impliquée dans les campagnes de gestion des déchets, en raison de l'utilisation d'outils de communication inadaptés. Cette observation rejoint les conclusions d'autres études qui ont souligné l'importance de l'adaptation des stratégies de communication aux contextes locaux pour maximiser l'impact des campagnes de sensibilisation. Par exemple, nos résultats montrent que les jeunes, les personnes ayant un niveau d'éducation primaire et celles non instruites sont moins impliquées dans les campagnes. Ce résultat est soutenu par Abdou (2022), qui met en évidence le faible niveau d'implication des populations locales en raison de l'inadéquation des outils de communication utilisés. Ce résultat est également confirmé par ceux de Dagnogo (2020) qui soulignent l'importance de collecter les bonnes informations, de sélectionner les arguments appropriés et de mobiliser les canaux de communication adaptés pour obtenir une adhésion massive et spontanée à l'idéologie de sensibilisation.

#### **4.2.3. Dépendance de la bonne gestion des ordures ménagères au choix d'une bonne stratégie de communication**

Notre étude souligne l'importance cruciale d'une stratégie de communication efficace dans la réussite de la gestion des déchets ménagers. Nous observons que la sensibilisation doit être accompagnée de moyens techniques et d'une implication active des populations pour garantir son efficacité. Ces constatations sont confirmées par d'autres études antérieures qui ont souligné l'importance d'une approche intégrée, combinant sensibilisation, participation communautaire et mise en œuvre de solutions techniques pour résoudre les problèmes d'insalubrité. Par exemple, Bassémory (2014) et Oulai (2016) mettent en avant l'importance de l'implication des leaders communautaires et des campagnes de sensibilisation adaptées pour mobiliser efficacement les populations locales dans la gestion des déchets.

### **4.3. Valeur des résultats au regard des théories convoquées**

Dans le cadre de cette étude, nous avons convoqué deux (02) théories comme référentielles dans l'analyse de notre étude. Il s'agit de la théorie des parties prenantes (1984) et la théorie des représentations sociales (1961) comme modèles d'analyse théorique.

#### **4.3.1. La théorie des parties prenantes (1984)**

Dans l'analyse de nos résultats à la lumière de la théorie des parties prenantes (1984), nous pouvons évaluer leur valeur en termes de relations et d'interactions entre les différents acteurs impliqués dans la gestion des déchets ménagers. Selon cette théorie, les parties prenantes sont toutes les entités qui sont directement ou indirectement affectées par les actions d'une organisation ou d'un projet. Dans le contexte de notre étude sur la gestion des déchets ménagers à Bouaké, les résultats mettent en lumière les acteurs clés impliqués dans la gestion des déchets ménagers à Bouaké, notamment la mairie, l'ANAGED, les ONG, les leaders communautaires, les populations locales et les médias. En identifiant ces

parties prenantes, notre étude contribue à une meilleure compréhension des acteurs impliqués dans le processus de gestion des déchets.

En examinant le niveau d'implication et les perceptions des différentes parties prenantes concernant les campagnes de sensibilisation et les stratégies de communication, nos résultats permettent de comprendre les intérêts divergents et les influences potentielles qui peuvent façonner les décisions et les actions dans le domaine de la gestion des déchets.

Nos résultats soulignent l'importance de la communication et de la collaboration entre les différentes parties prenantes pour améliorer la gestion des déchets ménagers. En mettant en évidence les lacunes dans l'implication et la coordination entre les acteurs, notre étude fournit des insights précieux pour renforcer les relations et favoriser une meilleure collaboration.

Ces résultats apportent une contribution significative à la théorie des parties prenantes en mettant en lumière les dynamiques relationnelles et les enjeux clés dans le contexte spécifique de la gestion des déchets ménagers à Bouaké. Ils offrent des perspectives importantes pour guider les efforts visant à améliorer la coordination et la collaboration entre les parties prenantes afin de promouvoir une gestion plus efficace et durable des déchets.

#### **4.3.2. La théorie des représentations sociales**

La théorie des représentations sociales peut apporter un éclairage intéressant sur la manière dont nos résultats contribuent à la compréhension de la gestion des déchets ménagers dans la ville de Bouaké. Selon cette théorie, les représentations sociales sont des constructions sociales partagées qui influencent la manière dont les individus perçoivent et interprètent leur environnement social.

Dans notre étude, nous avons constaté que les moyens de communication utilisés pour sensibiliser la population ont un impact sur le niveau d'information des individus concernant la gestion des déchets. Cette information, diffusée à travers des médias traditionnels et des réseaux sociaux, contribue à la formation

de représentations sociales sur la salubrité et l'hygiène. Par exemple, les campagnes de sensibilisation menées par la mairie de Bouaké et l'Agence Nationale de Gestion des Déchets influencent la manière dont les habitants perçoivent et comprennent les enjeux liés à la gestion des déchets.

De plus, nos résultats mettent en évidence le rôle des représentations sociales dans la participation des populations aux campagnes de sensibilisation. Nous observons que les outils de communication inadaptés peuvent influencer négativement l'implication des individus, en particulier des jeunes et des personnes moins instruites, dans les initiatives de gestion des déchets. Ces constatations soulignent l'importance de prendre en compte les représentations sociales préexistantes des populations lors de la conception et de la mise en œuvre des campagnes de sensibilisation.

Enfin, notre étude met en lumière l'importance de la communication pour influencer les comportements individuels et collectifs en matière de gestion des déchets. En mobilisant les représentations sociales existantes et en proposant des stratégies de communication adaptées, il est possible de promouvoir des attitudes et des pratiques favorables à la salubrité environnementale.

En conclusion, nos résultats offrent une contribution significative à la compréhension des représentations sociales liées à la gestion des déchets ménagers à Bouaké, en mettant en évidence le rôle crucial de la communication dans la formation de ces représentations et dans l'engagement des populations dans des actions concrètes de gestion des déchets.

#### **4.4. Généralisation des résultats et leurs limites**

La généralisation des résultats de notre étude sur la gestion des déchets ménagers à Bouaké nécessite une approche prudente, tout en reconnaissant les limites de notre méthodologie.

#### **4.4.1. Généralisation des résultats**

La généralisation des résultats de notre étude sur la gestion des déchets ménagers à Bouaké peut être abordée à plusieurs niveaux.

Premièrement, nos résultats fournissent des informations précieuses sur les pratiques de gestion des déchets ménagers dans cette ville spécifique, notamment en ce qui concerne les moyens de communication utilisés, le niveau d'information de la population et son implication dans les campagnes de sensibilisation. Ces données peuvent être utiles aux autorités locales, aux organisations de la société civile et à d'autres acteurs impliqués dans la gestion des déchets pour adapter leurs stratégies et leurs interventions en fonction des besoins et des réalités locales.

Deuxièmement, nos conclusions peuvent être généralisées à d'autres contextes similaires en Côte d'Ivoire ou dans des pays africains confrontés à des défis similaires en matière de gestion des déchets ménagers. Les principes sous-jacents liés à l'importance de la communication, à l'adaptation des stratégies aux contextes locaux et à l'implication communautaire peuvent être pertinents dans diverses situations.

Troisièmement, bien que notre étude se soit concentrée sur la gestion des déchets ménagers à Bouaké, les enseignements tirés de notre analyse peuvent également être applicables à d'autres domaines de la gestion environnementale et du développement durable. Par exemple, les principes de communication efficace, de participation communautaire et d'intégration des connaissances locales peuvent être généralisés à d'autres problématiques environnementales telles que la gestion de l'eau, la conservation de la biodiversité ou l'adaptation aux changements climatiques.

En substance, bien que nos résultats soient spécifiques à la gestion des déchets ménagers à Bouaké, ils offrent des perspectives générales et des principes directeurs qui peuvent être pertinents pour un large éventail de contextes et de problématiques liés à la durabilité environnementale.

Cependant, cette étude présente quelques limites, et il serait important pour d'autres recherches de prendre en compte ces limitations afin d'améliorer la qualité des études futures. Nous pouvons énumérer quelques-unes de ces limites dans le prochain point.

#### **4.4.2. Limites de l'étude**

Nous notons à faire remarquer que cette étude comporte quelques limites. Les futures études pourraient inclure des échantillons plus diversifiés en termes de villes ou de régions afin de généraliser les résultats à un éventail plus large de contextes. Ces recherches pourraient prendre en compte et contrôler davantage les variables externes qui pourraient influencer les résultats, afin d'isoler l'impact des facteurs étudiés. Une analyse plus approfondie de l'implication des populations dans les campagnes de sensibilisation pourrait être réalisée, en tenant compte de facteurs tels que la perception de l'efficacité des campagnes ou les obstacles à la participation.

En tenant compte de ces limites et en mettant en œuvre ces améliorations, les futures recherches pourraient fournir des contributions plus robustes et significatives à la compréhension de la gestion des déchets ménagers et des interventions de sensibilisation.

Les limites énumérées n'ont aucun impact sur les résultats de cette étude. Malgré ces limites, nous avons pu confirmer ou infirmer nos hypothèses, atteindre nos objectifs et répondre aux questions de recherche prédéfinies.

## **Conclusion partielle**

La présente étude a exploré en profondeur les dynamiques de la gestion des déchets ménagers dans la ville de Bouaké, en mettant particulièrement l'accent sur l'efficacité des campagnes de sensibilisation. À travers une approche mixte, combinant à la fois des données qualitatives et quantitatives, nous avons pu identifier plusieurs facteurs clés influençant la perception et l'implication des populations dans la gestion des déchets.

Nos résultats ont souligné l'importance cruciale des moyens de communication, notamment des médias traditionnels et des réseaux sociaux, dans la diffusion de l'information sur la gestion des déchets. Cependant, nous avons également observé un faible niveau d'implication des populations aux campagnes de sensibilisation, attribuable en partie à l'utilisation d'outils de communication inadaptés aux caractéristiques socio-culturelles et démographiques des populations ciblées.

En outre, notre étude a mis en lumière l'importance d'une stratégie de communication efficace dans la réussite de la gestion des déchets ménagers. Nous avons constaté que la sensibilisation doit être accompagnée de moyens techniques et d'une implication active des populations pour garantir son efficacité.

Malgré quelques limites évoquées, telles que la prise en compte et le contrôle des variables externes qui pourraient influencer les résultats et les facteurs tels que la perception de l'efficacité des campagnes ou les obstacles à la participation, nos résultats offrent des perspectives précieuses pour les décideurs, les praticiens et les chercheurs intéressés par la gestion des déchets ménagers et la sensibilisation communautaire.

