

# REL@COM

LANGAGE ET COMMUNICATION

*Revue scientifique électronique semestrielle*



ISSN : 2617-7560

Revue à comité scientifique • Évaluation par les pairs • Normes CAMES

NUMÉRO

# 11

JUIN 2026

INDEXÉE ET RÉFÉRENCÉE DANS

Advanced Science Index • SJIF – Impact Factor 2026 : 6,969 • Mir@bel • HAL

[www.relacom-slc.org](http://www.relacom-slc.org)



UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

Bouaké – Côte d'Ivoire

Département des Sciences du Langage et de la Communication (DSLCL)

# REL@COM

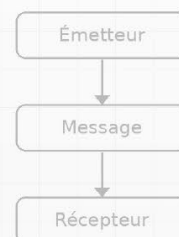
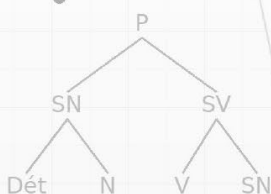
LANGAGE ET COMMUNICATION

*Revue scientifique électronique semestrielle*



/lãga3/

[+voisé]



$S \rightarrow SN + SV$

Sé / Sa

ISSN : 2617-7560

Revue à comité scientifique • Évaluation par les pairs • Normes CAMES

NUMÉRO

# 11

JUIN 2026

INDEXÉE ET RÉFÉRENCÉE DANS

Advanced Science Index • SJIF – Impact Factor 2026 : 6,969 • Mir@bel • HAL

[www.relacom-slc.org](http://www.relacom-slc.org)

## INDEXATIONS ET RÉFÉRENCEMENTS



<https://journal-index.org/index.php/asi/article/view/12689>



TOGETHER WE REACH THE GOAL

<https://sjifactor.com/passport.php?id=23413>

**Impact Factor 2026 : 6.969**



<https://reseau-mirabel.info/revue/14886/RELaCOM-Revue-Langage-et-communication?s=1muc9dl>



<https://aurehal.archives-ouvertes.fr/journal/read/id/352725>

**REVUE ELECTRONIQUE LANGAGE & COMMUNICATION**

ISSN : [2617-7560](#)

**DIRECTEUR DE PUBLICATION** : PROFESSEUR N'GORAN-POAMÉ LÉA M. L.

**DIRECTEUR DE RÉDACTION** : PROFESSEUR JEAN-CLAUDE OULAI

**COMITÉ SCIENTIFIQUE**

PROF. ABOLOU CAMILLE ROGER, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA  
PROF. ALAIN KIYINDOU, UNIVERSITÉ BORDEAUX-MONTAIGNE  
PROF. AZOUMANA OUATTARA, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA  
PROF. BAH HENRI, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA  
PROF. BLÉ RAOUL GERMAIN, UNIVERSITÉ FÉLIX HOUPHOUËT-BOIGNY  
PROF. CLAUDE LISHOU, UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP  
PROF. EDOUARD NGAMOUNTSIKA, UNIVERSITÉ MARIEN NGOUABI  
DR FRANCIS BARBEY, MCU, UNIVERSITÉ CATHOLIQUE LOMÉ  
PROF. GORAN KOFFI MODESTE ARMAND, UNIVERSITÉ F. HOUPHOUËT-BOIGNY  
DR JÉRÔME VALLUY, MCU, HDR, UNIVERSITÉ PANTHÉON-SORBONNE  
PROF. JOSEPH P. ASSI-KAUDJHIS, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA  
PROF. KOUAMÉ KOUAKOU, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA  
PROF. MAKOSSO JEAN-FÉLIX, UNIVERSITÉ MARIEN NGOUABI  
PROF. NANGA A. ANGÉLINE, UNIVERSITÉ FÉLIX HOUPHOUËT-BOIGNY  
PROF. POAMÉ LAZARE MARCELIN, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA  
PROF. TRO DÉHO ROGER, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

**COMITÉ DE RÉDACTION**

PROF. ABOLOU CAMILLE ROGER  
PROF. JEAN-CLAUDE OULAI  
PROF. KOUAMÉ KOUAKOU  
PROF. NIAMKEY AKA  
DR N'GATTA KOUKOUA ÉTIENNE, MCU  
DR OUMAROU BOUKARI, MCU

**COMITÉ DE LECTURE**

PROF. IBO LYDIE  
PROF. KOFFI EHOUMAN RENÉ  
DR ASTÉ N'CHO JEAN-BAPTISTE, MCU  
DR IRIÉ BI TIÉ BENJAMAIN, MCU  
DR N'GATTA KOUKOUA ÉTIENNE, MCU  
DR N'GUESSAN ADJOUA PAMELA, MCU  
DR ADJUÉ ANONKPO JULIEN  
DR COULIBALY DAOUDA  
DR KOUAMÉ KHAN  
DR OULAI CORINNE YÉLAKAN  
DR YAO KOUAKOU GUILLAUME

**MARKETING & PUBLICITÉ** : DR KOUAMÉ KHAN

**INFOGRAPHIE / WEB MASTER** : DR TOURÉ K. D. ESPÉRANCE / SANGUEN KOUAKOU

**TRÉSORIÈRE** : DRE AKISSI GERMAINE KOUASSI

**ÉDITEUR** : DSLC

**TÉLÉPHONE** : (+225 01 40 29 15 19 / 07 48 14 02 02)

**COURRIEL** : [soumission@relacom-slc.org](mailto:soumission@relacom-slc.org)

**SITE INTERNET** : <http://relacom-slc.org>

## LIGNE EDITORIALE

Au creuset des Sciences du Langage, de l'Information et de la Communication, la Revue Electronique du Département des Sciences du Langage et de la Communication **REL@COM** s'inscrit dans la compréhension des champs du possible et de l'impossible dans les recherches en SIC. Elle s'ouvre à une interdisciplinarité factuelle et actuelle, en engageant des recherches pour comprendre et cerner les dynamiques évolutives des Sciences du Langage et de la Communication ainsi que des Sciences Humaines et Sociales en Côte d'Ivoire, en Afrique, et dans le monde.

Elle entend ainsi, au-delà des barrières physiques, des frontières instrumentales, hâtivement et activement contribuer à la fertilité scientifique observée dans les recherches au sein de l'Université Alassane Ouattara.

La qualité et le large panel des intervenants du Comité Scientifique (Professeurs internationaux et nationaux) démontrent le positionnement hors champ de la **REL@COM**.

Comme le suggère son logo, la **REL@COM** met en relief le géant baobab des savanes d'Afrique, situation géographique de son université d'attache, comme pour symboliser l'arbre à palabre avec ses branches représentant les divers domaines dans leurs pluralités et ses racines puisant la serve nourricière dans le livre ouvert, symbole du savoir. En prime, nous avons le soleil levant pour traduire l'espoir et l'illumination que les sciences peuvent apporter à l'univers de la cité représenté par le cercle.

La Revue Electronique du DSLC vise plusieurs objectifs :

- Offrir une nouvelle plateforme d'exposition des recherches théoriques, épistémologiques et/ou empiriques, en sciences du langage et de la communication,
- Promouvoir les résultats des recherches dans son champ d'activité,
- Encourager la posture interdisciplinaire dans les recherches en Sciences du Langage et de la Communication,
- Inciter les jeunes chercheurs à la production scientifiques.

Chaque numéro est la résultante d'une sélection exclusive d'articles issus d'auteurs ayant rigoureusement et selon les normes du CAMES répondu à un appel thématique ou libre.

Elle offre donc la possibilité d'une cohabitation singulière entre des chercheurs chevronnés et des jeunes chercheurs, afin de célébrer la bilatéralité et l'universalité du partage de la connaissance autour d'objets auxquels l'humanité n'est aucunement étrangère.

**Le Comité de Rédaction**

## RECOMMANDATIONS AUX AUTEURS & DISPOSITIONS PRATIQUES

La Revue Langage et Communication est une revue semestrielle. Elle publie des articles originaux en Sciences du Langage, Sciences de l'Information et de la Communication, Langue, Littérature et Sciences Sociales.

### I. RECOMMANDATIONS AUX AUTEURS

Les articles sont recevables en langue française, anglaise, espagnole ou allemande et envoyés sous format Word.

