

Communication en Question

www.comenquestion.com

n° 19, Juin / Juillet 2024

ISSN : 2306 - 5184

Logique de la communication dans de la gestion des déchets ménagers dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

The logic of communication of household waste management in the district of Abidjan (Côte d'Ivoire)

159

KONE Fatou Edithe

Doctorante en sciences de l'information et de la communication (SIC)

Université Félix Houphouët-Boigny

Email : fatouedithkone@gmail.com

NANGA ADJAFI Angeline

Enseignante-Chercheure

Université Félix Houphouët-Boigny

Email : adjaffi61@yahoo.fr

Logique de la communication dans de la gestion des déchets ménagers dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

Résumé

L'objectif de cette étude est d'analyser l'efficacité des campagnes de communication visant à modifier les comportements en faveur de l'environnement des populations abidjanaises. En effet, face à la dégradation de l'environnement liée à la mauvaise de gestion des déchets, l'urgence d'agir pour modifier les comportements devient nécessaires. La campagne de mobilisation sociale « Grand Ménage » initiée depuis 2017 par le gouvernement Ivoirien en Côte d'Ivoire et particulièrement à Abidjan s'inscrit dans ce cadre. La persistance de l'insalubrité semble remettre en cause l'efficacité de la multitude des campagnes de communication élaborées par les pouvoirs. Le fondement théorique de cette étude se justifie par la théorie de la communication engageante dont le principe consiste à faire précéder la diffusion d'un message persuasif de la réalisation d'un acte préparatoire (Girandola et Joule, 2012). La méthodologie utilisée combine la recherche documentaire, l'enquête de quantitative, l'entretien et l'observation directe. Les résultats de cette réflexion dénotent plusieurs points faibles parmi lesquels l'ignorance des facteurs sociologiques des populations par les autorités publiques. En outre, le mode de communication se résume à un simple cadre de transmission d'information qui n'a jusque-là fait émerger des comportements durables dans un contexte de risques sanitaires menaçant la santé des populations.

Mots-clés : Gestion des déchets ; Campagne de communication ; Risques sanitaires ; Côte d'Ivoire.

160

Abstract

The aim of this study is to analyze the effectiveness of communication campaigns aimed at changing the environmental behavior of the people of Abidjan. Indeed, in the face of environmental degradation linked to poor waste management, there is an urgent need to act to change behavior. The "Grand Ménage" social mobilization campaign initiated since 2017 by the Ivorian government in Côte d'Ivoire and particularly in Abidjan falls within this framework. The persistence of insalubrity seems to call into question the effectiveness of the multitude of communication campaigns developed by the powers that be. The theoretical foundation of this study is justified by the theory of engaging communication, the principle of which is to precede the dissemination of a persuasive message by the performance of a preparatory act (Girandola and Joule, 2012). The methodology used combines bibliographical research, quantitative surveys, interviews and direct observation. The results of this study reveal a number of weaknesses, including public authorities' ignorance of the sociological factors affecting populations. What's more, communication can be reduced to a simple framework for transmitting information, which has so far failed to bring about sustainable behavior in a context of health risks threatening the health of populations.

Keywords: Waste management; Communication campaign; Health risks; Ivory Coast.

1.- Contexte et justification

De tous temps et en tous lieux, la production de déchets est inhérente aux activités humaines, qu'elles soient domestiques, agricoles, industrielles, au sens large, ou commerciales. Mais, en Afrique comme partout, ce n'est qu'avec le fait urbain qu'elle devient véritablement une problématique publique (Chalot, 2000). La gestion des déchets en milieu urbain demeure l'une des questions environnementales les plus visibles auxquelles doivent répondre les gestionnaires. En effet, avec l'évolution actuelle des modes de consommation jumelée à la croissance de la population, les déchets qui en résulte rend leur élimination de plus en plus complexe. Selon Sotamenou (2010), au 20^e siècle la croissance urbaine dans les pays en voie de développement avait atteint des niveaux sans précédent passant de 280 millions d'habitants à 1,6 milliards. Le mode de développement démographique et le rythme accru des déchets ménagers des agglomérations font de leur gestion dans les espaces urbains l'une des difficultés que rencontrent les autorités publiques.

Ces dernières décennies ont vu la recrudescence de l'insalubrité dans le District d'Abidjan. Les modes de consommation évolutifs ainsi que l'urbanisation non maîtrisée ont un impact sur l'espace de la ville qui correspond à une forte production des déchets. La gestion de ce flux de déchets a connu une succession de plusieurs acteurs institutionnels et informels. C'est une franche collaboration entre les structures institutionnelles avec l'État au sommet, les municipalités, et les entreprises agréées d'une part et les structures de pré-collecte et les ménages d'autre part. L'on peut distinguer deux modes de collecte des déchets à savoir l'apport volontaire des ménages vers les centres de regroupage et la collecte porte en porte assuré par les pré-collecteurs. Cependant, le niveau d'engagement des usagés dans ce processus de gestion n'a pas donné de résultats probants. Face à la recrudescence de l'insalubrité, les autorités publiques dans

Logique de la communication dans de la gestion des déchets ménagers dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

une démarche de recherche de solution ont entrepris des actions de communication dans le but d'éduquer les populations à avoir une conscience environnementale.