**TROISIÈME PARTIE : PROPOSITION DU PROJET**  
**« PROPRETÉ DU CADRE DE VIE, NOTRE PRIORITÉ »**

## **CHAPITRE 5 : VOLET STRATÉGIQUE DU PROJET « PROPRETÉ DU CADRE DE VIE, NOTRE PRIORITÉ »**

Dans ce chapitre, nous décrivons la conception du projet de sensibilisation qui vise à lutter contre le rejet inapproprié des déchets ménagers en Côte d'Ivoire.

### **5.1. Contexte et justification**

La Côte d'Ivoire est confrontée à des défis majeurs en matière de gestion des déchets ménagers avec des pratiques de rejet sauvage qui contribuent à la pollution de l'environnement et à la détérioration du cadre de vie.

La population ivoirienne en générale et celle de la ville de Bouaké en particulier donne un sentiment d'indifférence vis-à-vis des déchets. Elle n'hésite pas de jeter les ordures dans les lieux publics, les caniveaux ou près des habitations. Ce comportement d'incivisme a des conséquences sur la vie humaine et l'environnement. En ce sens, plusieurs campagnes de sensibilisation et des moyens techniques ont été mises en œuvre pour pallier à ce comportement d'insalubrité. Cependant, la population ne cesse de dire à chaque fois qu'on l'interpelle : « *C'est votre boulot de ramasser. Si on ne faisait pas ça, vous seriez sans emploi. Tout autant la propreté urbaine, c'est le travail de la mairie.* » Au bout du compte ce comportement et cette attitude causent des dégâts. D'où l'accroissement des dépôts sauvages dans la ville.

Malgré l'existence de lois et de réglementations visant à réguler cette problématique, leur application et leur respect demeurent insuffisants.

Notre Projet intitulé « Propreté du cadre de vie, notre priorité » intervient dans ce contexte pour sensibiliser la population sur les risques associés au rejet illégal des déchets et promouvoir les mesures pénales prévues aux articles 226 à 256 de la Loi n°2023-900 du 23 novembre 2023 portant code de l'environnement ivoirien.

## **5.2. Définition des objectifs**

Les objectifs visés par la communication sont d'atteindre les résultats fixés dans le plan de la communication.

### **5.2.1. Objectif général**

L'objectif général de notre projet est de parvenir à la fin de nos activités de sensibilisation en 2027, à amener les citoyens à changer de comportement sur le rejet des déchets ménagers dans des lieux non appropriés. Pour parvenir à cet objectif nous allons nous servir d'objectifs spécifiques.

### **5.2.2. Objectifs spécifiques**

- D'ici 2025, amener 90% des ménages à connaître les dangers de l'insalubrité et les lois apparentées au rejet anarchique des déchets.
- D'ici 2026, amener 80% des commerçants et passants à connaître les lois sur l'interdiction de rejet illégal des déchets sur les voies publiques et les marchés.
- D'ici 2027, amener 75% d'élèves et étudiants à connaître les impacts de l'insalubrité et les lois sur l'interdiction de rejet des déchets dans les lieux publics.

### **5.2.3. Objectifs intermédiaires**

La stratégie intégrée du Projet de sensibilisation et d'information doit aider d'ici 2027 à :

- Accroître de 80% le niveau de connaissances de la population sur les dangers sanitaires, environnementaux et sociaux liés au rejet inapproprié des déchets et les pénalités y afférents à cet acte.

- Accroître de 95% le niveau d'information de la population sur le système de gestion des déchets.
- Permettre à 80% des leaders d'opinions et de la jeunesse sur les impacts de l'insalubrité et la nécessité d'application des lois pour promouvoir une culture de responsabilité individuelle et collective dans la gestion des déchets, encourager les citoyens à adopter des comportements responsables.

Après la mise en œuvre du Projet « Propreté du cadre de vie, notre priorité » les ménages, les passants, commerçants, élèves et étudiants doivent être en mesure de :

- connaître les impacts liés à l'insalubrité et les pénalités afférent au rejet sauvage et illicite des déchets ;
- échanger des idées sur les préoccupations liées aux stratégies de bonne gestion ;
- surmonter la pesanteur culturelle, les préjugés et les perceptions sur les déchets.

### **5.3. Segmentation des groupes cibles**

Notre cible est constituée par des groupes cibles sur lesquels sont portées nos activités de communication. Ce sont, comme le précise une étude de l'ONUAA (2002), « les composantes de la population que les activités de communication doivent toucher soit parce qu'elles sont directement affectées par le problème à résoudre, soit parce qu'elles jouent un rôle important dans sa résolution ou sa persistance ».

Appelé groupe cible ou audience, on distingue deux groupes d'auditoires : le groupe d'auditoire primaire et le groupe d'auditoire secondaire.

### **5.3.1. Le groupe d'auditoire primaire**

Le groupe d'auditoire primaire renvoie à la cible primaire qui doit modifier des attitudes pour adopter des comportements prioritaires promus. En fonction du rôle qu'il peut jouer dans le processus global du changement de comportement, cet auditoire de premier rang est constitué par des acteurs de l'insalubrité. Ce sont les ménages, les commerçants, les consommateurs, élèves et étudiants. C'est ce groupe cible que visent nos activités de communication pour susciter l'adoption du nouveau comportement.

### **5.3.2. Le groupe d'auditoire secondaire**

Ce groupe cible secondaire bien qu'il ne soit pas bénéficiaire direct du changement de comportement souhaité, joue un rôle important dans le processus général. Selon COHEN S.I (1993, p.21) « *... il dispose de compétences techniques, scientifiques et professionnelles nécessaire pour pouvoir jouer un rôle d'éducateurs et de motivateurs [...]* ». Il peut donc « *jouer un rôle de relais de communication avec les auditoires du premier rang* » (1993, Idem).

C'est ainsi que notre groupe d'auditoire secondaire inclut :

- Les autorités politiques (État) ;
- Les autorités locales et institutionnelles compétentes ;
- Les leaders d'opinion et des jeunes ;
- La brigade de la salubrité.

### **5.4. Élaboration des messages**

Nos messages s'inscrivent dans la dynamique des objectifs de communication. Ils sont aussi dans la logique de changement des comportements que nous souhaitons sur chacun de nos auditoires cibles. Nous avons élaboré des messages clés en direction de nos groupes cibles. Ce sont :

1. Je sensibilise mes proches à ne pas jeter les déchets n'importe où, il y a une amende pour ça !
2. Mes déchets devaient être dans la poubelle et non dans la rue.
3. Je suis citoyen modèle, j'appelle la BAS en cas d'incivisme constaté.

Ces messages ont été élaborés à travers différentes tonalités parce qu'ils s'adressent à des publics diversifiés et de niveau différent. En effet, nous constatons des messages qui font appel à l'émotion comme la peur, à la raison et au positif.

Ces messages seront conçus en langue française et interpréter en langues locales telles en Baoulé et Malinké, deux langues dominantes dans la ville de Bouaké. Ensuite, ils seront transmis à travers nos canaux de communication.

### **5.5. Identification de type d'approches de changement social choisis**

À ce niveau, il est question d'élaborer les approches appropriées pour ces différents groupes d'auditoires cibles. Comme le précise COHEN S.I (Op. Cit., p.22) « Il s'agit d'énumérer les approches propres ou connexes à la communication que l'on estime appropriées pour toucher chaque cible et provoquer les changements attendus ».

#### **• La théorie de l'action raisonnée**

C'est une technique de la communication sociale à l'endroit de la population cible afin de mettre à nu l'impact néfaste de son comportement. À cet effet, elle mesurera la gravité de ses actes concernant la gestion des déchets ménagers pour l'adoption d'un comportement nouveau en analysant les avantages et inconvénients.

- **L'éducation** (par le divertissement ou par les pairs)

Désigné sous l'appellation d'éducation souple, cette approche permet de mener un transfert de connaissances et d'informations pour permettre d'influer sur les Connaissances, Attitudes et Pratiques. Cette approche est efficace pour sensibiliser les personnes moins âgées et analphabètes. Par le divertissement, nous aborderons le sens sémiotique des panneaux interdisant le rejet des ordures ménagères dans les endroits inappropriés.

- **L'information**

Différente de l'éducation, cette approche vise à informer son interlocuteur. Ce qui implique qu'on lui apporte des informations entre autres sur les objectifs de la stratégie IEC, sur les motivations du changement de comportement souhaité et sur les bénéfices et avantages que ce changement pourrait engendrer. Elle permet aussi d'apporter un éclairage sur les impacts de l'insalubrité ainsi que les différentes lois réglementaires.

- **Le marketing social**

Cette approche est réservée strictement à notre auditoire primaire en particulier les élèves, étudiants et commerçants.

- **Le plaidoyer**

Contrairement au marketing social, le plaidoyer est réservé au groupe secondaire qui est capable d'avoir une influence sur le comportement de l'auditoire primaire. Cette influence favorise la modification des comportements pour assurer l'intensification des patrouilles de surveillance pour détecter et sanctionner les actes de rejet illégal des déchets, en collaboration avec les forces de l'ordre locales ; la mise en place de mécanismes de signalement des infractions et de suivi des plaintes pour assurer une application efficace des sanctions ; le renforcement des partenariats avec les autorités locales, les écoles et les organisations communautaires pour promouvoir une approche collaborative de la

gestion des déchets et la distribution des bacs à ordures aux ménages ainsi que les lieux publics.

- **Enfin, la mobilisation sociale**

À travers le marketing social et le plaidoyer, nous nous inscrivons dans une logique de mobilisation sociale autour de l'insalubrité en tant que problème de développement.

### **5.6. Les canaux et supports de communication**

En communication pour le développement, il existe une multitude de canaux et supports exploitables pour la transmission de l'information de changement à l'auditoire cible. COHEN S.I (op. Cit., 32-33) soutient que « les moyens de communication en matière de population ne se limitent pas aux médias [...] et aux documents imprimés. Ils peuvent inclure des organisations sociales ou même des réseaux, des responsables politiques et des personnalités influentes ».

En ce sens, nous avons fait appel à plusieurs types de canaux et supports de communication en nous basant sur le résultat de notre étude par rapport aux choix des moyens et leurs efficacités.