**Police : Times New Roman ; Taille : 11, Interligne : Simple ou 1.0**  
**Les caractères en majuscules doivent être accentués. Exemple : État, À ce...**

- Titre (**Centré**) : 15 mots maximum en majuscule gras ; Traduit aussi en anglais
- Auteur (s) (**Aligné à Droite**) : Prénoms et NOM en gras
- Institution d'Attache (**Aligné à Droite**) : Préciser ville et pays
- Adresse Électronique (**Aligné à Droite**)
  
- Résumé (250 mots maximum) : En Français avec cinq (5) mots-clés et en Anglais (Abstract) avec cinq (5) keywords.
- Nombre de page : minimum 08 pages, maximum 15 pages en interlignes simples.
- Marges : Haut 3 cm ; Bas 3 cm ; Gauche 3.5 cm ; Droite 3.5 cm ; Reliure 0.5 cm.
- Numérotation de pages : Chiffres arabes, en bas et au centre de la page concernée.
- Orientation : Portrait, recto
- Citations à partir de 3 lignes : Retrait de 2 cm à gauche et à droite ; Taille 10
- Références de citations : Nom de l'Auteur, année de publication, pages citées
- Références bibliographiques : Selon Normes APA 7<sup>ème</sup> Éd et par ordre alphabétique. Ne sont présentées dans les références bibliographiques que les références des documents cités.

### II. NORMES EDITORIALES : APA 7<sup>ÈME</sup> ÉDITION

Pour répondre aux Normes APA 7<sup>ème</sup> Édition, la structure des articles doit se présenter comme suit :

- ✚ Pour un article qui est une contribution théorique et fondamentale : Introduction (justification du thème, problématique, hypothèses/objectifs scientifiques, approche), Développement articulé, Conclusion, Bibliographie.
- ✚ Pour un article qui résulte d'une recherche de terrain : Introduction, Méthodologie, Résultats, Analyse et Discussion, Conclusion, Bibliographie.
- ✚ Les articulations d'un article, à l'exception de l'introduction, de la conclusion, et de la bibliographie, doivent être titrées, et numérotées par des chiffres (exemples : 1. ; 1.1. ; 1.2 ; 2. ; 2.2. ; 2.2.1 ; 2.2.2. ; 3. ; etc.).

### III. RÈGLES D'ÉTHIQUES ET DE DÉONTOLOGIE

Toute soumission d'article sera systématiquement passée au contrôle anti-plagiat et tout contrevenant se verra définitivement exclu par le comité de rédaction de la revue.

## SOMMAIRE

1. Stéphane Ettien ADOU (Institut Universitaire d'Abidjan, Abidjan-Côte d'Ivoire)  
**Entre reliance et déliance sociale : les imaginaires des publics de la série télévisée ivoirienne *Cour Commune*** 11
2. Awose Francis AKAMPA-ASE (University of Education, Winneba-Ghana) / Amidou SANOGO (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)  
**La morphogenèse des noms composés dans *La Vie et demie* de Sony Labou Tansi : formes, structures et procédés de formation** 23
3. Nanou Pierre BROU (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)  
**Métaéthique politique et quête du bonheur collectif chez Platon** 35
4. Sirabana COULIBALY (Université Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo-Côte d'Ivoire)  
**Les ressorts symboliques de l'abstention électorale des jeunes à Korhogo** 49
5. Donald DJILÉ (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)  
**Les standards de la communauté : éthique du discours numérique, algospeak et résilience technodiscursive sur Facebook** 61
6. Laura Christiana Simionescu DOBRESCU (Université Politecnica, Bucarest-Roumanie) / Florin Codrut NEMTANU (Université Politecnica, Bucarest-Roumanie) / Messoun Alain ESSOI (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Floriana CINCA (Université Politecnica, Bucarest-Roumanie)  
**Technologies ferroviaires intelligentes et saut numérique : analyse comparée des architectures de communication pour projet de train métropolitain à Bucarest (Roumanie) et à Bouaké (Côte d'Ivoire)** 7878
1. N'Cho François DOFFOU (Université Virtuelle de Côte d'Ivoire, Abidjan-Côte d'Ivoire)  
**L'impact des villes apprenantes sur le quotidien et les compétences des populations ivoiriennes** 92
2. Trah Alphonse Cheriff KAKOU BI (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)  
**L'immigration clandestine comme passion et la passion de l'immigration clandestine** 100

3. Eba Victoria KAMENAN (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Hamanys Broux De Ismaël KOFFI (Université Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo-Côte d'Ivoire)

**TICE à l'Université Peleforo Gon Coulibaly : entre appropriations timides et obstacles structurels** 110

4. Kouamé KOFFI (Université Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo-Côte d'Ivoire)

**Pratiques discursives et construction identitaire des conducteurs de taxis-motos à Korhogo (Côte d'Ivoire)** 123

5. Idrissa Abdel Hamid KONATÉ (Université Yambo Ouologuem de Bamako, Bamako-Mali) / Ya Eveline TOURÉ épouse JOHNSON (École Normale Supérieure, Abidjan-Côte d'Ivoire) / Natié COULIBALY (Université Yambo Ouologuem de Bamako, Bamako-Mali)

**Langue d'enseignement et performance en mathématiques chez les élèves de la rive droite du district de Bamako au Mali** 136

6. Sybla Alaman Adissa KONÉ (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Métogba FOFANA (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)

**Pratiques communicationnelles et empowerment féminin en milieu rural ivoirien : enjeux de la sauvegarde de la poterie Mangôrô dans un contexte de crise environnementale** 149

7. Khan KOUAMÉ (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Ardjouma TUO (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Harold Georges YAPI (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)

**La communication des Institutions de Protection Sociale (IPS) face au défi de la captation des acteurs du secteur informel à Bouaké : une analyse du cas CNPS** 164

8. Boni Hyacinthe KPANGBA (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)

**Style vestimentaire et attitudes langagières : le zouglo comme arme de sensibilisation sociale** 181

9. Gbolo Danielle Hortense LÉGRÉ (Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle, Abidjan-Côte d'Ivoire) / Desnos Komoé N'GORAN (Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle, Abidjan-Côte d'Ivoire) / Françoise Annick Amenan TANOË (Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle, Abidjan-Côte d'Ivoire)

**Les alliances interethniques des peuples ivoiriens : une approche communicationnelle de cohésion sociale et de résolution des conflits** 193

10. Dialinli LOMPO (Université Joseph Ki-Zerbo, Ouagadougou-Burkina Faso) / Evariste DAKOURÉ (Université Aube Nouvelle, Ouagadougou-Burkina Faso)  
**Enjeux de l'appropriation de la communication numérique par des institutions publiques au Burkina Faso** 205
11. Bodji Georges Duvalier N'DRÉ (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)  
**Relations publiques face aux enjeux de la gouvernance et de la crédibilité des collectivités locales en Côte d'Ivoire** 219
12. Rassidy OYENIRAN (Institut Pédagogique National de l'Enseignement Technique et Pédagogique, Abidjan-Côte d'Ivoire)  
**Influence du suivi de l'Inspecteur d'Orientation sur l'assiduité et le rendement scolaire des élèves de Terminale au Lycée Classique et Moderne 1 de Bouaké** 235
13. Touré Jean-Baptiste YAO (Université Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo-Côte d'Ivoire) / Niamien Pascal YAO (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)  
**Communication institutionnelle et récits populaires des déguerpissements en Côte d'Ivoire : le cas de Koumassi Campement sur Facebook et TikTok** 255
14. Amani Charles YOKOLI (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)  
**Communication sociale et créateurs de contenus auprès des jeunes de 18 à 24 ans à Abidjan** 270

## RELATIONS PUBLIQUES FACE AUX ENJEUX DE LA GOUVERNANCE ET DE LA CRÉDIBILITÉ DES COLLECTIVITÉS LOCALES EN CÔTE D'IVOIRE

### PUBLIC RELATIONS IN THE FACE OF GOVERNANCE CHALLENGES AND THE CREDIBILITY OF LOCAL AUTHORITIES IN CÔTE D'IVOIRE

**Bodji Georges Duvalier N'DRÉ**

Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

ndreduvalier@gmail.com

#### Résumé

De nos jours, les organisations publiques en général et plus particulièrement les collectivités locales en Côte d'Ivoire sont confrontées de plus en plus à des exigences croissantes des populations en matière d'information et de participation citoyenne. Dans ce contexte, les relations publiques en tant que vecteur d'image et de communication apparaissent comme un outil essentiel capable de soutenir une gouvernance locale engagée dans la prise en compte des défis liés à la transparence et à l'amélioration des relations confiantes entre l'administration et les administrés. Cet article propose donc d'étudier le rôle des relations publiques dans le management des collectivités locales en Côte d'Ivoire. Il répond avant tout à un souci de légitimation visant à confirmer cet outil de communication comme un levier stratégique majeur indispensable à la bonne gouvernance et à la crédibilité des communes et régions. Tout en s'appuyant sur une conjoncture théorique notamment les modèles théoriques de J. Grunig et T. Hunt (1984), l'étude a adopté une démarche exclusivement qualitative. La recherche documentaire, l'observation directe et l'entretien semi-directif ont été les outils de collecte de données mobilisés. Les résultats montrent que les relations publiques permettent d'asseoir une légitimité et de favoriser une collaboration gage de toute confiance entre les acteurs territoriaux pour l'atteinte des objectifs de développement.