La loi n°96-766 du 3 octobre 1996 portant Code de l'environnement en ses articles 72 et 73 précise que les acteurs de la sensibilisation des populations sur les questions environnementales sont entre autres l'État, les collectivités locales et les associations de défense. En outre, l'article 73 engage les institutions publiques ou privées en charge de l'enseignement, la recherche et l'information à sensibiliser aux problèmes environnementaux et à intégrer dans leurs activités des programmes pouvant favoriser une meilleure connaissance de l'environnement aux populations. Avant la promulgation de cette loi, il s'est tenu des actions de sensibilisation dénommées « ville propre » en 1992 qui avaient pour objectifs d'éveiller les consciences et d'impliquer les populations dans la gestion de leur cadre de vie.

162

En 1993, sous l'égide de l'Office du tourisme et de l'hôtellerie rattaché au Ministère de l'environnement et du tourisme, est lancée la première campagne de communication d'envergure baptisée « Abidjan plus jamais ça ! », où il s'est agi d'inciter les populations à des pratiques plus saines de gestion de l'environnement afin de faire prospérer l'industrie du tourisme. En outre, l'année 1996 à l'occasion de la journée mondiale de l'environnement qui se tient le 05 Juin, le gouvernement ivoirien lance la première édition de la quinzaine de l'environnement qui a eu pour but de sensibiliser les populations à l'hygiène de leur milieu de vie.

Face à l'échec constaté des précédentes campagnes de communication, une table ronde est organisée par les acteurs de la gestion des déchets dans le but de dynamiser la communication sur la sensibilisation. Cette rencontre, tenue en 2006 et pilotée par le Ministère de la santé et de l'hygiène a débouché sur l'adoption de recommandations consensuelles d'une politique cohérente de gestion durable des déchets à l'issue de laquelle différentes

campagnes dénommées « opérations ville propre » ont été lancées. Ainsi, les risques sanitaires liés à l'environnement restent une préoccupation dans les villes d'Afrique subsaharienne qui s'urbanisent très rapidement (Djourdebbé, 2019). Les déchets solides ménagers provenant des pratiques des ménagers ont du mal à être évacué convenablement causant ainsi des nuisances environnementales et sanitaires. L'exposition aux déchets et leur manipulation suscitent diverses maladies qui impactent la santé des populations. Selon Kouassi et al. (2020) citant Hyaranto et al., environ 2,2 millions de personnes dans les pays en développement meurent chaque année de maladies liées à la mauvaise gestion des ordures, à un manque d'assainissement et à une mauvaise hygiène. L'accroissement des populations a pour conséquence une production de quantité importante de déchets qui n'ont collecté se retrouve jonchant les rues et ruelles des centres urbains.

En Côte d'Ivoire, cette situation se pose avec acuité. La salubrité de l'environnement demeure une préoccupation pour les autorités publiques qui se retrouvent débordés par des quantités croissantes de déchets avec pour corollaire l'insalubrité généralisée dans le District d'Abidjan. Dans ce contexte de crise environnementale, le gouvernement ivoirien mène des actions dans l'optique d'endiguer ce phénomène. Sachant que le comportement des populations est pour beaucoup dans l'amplification de l'insalubrité, des campagnes de sensibilisation ont été conduites par le Ministère de l'Environnement dans le but de susciter une meilleure gestion des déchets et assurer un environnement sain à la population.

Du 18 au 25 octobre 2008, le Ministère de la ville et de la salubrité urbaine lance la semaine de la salubrité qui vise à appeler les populations Abidjanaises à un changement de comportement. Dans le même élan,

Logique de la communication dans de la gestion des déchets ménagers dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

l'ANASUR¹ met en place la brigade de la salubrité dont la mission est de lutter contre l'insalubrité, les installations anarchiques, les nuisances de toute nature, l'occupation illicite du domaine public. Il s'agit de soutenir les actions de sensibilisation par un volet répressif. Cependant, face à l'état d'insalubrité grandissant une énième opération « Ville propre III » est lancée en Mars 2009 a suscité d'important efforts financiers de la part des autorités publiques. Mais l'insalubrité au sein de la ville demeure préoccupant au point ou depuis 2016 se tient la Semaine Nationale de la Propreté (SNP), une initiative du gouvernement lancée dans le cadre de la stratégie nationale de sensibilisation et d'éducation au changement de comportement. Cette opération se tient chaque année en prélude à la fête nationale de l'Indépendance pour rappeler le devoir civique de chaque citoyen. Une année plus tard, c'est-à-dire en Février 2017 l'opération « Grand Ménage » est initiée par le ministère de la Salubrité, de l'Environnement et du développement durable afin de pérenniser les acquis de la SNP. Cette opération se tient tous les premiers samedis du mois dans toutes les villes et communes de la Côte d'Ivoire et vise à sensibiliser la population sur l'importance de l'amélioration de la qualité du cadre de vie et sur le rôle qu'elle peut y jouer.

Après plus de trente ans de campagnes de communication et de sensibilisation sur la gestion de l'environnement, les pratiques des populations n'ont pas vraiment évolué et l'insalubrité demeure toujours un véritable problème avec des risques sanitaires accrus. Les populations avouent ne pas être sensible à ces campagnes de communication et les assimilent à des faits politiques (Yao-Kouassi et Gohourou, 2017, p. 1386).