- Nous avons **le canal institutionnel** comme les réseaux de développement et les ONG.
- Nous avons **le canal médiatique** constitué par des organes médiatiques et les nouvelles technologies de la communication comme la radio et les réseaux sociaux numériques tels que Facebook, Tiktok, X (ancien Twitter).
- Nous avons aussi **le canal socio-traditionnel ou socio-culturel** constitué par les moyens traditionnels de communication, les formes et les moments privilégiés de communication traditionnels,

populaires et interpersonnels tel que les griots communément appelé « Allô Allô ».

Ces canaux et moyens de communication sont choisis en fonction des cibles dans le souci de les atteindre toutes. Ils sont ainsi fondés sur un certain nombre des facteurs :

- **L'habitude d'écoute ou l'adéquation à la cible**

L'habitude est une seconde nature a-t-on coutume de dire. Les canaux et supports de communication servant quotidiennement de sources d'informations aux populations cibles nous ont paru pertinents. Le faible coût d'accès, la préférence et le degré de familiarité ont été des facteurs déterminants pour le choix de nos canaux de communication.

- **La crédibilité**

Un moyen qui a de la crédibilité aux yeux des auditeurs nous paraît crédible comme support pour nos activités d'IEC comme les leaders d'opinion.

- **La couverture géographique**

Nos canaux de communication sont en mesure de couvrir l'ensemble du cadre de mise en œuvre de la stratégie d'IEC/CCC.

- **Le coût**

Le coût d'accès, d'acquisition et de fabrication, ainsi que les frais d'entretien et fonctionnement, ont contribué à faire le choix des canaux et supports de communication.

- **La participation**

Certains canaux sont plus favorables à la participation de la cible dans l'élaboration et dans la réception du message.

Ainsi, cette approche multimédia ou de « mixage de moyens de communication » selon COHEN S.I (Op. Cit., p.33) explique notre souci d'atteindre chaque segment de l'auditoire cible dans sa spécificité et dans son milieu d'existence.

Cette combinaison ne peut être effective que si nous faisons une utilisation intégrée des canaux.

Ainsi, nos canaux et supports sont :

- Mass-média (Internet, Réseaux sociaux numériques, radio)
- Supports traditionnels de communication pour le développement (Théâtre, sketches scolaires, musique).
- Lettres d'information et bulletins de liaison en direction des pouvoirs publics (plaidoyer).
- La communication interpersonnelle peut aussi utiliser des personnes influentes qui ont de l'audience sur les populations et sont capables d'influencer leur comportement. Ce sont les moyens humains, non médiatiques.

Ainsi nous avons :

- Les leaders religieux ;
- Les responsables des associations de jeunesse ;
- Les responsables des comités de gestion de marchés ;
- Les enseignants, les encadreurs et les autorités scolaires.
- Les canaux institutionnels (ANAGED, Ministère de l'Éducation Nationale, Ministère de l'Intérieur et de la décentralisation, Ministère de la santé).

## CHAPITRE 6 : VOLET OPÉRATIONNEL DU PROJET

Cette phase opérationnelle concerne les activités de mise en œuvre du projet « Propreté du cadre de vie, notre priorité ». Ces activités se déroulent en plusieurs étapes et à différents niveaux :

- Des axes stratégiques ;
- Le plan d'action du projet ;
- Le calendrier du projet ;
- Le suivi et l'évaluation du projet ;
- Le cadre institutionnel.

### 6.1. Axes stratégiques : population – sensibilisation

Les axes stratégiques seront en fonction du but du projet et des groupes cibles.

#### 6.1.1. Groupes cibles

- Ménages
- Commerçants
- Consommateurs
- Élèves et étudiants

#### 6.1.2. Activités clés

- Réalisations des débats et causeries éducatives ;
- Réalisation des séances de sensibilisation par l'éducation par le divertissement ;

- Informations sur les dangers liés au rejet sauvage des déchets et les lois pénales
- Organisation des journées de nettoyage régulières dans les zones identifiées, en impliquant la communauté locale ;
- Animation individuelle au porte-à-porte

#### 6.1.3. Messages

- Messages en Français

1. Je sensibilise mes proches à ne pas jeter les déchets n'importe où, il y a une amende pour ça !
2. Mes déchets devaient être dans la poubelle et non dans la rue.
3. Je suis citoyen modèle, j'appelle la BAS en cas d'incivisme constaté.

- Messages en Malinké

- Messages en Baoulé

#### 6.1.4. Résultats attendus

- Des débats et causeries éducatives réalisés ;
- Des informations sur les dangers liés au rejet sauvage des déchets et les lois pénales relayées ;
- Des projections vidéo sur les dangers liés au rejet sauvage des déchets et les lois pénales relayées ;
- Des journées de nettoyage dans les zones identifiées organisées et la communauté locale impliquée ;
- Des animations individuelles au porte-à-porte sont réalisées.

## 6.2. Le plan d'action du projet

Tableau 22 : Plan d'action des activités

Activités de communication	Groupes-cibles	Thèmes d'information/ message-clé	Responsable de la mise en œuvre	Canaux et supports de communication	Quelques indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation des débats et causeries éducatives</li> <li>- Réalisation des séances de sensibilisation par l'éducation par le divertissement ;</li> <li>- Informations sur les dangers liés au rejet sauvage des déchets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Commerçants</li> <li>- Consommateurs</li> <li>- Élèves/étudiants</li> <li>- Ménagères</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Je sensibilise mes proches à ne pas jeter les déchets n'importe où, il y a une amende pour ça !</li> <li>- Mes déchets devaient être dans la poubelle et non dans la rue.</li> <li>- Je suis citoyen modèle, j'appelle la BAS en cas d'incivisme constaté.</li> </ul>	ANAGED	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les leaders communautaires, religieux et des jeunes ;</li> <li>- Associations et ONG de salubrité ;</li> <li>- Réseaux sociaux ;</li> <li>- Radio (à déterminer)</li> </ul>	<p>Réduction visible des déchets dans les zones ciblées</p>

et les lois pénales					
- Organiser des journées de nettoyage régulières dans les zones identifiées, en impliquant la communauté locale	La communauté générale	- Mes déchets devaient être dans la poubelle et non dans la rue.	Le groupe noyau	Leaders Communautaires ; ONG ; Mairie	Taux de participation accrue des habitants et des acteurs locaux
- Animation individuelle au porte-à-porte	La communauté générale	- Promouvoir des initiatives de recyclage et de réduction des déchets	Associations des jeunes, bénévoles	Participative	Grille des ménages visités

### 6.3. Le calendrier du projet

Tableau 23 : Planification du calendrier d'exécution des activités

ACTIVITÉS	DURÉE (en jours)	ANNÉE 2025											
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
- Réalisation des débats et causeries éducatives	60		■	■									
- Réalisation des séances de sensibilisation par l'éducation par le divertissement ;	60				■	■							
- Informations sur les dangers liés au rejet sauvage des déchets et les lois pénales	60						■	■					
- Organiser des journées de nettoyage régulières dans les zones identifiées, en impliquant la communauté locale	Fin de chaque 3mois								■		■		
- Animation individuelle au porte-à-porte	270				■	■	■	■	■	■	■	■	■

## **6.4. Le suivi et l'évaluation du projet**

C'est le processus qui accompagne tout le cycle du projet. Il s'agit de rectifier les éventuels dysfonctionnements donc faire un suivi et de faire un bilan ou une évaluation sur la base des activités effectuées.

### **6.4.1. Suivi**

Par suivi, il faut entendre l'activité consistant à contrôler l'exécution intégrale du projet « Propreté du cadre de vie, notre priorité » tel que prévu. Cette opération répond aux buts suivants :

- S'assurer du déroulement régulier des activités ;
- Déetecter les éventuels dysfonctionnements ;
- Identifier les difficultés rencontrées ;
- Percevoir les contraintes et opportunités non prévues ;
- Fournir à temps les apports nécessaires ;
- Effectuer les corrections obligatoires ;
- Vérifier que les ressources et les activités IEC permettent d'obtenir les résultats attendus.

Des fiches de suivi seront utiles à ce processus.

### **6.4.2. Évaluation**

L'évaluation est une opération qui se situe généralement à la fin du projet, permettant de jauger son impact sur la population-cible. C'est le lieu de mesurer de l'atteinte des objectifs préalablement fixés dans le cadre du projet « Propreté du cadre de vie, notre priorité ».

Tableau 24 : Évaluation des activités

Objectifs/Activités	Indicateurs Objectivement Vérifiables	Moyens de vérification	Risques
- Réalisation des débats et causeries éducatives	Des débats et causeries éducatives réalisés	Rapport d'activité	Rupture de financement  Troubles sociaux politiques
- Réalisation des séances de sensibilisation par l'éducation par le divertissement ;	Des séances de sensibilisation par l'éducation par le divertissement réalisées	Rapport d'activité	
- Informations sur les dangers liés au rejet sauvage des déchets et les lois pénales	Des projections vidéo sur les dangers liés au rejet sauvage des déchets et les lois pénales relayées	Rapport d'activité	
- Organiser des journées de nettoyage régulières dans les zones identifiées, en impliquant la communauté locale	Des journées de nettoyage dans les zones identifiées organisées et la communauté locale impliquée	Rapport d'activité	
- Animation individuelle au porte-à-porte	Des animations individuelles au porte-à-porte sont réalisées	Rapport d'activité	

## CONCLUSION GÉNÉRALE

La gestion des déchets ménagers constitue un défi majeur pour de nombreuses villes à travers le monde, en raison de l'urbanisation croissante, de l'augmentation de la consommation et de la production de déchets, ainsi que de la nécessité de préserver l'environnement et la santé publique. Dans ce contexte, la ville de Bouaké en Côte d'Ivoire ne fait pas exception, faisant face à des défis importants en matière de gestion des déchets.

Dans la présente étude, l'objectif est d'analyser les insuffisances communicationnelles des campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères à Bouaké et de proposer une nouvelle approche de communication. La question centrale de cette étude est la suivante : quelles sont les insuffisances communicationnelles des campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères et comment communiquer pour provoquer un véritable changement de comportement des populations dans la ville de Bouaké ? Pour répondre à cette question, nous avons utilisé la recherche documentaire, des grilles d'entretien, des questionnaires et des observations comme instruments de collecte de données, intégrant une enquête exploratoire pour définir le problème de recherche. Trois hypothèses opérationnelles, toutes découlant de l'hypothèse principale liant le comportement de la population de Bouaké au faible impact des différentes campagnes de sensibilisation, ont guidé cette étude. Ces hypothèses nous ont permis de collecter des données dans le quartier d'Ahougnansou pour les besoins de l'étude.