**Mots clés :** relations publiques, enjeux, collectivités locales, gouvernance locale, participation citoyenne

#### Abstract

Nowadays, public organizations in general, and particularly local authorities in Côte d'Ivoire, are increasingly faced with growing demands from the population in terms of information and citizen participation. In this context, public relations, as a vector of image and communication, appear to be an essential tool capable of supporting local governance committed to addressing the challenges related to transparency and to improving trustful relationship between the administration and the citizens.

This article therefore aims to examine the role of public relations in the management of local governance in Côte d'Ivoire. It primarily seeks to legitimize this communication tool as a major strategic level essential for good governance and the credibility of municipalities and regions. Drawing on a theoretical framework, particularly the theoretical models of J. Grunig and T. Hunt, the study adopted an exclusively qualitative approach. Documentary research, direct observation, and semi-structured interviews were the data collection tools used. The results show that public relations help establish legitimacy and promote collaboration, which is a guarantee of trust between territorial actors in achieving development objectives.

**Keywords :** public relations, challenges, local communities, local governance, citizen participation

## Introduction

Les relations publiques (RP) regroupent un ensemble de techniques de communication destinées à établir une relation mutuellement bénéfique entre les organisations et leurs publics (V. Appel *et al.*, 2017). Il s'agit en effet, pour les entreprises, administrations, collectivités et autres organisations de créer et de maintenir des relations solides et durables, essentielles au développement de leurs activités, tout en préservant leur image et leur acceptation au sein de l'opinion publique. Selon la Société Américaine des Relations Publiques (PRSA, [www.prsa.org](http://www.prsa.org), 2024), les RP reposent sur un travail de veille consistant entre autres à « rechercher, mener et évaluer, de manière continue, des programmes d'action et de communication pour permettre au public d'avoir une compréhension éclairée nécessaire à la réussite des objectifs d'une organisation. Ces programmes peuvent inclure le marketing, les finances, la collecte de fonds, les relations avec les employés, la communauté ou le gouvernement, et d'autres programmes ».

En Côte d'Ivoire, cette pratique est de plus en plus admise par les collectivités locales qui souhaitent se mettre en valeur et asseoir leur légitimité. Elles l'utilisent pour créer et entretenir leur image, partager l'information publique, mais également instaurer la confiance entre administration territoriale et administrés (K. R. KRA, 2023, p. 34). En effet, le transfert de certaines compétences aux collectivités territoriales par les principes de la décentralisation commande aux administrations territoriales ivoiriennes d'œuvrer au développement social, économique, culturel et politique harmonieux de leur localité. Un tel enjeu nécessite d'instaurer un climat de confiance et une compréhension mutuelle au sein des entités territoriales, et entre celles-ci et leurs publics externes. Les relations publiques, en tant que vecteur d'image, de transparence et de crédibilité, se présentent comme une technique à explorer pour conduire une gouvernance locale capable de relever ces défis. Comment alors les relations publiques participent-elles à la bonne gouvernance et à la crédibilité des collectivités locales en Côte d'Ivoire ? L'hypothèse soutient que les RP contribueraient à légitimer l'action publique locale par la mise en œuvre d'une collaboration avec les acteurs locaux, indispensable à l'atteinte des objectifs de développement. L'objectif de cet article est donc d'analyser le rôle des RP dans le management des collectivités locales et leur contribution à la reconnaissance de l'action publique locale par les administrés.

L'étude est adossée à un cadre théorique et méthodologique suivi de l'exposition et de la discussion des résultats.

## 1. Ancrage théorique

La construction du cadre théorique de ce travail repose sur les quatre modèles théoriques développés par J. Grunig et T. Hunt (1984). Il s'agit des modèles agent presse, information publique, bidirectionnel asymétrique et bidirectionnel symétrique.

Premièrement, le modèle de l'agent presse met en évidence une communication unidirectionnelle par laquelle l'organisation tente d'imposer sa vision des choses par la manipulation du public. Il vise à promouvoir l'organisation et ses seuls aspects positifs sans se soucier de la vérité ou de l'exactitude de l'information (D. Maisonneuve *et al.*, 2006, p. 19). Dans les collectivités locales ivoiriennes, ce modèle est mis en perspective. En effet, nous pouvons remarquer que dans la dynamique de communication de ces organisations, l'accent est parfois consciemment ou inconsciemment mis sur les réalisations orchestrées par l' élu local. Cette tendance à la propagande semble créer un mythe autour de l' élu local qui paraît comme l'auteur des réalisations au détriment de l'État qui, a pourtant mis à disposition les ressources matérielles et nécessaires à la satisfaction de cette prérogative. Aujourd'hui, en Côte d'Ivoire, cette situation est observée dans presque toutes les collectivités locales surtout à la veille des échéances électorales. Par exemple, le Conseil régional du Cavally a publié sur sa page officielle *Facebook* le 21 août 2023, à quelques jours des élections régionales : « Après avoir

sollicité le 28 juillet dernier, les populations de la sous-préfecture de Bedy-Goazon, dans le département de Guiglo, reçoivent de la Ministre Anne Désirée Ouloto, une ambulance médicalisée ». À l'analyse, cette action de communication paraît davantage pour le compte de l'élu, la Ministre Anne Désirée Ouloto, Présidente du Conseil régional du Cavally qu'à la solde de l'institution qui a mis ce don à disposition.

Deuxièmement, le modèle de l'information publique est également une communication unidirectionnelle. Mais à la différence du premier, ce modèle théorique accorde une grande importance à la véracité de l'information. Il se base sur la diffusion de l'information purement factuelle. Selon A. M. Gagné (2012, p. 51), le modèle de l'information publique vise à « disséminer l'information sans forcément tenter de persuader ses parties prenantes ». Par exemple, une visite de sensibilisation des populations sur la salubrité de la commune de Yopougon par le maire Adama Bictogo en prélude à la Coupe d'Afrique des Nations 2023, a été retransmise au journal télévisé du 09 janvier 2024 à 20 heures sur la chaîne nationale *RTI 1* ([www.dailymotion.com](http://www.dailymotion.com), 2025). Cette information visait à informer les administrés, les sensibiliser et légitimer l'action publique locale.

Il en est de même pour la tournée régionale d'écoute et d'échanges avec les populations tenue en avril 2025 par le Président du Conseil régional de la Mé en vue de présenter le bilan des actions menées et les perspectives à venir. Cette activité a été relayée par des médias en ligne, notamment *Koaci* dans sa publication du mardi 15 avril 2025.

En ce qui concerne le modèle bidirectionnel asymétrique, il met en évidence une communication dialogique. Ce modèle consiste à décrire les mécanismes par lesquels une organisation qui communique tente d'établir le dialogue avec son public mais « sans que cela influe sur les enjeux organisationnels » (D. Maisonneuve *et al.*, Op.cit., p. 20). Le bidirectionnel asymétrique utilise la rhétorique et la persuasion dans sa démarche pour influencer l'opinion du public en prenant le soin de l'écouter sans toutefois s'engager à satisfaire ses attentes. Parfois, dans les collectivités locales, les réalisations effectuées ne répondent pas forcément (en termes de priorité) aux besoins exprimés par les populations. La polémique provoquée en février 2025 par le déguerpissement des populations dans certaines communes (Yopougon, Adjamé, etc.) et de certains commerces traditionnels qui de par leur positionnement géographique, entachaient l'image des villes de l'intérieur du pays en est une parfaite illustration. D'ailleurs, les appels des déguerpis, de certaines Organisations Non Gouvernementales (ONG) et de la société civile continuent d'être relayés dans la presse et sur les réseaux sociaux, réclamant tantôt des dédommagements, tantôt une véritable politique de logement social ([www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr), 2025).