C'est au regard de ce constat que cette étude s'intéresse aux raisons et aux facteurs qui pourraient expliquer l'insuffisance d'efficacité de toutes ces campagnes de communication et de sensibilisation pour

¹ Agence Nationale de la Salubrité Urbaine (ANASUR) maintenant dénommée Agence Nationale de Gestion des Déchets (ANAGED)

faire changer les comportements des populations face à une réelle menace de risques sanitaires que ces déchets représentent. Autrement dit, quelles sont les raisons qui peuvent entraver l'efficacité des campagnes de sensibilisation sur la gestion des déchets dans la ville d'Abidjan ?

L'objectif de cet article est de montrer que la prise en compte de certains facteurs liés aux réalités sur le terrain pourrait favoriser l'atteinte des objectifs des campagnes de communication et de sensibilisation sur la gestion des déchets dans le District d'Abidjan. De cet objectif général, nous avons dégagé les objectifs secondaires suivants : il s'agit d'analyser les perceptions et opinions des populations par rapport au Grand Ménagement d'une part et ; de décrire les comportements de celles-ci vis-à-vis de l'environnement.

L'article est structuré à partir de présentation du problème, du cadre de référence théorique, de la démarche méthodologique, des résultats et de la discussion.

2.- Du paradigme de la communication engageante

Cette étude s'inscrit dans le paradigme de la communication engageante utilisé dans des contextes environnementaux pour changer et modifier des comportements. Il a été proposé pour la première fois afin de découvrir comment il est possible d'amener des individus et des groupes à passer des idées aux actes en matière d'environnement (Bernard, 2007). La communication engageante est née de la fusion de deux concepts : la soumission librement consentie (Joule et Beauvois, 2010) et la communication persuasive (Girandola et Joule, 2012). Le concept de soumission librement consentie indique qu'il est susceptible d'amener les individus à changer librement de comportement et à agir de manière opposée à leur habitude. La communication persuasive consiste à transmettre un message de manière convaincante afin d'influencer les idées ou les comportements de personnes. La

communication engageante consiste à faire réaliser par une personne un ou plusieurs actes préparatoires puis à l'exposer à une argumentation persuasive pour qu'elle adopte le comportement désiré.

La communication occupe une place importante dans la construction de toute société. Comme le souligne Cabin (2008) citant Mintzberg « aucun système technique et humain ne peut fonctionner sans communication ». Elle est perçue comme une ressource fondamentale pour atteindre des objectifs d'efficacité. Cette nécessité exige que la communication devrait être à tout moment ajustée en fonction de l'évolution et des résultats de celle-ci. Cela va de soi pour toutes les actes de communication et notamment en communication environnementale. Selon Libaert (2006), la communication environnementale regroupe les communications réalisées par les médias, les organisations, les partis politiques, ou tout autres intervenants sur la scène publique, portant sur le thème de l'environnement.

Dans le cadre de notre étude, la gestion des déchets s'avère plus efficace si un individu s'engage à le faire en public ce qui sous-entend que les personnes auront tendance à modifier leur comportement s'ils se sont engagés à le faire.

3.- Démarche méthodologique

La méthodologie allie à la fois la recherche qualitative et la recherche quantitative. Ainsi, les techniques de recherche mobilisées sont les suivantes : **l'enquête par questionnaire, l'enquête par guide d'entretien et l'observation.**

Le terrain de l'étude : Cette étude a pour terrain de recherche les communes de Cocody et d'Adjamé dans le District d'Abidjan. Ces communes ont été choisies à cause des contrastes très marqués qui les caractérisent. La commune de Cocody renferme un grand nombre de quartier résidentiels, le quartier des ambassades, plusieurs villas, des immeubles de haut et moyen standings. D'un

autre côté, la commune d'Adjamé est un quartier populaire et fait figure de grand carrefour commercial dominé surtout par la prolifération d'activités économiques informelles.

La population de l'étude : S'agissant de l'enquête par guide d'entretien, elle a permis d'analyser les perceptions des actions de communication auprès de 12 sujets appartenant à la population d'étude ainsi que 2 informateurs des différentes Mairies ont été interviewés. Ces individus répondent aux critères de sélection de notre population cible. Les entretiens avec la population riveraine et agents de Mairie ont porté sur les actions et l'impact du Grand Ménage dans les zones enquêtées (Anono et Williamsville).

La première étape de l'enquête a consisté à consulter des articles et des publications en lien avec notre objet de recherche. Ensuite, à partir des observations directes de terrain enregistré les pratiques et l'état de salubrité des espaces enquêtés. Nous avons ensuite réalisé des entretiens semi-directifs auprès de douze (12) riverains et deux (02) informateurs clés de la Mairie de Cocody. C'est donc sur la base d'un choix raisonné que nous avons pu réaliser cette étude dans deux secteurs des communes de Cocody et d'Adjamé.

L'observation directe a permis l'étude des faits qui se déroulent sur le terrain et l'enregistrement des comportements. Deux observations ont été réalisées. Une première observation dans la commune d'Adjamé (Williamsville) et une autre observation dans la commune de Cocody (Anono) de Juillet à Aout 2023. Le regard s'est porté sur les pratiques de gestion des déchets, leurs dispositions par rapports à l'habitation (la distance) ainsi que la régularité, les stratégies et les modes d'évacuation. La grille d'observation se rapporte aux points suivants : localisation et identification de l'espace ; l'espace/temps ; l'identification des acteurs et leurs interactions ; le déroulement et autres faits et comportements observés au sein des populations. Cette démarche nous a permis de révéler les logiques associées à l'échec des campagnes de

Logique de la communication dans de la gestion des déchets ménagers dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

communication sur la gestion des déchets par différentes catégories de personnes (femmes, hommes, jeunes) en se référant à leur pratique.