La comparaison des résultats observés avec ceux attendus selon les hypothèses révèle un écart principal. Cet écart concerne la connaissance de notre échantillon des différentes campagnes de sensibilisation dans la ville. En effet, la première hypothèse opérationnelle supposait que le niveau d'information et de connaissance de la population cible était insuffisant pour influencer leur comportement en matière de gestion des ordures ménagères. Cependant, les résultats obtenus n'ont pas confirmé cette hypothèse. En réalité, 61% de notre

échantillon avaient été exposés aux différentes campagnes de sensibilisation. Par conséquent, il ne serait plus cohérent de blâmer le manque ou l'insuffisance de connaissance pour justifier la mauvaise gestion des déchets ménagers dans la ville. Cette connaissance accrue peut être attribuée à la quantité de productions médiatiques et hors-médiatiques réalisées lors des campagnes visant à alerter les populations. Ainsi, nous avions émis l'hypothèse selon laquelle la faible implication était due à l'inadéquation des outils de communication utilisés. Les résultats ont confirmé cette hypothèse, indiquant que les outils de communication employés étaient effectivement inadaptés. Enfin, notre étude a mis en lumière l'importance d'une stratégie de communication efficace dans la réussite de la gestion des déchets ménagers. Nous avons constaté que la sensibilisation doit être accompagnée de moyens techniques et d'une implication active des populations pour garantir son efficacité.

Du point de vue théorique, cette étude nous a permis de comprendre que le changement de comportement ne résulte pas uniquement de la connaissance et de l'attitude. Il est donc nécessaire d'agir sur d'autres variables telles que le contexte social, historique, culturel, religieux, et bien d'autres pour espérer un changement de comportement. En effet, bien que l'exposition de la population aux différentes campagnes soit relativement bonne, ni les connaissances ni les attitudes n'ont conduit au changement espéré.

Sur le plan social, cette étude met en évidence la nécessité de prendre en compte les différentes parties prenantes concernées par la gestion des déchets ménagers, ainsi que les représentations sociales et culturelles des populations. Elle ouvre également des perspectives pour une recherche plus globale qui pourrait s'orienter vers une approche coercitive afin d'assurer la participation des communautés dans la protection de l'environnement.

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **1. LIVRES**

- Abric, C. (1994). *Pratiques sociales et représentations*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Adepoju, G. O. (Dir.). (2001). *La gestion des déchets urbains. Des solutions pour l'Afrique*. Ottawa, Canada : CRDI-Karthala, 250p.
- Aghi, A. B. (2006). *Élaboration des messages en communication pour la santé et problématique du changement de comportement*. In *Communication et changement social en Afrique et dans les Caraïbes : bilan et perspectives*, pp. 82-97.
- Ahmed, S., et al. (1997). *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*. Paris: 126p.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc, 278p.
- Alexandre, L., & Bessette, G. (Dirs.). (2000). *L'appui au développement communautaire : une expérience de communication en Afrique Rurale de l'Ouest*. Paris : CRDI, 215p.
- Amado, G., & Guittet, A. (2012). *Dynamique des communications dans les groupes* (6e édition). Paris : Armand Colin.
- Angers, M. (1997). *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*. Alger : éd. Casbah.
- Bessette, G., & Rajasunderam, C. V. (Dir.). (1996). *La communication participative pour le développement : Un agenda Ouest-africain*. Ottawa, Canada : CRDI, 162p.

- Boafo, S.T. Kwame. (2007). La communication participative pour le développement : un point de vue Africain. In : Eau, terre, Vie. Communication participative pour le développement et gestion des ressources naturelles. CRDI, pp.63-72.
- Bouchard, A. (2007). Représentativité d'un échantillon. Québec.
- Bourdages, L. (1996). La Persistance au Doctorat : une histoire du sens. Canada : Presses de l'Université du Québec, 161p.
- Chantal, B., & Martine, P. (2006). Économie et gestion de l'entreprise (4e édition). Paris, 145p.
- Commission Européenne. (2000). Guide pour la gestion des déchets en montagne. Office des publications officielles des communautés européennes, 75p.
- Cox, J., et al. (1994). Pour une meilleure santé en Afrique. Washington : Édition de la Banque mondiale, 283p.
- CRDI. (2017). Renforcer la communication participative pour le développement durable : Guide pour les praticiens. Ottawa, Canada : CRDI.
- De Villers, M. E. (1997). Multi-dictionnaire des difficultés de la langue française. Montréal : Éditions Québec/Amérique.
- Durkheim, É. (1999). Les Règles de la méthode sociologique (10e édition). Paris : PUF.
- Durkheim, É. (1897). Le suicide : Étude de sociologie (Livre I), édition électronique, 2002, 102p.
- Durkheim, É. (1897). Le suicide : Étude de sociologie (Livre II), édition électronique, 2002, 137p.
- Dagron, A. (2001). Histoire de communication participative pour le changement social. New York : The Fondation Rockefeller.

- Freire, P. (1974). *La Pédagogie des opprimés : Suivi de Conscientisation et révolution*. Paris : Maspero., 22p.
- Gillet, R. (1985). *Traité de gestion des déchets solides urbains V1 ; ordures ménagères : Nettoyage et élimination des déchets*. Genève : OMS, 397p.
- Gerstle, J. (2013). *La communication politique* (2e éd.). Paris : Armand Colin, 183p.
- Grawitz, M. (1984). *Méthodes des sciences sociales*. Paris, Dalloz.
- Gonzalez, B. (Dir.), & Michaux, J. (Dir.). (2014). *Gestion des déchets dans une approche d'éducation permanente : études et démarches pédagogiques*. Bruxelles : Lire et Écrire, 139p.
- Lehu, J. (2004). *L'encyclopédie du Marketing*. Paris : Éditions d'Organisation, 163p.
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public. Étude sur la représentation sociale de la psychanalyse*. Paris : PUF.
- Moscovici, S. (Dir.). (1984). *Psychologie sociale*. Paris : PUF, 596p.
- Nsakala, G. (2016). *De la Communication pour le Changement des Comportements : Concept, Approches et Stratégies*. UNESCO, 24p.
- N'DA, P. (2006). *Méthodologie de la recherche. De la problématique à la discussion des résultats. Comment réaliser un mémoire, une thèse d'un bout à l'autre*. Abidjan : EDUCI, 3<sup>eme</sup> édition revue et complétée.
- N'DA, P. (2015). *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines. Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*. Paris : L'Harmattan., 102p.
- Servaes, J. (2013). *Communication for Development and Social Change*. Sage Publications.

Simon, P., et al. (1992). Les relations interpersonnelles : une approche expérientielle en milieu laboratoire. Canada : édition Agence d'Arc, Ottawa, 37p.

Toure, M. (2007). Introduction à la méthodologie de la recherche : guide pratique pour étudiants et professionnels des services sociaux et sanitaires. Paris : L'Harmattan, 220p.

Uphoff, N., Esman, M. J., & Krishna, A. (2015). Reasons for Hope : Instructive Experiences in Rural Development. Kumarian Press.

UNESCO. (1996). Technologie pour le développement ou développement pour la technologie ? In : Technologies d'information et de communication pour le développement : point de vue de l'UNESCO.

## **2. MÉMOIRES, THÈSES ET RAPPORTS**

Ait Maamar, C., & Kechout, A. (2016). Contribution à l'étude d'état de la gestion des déchets ménagers et assimilés dans la commune de Tizi-Ouzou (Mémoire de Master en Sciences biologiques). Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.

Aya, G. D. (2012). Gouvernance et gestion des déchets ménagers urbains à Abidjan : cas des communes de Cocody, Youpougon et Abobo (Thèse de doctorat en sociologie). Université Laval Québec.

Barké, T. S. (2022). Évaluation de la campagne de communication « Grand ménage » sur la pollution des déchets plastiques auprès de la diaspora nigérienne à Abidjan (Mémoire de master en communication). Université Houphouët-Boigny d'Abidjan.

Bassirou, M. (2018). Évaluation de l'impact de la communication participative du projet nutrition à assise communautaire (NAC) sur l'utilisation des services de santé dans la commune rurale de Tarka (département de

- Belbedji/Zinder) (Mémoire de master en communication). Université de Zinder.
- Bilubi U. M. (2014). L'insalubrité publique et la santé environnementale dans le district sanitaire de Bukavu (Mémoire de maîtrise en sciences de l'environnement). Université Évangélique en Afrique.
- Boumrar, F. (2019). Le rôle des pouvoirs publics dans la gestion des déchets ménagers dans la commune de Tizi-Ouzou (Mémoire de master professionnel en Sciences Économiques). Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.
- Cohen S. I. (1993). Élaboration des stratégies d'information, d'éducation et de communication (IEC) pour les programmes de population, New York, FNUAP.
- Diabagaté, S. (2017). La gestion des ordures ménagères dans la ville de Bouaké et les inégalités socio-spatiales et environnementales (Thèse de doctorat en géographie humaine et régionale). Université Paris 8 Vincennes Saint Denis.
- Djané, K. A., Konate, A., & Kouassi, F. C. (2009). Education environnementale à l'école primaire et adoption du comportement environnemental par l'élève (Rapport de recherche). ROCARE, Côte d'Ivoire : édition.
- Dongo, A. F. G. V., Dosso, A., & Dosso, B. B. L. (2023). Ville de Bouaké : Acquis et enjeux des femmes du quartier Kôkô autour de l'insalubrité (Mémoire de Licence d'anthropologie et sociologie). Université Alassane Ouattara.
- Issaka, M. M. M. (2020). Programme Spotlight au Niger et communication pour le changement de comportement : cas de l'arrondissement communal Zinder II (Mémoire de master en communication). Université de Zinder.

Koné, B. (2014). Problématique de la fréquentation des centres de santé urbains dans la ville de Bouaké (Mémoire de master en géographie). Université Alassane Ouattara.

Kouakou, A. (2013). Le “Boro d’enjaillement” en milieu scolaire à Abidjan : Analyse et proposition de stratégie de communication pour le changement de comportement (IEC/CCC) (Thèse de doctorat en communication pour le développement). Université Félix Houphouët Boigny.

Kouamé N'guessan Marie Mireille (2020). L'assainissement de Bouaké dans le contexte de la ville intelligente. Thèse de doctorat en géographie humaine. Université Alassane Ouattara, 359p.

