

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

UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

Bouaké – Côte d'Ivoire

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

REL@COM

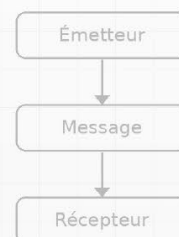
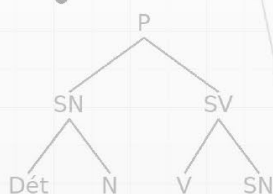
LANGAGE ET COMMUNICATION

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

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

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^{ème} Éd et par ordre alphabétique. Ne sont présentées dans les références bibliographiques que les références des documents cités.

II. NORMES EDITORIALES : APA 7^{ÈME} ÉDITION

Pour répondre aux Normes APA 7^{ème} 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 TANOAH (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

**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**

**SOCIAL PROTECTION INSTITUTIONS' COMMUNICATION FACING THE
CHALLENGE OF REACHING INFORMAL SECTOR ACTORS IN BOUAKÉ:
A CASE STUDY OF THE CNPS**

Khan KOUAMÉ

Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

khankouame@gmail.com

Ardjouma TUO

Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

tuoardjouma@gmail.com

Harold Georges YAPI

Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

haroldyapi2000@gmail.com

Résumé

Malgré l'entrée en vigueur du Régime Social des Travailleurs Indépendants (RSTI) en 2020, moins de 200 000 travailleurs informels ivoiriens cotisent effectivement à la Caisse Nationale de Prévoyance Sociale (CNPS), sur un secteur informel qui concentre plus de neuf emplois sur dix à Bouaké. Cet article interroge la communication des Institutions de Protection Sociale (IPS), saisie ici à travers le cas de la CNPS, face à ce défi de captation, en mobilisant un cadre théorique articulant communication institutionnelle, théorie de la confiance, théorie des représentations sociales et marketing social. Une enquête mixte, conduite à Bouaké de mars à avril 2026 par questionnaire auprès de 189 acteurs de l'économie informelle et complétée par trois focus groups de huit participants, montre que les messages diffusés par les IPS relèvent d'une logique de diffusion descendante et administrativement codée, peu lisible pour des publics dont la confiance envers les institutions reste fragilisée par l'histoire politique récente de la ville. Les résultats révèlent un écart marqué entre les canaux mobilisés par les IPS, essentiellement médiatiques, et les canaux réellement crédibles pour les enquêtés, dominés par le bouche-à-oreille et les réseaux de proximité : le bouche-à-oreille obtient le score de saillance le plus élevé (1,85) quand les associations professionnelles n'atteignent que 0,12. La discussion propose une lecture communicationnelle de cet écart, articulée aux théories de la confiance systémique et des représentations sociales, et plaide pour un basculement d'un paradigme de diffusion vers un paradigme de communication dialogique ancrée dans les associations professionnelles.

Mots-clés : communication institutionnelle; protection sociale; secteur informel; confiance; Bouaké.

Abstract

Despite the entry into force of the Social Regime for Independent Workers (RSTI) in 2020, fewer than 200,000 Ivorian informal workers actually contribute to the National Social Welfare Fund (CNPS), out of an informal sector that accounts for more than nine jobs out of ten in Bouaké. This article examines the communication of Social Protection Institutions (SPIs), approached here through the case of the CNPS, in facing this enrolment challenge, drawing on a theoretical framework combining institutional

communication, trust theory, social representation theory and social marketing. A mixed-methods survey conducted in Bouaké from March to April 2026 through a questionnaire administered to 189 informal economy actors, supplemented by three focus groups of eight participants each, shows that the messages disseminated by SPIs follow a top-down, administratively coded diffusion logic, poorly suited to audiences whose trust in institutions remains weakened by the city's recent political history. The findings reveal a marked gap between the channels used by SPIs, mostly mainstream media, and the channels actually deemed credible by respondents, dominated by word-of-mouth and proximity networks: word-of-mouth reaches the highest salience score (1.85) while professional associations barely reach 0.12. The discussion offers a communicational reading of this gap, drawing on systemic trust and social representation theories, and argues for a shift from a diffusion paradigm to a dialogic communication paradigm anchored in informal professional associations.

Keywords : institutional communication; social protection; informal sector; trust; Bouaké.