En outre, le modèle bidirectionnel symétrique représente la situation idéale en communication selon Grunig et Hunt (1984). À la différence du précédent, le bidirectionnel symétrique met en évidence une communication dialogique centrée vers la prise en compte de l'intérêt de l'entreprise et des parties prenantes. Cela implique un échange et un dialogue entre cette dernière et son public dans un effort de co-construction de sens (D. Maisonneuve, Op.cit., p. 17). Le modèle bidirectionnel symétrique se perçoit dans les actions des collectivités territoriales à travers la mise en place des cadres de collaboration structurés tels que les Plateformes Locales de Dialogue Public-Privé (PLDPP). Par exemple, à Bouaké, tout comme dans d'autres régions économiques de la Côte d'Ivoire (San Pedro et Korhogo), ce dispositif de concertation entend créer des conditions favorables à un meilleur climat des affaires en renforçant le dialogue entre l'État, les administrations publiques et les acteurs privés

locaux, et en assurant une plus grande inclusivité dans le processus de croissance (www.lemandatexpress.net, 2025).

S'il est vrai que les modèles théoriques de Grunig et Hunt constituent le socle typologique de cette recherche, ils ne sont pas pour autant considérés comme une représentation exhaustive ou transparente des pratiques de RP. Le modèle bidirectionnel symétrique est notamment appréhendé comme un idéal-type permettant d'interroger le degré de dialogue, de réciprocité et de prise en compte des acteurs territoriaux dans les pratiques observées. Cette approche est mise en perspective avec les relectures critiques qui soulignent les rapports de pouvoir, les asymétries entre organisations et publics ainsi que les limites de l'observation empirique d'une véritable symétrie (J. Roper, 2005 ; J. L'Etang et M. Pieczka, 1996 ; A. Cancel et al., 1997).

De toute évidence les modèles théoriques de J. Grunig et T. Hunt trouvent leur importance dans ce travail en ce sens qu'ils nous permettent de comprendre et de mieux expliquer notre objet d'étude qui consiste à saisir les enjeux des relations publiques dans le management des collectivités locales en Côte d'Ivoire. Autrement dit, il s'agit de mettre en lumière le rôle ou l'importance des relations publiques dans la gestion des collectivités locales.

## **2. Méthodologie**

La démarche qualitative est le substrat de notre approche méthodologique. Elle nous a conduit, dans un premier temps, à effectuer une revue de la documentation scientifique sur le sujet de recherche dans le but de déterminer l'angle d'orientation de ce travail. Les thématiques portant sur les relations publiques, les collectivités locales ivoiriennes, la gouvernance locale, la communication publique locale, etc. figuraient au menu de ce chapitre. Dans un second temps, nous avons cherché à comprendre les stratégies de relations publiques mises en œuvre par les collectivités locales pour rendre dynamique la fonctionnalité de leur territoire. À ce niveau, des entretiens ont été réalisés auprès des responsables administratifs de trois collectivités décentralisées, à savoir les mairies de Bouaké, Katiola et Botro ainsi qu'auprès de leurs administrés. Ce choix procède moins d'une recherche de représentativité statistique de l'ensemble des collectivités ivoiriennes que d'une démarche raisonnée visant une analyse qualitative approfondie. En effet, la limitation de l'étude à trois collectivités répond à la volonté de circonscrire le champ d'investigation et de préserver la cohérence de l'analyse. Elle permet ainsi d'éviter une dispersion du corpus et de privilégier une étude qualitative approfondie des pratiques de relations publiques mises en œuvre au niveau local, en cohérence avec les objectifs et le cadre théorique de la recherche. De plus, en tenant compte de la diversité des configurations territoriales et de leur importance au regard de la problématique étudiée, le choix de Bouaké en tant que pôle urbain majeur permet d'appréhender les pratiques de RP dans une collectivité de grande importance, tandis que Katiola et Botro offrent des configurations de collectivités de taille moyenne. Ces territoires favorisent des pratiques de RP observables, notamment à travers leur mode de gouvernance, de collaboration, de communication et leurs interactions avec les différents acteurs locaux.

Par ailleurs, il est important de noter que les données issues des entretiens ont fait l'objet d'une analyse qualitative thématique à partir d'une grille de lecture construite en fonction des objectifs de la recherche et des dimensions retenues dans le cadre théorique. Cette grille a notamment porté sur les pratiques de RP, les modalités de collaboration avec les acteurs locaux, les mécanismes de participation et de concertation, la légitimation de l'action publique locale ainsi que la contribution des relations publiques aux objectifs de développement local. L'analyse a ensuite consisté en un codage thématique des propos recueillis visant à dégager les thèmes récurrents,

les convergences et les divergences afin de faire ressortir les tendances significatives au sein du corpus. Les résultats issus de cette analyse ont enfin été mis en relation avec les propositions théoriques et l'hypothèse de recherche afin de déterminer dans quelle mesure les données empiriques permettent de la confirmer, de la nuancer ou de l'infirmier.

### **3. Résultats**

#### **3.1. Le management des collectivités locales par les relations publiques**

Les relations publiques se positionnent comme une pratique importante dans la gouvernance des collectivités locales. Elles peuvent servir à un triple niveau : en tant qu'une fonction de direction, un outil d'information et un vecteur d'image et de réputation.

##### **3.1.1. Une fonction stratégique de direction**

Les RP jouent un rôle stratégique dans la gestion des collectivités locales. Au-delà des simples activités de communication, elles mettent l'accent sur la gestion des relations entre l'administration territoriale et ses différentes parties prenantes, internes comme externes. En effet, notre étude des relations publiques relève la mise en place au sein des mairies, de mécanismes et dispositifs de communication transversale destinés à « vendre » l'image des institutions territoriales et des élus ainsi qu'à légitimer leurs actions auprès du public. Selon qu'elles soient considérées comme des collectivités de moyenne ou de grande importance, ces institutions disposent en leur sein, d'une direction, d'un service ou d'une cellule de communication qui assure cette mission conformément à la politique globale de communication et d'image de l'institution et des élus. Prenons l'exemple au niveau de la mairie de Bouaké, une circonscription administrative située au centre de la Côte d'Ivoire à 350 km d'Abidjan. À l'instar d'autres communes de grande importance, cette collectivité décentralisée s'est dotée d'un attaché de presse et d'un service de communication. L'attaché de presse est rattaché au cabinet du maire. Ce dernier anime la communication politique du maire et ses rapports avec la presse. Le service communication est quant à lui rattaché au secrétariat général de cette mairie. Il a en charge l'élaboration et la conduite de la politique de communication et des actions de RP en conformité avec les objectifs et orientations définis par la hiérarchie. Cette tendance est observée dans les autres collectivités enquêtées avec certaines spécificités. À la différence de la mairie de Bouaké, les mairies de Katiola et de Botro ont regroupé ces attributions au sein d'un même service, auquel elles ont confié leur coordination et leur mise en œuvre.

En outre, l'enquête réalisée fait ressortir une conception largement partagée du rôle des services de communication comme instrument d'accompagnement de l'action publique et de prise en compte des attentes légitimes des populations. Le propos de madame Nathanaelle Houphouët, une responsable chargée de communication à la mairie de Bouaké illustre cette dynamique :

« Nous gérons la stratégie de communication de la mairie et assurons sa mise en œuvre à travers des actions d'information, de visibilité et de promotion autour des activités du maire et de la municipalité (...). C'est une mission essentielle que nous devons mener à bien, tant pour la municipalité que pour la population. La population a besoin de savoir ce qui se passe dans sa commune et les actions menées pour son bien-être. »  
(Entretien du 27 juillet 2025).

En d'autres termes, il s'agit pour ces services dédiés, de contribuer à améliorer l'image du maire ainsi que de l'institution qu'il représente mais également à rapprocher l'action

publique locale des préoccupations des administrés en favorisant leur information et leur adhésion. En interne, ils s'assurent en accord avec le secrétaire général de la mairie, des actions d'informations et de coordination, conçoivent et gèrent les divers supports d'information interne, ainsi que mènent des actions pour renforcer la cohésion et la motivation au sein de leur institution.