Kouamé, A. (2005). Gestion des ordures à N'douci (Mémoire de Maîtrise). Institut de Géographie Tropicale.

Kouassi F. K. (2018). Production médiatique et prévention des risques environnementaux dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire) (Thèse de doctorat en communication et développement). Université Alassane Ouattara.

Kouassi, K. (2013). Insalubrité, gestion des déchets ménagers et risques sanitaires infanto-juvénile à Adjame (Thèse de Doctorat Unique en géographie). Institut de Géographie Tropicale, Université Félix Houphouët-Boigny.

Kouassi, Z. C. (2020). Communication sur l'assainissement et la gestion des déchets ménagers à Yamoussoukro (Mémoire de master en communication). Université Alassane Ouattara.

Kpangba, H. B. (2019). Communication participative et efficacité des projets de développement dans le district autonome de Yamoussoukro (Thèse de

doctorat en communication pour le développement). Université Alassane Ouattara.

Moustapha, A. (2022). Communication publique et gouvernance locale dans les collectivités territoriales décentralisées en Côte d'Ivoire : Cas de la Mairie D'Anyama (Mémoire de Master en communication politique et des organisations). Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan.

Ministère de l'Environnement et du Développement Durable (Côte d'Ivoire). (2011). Politique Nationale de l'Environnement.

Ministère de la Population, de la Promotion de la Femme et de la Protection de l'Enfant (Niger). (2017). Politique Nationale du Genre du Niger.

Ouattara, S. K. (2019). Gestion des déchets ménagers dans la commune de Songon (Thèse de doctorat en géographie). Université Félix Houphouët Boigny de Cocody-Abidjan, 262p.

OCDE. (2008). Household Behaviour and the Environment.

OMS. (2019). Stratégie de l'OMS sur l'eau, l'assainissement et l'hygiène 2018-2025 (Rapport).

ONUAA, Division de la recherche, département du développement durable. (2002). Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia. Rome, ONUAA.

UNEP. (2018). Global Environment Outlook – GEO-6: Healthy Planet, Healthy People. United Nations Environment Programme.

UN-Habitat. (2016). World Cities Report 2016: Urbanization and Development - Emerging Futures. United Nations Human Settlements Programme.

UNICEF. (2018). Communication pour le développement : renforcer l'efficacité de la marque UNICEF. Fonds des Nations Unies pour l'enfance.

- RGHP. (2014). Répertoire des Localités : Région de Gbéké.
- Sadia, M. A. (2023). Manuel pratique de méthodologie de la recherche en sciences de l'éducation. Abidjan : Les éditions Matrice, 350p.
- Sani, A. (2014). Les enjeux contemporains de la protection de l'environnement au Niger (Thèse de doctorat). Université de Bordeaux, 477p.
- Sangaré, S. (2012). Gestion des déchets solides urbains dans la commune de Bouaké (Côte d'Ivoire) : Pratiques et impacts. Mémoire de Master, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire.
- Tini, A. (2003). La gestion des déchets solides ménagers à Niamey au Niger : essai pour une stratégie de gestion durable (Thèse de doctorat en géographie, aménagement, urbanisme). Institut National des Sciences Appliquées de Lyon.
- Zabeirou, A. (2018). Communication participative et gestion des déchets solides ménagers : cas de l'arrondissement communal III (Zangou) de Zinder (Mémoire de master en communication). Université de Zinder.

### **3. ARTICLES SCIENTIFIQUES**

- Arroyave, J. (2015). La stratégie de communication de l'éducation par le divertissement : une autre manière d'apprendre. *Savoirs*, 1(37), 75-98.
- Coulibaly, M., Tuo, P., & Aké-Awomon, D. F. (2018). Insalubrité et maladies infectieuses dans les quartiers précaires de Yopougon Gesco-Attié : cas de Judé, Mondon et Ayakro (Abidjan, Côte d'Ivoire). *Revue Espace, Territoires, Sociétés et Santé*, 1, 46-65.
- Dagnogo, G. B. (2014). Les grossesses en milieu scolaire au prisme de la communication pour le changement de comportement : l'exemple du lycée moderne de Tengrela en Côte d'Ivoire. *Nouvelle série, Sciences Humaines*, 1(3), 135-151.

Dagnogo, G. B. (2019). Nouveaux médias et enjeux de communication pour le développement. *Germivoire*, (11), 326-349.

Dagnogo, G. B. (2020). Communication engageante et implémentation de l'assurance qualité dans l'enseignement supérieur en Côte d'Ivoire. *Revue scientifique des Lettres, Langues et Arts, Littérature et Civilisations, Sciences Humaines et Sociales, Communication, UFR CMS-UAO-Bouaké* (Côte d'Ivoire), (4), 245-255.

De Groot, J., & Steg, L. (2008). Value orientations to explain beliefs related to environmental significant behaviour. How to measure egoistic, altruistic, and biospheric value orientations. *Environment and Behavior*, 40(3), 330-354.

Diabagaté, S., & Konan, K. P. (2018). Gestion des ordures ménagères dans la ville de Bouaké, sources d'inégalités socio-spatiales et environnementales. *Revue Espace, Territoires, Sociétés et Santé*, 1(2), 126-142.

Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.

GBOCHO, O. D., & OUREGA, D. D. (2020). L'économie circulaire : une opportunité face à la problématique de la gestion des ordures ménagères dans le district d'Abidjan ? *Revue Espace Géographique et Société Marocaine*, 36, 103-117.

Girandola, F., & Joule, R.-V. (2008). La communication engageante. *Revue électronique de psychologie sociale*, 2, 41-51.

Girandola, F., & Joule, R.-V. (2012). La communication engageante. *L'année psychologique*, 112, 117-144.

- Hennion, A., & Vidal-Naquet, P. (2015). La contrainte est-elle compatible avec la care ? Le cas de l'aide et du soin à la maison. *Alter*, 3, 207-221.
- Hue Bie Broba, F., Kambire, B., & Alla Della, A. (2021). Insalubrité du cadre de vie et risque de maladies environnementales : cas du paludisme et de la fièvre typhoïde à Sinfra (Centre-Ouest de la Côte d'Ivoire). *Revue Espace, Territoire, Société et Santé*, 7, 59-74.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- Koné, B. (2014). Analyse de la communication en appui au programme de gestion des ordures ménagères du district d'Abidjan. *Communication en Question*, 3, 32-50.
- Loubna, O. (2022). La théorie des parties prenantes et ses limites. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 5(2), 994-1009.
- Maiteny, P. (2002). Mind the gap: summary of research exploring “inner” influences on pro-sustainability learning and behaviour. *Environmental Education Research*, 8(3), 299-306.
- Nanga Adjaffi, A., & Lobo Laby, C. (2016). Communication persuasive et attitudes des populations urbaines face à l'interdiction des sachets-plastiques en Côte d'Ivoire. *Journal Africain de Communication Scientifique et Technologique*, 36, 401-422.
- Nsimba Bwanga, D. (2021). Persistance de l'insalubrité à Lubumbashi : enjeux et défis communicationnels. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 35(1), 42-49.

- Nazié, Z. L. (2022). Stratégie de maintien des pré-collecteurs privés dans la gouvernance locale des déchets solides ménagers à Bouaké. *Revue Espace, Territoire, Société et Santé*, 10, 313-326.
- Oulai, J. C. (2016). L'engagement comportemental comme stratégie de communication dans la gestion des déchets ménagers en Côte d'Ivoire. *Revue Sciences, Langage et Communication*, 1(3), 1-13.
- Ouattara, A., Koné, B., & Diabagaté, M. (2017). Gestion des déchets solides ménagers en Afrique : Cas de la ville de Bouaké (Côte d'Ivoire). *Annales de l'Université Félix Houphouët-Boigny, Série H*, 11(2), 43-62.
- Papadakis, E., & Bourlakis, M. (2020). The Role of Communication in Influencing Consumer Behavior Towards Food Waste Prevention: A Literature Review. *Sustainability*, 12(10), 4225.
- Prochaska, J. O., DiClemente, C. C., & Norcross, J. C. (1992). In search of how people change: Applications to addictive behaviors. *American Psychologist*, 47(9), 1102-1114.
- Sangaré, A. (2012). Perceptions et gestion des déchets solides issus de l'espace public urbain. Le cas de Bobo-Dioulasso (Burkina Faso). *Revue des Sciences Sociales, "La ville aux défis de l'environnement"*, (47), 112-119.
- Smith, J., Johnson, L., & Brown, K. (2019). Effective communication strategies for public health campaigns. *Journal of Public Health Management and Practice*, 25(1), 80-82.
- Traoré, K. (2007). De la Sensibilisation des Populations à la Gestion de l'Environnement Urbain dans les Quartiers Précaires De la Ville d'Abidjan. *African Population Studies*, 22(2), 153-173.

#### 4. WEBOGRAPHIE

Académie Française. (s.d.). Dictionnaire de l'Académie Française, 9e édition [en ligne]. Disponible sur : <https://www.dictionnaire-academie.fr> (consulté le 19/02/2023).

BOKA, A. C., et al. Les raisons de la persistance de l'insalubrité du quartier Anono Extension dans la commune chic de Cocody. Annales de l'Université Moundou [en ligne]. Disponible sur : <http://aflash-revue-mdou.org/>. (Consulté le 14-03-2023).

FasterCapital. (2023). Persistance : le pouvoir de la persistance, obtenir un succès de longue durée. [En ligne]. Mis à jour le 12 Novembre 2023. Disponible sur <https://fastercapital.com/fr/contenu/Persistance--le-pouvoir-de-la-persistance--obtenir-un-succes-de-longue-duree.html> (consulté le 12/12/2023).

Ferrer, C., & Allard, R. (s.d.). La pédagogie de la conscientisation et de l'engagement [en ligne]. Disponible sur : <http://www.acelf.ca/c/revue/revuhtml/30-2/04-ferrer-2.html> (consultée le 27/10/2023).

Ndabarushimana, A., & Ndikumana, C. (s.d.). Lutte Contre l'Insalubrité au sein des Communautés Locales de la Mairie de Bujumbura : Analyse du Rôle de la Coopérative “Isuku Iwacu” de la Zone Kinama. European Scientific Journal [en ligne]. Disponible sur : <https://doi.org/10.19044/esj.2020.v16n32p78> (Consulté le 2-03-2023).