Introduction

La protection sociale est l'un des piliers de la cohésion économique et sociale de toute société organisée. En Côte d'Ivoire, cet idéal se heurte à une réalité structurelle tenace : environ 90 % des travailleurs ne bénéficient d'aucune protection sociale, car exclus du champ d'application des régimes d'assurance sociale (IPS-CNPS, 2024). Ce chiffre s'explique d'abord par la prédominance d'une économie informelle devenue le mode dominant d'organisation du travail : 93,6 % des emplois en sont issus (DEP, 2018) et elle représente entre 30 % et 40 % du PIB national (FMI, 2017, cité par la DEP, 2018).

À Bouaké, deuxième ville du pays et capitale économique de l'intérieur, la part de l'emploi informel atteint 89,4 % en 2019 (AFD, 2019), et environ 90 % des emplois des jeunes s'y trouvent (OIM, 2023). Cette ville-carrefour, dont la trajectoire post-crise a vu se développer un tissu dense d'activités informelles, concentre des travailleurs qui demeurent structurellement en dehors des filets de protection sociale. L'absence de couverture sociale n'est pourtant pas une fatalité: elle résulte de barrières économiques, administratives, culturelles et, surtout, communicationnelles que les Institutions de Protection Sociale (IPS) n'ont pas encore su surmonter.

Pour répondre à ce défi, l'ordonnance n° 2019-636 du 17 juillet 2019, suivie du décret n° 2020-308 et de l'arrêté du 16 juillet 2020, a institué le Régime Social des Travailleurs Indépendants (RSTI), qui ouvre depuis 2020 aux acteurs informels un accès aux garanties de prévoyance sociale (IPS-CNPS, 2021). Depuis son déploiement, 1,6 million de travailleurs y ont été enregistrés (MEPS, 2026), mais ces chiffres restent loin du potentiel théorique du marché informel ivoirien: parmi les cotisants de la CNPS, seulement 160 000 relèvent du secteur informel, contre 933 000 pour le secteur formel (Ministère de l'Emploi et de la Protection sociale, cité par Abidjan.net, 2022).

Cette sous-captation ne s'explique pas par la seule inertie économique ou une résistance passive des intéressés : elle renvoie à un problème communicationnel systémique. Le secteur informel s'entend comme l'ensemble des activités économiques réalisées sans les qualités administratives exigées, dont celles relatives à la sécurité sociale (CCI-BKE, 2024), ce qui montre que l'informalité n'est pas synonyme d'indifférence à la protection sociale : elle traduit souvent une ignorance des dispositifs disponibles, une méfiance envers les institutions, ou une inadéquation entre les formats de communication institutionnels et les codes culturels des publics visés. La Chambre de Commerce et

d'Industrie de Bouaké formule une mise en garde que les sciences de l'information et de la communication (SIC) permettent de théoriser :

On ne peut pas faire le bonheur des gens à leur place et à leur insu. La sensibilisation permettra aux acteurs de prendre conscience de l'importance des programmes de prévention et de protection sociale. Pour être efficace, elle doit être conduite par des professionnels, en s'appuyant sur les faitières et associations professionnelles telles que les associations de couturiers de Bouaké, les commerçants ou les transporteurs. (CCI-BKE, 2024, p. 6)

Cette prise de position conforte l'idée que la communication des IPS doit être pensée non comme un simple canal de diffusion de l'information administrative, mais comme un ajustement permanent entre des institutions productrices de sens et des publics dotés de leurs propres représentations. La Banque mondiale souligne que le secteur informel est confronté à des défis distincts, l'irrégularité et la faiblesse des revenus notamment, qui requièrent des stratégies de communication spécifiques (Banque mondiale, 2020) : ses travailleurs, ni assez pauvres pour les filets de sécurité, ni intégrés à l'économie officielle, constituent le « segment manquant » des politiques de protection sociale. Les institutions de prévoyance sociale se définissent par leur vocation solidaire et leur capacité à produire des garanties collectives (CTIP, 2021), mais leur efficacité dépend de leur aptitude à atteindre et convaincre les populations qu'elles couvrent. Or les dispositifs communicationnels des IPS ivoiriennes, formulaires standardisés, campagnes généralistes, communication urbaine et centralisée, semblent structurellement inadaptés à la diversité des profils des travailleurs informels de Bouaké.

C'est précisément ce décalage entre le potentiel normatif des réformes engagées et les limites pratiques de leur communication institutionnelle qui constitue le problème central de la présente recherche. En ancrant l'analyse dans le contexte spécifique de Bouaké, ville dont la position de carrefour, la diversité socioprofessionnelle et la densité du tissu informel en font un terrain particulièrement révélateur, cette étude se propose d'analyser comment les IPS communiquent face au défi de la captation des acteurs du secteur informel.