Dans cette perspective, nos investigations ont révélé que des cérémonies d'hommage et de réjouissance sont souvent organisées à l'endroit des agents de ces entités décentralisées à l'occasion des grandes fêtes annuelles telles que la fête du travail, la fête des pères, des mères, ou encore la fête de fin d'année, afin de les motiver et susciter davantage leur engagement. Selon la responsable de communication interrogée à la mairie de Bouaké « c'est une manière de reconnaître le travail que les agents abattent chaque jour au quotidien. Cela participe à leur épanouissement social et professionnel ». Dans le même sens, monsieur Innocent Attooungbré, chef des services socioculturels à la mairie de Botro lors de notre entretien le 23 juillet 2025 souligne :

« Lorsqu'un agent est épanoui dans son lieu de travail, forcément il sera productif et engagé dans tout ce qu'il fait. Nos patrons doivent prendre en compte cela. Ils doivent tenir compte du bien-être de leurs agents en créant davantage des conditions de travail propices à leur épanouissement ».

Par ailleurs, dans le fonctionnement des collectivités territoriales, il faut faire remarquer également la mise sur place des Comités de Quartier appelés communément CDQ. Ces comités constituent des instruments de relations publiques favorisant le dialogue, l'écoute, la participation citoyenne et le renforcement de la confiance entre l'institution territoriale et les populations. Ils jouent un rôle d'interface et leur mission est de véhiculer l'information du maire aux populations et vice versa. Ils sont mis en mission également pour relever les problèmes que vivent les populations dans leur quotidien. Ces problèmes sont consignés dans un document stratégique qui sert de référence dans l'élaboration des politiques des élus. Les CDQ se présentent comme l'un des organes clés disposant d'un pouvoir consultatif et favorisant une communication participative entre les mairies et les populations.

Le choix des CDQ et de leur nombre dépend du maire. Ils disposent d'un président et de vice-présidents chargés de gérer des commissions dans divers domaines d'activités tels que la santé, l'éducation, l'environnement, et l'agriculture, etc. En guise d'illustration, voyons les images suivantes :

**Figure 1 : Activité de sensibilisation sur la salubrité**      **Figure 2 : Activité de reboisement urbain**



Source : [www.facebook.com/](https://www.facebook.com/) Repéré le 26/08/2025

La première image est relative à une activité de sensibilisation sur la salubrité menée par le Comité de quartier d'Ahougnansou en collaboration avec les autorités municipales de Bouaké dans le cadre du projet « Bouaké Ville Durable » (BVD). Elle s'est tenue le 03 septembre 2022 et a enregistré la participation des leaders d'associations de jeunes, de femmes, des leaders religieux et des autorités coutumières.

Quant à la seconde image, elle montre des individus participant à une opération de reboisement urbain toujours dans le cadre du projet BVD en collaboration avec les CDQ de la commune de Bouaké. Cette campagne avait pour objectif de verdir les quartiers de la commune, d'améliorer la qualité de l'air et de sensibiliser les habitants à l'importance de la nature en milieu urbain.

Par ces actions, la mairie entend faire la promotion du développement durable et impliquer les populations dans la gestion publique locale.

### 3.1.2. Un outil d'information et de communication

Les RP sont une démarche de communication qui mobilise une palette d'outils de communication. Ces outils permettent de faciliter la fluidité de l'information en interne et d'assurer la collaboration interservices. Des supports de communication collaboratifs tels que les notes de service, les notes d'information, les réunions interservices et les séminaires etc sont utilisés par les collectivités locales enquêtées en vue de transmettre de manière cohérente l'information à tous les niveaux de l'organisation territoriale et servent de relais, voire de liens entre les élus, l'administration territoriale et les agents. À titre d'illustration, au sein de la mairie de Bouaké, une note d'information référencée n°2025-346/CBKE/SG/DSA informait et invitait l'ensemble du personnel à une cérémonie de salut aux couleurs nationales, le lundi 25 août 2025 à 07 heures au sein du centre d'État civil de Koko. À travers cette note, les autorités municipales permettent une communication claire et officielle. Elles favorisent une circulation fluide de l'information au sein de l'institution municipale sans risques de désinformation. En marge de son aspect informatif, cette note encourage également le rapprochement entre les agents et véhicule des valeurs civiques et le respect des symboles de la république.

Au niveau externe, l'utilisation régulière des outils de communication que sont la radio, la télévision, les journaux municipaux et les conférences de presse répond à la perspective des relations publiques qui vise à communiquer sur l'institution locale elle-même et rendre ses politiques et actions accessibles, compréhensibles et crédibles. En effet, il s'agit pour ces communes d'informer les populations de l'actualité de leur territoire. Elles rendent leurs politiques accessibles à l'ensemble de la population en vue de renforcer la confiance et améliorer les rapports sociaux à l'intérieur de la collectivité. C'est pourquoi nos collectivités enquêtées se sont dotées de radios communautaires (*Bouaké fm* 96.7 ; *Radio Katiola* 93.5 fm ; *Satiklan* 94.9 fm). Par exemple, la radio locale *Bouaké fm*, hormis des messages d'information souvent intégrés dans des programmes réguliers, offre à travers des émissions spécifiques comme *Allo Bouaké*, la possibilité aux responsables territoriaux de s'exprimer directement et de faire passer des messages sur des sujets contemporains touchant entre autres à la santé publique, aux initiatives municipales, aux événements culturels et aux urgences locales. Cette émission en particulier se déroule chaque samedi de 09 heures à 10 heures 30mn avec la possibilité pour les populations de participer en direct via une ligne téléphonique. De manière générale, ces radios locales ont pour mission d'informer des activités de la collectivité et de recueillir les attentes des populations.

De même, le journal municipal joue un rôle clé dans la transparence administrative et la participation citoyenne. Gilbert Koné Kafana, Maire de la commune de Yopougon

n'en dit pas moins en 2014 lors du lancement des journaux municipaux de sa commune (www.abidjantv.net, 2025) :

« L'objectif majeur de ces publications est d'aider à créer au sein des populations du territoire communal une identité collective et un esprit d'appartenance à même d'aider à la cohésion sociale et au renforcement de la démocratie participative ».

En Côte d'Ivoire, plusieurs communes et en particulier celles du district d'Abidjan ont à leur actif des journaux ou des magazines d'information plus ou moins fonctionnels. C'est le cas des communes de Cocody (*Cocody Mag*) ; Marcory (*Marcory Aujourd'hui*) ; Plateau (*Plateau Mag*) ; Port-Bouët (*Port-Bouët Soleil Infos*) ; Treichville (*Treichville Notre Cité*) et Grand-Bassam (*Grand-Bassam Info*).

Ces outils de relations publiques sont généralement édités par les collectivités elles-mêmes via leurs services de communication. Ces outils servent à informer sur l'évolution de la commune et les initiatives mises en place au profit des populations. Cependant, face à des contraintes financières et surtout à l'évolution des TIC, notamment internet, la presse papier en général et le journal municipal en particulier sont en déclin (F. Richard, 2022 ; A. A. Diallo, 2024). À l'image du journal municipal de Bouaké dénommé *La tribune de Gbêkêkro* qui a cessé de paraître depuis plusieurs années. Les collectivités territoriales s'adaptent donc au développement technologique, raison pour laquelle elles créent des sites internet municipaux (www.mairiedebouake.ci ; www.hambolci.net) et/ou des pages facebook (www.facebook.com/MairieDeBouake ; www.facebook.com/mairiedekatiola ; etc.) afin de véhiculer leurs messages et toucher des audiences plus larges. Ces supports de communication numérique apportent la visibilité aux activités de ces communes et créent un contact constant ainsi qu'une interaction avec leurs citoyens, dans l'optique de maximiser l'impact de leurs messages et améliorer leur capital confiance auprès des populations. Par exemple le site internet de la mairie de Bouaké (www.mairiedebouake.ci), à l'image des autres sites web municipaux, présente la ville dans son ensemble, son histoire, sa culture et son cadre de vie. Ce site internet propose également des services en ligne aux citoyens, des offres d'emploi, des opportunités d'affaires et les différents actes administratifs gérés par la collectivité.