L'enquête par questionnaire a permis de décrire les comportements vis-à-vis de l'environnement. La technique d'échantillonnages est le choix raisonné. Nous avons réalisé 1245 questionnaires auprès des ménages dans notre zone d'étude. Le questionnaire a été structuré autour des sections suivantes : la connaissance de la campagne de mobilisation sociale (Grand ménage) ; les raisons de la non-participation ; la sensibilisation sur les risques sanitaires.

4.- Résultats et discussion

L'opération « Grand Ménage » est une campagne nationale de sensibilisation et d'éducation au changement de comportement dans la gestion des déchets ménagers. Les parties prenantes impliquées dans la réalisation de cette campagne sont entre autres le Ministère de l'Hydraulique, de l'Assainissement et de la Salubrité (MINHAS), principale initiateur, les collectivités locales (mairies - conseils régionaux), les Organisations Non Gouvernementales et la société civile. Se tenant chaque premier samedi du mois sur toute l'étendue du territoire ivoirien, les activités du Grand Ménage débute par une cérémonie de lancement soit par le Ministre soit par les entités décentralisées à travers l'organisation spontanée de plusieurs activités de nettoyage. Les activités menées en amont sont importantes pour la campagne de communication du « Grand Ménage ». En effet, afin d'obtenir la participation de toutes les couches de la population les leaders communautaires et religieux sont mobilisés ainsi que les associations de quartiers. Dans l'une dans communes enquêtées par exemple, un comité local d'assainissement, de salubrité et d'hygiène a été

constitué au sein des quartiers dans le but de servir de noyau pour la planification de la campagne².

L'information sur la campagne de sensibilisation est diffusée à travers différents moyens de communication que sont le site internet officiel du gouvernement, le site du MINHAS, le journal télévisé, le magazine trimestriel de l'Agence Nationale de la Salubrité (ANAGED), la presse, la radio et les réseaux sociaux mais également à travers la tenue de plusieurs séances d'informations (meeting).



Image 1 : Lancement de la 49^e édition du Grand Ménage par le Ministre de l'Hydraulique, de l'Assainissement et de la Salubrité (Février 2022)

Source : www.gouv.ci (07 Février 2022)



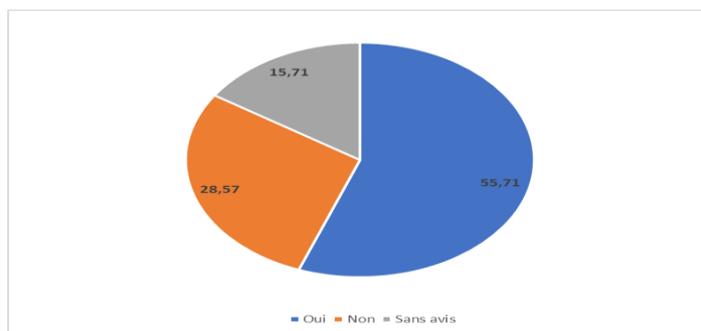
Photo 2 : Les opérations du Grand Ménage à Treichville

Source : Abidjan.net du 18 Décembre 2023

² Entretien Sous-Directeur en charge de l'hygiène, de l'environnement et de la protection civile (Mairie de la commune d'Adjamé)

4.1.- Connaissance de la campagne de communication et de sensibilisation « Grand ménage »

Graphique 1 : Connaissance du Grand ménage



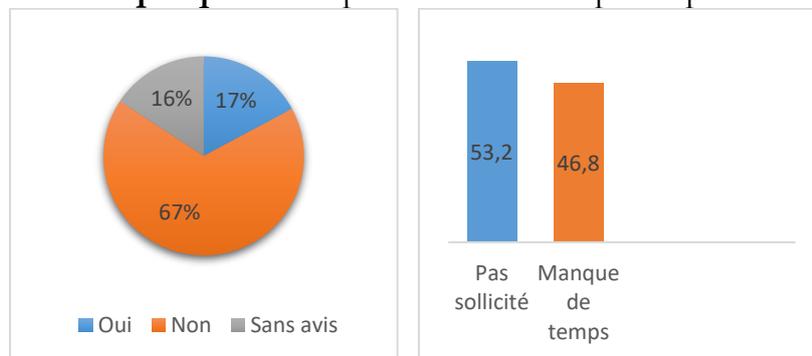
Source : Données tirées de l'étude, Kone et Nanga Adjaffi, 2023

À l'analyse de ce graphique, il ressort que le « Grand ménage » est connu par 693 des personnes enquêtées soit 55,71%. Par contre 28,57% des enquêtés n'en ont jamais entendu parler. Nous révélons enfin qu'il y'a 196 soit 15,71 qui ne se sont pas prononcés.