OMS. (2016a). L'insalubrité de l'environnement provoque 12,6 millions de décès par an. Communiqué de Presse de Genève [en ligne]. Mise en ligne le 15 mars 2016. Disponible sur : <https://www.who.int/fr/news/item/15-03-2016-an-estimated-12-6-million-deaths-each-year-are-attributable-to-unhealthy-environments> (consulté le 23-06-2023).

- OMS. (2016b). Cultural contexts of health: The use of narrative research in the health sector. Retrieved from <https://www.who.int/publications/i/item/cultural-contexts-of-health-the-use-of-narrative-research-in-the-health-sector> (consulté le 23-06-2023)
- Schmitt, O. (2015). La coercition. Guerre et stratégie [en ligne]. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/puf.henro/2015.01.0441> (consultée le 27/10/2023).
- UNEP. (2020). Urban Waste Management. United Nations Environment Programme. <https://www.unenvironment.org/explore-topics/waste/resource-efficiency/what-we-do/urban-waste-management>. (consulté le 23-06-2023).
- United Nations Environment Programme (UNEP). (2020). Waste management. <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/waste-management>. (consulté le 23-06-2023).
- UNFCCC. (2021). What is COP? United Nations Framework Convention on Climate Change. <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-convention/conference-of-the-parties-cop/what-is-cop> (consulté le 23-06-2023).
- Visschers, V. (s.d.). La connaissance ne suffit pas à changer les comportements [en ligne]. Disponible sur : <http://www.nfp72.ch/fr/News/Pages/181109-news-nfp72-la-connaissance-ne-suffit-pas-changer-les-comportements.aspx> (consulté le 19/11/2023).
- World Bank. (2018). What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050. World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30317> (consulté le 19/11/2023).
- WHO. (2019). Sanitation. World Health Organization. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/sanitation> (consulté le 19/11/2023).

World Health Organization. (2021). Household air pollution and health. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/household-air-pollution-and-health> (consulté le 19/11/2023).

## 5. DÉCRETS

Décret N°2007-587 du 04 octobre 2007 portant création de l'ANASUR.

Décret N°2012-1047 du 24 octobre 2012 fixant les modalités d'application du principe pollueur-payeur tel que défini par la loi n° 96-766 du 3 octobre 1996 portant code de l'environnement.

Décret N°2017-45 du 25 janvier 2017 portant attributions des membres du gouvernement. Journal officiel de la République française "Lois et Décrets" Journal Officiel de la République Française n°0227 du 17 septembre 2020, Texte n°39.

## 6. TEXTES DES LOIS

Loi n°2023-900 du 23 novembre 2023 portant code de l'environnement abrogeant la Loi n° 96-766 du 3 octobre 1996 portant code de l'environnement.

Loi n°2016-886 du 08 novembre 2016 portant constitution de la république de Côte d'Ivoire, modifiée par la loi constitutionnelle n°2020-348 du 19 mars 2020.

Loi n°2003-208 du 7 juillet 2003 portant transfert et répartition des compétences de l'État aux collectivités territoriales.

Republic of Côte d'Ivoire. (1996). Loi n° 96-766 du 3 octobre 1996 portant code de l'environnement de la République de Côte d'Ivoire. Official Gazette of the Republic of Côte d'Ivoire

## **ANNEXES**

## Annexe 1 : Autorisation de recherche

LAOUGNE  
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

REPUBLIQUE DE COTE D'IVOIRE  
Union – Discipline - Travail



UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

UFR COMMUNICATION, MILIEU ET SOCIETE  
DÉPARTEMENT DES SCIENCES DU LANGAGE &  
DE LA COMMUNICATION

Réf. 19524 /KG/CMS/DSL/C

### ATTESTATION DE RECHERCHE

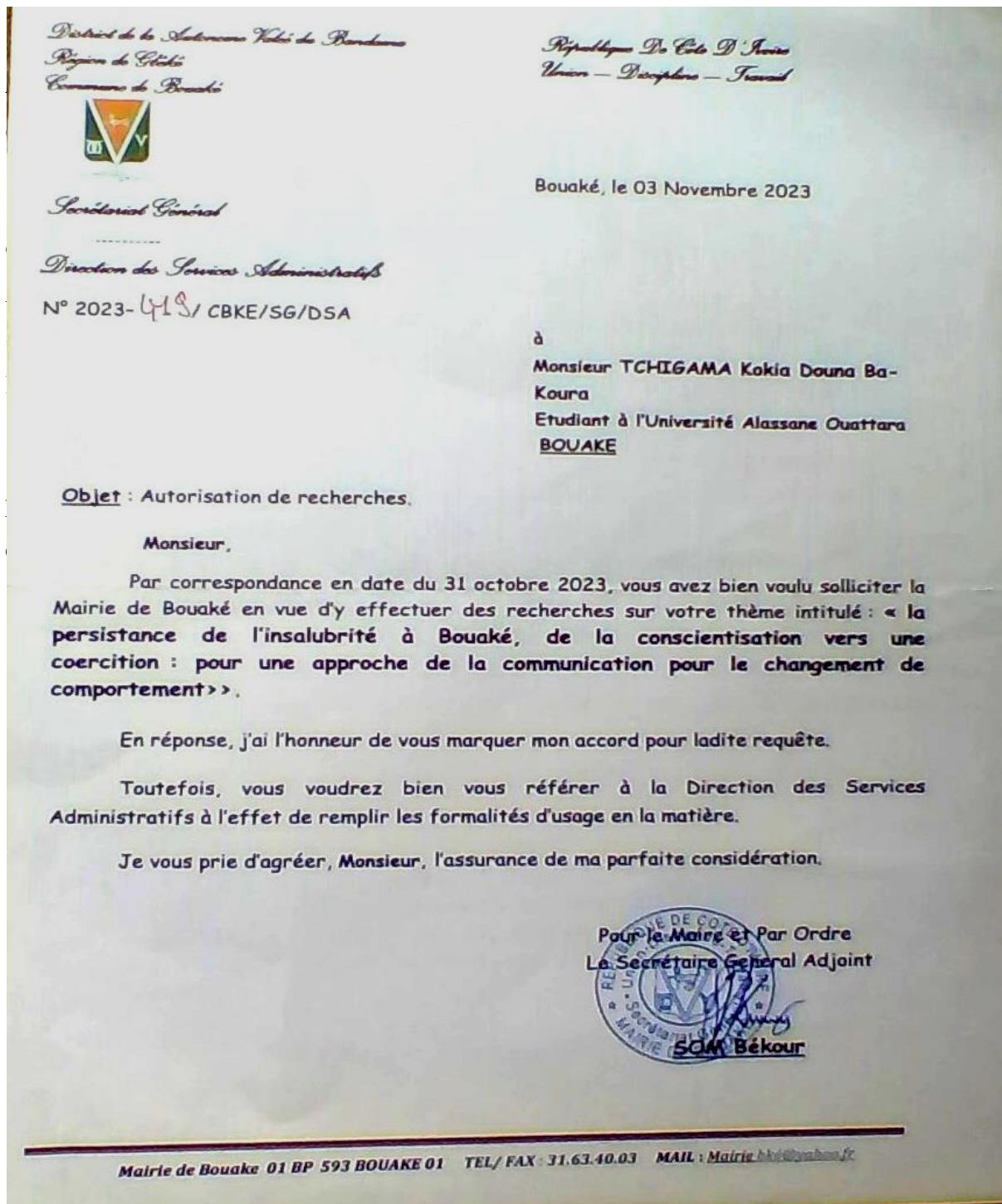
Je soussigné Dr KAUL Guy, Directeur du Département des Sciences du Langage & de la Communication à l'UFR Communication, Milieu & Société de l'Université Alassane Ouattara, atteste que Mlle, Mme, Mr. TCHIRAMA KOKIA DOUNA BAKOURA.  
Né(e) le 09-01-1996 à RIRIA / BOURE / NIGER  
Etudiant(e) en année de **Master**, entreprend des recherches dans le cadre d'un travail d'Etudes et de Recherches (TER) sur le sujet suivant : COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT  
DE COMPORTEMENT FACE À LA PERSISTANCE  
DE L'INSALUBRITÉ À BOUAKÉ : DE LA  
CONSCIENCIALISATION VERS UNE COOPÉRATION

Relativement à cela, je vous saurais gré de l'aide et de l'assistance que vous voudriez bien lui apporter pour l'accès aux informations qu'il/elle sollicitera de vous, de l'Institution ou de la structure dont vous êtes responsable.

Je vous prie de recevoir déjà mes sincères remerciements pour votre fort appréciable coopération et l'expression de ma cordiale considération.

Le Chef du Département

## Annexe 2 : Autorisation de recherche attribuée par la mairie de Bouaké<sup>4</sup>



<sup>4</sup> NB : Ce sujet a fait l'objet d'une reformulation par la Directrice de mémoire après l'autorisation de recherche de la Mairie de Bouaké.

### **Annexe 3 : Guide d'entretien à l'endroit de la direction régionale d'ANAGED de Bouaké**

Cette enquête s'inscrit dans le cadre d'une étude en Master II sciences de la communication à l'UFR : Communication, Milieu et Société à l'Université Alassane Ouattara, option Communication et Développement. Le sujet porte sur : « Communication pour le changement de comportement face à la persistance de l'insalubrité à Bouaké : de la conscientisation vers une coercition ». Nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions et aux préoccupations de façon claire et précise. Les données collectées sont confidentielles et utilisées dans le cadre de recherches académiques.

#### **I. IDENTIFICATION DES MOYENS ET SUPPORTS DE COMMUNICATION**

1. Bonjour monsieur. Pouvez-vous nous parler du fonctionnement du service de communication de l'ANAGED ici à Bouaké ?
2. Quels sont les moyens et supports de communication utilisés couramment par votre service pour sensibiliser les populations ?

#### **II. NIVEAU D'IMPLICATION DES POPULATIONS AUX DIFFÉRENTES ÉTAPES DES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION INITIÉES PAR L'ANAGED**

3. Les populations sont-elles impliquées dans vos campagnes de sensibilisation ? Si Oui, comment impliquez-vous les populations dans les différentes étapes des campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères ? Si non, pourquoi ?
4. Quels sont les différents messages ou informations que vous transmettez aux populations locales dans le but de les impliquer dans les différentes étapes des campagnes de sensibilisation ?

5. Les populations sont-elles régulièrement informées de vos activités de conscientisation ? Si oui comment ?
6. À quelle fréquence faites-vous les campagnes de sensibilisation ?