### 3.1.3. Un vecteur d'image et de réputation

Les relations publiques se présentent comme un outil de communication utile pour valoriser l'image institutionnelle des collectivités locales. Selon J. M. Décaudin (2003), « l'image est composée de l'ensemble des représentations affectives et rationnelles qu'un groupe d'individus associe à un produit, une marque ou encore une entreprise » (N. Gardès et al., 2013, p. 158). Autrement dit, elle peut s'appréhender comme la manière dont une collectivité territoriale est perçue par ses différents publics (citoyens, médias, entreprises, associations etc.). En effet, dans le cas des collectivités locales enquêtées, les actions de RP visent à établir et à soigner leur image institutionnelle ainsi qu'à créer une cohésion entre l'administration locale et leurs populations. Nos enquêtes ont permis de relever certaines initiatives qui vont dans ce sens. Il s'agit notamment des activités telles que la construction ou la réhabilitation d'écoles et de centres de santé, l'organisation de journées de salubrité et de remises de dons de matériels, etc. À titre d'exemple, la mairie de Bouaké a procédé à la construction d'une école primaire et d'un centre de santé à Golikro en 2025 ; l'organisation de la semaine de la salubrité le 28 octobre 2023 englobant les sept (07) arrondissements de la commune ; à la remise de vivres offerts le 02 mars 2025 aux fidèles musulmans et chrétiens de la localité en soutien au jeune ramadan et au Carême ; et de matériels didactiques le 12 octobre 2021

à 83 écoles primaires (www.mairiedebouake.ci, 2025). Ces types d'initiatives qui se perçoivent également dans les localités de Katiola et Botro visent à renforcer l'ancrage social de l'institution locale.

Par ailleurs, le président des jeunes du quartier CIDT (Bouaké), monsieur Abdoulaye Konaté, lors de notre entretien téléphonique le 20 août 2025 affirme ceci : « Ces types d'initiatives sont à saluer, car elles permettent de soulager un tant soit peu les populations ». De même, Charles Abé, citoyen souligne « Il y a des familles qui vivent des situations difficiles qu'on ne peut pas imaginer. Il faut que nos autorités pensent à ces personnes-là et veillent à ce que leurs actions les touchent directement » (entretien du 23 juillet 2025). Ces propos mettent en évidence une perception partagée par les enquêtés selon laquelle les actions sociales menées par les autorités locales sont appréciées des populations et vivement sollicitées. Pour monsieur Pié Ouattara, chargé de communication à la mairie de Katiola, il est important de multiplier ces genres d'initiatives, car permettent-ils selon lui, « de rapprocher l'administration municipale des populations et de regagner leur confiance » (entretien du 25 juillet, 2025).

Outre la réalisation des activités à caractère social, les collectivités locales participent à des salons, foires, expositions et autres manifestations promotionnelles qui ont lieu à l'intérieur et même hors de leur espace géographique. C'est le cas de la mairie de Bouaké, qui depuis 2024, participe au Salon International des Collectivités Territoriales (SICT) pour se donner de la visibilité et renforcer son image de marque territoriale. En effet, cette activité est une grande manifestation professionnelle du secteur des collectivités en Côte d'Ivoire. Cet événement rassemble un grand nombre d'acteurs de la commande publique et leurs partenaires nationaux et internationaux. Selon la responsable de communication de la mairie enquêtée, cet événement constitue pour la mairie de Bouaké, un outil privilégié pour se faire connaître, redorer son image et redonner confiance aux acteurs de développement.

### **3.2. Relations publiques, gouvernance et enjeux territoriaux**

#### **3.2.1. Les enjeux de la transparence et de la confiance**

Les organisations publiques, en l'occurrence les collectivités locales font face à la demande croissante des citoyens en matière d'information et de participation aux affaires publiques locales. Pour M. de Fabrègues et D. Dupré (2023, p. 6) :

« La représentativité du monde politique couplée avec la médiatisation des affaires de corruption laisse s'immiscer le doute dans l'opinion publique. Les citoyens, aujourd'hui, ne font plus nécessairement confiance et ont besoin de cette transparence pour essayer d'y croire ».

En effet, pilier essentiel des RP, la transparence permet d'instaurer un climat de confiance nécessaire à l'exercice de la gouvernance des collectivités locales. Elle se définit selon la Banque Asiatique de Développement (1995) comme « la disponibilité des informations pour le grand public et la clarté au sujet des règles, règlements et décision du gouvernement » (H. Park et J. Blenkinsopp, 2011, pp. 251-273). Autrement dit, la transparence se traduit par une démarche consistant pour une collectivité locale, à mettre à la disposition des citoyens, des informations claires, complètes et accessibles sur ses actions, ses décisions et la gestion des ressources locales. Dans ce contexte, les collectivités locales montrent qu'elles sont à l'écoute des populations pour parvenir à une situation qui renforce la confiance et sa crédibilité et par conséquent, développe l'engagement et l'adhésion des citoyens aux politiques locales. D'ailleurs, les conseils municipaux sont organisés dans cette logique. Selon les informations recueillies auprès des responsables administratifs des collectivités locales enquêtées, ces conseils sont

ouverts au public. Avant chaque session, des courriers d'information et d'invitation sont transmis à toutes les administrations et couches socioprofessionnelles ainsi qu'aux populations (associations de femmes et jeunes, communautés ethnique et religieuse etc.). Les conseils se tiennent en général tous les trois mois et se penchent sur les orientations et les priorités de la collectivité. Ils permettent d'établir le programme triennal, de dresser le bilan de l'exercice budgétaire et d'élaborer le budget de l'année suivante en présence des populations. À ces occasions, la parole est également donnée aux populations de présenter leurs doléances et de faire connaître leurs attentes et préoccupations réelles en vue de leur prise en compte. Les conseils sont également couverts par les médias qui sont chargés de relayer les informations à l'ensemble de la population. Pour preuve, le Conseil municipal de la mairie de Bouaké tenu le 17 mars 2025 au titre de l'exercice budgétaire 2025 a été relayé par plusieurs journalistes de la presse écrite comme audiovisuelle (*Taleeb info*, *TF Well TV*, *Event News TV*, *koaci.com*, *Lebanco.net*, etc.). L'objectif étant de garantir une visibilité et une transparence dans les décisions et actions entreprises par la gouvernance locale et par ricochet instaurer un climat de confiance entre celle-ci et son public. Le concept de confiance ici est entendu comme l'« attente d'un comportement coopératif de la part de l'autre » (Meeker, 1983 cité par A-M. Gagné, 2012, p. 87). Il s'agit dans les relations publiques, d'un élément fondamental qui permet d'établir et de maintenir des relations positives entre la collectivité locale et leurs parties prenantes. La confiance permet de bâtir une relation harmonieuse entre l'administration territoriale et les administrés, tout en obtenant l'adhésion de ces derniers aux politiques mises en place.

### 3.2.2. Pour une démocratie participative renforcée

La démocratie participative peut se définir comme un modèle de gouvernance où les citoyens jouent un rôle direct dans la prise de décisions politiques de leur localité. Elle vient en complément de la démocratie représentative, consacrée quant à elle au droit de vote des citoyens. Selon le Centre National de la Fonction Publique Territoriale (CNFPT) ([www.cnfpt.fr](http://www.cnfpt.fr), 2025), la démocratie participative poursuit des objectifs multiples. Ceux-ci peuvent être managériaux :

« informer les habitants des projets du territoire ; faire participer les usagers et connaître leur expertise d'usage, dans une optique de meilleur gestion urbaine ; recueillir les avis des citoyens, et prévenir les conflits, dans un objectif d'optimisation des solutions proposées et des décisions prises ; mobiliser les services administratifs et mieux intégrer les contraintes de modernisation et d'adaptation ».

Mais aussi sociaux :

« améliorer la cohésion sociale, voire la paix sociale, grâce à l'implication des citoyens ; faire émerger un espace de dialogue, générateur de lien social entre les citoyens ; créer un espace de dialogue entre administration locale et citoyens, pour favoriser la confiance mutuelle ».

À travers ces objectifs, nous comprenons aisément tout l'intérêt des relations publiques dont l'enjeu est de mettre en place des dispositifs pour faciliter la participation citoyenne et le dialogue entre les élus locaux, les citoyens et toutes les parties prenantes. En effet, les relations publiques peuvent être un levier stratégique pour renforcer la démocratie participative au sein des collectivités locales. Certaines pratiques des collectivités locales en Côte d'Ivoire démontrent un usage stratégique des relations publiques dans l'instauration de la démocratie locale et comme outil permettant de renforcer le dialogue entre les populations et l'administration territoriale. En marge des dispositions prises

par le législateur (conseils municipaux, etc), ces initiatives s'appuient autant sur une communication relationnelle de proximité telle que les réunions publiques participatives, les cafés-débats et des visites de proximité que sur les opportunités d'interaction offertes par les nouvelles technologies, notamment les espaces digitaux. Cette approche participative se retrouve dans les propos du maire de Katiola, Thomas Camara lors d'un entretien accordé à la presse en ligne *Koaci*, publié le 21/11/2024 :

« Récemment, nous avons invité les opérateurs économiques, les commerçants et nos parents pour une concertation sur la réhabilitation du grand marché de Katiola. (...). Nous leur avons présenté la maquette du nouveau marché et chacun a donné son avis que nous avons bien pris en compte. Nous sommes à la phase d'information et de sensibilisation de tous les acteurs afin que tous adhèrent au projet avant de commencer sa réalisation ».