3.2.- La non-participation aux activités du Grand ménage : les raisons

3.2.1.- La participation

Graphique 2 : Répartition selon la participation

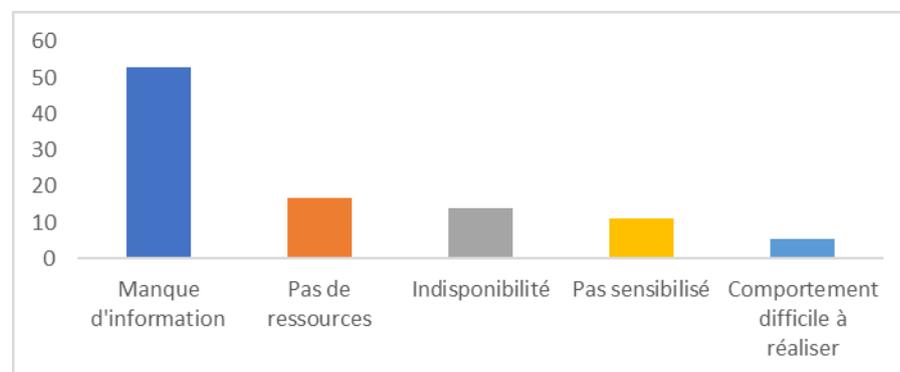


Source : Données tirées de l'étude, Kone et Nanga Adjaffi, 2023

L'analyse de ce graphique nous révèle que plus de la moitié populations interrogées pendant l'enquête affirmaient n'avoir jamais pris part aux différentes activités menées dans ce cadre. Les raisons évoquées par ceux-ci sont doubles, d'une part 53,2% avouent n'être pas sollicité et 46,8% disent ne pas avoir le temps pour y participer.

3.2.1.- Facteurs de la non-participation

Graphique 03 : Facteurs influençant la non-participation à l'amélioration du cadre de vie



Source : Données tirées de l'étude, Kone et Nanga Adjaffi, 2023

À l'analyse du graphique ci-dessus, nous permet de relever que plusieurs facteurs freinent la participation des populations Abidjanaises à l'amélioration du cadre de vie. Pour la majorité (52,8) le manque d'information constitue le facteur les empêchant de prendre part aux actions de salubrité.

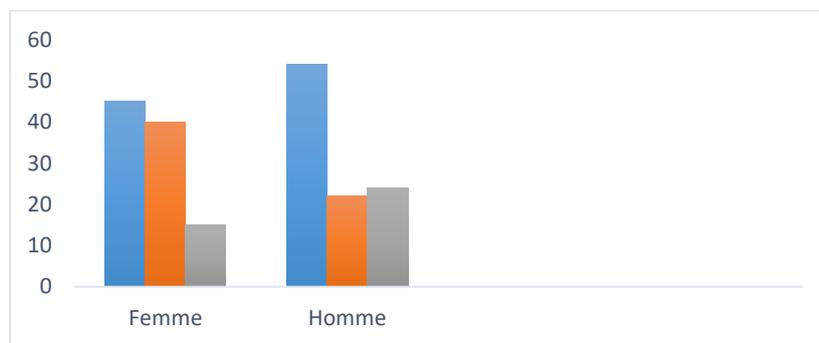
3.3 – Connaissance des risques sanitaires liés aux déchets ménagers

Ces résultats sont particulièrement intéressants dans la mesure il s'y dégage des observations importantes. Lorsque nous examinons les connaissances de l'impact de la qualité de l'environnement sur la santé des populations, 45% des femmes estiment que la qualité de

Logique de la communication dans de la gestion des déchets ménagers dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

l'environnement peut affecter la santé des populations, 40% d'entre elles affirment ne pas savoir la corrélation entre la qualité de l'environnement et la santé des populations et 15% d'entre elles ne se sont pas prononcées sur cette question. Ce qui suggère une certaine incertitude ou un manque de connaissance concernant cette corrélation.

Graphique 4 : Connaissance de l'impact de l'environnement sur la santé selon le genre



Source : Données tirées de l'étude, Kone et Nanga Adjaffi, 2023

Au niveau des résultats concernant les hommes, 54% estiment savoir l'impact potentiel de la qualité de l'environnement sur la santé des populations, 22% des hommes semblent ne pas être conscients de cette relation entre l'environnement et la santé et 24% des hommes n'ont pas exprimé d'opinion claire. Globalement, la plupart des participants ont des connaissances sur les liens entre environnement et santé cependant ces connaissances sont insuffisantes. Les hommes ont un taux 54% et les femmes 45% ce qui représente respectivement des résultats légèrement au-dessus et en deçà de la moyenne. Ceci met en exergue un niveau de connaissance relativement faible des liens environnement/santé des populations Abidjanaises.

3.4.- État de salubrité des zones visitées



Image 3 : Dépôt sauvage de déchets dans la commune de Cocody

(Source : Kone et Nanga Adjaffi, Septembre 2020)



Image 4 : Écoulement d'eau usée et déchets dans le quartier d'Anono (Cocody).

(Source : Kone et Nanga Adjaffi, Aout

2020)



Image 5 : un réseau d'égout servant de dépôt de déchets dans le quartier de Williamsville (Adjamé)

(Source : Kone et Nanga Adjaffi, Novembre 2023)

Les observations de terrain ont permis de constater l'insalubrité des zones visitées. Les déchets ménagers et les eaux usées sont déversés dans les rues et les espaces publics dégageant des odeurs désagréables et rendant ainsi ces endroits impraticables. Les caniveaux servent de lieu de dépôt de déchets ce qui rend difficile le ruissellement

Logique de la communication dans de la gestion des déchets ménagers dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

des eaux usées. Ces faits présentent une situation généralisée de dégradation de l'environnement.