### **III. CHOIX D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION EN VUE D'UNE BONNE GESTION DE LA SALUBRITÉ A BOUAKE**

7. Pensez-vous que la stratégie de communication existante pourrait susciter la participation des populations à une bonne gestion des ordures ménagères dans la ville ? Si oui comment ? Si non pourquoi ?
8. Quelle est selon vous, la stratégie de communication qui pourrait répondre pleinement à la participation citoyenne et à la promotion d'une bonne gestion des ordures ménagères dans la ville de Bouaké ?

**Merci pour votre attention !**

#### **Annexe 4 : Guide d'entretien à l'endroit de la mairie de Bouaké**

Cette enquête s'inscrit dans le cadre d'une étude en Master II sciences de la communication à l'UFR : Communication, Milieu et Société à l'Université Alassane Ouattara, option Communication et Développement. Le sujet porte sur : « Communication pour le changement de comportement face à la persistance de l'insalubrité à Bouaké : de la conscientisation vers une coercition ».

Nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions et aux préoccupations de façon claire et précise. Les données collectées sont confidentielles et utilisées dans le cadre de recherches académiques.

#### **I. IDENTIFICATION DES MOYENS ET SUPPORTS DE COMMUNICATION**

1. Bonjour monsieur. Pouvez-vous nous parler du service de communication de la mairie Bouaké et son implication dans la gestion des déchets ménagers.
2. Quels sont les moyens et supports de communication utilisés couramment par votre service pour communiquer avec les populations ?
3. La mairie a-t-elle une antenne radio propre ?
4. À quelle fréquence faites-vous les campagnes de sensibilisation ?

#### **II. NIVEAU D'IMPLICATION DES POPULATIONS AUX DIFFÉRENTES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION**

5. Comment impliquez-vous les populations dans les différentes étapes des campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères ?
6. Quels sont les différents messages que vous transmettez aux populations locales dans le but de les impliquer efficacement à la gestion des ordures ménagères ?

### **III. CHOIX D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION EN VUE D'UNE BONNE GESTION DE LA SALUBRITÉ A BOUAKE**

7. Pensez-vous que la stratégie de communication existante pourrait susciter la participation des populations à une bonne gestion des ordures ménagères dans la ville ? Si oui comment ? Si non pourquoi ?
  
8. Quelle est selon vous, la stratégie qui pourrait répondre pleinement à la participation citoyenne et à la promotion d'une bonne gestion des ordures ménagères dans la ville de Bouaké ?

**Merci pour votre attention !**

## **Annexe 5 : Guide d'entretien à l'endroit du Président des faitières des associations et ONG de salubrité de Bouaké**

Cette enquête s'inscrit dans le cadre d'une étude en Master II sciences de la communication à l'UFR : Communication, Milieu et Société à l'Université Alassane Ouattara, option Communication et Développement. Le sujet porte sur : « Communication pour le changement de comportement face à la persistance de l'insalubrité à Bouaké : de la conscientisation vers une coercition ».

Nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions et aux préoccupations de façon claire et précise. Les données collectées sont confidentielles et utilisées dans le cadre de recherches académiques.

1. Bonjour monsieur. Veuillez-vous présenter s'il vous plaît !
2. Comment fonctionne votre association ?
3. Collaborez-vous avec l'ANAGED ?
4. Êtes-vous impliqués dans ses activités de campagne de sensibilisation ?
5. Êtes-vous satisfaits du niveau d'implication ?
6. Quels sont les moyens qu'utilise l'ANAGED pour communiquer avec vous ?
7. Quelle est selon vous, la stratégie qui pourrait répondre pleinement à la participation citoyenne et à la promotion d'une bonne gestion des ordures ménagères dans la ville de Bouaké ?

**Merci pour votre collaboration !**

## **Annexe 6 : Questionnaire à l'endroit des populations**

Cette enquête s'inscrit dans le cadre d'une étude en Master II sciences de la communication à l'UFR : Communication, Milieu et Société à l'Université Alassane Ouattara, option Communication et Développement. Le sujet porte sur : « Communication pour le changement de comportement face à la persistance de l'insalubrité à Bouaké : de la conscientisation vers une coercition ».

Nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions et aux préoccupations de façon claire et précise. Les données collectées sont confidentielles et utilisées dans le cadre de recherches académiques.

### **I. IDENTIFICATION DES ENQUÊTES**

#### **1. Sexe :**

Masculin       Féminin

#### **2. Quel âge avez-vous ?**

15-25ans     26-35ans     36-45ans     45-65 ans     65 plus

#### **3. Quel est votre niveau d'étude ?**

Primaire     Secondaire complet     Secondaire incomplet     Supérieur     sans instruction

#### **4. Statut socioprofessionnel**

Vendeur (se)     Ménagère     Fonctionnaire     Employé Privé      
Élève/Étudiant     sans emploi     Autres...

### **II. IDENTIFICATION DES MOYENS ET SUPPORTS DE COMMUNICATION UTILISES POUR MOBILISER LES**

## **POPULATIONS A UNE GESTION DE LA SALUBRITÉ DANS LA VILLE DE BOUAKÉ**

**5.** Êtes-vous informés des activités de campagne de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères à Bouaké ?

Oui  Non

**6.** Quelles sont vos sources d'information ? (Plusieurs réponses possibles)

Radio  séance de sensibilisation  Bouche à oreille  Presse écrite  
 réseaux sociaux  site internet  Autres à préciser.....

### **III. NIVEAU D'IMPLICATION DES POPULATIONS DANS LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DES CAMPAGNES**

**7.** Êtes-vous impliqués aux campagnes de sensibilisation ?

Oui  Non

### **IV. STRATÉGIE PRIVILÉGIÉE PAR LES POPULATIONS EN VUE D'UNE BONNE GESTION DES ORDURES MÉNAGÈRES**

**8.** Selon vous, comment accéder à une bonne gestion de la salubrité à dans la ville de Bouaké ?

.....

**Merci pour votre collaboration !**

Annexe 7 : Répertoire des Localités : région de Gbéké

**SOUS-PRÉFECTURE DE BOUAKÉ**

CODE 01301 : SOUS-PRÉFECTURE DE BOUAKÉ

LOCALITÉ	POPULATION RÉSIDENTE			RAPPORT DE MASCLINITÉ	
	ENSEMBLE LOCALITÉ				
	HOMMES	FEMMES	TOTAL		
ENSEMBLE SOUS-PRÉFECTURE	308 342	299 796	608 138	102,9	
SECTEUR COMMUNAL	293 596	284 951	578 547	103,0	
ABOU ANGANKRO	84	89	173	94,4	
ADISSAKASSOU	124	147	271	84,4	
ADJAGBLI-KOFFIKRO	57	62	119	91,9	
AFFOUÉKRO	366	364	730	100,5	
AGBANGNASSOU	484	494	978	98,0	
AGOUA-AGANKRO	116	115	231	100,9	
AGOUA-KONGOKRO	273	294	567	92,9	
AHODJI	335	494	829	67,8	
AKANZAKRO	971	961	1 932	101,0	
AKOUMOUADJEKRO	48	49	97	98,0	
AKPESSÉ	67	69	136	97,1	
AKPLA ASSOUMANKRO	333	396	729	84,1	
ALLOKO-YAOKRO	57	66	123	86,4	
ALLOMABO	284	305	589	93,1	
AMANIKRO	36	37	73	97,3	
ANDOKRO	102	102	204	100,0	
ANDO-SAKASSOU	73	74	147	98,6	
ANGAMBLÉ-KONANKRO	125	125	250	100,0	
ANGANKRO	144	169	313	85,2	
ANKO-PRIKRO	114	132	246	86,4	
ASSÉMONBLAKRO	121	132	253	91,7	
ASSENGOUKAN	166	181	347	91,7	
ASSENGOUKPLI	429	464	893	92,5	
ASSOUMAYAOKRO	164	167	331	98,2	
ATTIENKONANKRO	199	204	403	97,5	
BENDÉ-KOUASSIKRO	972	1 089	2 061	89,3	
BOBLÉNOU	270	247	517	109,3	
BOUAKÉ	273 502	263 217	536 719	103,9	
DJAMALABO	150	154	304	97,4	
DJÉTOUANKRO	172	189	361	91,0	
DJONGONOU	293	350	643	83,7	
DOUAKANKRO	246	247	493	99,6	
FARI-OKO	622	551	1 173	112,9	

**Annexe 8 : Quelques Photos d'illustration de rejet inapproprié des déchets ménagers à Bouaké**



Photo 1 : Décharge sauvage dans quartier Adjeyaokro



Photo 2 : Coffre à ordures mal entretenu au quartier Ahougnansou

## TABLE DES MATIÈRES

<b>SOMMAIRE.....</b>	II
<b>REMERCIEMENTS .....</b>	III
<b>LISTE DES TABLEAUX.....</b>	IV
<b>LISTE DES ANNEXES .....</b>	V
<b>LISTE DES ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS.....</b>	VI
<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE .....</b>	1
<b>1. CADRE THÉORIQUE.....</b>	3
<b>1.1. Justification du choix du sujet .....</b>	3
<b>1.1.1. Motivation personnelle .....</b>	3
<b>1.1.2. L'intérêt social .....</b>	4
<b>1.1.3. L'intérêt scientifique .....</b>	5
<b>1.2. Définition des mots-clés .....</b>	6
<b>1.3. Revue de la littérature .....</b>	11
<b>1.4. Problématique .....</b>	14
<b>1.5. Questions de recherche.....</b>	17
<b>1.5.1. Question principale .....</b>	17
<b>1.5.2. Questions spécifiques.....</b>	18
<b>1.6. Hypothèses de recherche .....</b>	18
<b>1.6.1. Hypothèse principale .....</b>	18
<b>1.6.2. Hypothèses secondaires .....</b>	18
<b>1.7. Objectifs de recherche .....</b>	19
<b>1.7.1. Objectif général.....</b>	19
<b>1.7.2. Objectifs spécifiques .....</b>	19
<b>1.8. Cadre de référence théorique de l'étude .....</b>	19
<b>1.8.1. La théorie des représentations sociales (TRS) .....</b>	19
<b>1.8.2. La théorie des parties prenantes .....</b>	20
<b>2. APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE.....</b>	21
<b>2.1. Description du milieu d'étude .....</b>	21
<b>2.1.1. Champ géographique .....</b>	21