L'on peut ajouter à ces initiatives, les comités de quartier (CDQ). Ces comités installés par les autorités municipales répondent au souci d'impliquer les populations dans la gestion des politiques publiques locales. Selon F. Rangeon (1999, p. 329-330) :

« Leur vocation affichée étant de donner la parole aux habitants et de favoriser leur participation aux décisions locales, les comités de quartier se donnent explicitement pour mission de contribuer au développement de la démocratie locale, entendue aussi bien au sens d'espace public de débat que de partage et de transparence de la décision ».

En effet, les CDQ favorisent l'implication des citoyens dans la gestion de leur cadre de vie en servant de relais entre les habitants et les autorités municipales. Ils permettent également une meilleure prise en compte des besoins et des préoccupations des populations. Leur rôle est de proposer et de suivre la réalisation de projet d'intérêt public, tout en encourageant la participation des résidents aux décisions concernant le développement de leur localité.

#### 4. Discussions

Les relations publiques sont un outil de gestion stratégique employé par les collectivités locales pour atteindre leur objectif organisationnel. En effet, selon D. A. Gokra (2017, p. 5), « parler de gouvernance des collectivités implique un meilleur fonctionnement de l'administration, la participation des citoyens et la transparence dans la gestion de la collectivité ». Ces exigences ne peuvent être une réalité qu'à la condition d'un dispositif de relations publiques garant de développer un climat de confiance et de compréhension avec les parties prenantes. Nos résultats montrent que dans les collectivités locales étudiées - Bouaké, Katiola et Botro -, les relations publiques peuvent être considérées à la fois comme un mode de direction, un outil d'information et un vecteur d'image et de réputation. Elles englobent différentes stratégies de communication qui permettent de renforcer la communication au sein des administrations locales, et entre celles-ci et leurs parties prenantes (citoyens, médias, investisseurs, partenaires etc.), assurant ainsi une meilleure compréhension des décisions et des politiques entreprises.

Dans son approche de relations publiques, W. Menvielle (2004, p. 91) met en évidence l'importance de cet outil de communication pour les organisations. Pour lui :

« Elles représentent un ensemble de moyens utilisés par les entreprises pour créer un climat de confiance dans leur personnel, dans les milieux

dans lesquels elles sont en rapport et généralement dans le public en vue de soutenir leur activité et d'en favoriser leur développement ».

Autrement dit, les RP permettent d'établir et de maintenir des relations harmonieuses au sein des collectivités locales, entre celles-ci et leur environnement externe. Au-delà des simples activités de communication, elles mettent l'accent sur la gestion des relations entre l'administration et ses différentes parties prenantes, internes comme externes.

P. Kotler et K. Keller (2012, p. 600) partagent cette vision en soulignant que :

« Les relations publiques sont un ensemble de programmes mis en place par une entreprise ou un organisme, afin d'établir ou d'améliorer son image ou celle de ses produits auprès des différents publics qui, à l'intérieur et à l'extérieur de l'institution, conditionnent son développement ».

Pour ces auteurs, les RP visent à positionner le public d'une organisation dans une relation favorable à celle-ci. Dans le contexte des collectivités locales, les actions de relations publiques sont orientées vers la quête d'une image positive qui leur permettra de se construire une réputation solide et appréciable auprès des populations. Elles tentent par divers procédés médiatiques (communiqué de presse, conférences de presse, événement etc.) de rendre leurs actions et politiques accessibles et transparentes de sorte à renforcer leur crédibilité ainsi qu'à faciliter la participation des citoyens à la vie locale.

Selon V. Mabillard et M. Pasquier (2015, pp. 23-34), l'accroissement de la transparence apporte en effet quatre attentes positives à savoir : l'efficacité accrue des activités de l'administration, la réduction de la corruption, l'augmentation de la participation et de la confiance des citoyens. Toutes ces attentes visent à améliorer de façon notable la gouvernance locale et à donner du crédit à ses activités. Lorsque les populations se sentent exclues des processus décisionnels, les politiques des pouvoirs publics peuvent être remises en question. Ce qui peut occasionner des contestations généralisées et un affaiblissement de l'autorité. De même les populations sont moins enclines à s'impliquer, entravant ainsi le développement local. C'est pourquoi, il est nécessaire pour les territoires de faire émerger un dialogue territorial constructif entre l'administration et les citoyens (D. Abbadi et al. 2024).

Ces derniers sont en effet des acteurs clés à mettre au centre de l'action et de la gouvernance locale. Leur implication est primordiale pour faciliter l'appréhension des politiques publiques et permettre à chacune des parties prenantes, de comprendre la part active qu'elle doit jouer pour que le développement soit une réalité. L'enjeu est donc d'amener chaque citoyen à se sentir membre à part entière de la localité de sorte à ce qu'il s'implique dans la vie locale. Dans ce contexte, l'approche des relations publiques telle que nous l'appréhendons dans cette recherche apparaît comme un outil idéal pour influencer les opinions, les attitudes et les comportements dans un cadre de gestion des relations entre l'administration territoriale et les citoyens. Cette démarche favorise le développement d'une conscience civique et des pratiques de participation citoyenne, nécessaire à la bonne gouvernance et à la crédibilité des territoires et par conséquent à leur développement. Aujourd'hui, les autorités locales deviennent de plus en plus soucieuses de poser les bases d'une relation de confiance avec leurs citoyens, et d'asseoir leur légitimité. Des services de communication sont créés dans les administrations avec une intention d'établir une relation étroite avec les populations et répondre à leurs demandes croissantes en matière d'information et de participation.

Il devient alors primordial pour les collectivités territoriales de mettre en place des services de communication modernes et qualifiés, car souvent ces services sont en sous effectifs et manquent surtout d'outils et de spécialistes en RP. Ce constat est partagé par D. Okou dans ses travaux de thèse intitulée : « Réseaux relationnels et construction sociale de l'attractivité des collectivités territoriales en Côte d'Ivoire : cas de la commune de Ouragahio ». Il fait observer que les services en charge de la communication des collectivités sont constitués de non-spécialistes souvent formés « sur le tas » et ce, en dépit de l'importance de la communication pour ces territoires. Il souligne la nécessité de nommer et de recruter un personnel compétent pour établir une communication efficace via notamment les relations publiques. En pratique, les relations publiques vont bien au-delà l'information du public. Elles exigent un processus de gestion bien établi visant la participation du public à la construction de l'image de l'organisation et à établir des relations mutuellement bénéfiques avec ses parties prenantes.

Dans ce sens, V. Arceo (2003, p. 25) cité par J. M. Adhepeau (2012, p. 136) indique « un département des relations publiques devrait se doter d'un responsable pouvant appliquer le modèle théorique idéal (bidirectionnel symétrique) en ayant été bien préparé à l'exercice et la pratique de la profession ». Pour cet auteur, le profil du relationniste public doit être étroitement lié à la formation et à l'éducation dans les modèles théoriques de cette discipline.

### **Conclusion**

En considérant les analyses effectuées, nous retenons que les relations publiques, loin d'être un simple outil de communication dans les collectivités locales, constituent un levier stratégique indispensable pour renforcer la gouvernance locale et légitimer les actions des élus. Elles permettent d'améliorer non seulement la qualité de leurs services publics, mais aussi leur image institutionnelle. Son apport est également important dans la consolidation de la démocratie locale et l'instauration de la confiance entre l'administration territoriale et les citoyens. En favorisant donc la circulation de l'information, l'écoute des citoyens et la valorisation des actions publiques, les relations publiques renforcent la transparence et participent à la construction d'une gouvernance locale plus ouverte et inclusive, nécessaire au développement durable des collectivités territoriales. Toutefois, leur efficacité dépend de la volonté des pouvoirs publics, du niveau de professionnalisation du personnel et de la formalisation des cadres institutionnels favorisant l'expression citoyenne.