4.- Discussion des résultats

Le principe 10 de la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement consacre l'individu comme un acteur important du droit de l'environnement en ces termes :

« La meilleure façon de traiter les questions d'environnement est d'assurer la participation de tous les citoyens concernés, au niveau qui convient. Au niveau national, chaque individu doit avoir dûment accès aux informations relatives à l'environnement que détiennent les autorités publiques, y compris aux informations relatives aux substances et activités dangereuses dans leurs collectivités, et avoir la possibilité de participer aux processus de prise de décision. Les États doivent faciliter et encourager la sensibilisation et la participation du public en mettant les informations à la disposition de celui-ci ».

Maurice Strong, Secrétaire général de la Conférence de Rio, 2012, p.3

Ainsi, la question de la communication environnementale est effectivement prise en compte dans le Code de l'environnement en Côte d'Ivoire avec ses articles 72 et 73 précisant que l'éducation, la formation et la sensibilisation environnementale incombent à l'État, les collectivités locales et les associations de défense. La communication ne peut donc pas être dissociée des questions environnementales et plus spécifiquement de la question des déchets ménagers. Les autorités publiques, responsables de veiller à la qualité de vie de leur citoyen face à la situation alarmante de l'impact des déchets, planifient des stratégies pour s'aligner au concept de développement durable prôné par les organismes internationaux. L'une de ses stratégies sont les campagnes

de communication publiques sont organisées pour informer la population de certaines problématiques environnementales et les pousser à agir. Il faut cependant, dans le souci d'améliorer le processus communicationnel, déterminer si la communication a atteint les objectifs visés.

L'on ne peut s'imaginer une dynamique de changement dans la gestion de la salubrité sans une communication conséquente. Pour Laramée (1997) cité par Matteau (2018, p.9), la campagne de communication est par définition constituée « d'une série d'activités communicationnelles planifiées et organisées de manière à influencer les comportements et les attitudes de publics pré-identifiés dans une direction préconçue ». Ainsi elle vise à solutionner un problème issu soit du comportement ou des actions d'une catégorie d'acteurs ou de groupes sociaux spécifiques. Cette étude montre bien qu'une campagne de communication environnementale doit tenir compte des perceptions, des opinions et des pratiques environnementales des zones de l'étude.

Cela nécessite au préalable la prise en compte d'un certain nombre de facteurs qui ne sont souvent pas considéré lors de l'élaboration des campagnes de communication publique sur la gestion des déchets par les autorités ivoiriennes. Wolton cité par Libaert (2006) dénonce qu'il faut rompre avec le préalable erroné qui est que « la communication se réduit à la transmission ». La communication signifie d'abord échange, dialogue, concertation voire confrontation. C'est pourquoi elle joue un rôle nécessairement central dans les projets de développement parce qu'elle organise la relation avec l'ensemble des parties prenantes.

Les résultats de notre enquête montrent que les actions de communication menées dans le cadre de la préservation du cadre de vie ne sont pas suffisamment planifiées car elles ne favorisent pas la participation des populations au dialogue. Plusieurs d'entre eux ne sont pas associés à ces différentes actions menées. Il ne suffit pas de transmettre des informations à la population pour aboutir à un changement de comportement et résoudre les

Logique de la communication dans de la gestion des déchets ménagers dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

problèmes liés à la gestion des déchets. Une telle stratégie de communication suppose que le décideur ne comprend pas la population à qui s'adresse ces messages de sensibilisation. La vision sous-jacente à cette stratégie de communication peut s'expliquer par le fait qu'il revient au décideur de déterminer et concrétiser un projet et informer par la suite la population. À ce titre Gendron (2014, p.119-120) indique que (...)

« Aux inquiétudes, au manque d'information et aux intérêts particuliers des citoyens riverains, la réponse typique du promoteur se résume à une stratégie de communication et de relations publiques visant à informer et à convaincre (...) ».

En effet, les autorités publiques sont dans une logique de « faire passer l'information » sans tenir compte des intérêts de la population par conséquent, leur adhésion est difficile à s'obtenir. Cette situation est sans aucun doute la base de l'échec de plusieurs programmes dans les pays en développement. L'information et la sensibilisation de la population relativement à la gestion de l'environnement est dissymétrique et à sens unique.

Il faut souligner que l'orientation de la politique (top-down) de lutte contre l'insalubrité ne garantit pas son succès dans la mesure où elle comporte des pensées erronées et utopiques. Face à la prégnance des risques environnementaux et sanitaires causé par la récurrence de l'insalubrité, on se rend compte que les actions déployées n'ont impacté aucunement les comportements. Bien que les campagnes de sensibilisation du Grand ménage soit connu par plus de la moitié des personnes enquêtées, l'information peut ne pas être comprise et traiter de façon critique par celles-ci de façon à accepter le changement de comportement recommandé. Ainsi le changement n'a pas atteint une proportion importante de la population et n'a réussi à mobiliser que 17% des ménages, par contre 67% qui affirment n'y avoir jamais pris part et 53% attestent ne jamais être sollicité.