2.1.2. Champ sociologique.....	23
<b>2.2. Échantillonnage et taille de l'échantillon .....</b>	<b>24</b>
2.2.1. Échantillonnage.....	25
2.2.2. Taille de l'échantillon .....	26
<b>2.3. Techniques de collecte des données .....</b>	<b>27</b>
2.3.1. Méthode qualitative .....	27
2.3.1.1. L'observation participante .....	28
2.3.1.2. La recherche documentaire .....	28
2.3.1.3. L'entretien.....	29
2.3.2. Méthode quantitative .....	29
2.3.2.1. L'enquête par questionnaire .....	29
<b>2.4. Méthode d'analyse des données .....</b>	<b>30</b>
<b>2.5. Déroulement de l'enquête et difficultés rencontrées .....</b>	<b>31</b>
2.5.1. Déroulement de l'enquête.....	31
2.5.2. Difficultés rencontrées.....	32
<b>PREMIÈRE PARTIE : COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT ET DÉFI DE GESTION DES ORDURES MÉNAGÈRES À BOUAKÉ .....</b>	<b>33</b>
<b>CHAPITRE 1 : LA VILLE DE BOUAKÉ FACE AU DÉFI DE LA GESTION DE SES ORDURES MÉNAGÈRES .....</b>	<b>34</b>
<b>1.1. Définition des déchets .....</b>	<b>34</b>
<b>1.2. Production et composition des déchets ménagers dans la ville de Bouaké .....</b>	<b>35</b>
<b>1.3. L'impact des ordures ménagères jetées anarchiquement sur l'environnement et la santé .....</b>	<b>37</b>
<b>1.4. Diagnostic sur le système de gestion des déchets ménagers dans la ville de Bouaké.....</b>	<b>38</b>
<b>1.5. Les modes de gestion des ordures ménagères.....</b>	<b>41</b>
<b>1.5.1. Le mode classique.....</b>	<b>41</b>
<b>1.5.2. Le mode moderne .....</b>	<b>41</b>
<b>1.6. Processus de gestion des ordures ménagères .....</b>	<b>43</b>
<b>1.6.1. Pré-collecte des déchets .....</b>	<b>43</b>

<b>1.6.2.</b>	<b>La collecte.....</b>	44
<b>1.6.3.</b>	<b>Mise en décharge .....</b>	44
<b>1.7.</b>	<b>Défaillance du système de gestion des déchets en Côte d'Ivoire.....</b>	44
<b>1.8.</b>	<b>Cadre réglementaire en matière de gestion des déchets ménagers en Côte d'Ivoire.....</b>	46
	<b>Conclusion partielle .....</b>	49
	<b>CHAPITRE 2 : COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT ET LUTTE CONTRE L'INSALUBRITÉ.....</b>	50
<b>2.1.</b>	<b>Apport de la communication pour le changement de comportement dans la lutte contre l'insalubrité.....</b>	50
<b>2.2.</b>	<b>Communication pour le changement de comportement : concepts et approches.....</b>	52
<b>2.3.</b>	<b>Stratégies de communication pour la lutte contre l'insalubrité.....</b>	54
<b>2.3.1.</b>	<b>Campagnes de sensibilisation .....</b>	54
<b>2.3.2.</b>	<b>La communication participative.....</b>	56
<b>2.4.</b>	<b>Les facteurs motivant l'adoption d'un comportement environnemental ..</b>	59
<b>2.5.</b>	<b>Les déterminants du comportement humain.....</b>	61
<b>2.5.1.</b>	<b>Les facteurs internes .....</b>	61
<b>2.5.2.</b>	<b>Les facteurs externes.....</b>	62
	<b>Conclusion partielle .....</b>	63
	<b>DEUXIÈME PARTIE : PRÉSENTATION, ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS .....</b>	64
	<b>CHAPITRE 3 : PRÉSENTATION DES DONNÉES.....</b>	65
<b>3.1.</b>	<b>Résultats des entretiens avec les personnes ressources.....</b>	65
<b>3.1.1.</b>	<b>Canaux d'information utilisés lors des différentes campagnes .....</b>	65
<b>3.1.2.</b>	<b>Degré d'implication de la population.....</b>	68
<b>3.1.3.</b>	<b>Proposition de stratégie de communication de lutte contre l'insalubrité .....</b>	69
<b>3.2.</b>	<b>Résultats de l'enquête par questionnaire auprès des populations .....</b>	70
<b>3.2.1.</b>	<b>Identification des enquêtés.....</b>	70
<b>3.2.2.</b>	<b>Connaissance de la population sur les activités de différentes campagnes de sensibilisation.....</b>	72
<b>3.2.3.</b>	<b>Canaux d'information utilisés par les répondants.....</b>	76

3.2.4. Degré d'implication de la population.....	82
3.2.5. Proposition d'une stratégie de communication pour sensibiliser la population à Bouaké sur la gestion des ordures ménagères.....	87
<b>CHAPITRE 4 : INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS .....</b>	<b>89</b>
4.1. <b>Vérification des hypothèses .....</b>	<b>89</b>
4.1.1. État de la première hypothèse spécifique.....	89
4.1.2. État de la deuxième hypothèse spécifique .....	90
4.1.3. État de la troisième hypothèse spécifique .....	92
4.2. <b>Confrontation des résultats par rapport aux études antérieures .....</b>	<b>93</b>
4.2.1. Relation entre moyens de communication et le niveau d'information de la population.....	93
4.2.2. Faible niveau d'implication des populations aux campagnes de sensibilisation en raison des outils de communication inappropriés .....	94
4.2.3. Dépendance de la bonne gestion des ordures ménagères au choix d'une bonne stratégie de communication .....	95
4.3. <b>Valeur des résultats au regard des théories convoquées .....</b>	<b>95</b>
4.3.1. La théorie des parties prenantes (1984) .....	95
4.3.2. La théorie des représentations sociales .....	96
4.4. <b>Généralisation des résultats et leurs limites .....</b>	<b>97</b>
4.4.1. Généralisation des résultats.....	98
4.4.2. Limites de l'étude .....	99
<b>Conclusion partielle .....</b>	<b>100</b>
<b>TROISIÈME PARTIE : PROPOSITION DU PROJET « PROPRETÉ DU CADRE DE VIE, NOTRE PRIORITÉ ».....</b>	<b>101</b>
<b>CHAPITRE 5 : VOLET STRATÉGIQUE DU PROJET « PROPRETÉ DU CADRE DE VIE, NOTRE PRIORITÉ ».....</b>	<b>102</b>
5.1. <b>Contexte et justification.....</b>	<b>102</b>
5.2. <b>Définition des objectifs.....</b>	<b>103</b>
5.2.1. Objectif général.....	103
5.2.2. Objectifs spécifiques .....	103
5.2.3. Objectifs intermédiaires .....	103
5.3. <b>Segmentation des groupes cibles.....</b>	<b>104</b>

<b>5.3.1.</b>	Le groupe d'auditoire primaire .....	105
<b>5.3.2.</b>	Le groupe d'auditoire secondaire.....	105
<b>5.4.</b>	<b>Élaboration des messages .....</b>	105
<b>5.5.</b>	<b>Identification de type d'approches de changement social choisis.....</b>	106
<b>5.6.</b>	<b>Les canaux et supports de communication .....</b>	108
<b>CHAPITRE 6 : VOLET OPÉRATIONNEL DU PROJET .....</b>		111
<b>6.1.</b>	<b>Axes stratégiques : population – sensibilisation .....</b>	111
6.1.1.	Groupes cibles.....	111
6.1.2.	Activités clés.....	111
6.1.3.	Messsages.....	112
6.1.4.	Résultats attendus.....	112
<b>6.2.</b>	<b>Le plan d'action du projet.....</b>	113
<b>6.3.</b>	<b>Le calendrier du projet.....</b>	115
<b>6.4.</b>	<b>Le suivi et l'évaluation du projet .....</b>	116
6.4.1.	Suivi.....	116
6.4.2.	Évaluation .....	116
<b>CONCLUSION GÉNÉRALE .....</b>		118
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>		120
1.	<b>LIVRES.....</b>	120
2.	<b>MÉMOIRES, THÈSES ET RAPPORTS.....</b>	123
3.	<b>ARTICLES SCIENTIFIQUES.....</b>	127
4.	<b>WEBOGRAPHIE .....</b>	131
5.	<b>DÉCRETS.....</b>	133
6.	<b>TEXTES DES LOIS .....</b>	133
<b>ANNEXES.....</b>		vii
<b>TABLE DES MATIÈRES.....</b>		xix

**RÉSUMÉ :** Malgré les efforts déployés par les services en charge de la gestion des déchets pour débarrasser les ordures ménagères et les nombreuses campagnes de sensibilisation, la ville de Bouaké demeure dans une insalubrité persistante. Dans ce contexte, cette étude vise à analyser les insuffisances des campagnes de sensibilisation sur la gestion des ordures ménagères à Bouaké et à proposer une nouvelle approche de communication. Grâce à des recherches documentaires, des interviews, des observations directes et des enquêtes par questionnaires, les résultats de l'étude ont été obtenus. Il en ressort que 61% de notre échantillon ont été exposés aux diverses campagnes de sensibilisation. Par conséquent, il n'est plus cohérent de blâmer le manque ou l'insuffisance de connaissances pour justifier la mauvaise gestion des déchets ménagers dans la ville. Ainsi, la faible implication des populations est due à l'inadéquation des outils de communication utilisés. Cette étude souligne donc la nécessité de réorienter l'approche de communication à Bouaké.

**Mots clés :** Bouaké, communication, campagnes de sensibilisation, gestion des ordures ménagères.

**ABSTRACT :** Despite the efforts made by the waste management services to remove household waste and the numerous awareness campaigns, the city of Bouaké remains persistently unsanitary. In this context, this study aims to analyze the shortcomings of the awareness campaigns on household waste management in Bouaké and to propose a new communication approach. Through documentary research, interviews, direct observations, and questionnaire surveys, the study results were obtained. It was found that 61% of our sample had been exposed to various awareness campaigns. Consequently, it is no longer coherent to blame the lack or insufficiency of knowledge to justify the poor management of household waste in the city. Thus, the low involvement of the population is due to the inadequacy of the communication tools used. This study therefore highlights the need to reorient the communication approach in Bouaké.

**Keywords :** Bouaké, communication, awareness campaigns, waste management.