Par ailleurs, les résultats de cette étude doivent être appréhendés au regard de certaines limites, notamment le nombre restreint de collectivités enquêtées. Inscrits dans le contexte spécifique des communes de Bouaké, Katiola et Botro, ils ne sauraient être généralisés à l'ensemble des collectivités territoriales ivoiriennes. Ils permettent néanmoins de mettre en évidence des tendances et des logiques de pratiques RP susceptibles d'éclairer la place des relations publiques dans la gouvernance locale.

Ces résultats invitent ainsi à considérer la communication en général et les relations publiques en particulier, comme des leviers importants dans la gestion des collectivités locales en Côte d'Ivoire. Celles-ci gagneraient en réponse aux attentes plus en plus exigeantes des populations, à intégrer davantage des stratégies innovantes de communication et de dialogue avec leurs administrés. Cette perspective ouvre la voie à de nouvelles interrogations portant notamment sur l'impact des outils numériques et des médias sociaux dans le renforcement des relations entre les institutions locales et les citoyens.

## Références Bibliographiques

ABBADI Driss et al., 2024, « Vers une gestion performante des collectivités territoriales au Maroc : rôle de la gouvernance », in *Journal of the geopolitics and geostrategic intelligence*, vol. 5, n° 1, p. 50-71.

ADHEPEAU Julien Michel, 2012, « La gestion des relations publiques dans le gouvernement de Côte d'Ivoire », *Revista internacional de relaciones públicas*, vol. 2, n° 3, p. 131-152.

CANCEL Amanda et al., 1997, « It Depends : A Contingency Theory of Accommodation in Public Relations », in *Journal of Public Relations Research*, vol. 9, n° 1, p. 31-63.

FABRÈGUES (De) Muriel et DUPRÉ David, 2023, « Transparence et action publique : principes, acteurs et enjeux », in *Action publique recherche et pratique*, vol. 3, n° 18, p. 6-15.

GAGNÉ Anne Marie, 2012, *La relation de confiance en relations publiques : vers un modèle d'adéquation contextuelle optimale*, Thèse de doctorat en communication, Montréal (Québec), Université du Québec, 340 p.

GARDÈS Nathalie, BEGUINET Sophie et LIQUET Jean-Claude., 2013, « Du concept d'image à sa mesure, une approche par les représentations sociales », *La revue des sciences de gestion*, vol. 3, n° 261-262, p. 157-166.

GOKRA Dja André, 2017, « Communication internationale et interculturelle : quels enjeux à l'heure du numérique ? ». *GERACII*, vol. 2, n° 1, p. 4-19.

GRUNIG James et Todd HUNT, 1984, *Managing Public Relations*, New York, Rinehart and Winston, 550 p.

KOTLER Philip et KELLER Kevin, 2012, *Marketing management* (14<sup>e</sup> éd.). Pearson. 912 p.

KRA Kouassi Raymond, 2023, *La communication dans les collectivités territoriales en Côte d'Ivoire : des éléments de réflexions théoriques au cas pratiques*, Abidjan, Harmattan. 294 p.

L'ETANG Jacquie et PIECZKA Magda, 1996, « Public Relations and Rhetoric » in L'Etang Jacquie et Pieczka Magda, *Critical Perspectives in Public Relations*, Boston, International Thomson Business Press, 180 p.

MAISONNEUVE Danielle, LAMARCHE Jean-François et ST-ARMAND Yves, 2006, *Les relations publiques dans une société en mouvance* (3<sup>e</sup> éd), Québec, Presse Universitaire du Québec, 402 p.

MENVIELLE William, 2004, *Intégration d'internet dans la stratégie de communication de l'entreprise*, Thèse de doctorat en administration des affaires, Trois-Rivières (Québec), Université du Québec, 403 p.

OKOU Denis Roméo Bolou, 2023, *Réseaux relationnels et construction sociale de l'attractivité des collectivités territoriales en Côte d'Ivoire : cas de la commune de*

Ouragahio, Thèse de doctorat en sciences de la communication, Bouaké (Côte d'Ivoire), Université Alassane Ouattara, 450 p.

PARK Heungsik et BLENKINSOPP John, 2011, « L'influence de la transparence et de la confiance dans la relation entre corruption et satisfaction du citoyen ». *Revue internationale des sciences administratives*, vol. 77, n° 2, p. 251-273.

RANGEON François, 1999, *La démocratie locale : représentation, participation et espace public*. Paris, PUF, 424 p.

ROPER Juliet, 2005, « Symmetrical Communication: Excellent Public Relations or a Strategy for Hegemony? in *Journal of Public Relations Research*, vol. 17, n° 1, p. 69-86.

### Webographie/sources primaires

APPEL Violaine, BOULANGER Hélène et LAVIGNE Alain, 2017, « Relations publiques », *Communication*, vol. 34, n° 2. <http://journals.openedition.org/communication/7257>

DIALLO Abdoul Aziz, 2024, *Côte d'Ivoire : l'agonie de la presse écrite entre chute des ventes et hausse des coûts*. RFI. <https://www.rfi.fr/fr/podcasts/afrique-%C3%A9conomie/20240929-c%C3%B4te-d-ivoire-l-agonie-de-la-presse-%C3%A9crite-entre-chute-des-ventes-et-hausse-des-coûts>

MABILLARD Vincent et PASQUIER Martial, 2015, « Transparency And Trust in Government : A two-way Relationship » in *Swiss Yearbook Of Administrative Science*, vol. 6, n° 1, p. 23-34. DOI : 10.5334/ssas.78

RICHARD Florent, 2022, « En Côte d'Ivoire : les journaux en voie de disparition ? » in *Jeuneafrique*. (Page consultée le 27/08/2025). <https://www.jeuneafrique.com/1299006/politique/en-cote-divoire-les-journaux-en-voie-de-disparition/>

<https://www.prsa.org/about/all-about-pr> (Page consultée le 28/12/2024).  
[https://www.cnfpt.fr/sites/default/files/relation\\_habts\\_03\\_demo\\_participative.pdf](https://www.cnfpt.fr/sites/default/files/relation_habts_03_demo_participative.pdf)  
(Page consultée le 01/02/2025).

<https://www.dailymotion.com/video/x8rbv4x> (Page consultée le 25/08/2025).

[https://www.lemonde.fr/afrique/article/2024/03/15/en-cote-d-ivoire-abidjan-se-modernise-en-repoussant-les-plus-pauvres-vers-la-peripherie\\_6222195\\_3212.html?utm](https://www.lemonde.fr/afrique/article/2024/03/15/en-cote-d-ivoire-abidjan-se-modernise-en-repoussant-les-plus-pauvres-vers-la-peripherie_6222195_3212.html?utm) (Page consultée le 26/08/2025).

<https://www.facebook.com/share/1NwsyPkJcE/> (Page consultée le 26/08/2025).

<https://www.facebook.com/share/1CKjAhxBQQ/> (Page consultée le 26/08/2025).

<https://www.lemandatexpress.net/2025/02/20/plateforme-locale-de-dialogue-public-prive-une-mission-a-bouake-du-24-fevrier-au-1er-mars/> Page consultée le 26/08/2025.

<https://abidjantv.net/art-et-culture/le-maire-de-yopougon-lance-deux-journaux-pour-la-commune-les-raisons/> (Page consultée le 27/08/2025).

<https://www.mairiedebouake.ci/> (Page consultée le 27/08/2025).

[https://www.koaci.com/article/2025/03/03/cote-divoire/societe/cote-divoire-gbeke-la-communaute-chretienne-et-musulmane-beneficient-de-40-tonnes-de-vivres-du-conseil-regional\\_184917.html](https://www.koaci.com/article/2025/03/03/cote-divoire/societe/cote-divoire-gbeke-la-communaute-chretienne-et-musulmane-beneficient-de-40-tonnes-de-vivres-du-conseil-regional_184917.html) (Page consulté le 27/08/2025).

[https://www.koaci.com/article/2024/11/21/cote-divoire/politique/cote-divoire-apres-11-ans-a-la-tete-de-la-mairie-de-katiola-thomas-camara-dresse-son-bilan-voici-mes-realizations-majeures-qui-ont-eu-un-impact-sur-la-vie-quotidienne-des-habitants\\_182507.html](https://www.koaci.com/article/2024/11/21/cote-divoire/politique/cote-divoire-apres-11-ans-a-la-tete-de-la-mairie-de-katiola-thomas-camara-dresse-son-bilan-voici-mes-realizations-majeures-qui-ont-eu-un-impact-sur-la-vie-quotidienne-des-habitants_182507.html) (Page consultée le 27/08/2025).