À ce titre, un enquêté affirme ceci « le grand ménage j'ai déjà vu à la télé, mais on n'a jamais vu ça dans notre quartier ici. La mairie même ne le fait pas ». Ces propos indiquent le faible impact que cette action de sensibilisation rencontre au sein de la population et relève le fait qu'elle ne s'y intéresse pas en fin de compte. Et même la mairie qui est une entité décentralisée de l'État et qui est sensée prolonger ses actions ne le fait pas. Ce fait est décrit par cet interlocuteur « le Grand Ménage on le faisait dans les quartiers, les cités chaque premier samedi du mois en distribuant du matériel de salubrité mais l'objectif est en train d'être abandonné un peu un peu »³. Comme l'indique ce enquêté, l'engouement suscité par cette communication s'estompe au fil du temps et commence à perdre de son éclat. Il apparaît clairement que la portée sociale et environnementale des campagnes de communication est un échec. Les autorités publiques n'ont pas réussi à mettre en place une communication élaborée et structurée visant à inculquer des valeurs écocitoyennes aux populations.

La réception de la communication dépend d'un ensemble de facteurs relatives croyances et de valeurs qui forgent l'attention portée au message et la façon de le traiter. En effet, les résultats de l'étude montrent que les personnes enquêtées ont des connaissances relativement faibles des liens santé/environnement. Alors qu'une bonne connaissance des risques sanitaires peut donc faciliter la compréhension des raisons derrière la communication des autorités publiques. Un interlocuteur estime que « les gens ne s'en foutent pas de leur santé mais je pense qu'ils ne savent pas que les déchets peuvent rendre malade ». De ces propos, il faut comprendre que les populations sont dans le déni des conséquences des déchets sur leur santé. Un autre enquêté affirme que : « on vit comme ça dedans on ne peut rien faire. Ici même pour

³ Entretien Sous-Directeur en charge de l'hygiène, de l'environnement et de la protection civile (Mairie de la commune d'Adjamé)

manger c'est un problème, on va faire comment ». Dans pareil situation, il devient improbable pour ces populations de se préoccuper des exigences liées à l'environnement. Il est indéniable que leurs conditions de vie représentent un frein à l'assainissement et à l'hygiène du milieu de vie. Ces populations sont peut-être trop occupées à lutter pour leur propre subsistance qu'à s'intéresser aux conditions de l'environnement de leur milieu de vie. Dans ce contexte, la capacité à se conformer aux recommandations est particulièrement difficile.

Comme le stipule Ta Thu (2000), les campagnes de sensibilisation mettent majoritairement l'accent sur un discours hygiéniste. Il n'est pas certain que ce soit la méthode la plus efficace et la plus pragmatique pour arriver aux fins souhaitées. Elle dénonce plus loin que : « les techniciens et les décideurs ont tendance à avoir un discours dirigiste, technocrate pour les uns, plus administratif et politique pour les autres sans se poser la question de savoir si les populations les comprennent ». En effet, être exposé au message et à l'information diffusée ne signifie pas pour autant que l'on comprenne les enjeux véhiculés et le bien-fondé de ces communications.

De toute évidence, les décideurs ont d'autres intentions inavouées plutôt que de se focaliser sur les problèmes réels du terrain pour trouver des solutions durables. Autrement dit, les attentes réelles ne sont pas prises en compte ainsi que des éléments (psychologiques et sociologiques) relatif à l'individu sont ignorés. La recherche de l'électorat est une activité beaucoup plus importante pour les autorités. Nous en déduisons que les initiateurs cherchent à atteindre une meilleure visibilité et une certaine notoriété auprès des citoyens par la valorisation de leur propre action que de chercher vraiment à faire comprendre les enjeux environnementaux. L'Administration publique est accusée de mettre en avant des enjeux politiques et de pouvoir au détriment de l'intérêt général. Cette intention est parfois dissimulée derrière les campagnes de communication et de

sensibilisation sur la gestion des déchets. Il va de soi que ces populations ne se sentiront aucunement concernées et impliquées dans la gestion des déchets.

En clair, l'information lors de ces campagnes de communication n'est pas clairement véhiculée et donc pas nécessairement comprise par les populations-cibles. L'on ne peut aucunement parler d'éducation encore moins d'acte de communication. Ces messages ne captent plus l'attention des populations Abidjanaises. Les décideurs se contentent de diffuser les mêmes informations qui au fil des années ne touchent plus la sensibilité des populations. Koné (2014) considère que les actions de communication misent en œuvre, jusque-là relève plus d'opérations d'éclat que d'une véritable stratégie de communication, planifié et coordonné à partir d'objectifs clairement définis. Cette situation peut expliquer en effet l'échec des campagnes de communication autour de la question de la gestion des déchets dans la ville d'Abidjan. Le fait de rester cantonner dans une démarche qui n'inclut pas la population, qui sont pourtant les premières concernées par les nuisances environnementales, rend ces actions caduques et sans aucune portée véritable.

Conclusion

Face à la complexité des processus de changement des comportement humains, il importe de tenir compte de plusieurs volets et du contexte dans lequel évolue les populations à qui s'adressent les stratégies de communication et de sensibilisation. Amener les individus à adopter des pratiques en faveur de l'environnement n'est pas chose aisée et les communications entrepris dans ce sens à travers le « Grand Ménage » n'ont pas de toute évidence réussi à le faire. Les initiateurs de cette sensibilisation sont dans la vision de diffuser des informations sans se soucieux de la pluralité des récepteurs, et de la manière dont les messages compris et traités. Nous avons identifié plusieurs freins à l'acquisition des compétences de la gestion des déchets. Les facteurs

cognitifs, affectifs et situationnels d'influence des comportements humains ne sont pas pris en compte à l'analyse des résultats de cet essai. Ce sont pourtant des éléments à considérer pour guider les populations vers des comportements écocitoyens vis-à-vis de la gestion des déchets ménagers car comme le souligne Bertolini et Brakez cités par T'chamou (2022, p.33) « les pratiques à l'égard des déchets sont le reflet des représentations et des mentalités ». Les problématiques de communication pour le développement environnemental en Afrique subsaharienne et particulièrement en Côte d'Ivoire doivent être envisager à partir du bas vers le haut. Une plus grande implication et un suivi rigoureux de la part des acteurs dans la chaîne d'intervention doit être pris en compte. En effet, la concrétisation de cette volonté d'éduquer pour un environnement sain sera visible dans la mesure ou une tout autre approche de communication sociale sera adopter par les initiateurs.

Bibliographie

Bernard, F. (2007). Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale. *Communication et organisation*, Vol. 32, 27-41.

Bougnoux, D. (2001). L'espace public et les médias (p.85-93). Dans. D. Bougnoux (Ed). *Introduction aux sciences de la communication*. Paris, France : La Découverte.

Cabin, P. (2008). Communication et organisation (p.56-66). Dans. Jean-François Dortier (Ed.). *La communication : états des savoirs*. Auxerre, France : Edition des Sciences Humaines.

Chalot, F. (2000). De l'amont vers l'aval : l'émergence d'une filière de gestion des déchets adaptée aux villes africaines. Dans C. Jallé ; B. Claude et A. Félix (Dir). *Gestion durable des déchets et de l'assainissement urbain*,

Programme Solidarité Eau (pS-Eau). Paris, France : Groupement agence Française de Développement.

Loi n°96-766 du 3 octobre 1996 du Code de l'environnement de Côte d'Ivoire (Assemblée Nationale). Repéré à <https://environnement.gouv.ci/wpcontent/uploads/2022/01/code-de-lenvironnement-octobre-1996.pdf>

Déclaration de Rio sur l'Environnement et le Développement : Sommet Planète Terre, Conférence des Nations Unies sur l'Environnement et le Développement, Rio de Janeiro, Brésil 3-14 juin 1992. Repéré à <http://www.un.org/french/events/rio92/rio-fp.htm>

Djourdebbé, F. B. (2019). Environmental Health in Cities in Sub-Saharan Africa: Conceptual and Methodological Issues. *European Scientific Journal March*, 15(9), 192-213.

Elloh, E. N. M. (2017). *Information médiatique et communication environnementale : le cas du manifeste pour tirer profit collectivement de notre pétrole* (Mémoire de maîtrise de Communication). Université du Québec à Montréal.

Girandola, F. et Joule, R-V. (2012), La communication engageante : aspects théoriques, résultats et perspectives. *L'Année psychologique*, Vol. 112, 117-144.

Gendron, C. (2014). Penser l'acceptabilité sociale : au-delà de l'intérêt, les valeurs. *Revue internationale de communication sociale et publique*, Vol 11, 117-129.

Joule, R. & Beauvois, J. (2010). Introduction. Dans : R. Joule & J. Beauvois (Dir), *La soumission librement consentie : Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?* Presses Universitaires de France, 3-12.

Logique de la communication dans de la gestion des déchets ménagers dans le district d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

Koné, B. (2014). Analyse de la Communication en appui au programme de gestion des déchets ménagers dans le District d'Abidjan (Côte d'Ivoire). *Communication en Question*, 3, 31-50.

Kouassi, D. P. ; Soumahoro, S. I. ; Coulibaly, M. ; Deby, R. K. et Irika, O. (2020). Perception des ménages des risques sanitaires encourus par les enfants fréquentant les dépotoirs d'ordures. *Revue Internationale des Sciences Médicales d'Abidjan (RISM)*, Vol 22, 53-60.

Libaert, T. (2006). Communication et développement durable : des relations ambiguës. *Communication et langages*, 150, 127-133.

Matteau, K. (2018). *Modification des comportements citoyens : pertinence de l'utilisation des réseaux sociaux en communication environnementale* (Mémoire de maîtrise en Environnement), Université de Sherbrooke.

182

Sotamenou, J. (2010). *Le compostage : une alternative soutenable de gestion publique des déchets solides au Cameroun* (Thèse de doctorat Science Économiques), Université de Yaoundé.

Ta Thu, T. (2000). Une autre approche possible de l'assainissement urbain (p. 19-44) Dans C. Jallé ; B. Claude et A. Félix (Dir). *Gestion durable des déchets et de l'assainissement urbain, Programme Solidarité Eau (pS-Eau)*. Paris, France : Groupement agence Française de Développement.

Tchamou, B. O. (2022). *La ville éducatrice à l'épreuve de l'éco-civisme : La gestion des déchets comme repère d'indice* (Thèse de doctorat de Science de l'Éducation et de la Formation), Université de Corse-Pascal Paoli.

Yao-Kouassi, K. C. et Gohourou, F. (2017). Pratiques sociales et sensibilisations autour de la question des déchets urbains dans le district d'Abidjan. *International Journal of Advanced Research (IJAR)*. Vol 5(9), 1382-1387.