1. Revue critique de littérature

1.1. La communication institutionnelle : entre prescription et réception

La communication des organisations publiques a longtemps été pensée sur le modèle de la diffusion : une institution produit un message, le met en circulation et attend que les publics s'y conforment. Ce modèle, hérité des théories de l'information de C. E. Shannon et W. Weaver (1949), a structuré pendant des décennies les pratiques communicationnelles des administrations et, par extension postcoloniale, celles de leurs homologues africaines. Il a aussi longtemps dominé la littérature sur la communication des institutions de protection sociale, qui tendait à traiter les problèmes d'adhésion comme de simples problèmes d'information, lecture qui n'est pas erronée, mais très insuffisante.

Les travaux de J. Habermas (1987) sur l'agir communicationnel ont ouvert une brèche théorique décisive : la communication n'est pas seulement un acte de transmission, c'est un processus d'intercompréhension qui suppose des conditions de réciprocité et d'accès équitable à la parole. Ce cadre révèle que le problème de mobilisation des IPS auprès du secteur informel n'est pas uniquement technique, mais structurel : les institutions produisent des discours codés selon leurs propres normes administratives, juridiques et bureaucratiques, adressés à des publics dont les pratiques d'information sont

fondamentalement différentes. Il ne s'agit donc pas d'un déficit d'information, mais de traduction. J. E. Grunig et T. Hunt (1984) ont formalisé cette tension en distinguant la communication unidirectionnelle asymétrique, où l'institution parle sans écouter, de la communication bidirectionnelle symétrique, où elle ajuste ses messages aux retours de ses publics ; les IPS africaines fonctionnent, dans leur grande majorité, encore selon le premier modèle, comme le confirment P. Zémor (1992) pour la France et les rares études disponibles en Afrique de l'Ouest. T. Libaert (2013) insiste sur la distinction entre communication d'information (transmettre des contenus) et communication de relation (construire une confiance dans la durée).

Pour une IPS qui cherche à capter des travailleurs informels dont le premier réflexe est la méfiance à l'égard de l'État, cette distinction est opérationnelle plutôt qu'académique : il ne s'agit pas de diffuser plus d'informations, mais de construire, lentement et dans la proximité, une relation de confiance suffisante pour que l'information soit entendue et suivie d'effet. Le concept de légitimité communicationnelle de M. J. Metzger (2007) est ici mobilisable : une IPS n'est pas automatiquement perçue comme légitime, sa légitimité devant être gagnée et entretenue dans la durée, ce qui contraste avec l'approche dominante des IPS africaines, qui supposent que leur statut institutionnel leur confère d'emblée une autorité communicationnelle.

1.2. Le secteur informel comme objet de recherche

Le terme « secteur informel » a été introduit par K. Hart (1973) sur l'emploi urbain à Accra, puis officialisé par le BIT dans son rapport sur le Kenya (BIT, 1972). Depuis, la notion a été définie tour à tour par ses caractéristiques productives, par son rapport au droit (activités non enregistrées, non imposées), par ses conditions d'emploi (absence de contrat, absence de protection sociale) et, plus récemment, par son rapport aux institutions formelles (W. F. Maloney, 2004 ; G. Perry et al., 2007). La définition juridico-administrative, la plus courante en Côte d'Ivoire, tend à homogénéiser ce qui est hétérogène : le petit commerçant dioula installé depuis 20 ans au marché de Bouaké, le réparateur de motos du quartier Djèmèly et le jeune livreur affilié à une application numérique sont tous « informels » selon les critères administratifs, mais leurs pratiques d'information sont radicalement différentes. C. O. N. Moser (1978) avait déjà alerté sur ce risque à Bogotá, en distinguant les unités de survie des petites entreprises dont la logique économique est proche du secteur formel. Cette distinction est décisive pour la communication : les arguments qui convainquent un vendeur ambulant d'adhérer aux IPS ne sont pas ceux qui convainquent un menuisier employant trois salariés.

Les travaux africains sur le secteur informel sont passés d'une perspective déficitaire à une perspective de capacités. P. Hugon (1990) a montré qu'il ne s'agit pas d'un résidu voué à se résorber avec la croissance, mais d'une structure durable, dotée de sa propre logique de régulation. En Côte d'Ivoire, l'INS (2016) confirme que 93,6 % des emplois en relèvent, pour 30 % à 40 % du PIB national (FMI, 2017, cité par la DEP, 2018) : la question pour les IPS n'est pas d'attendre que le secteur se formalise pour le couvrir, mais de le couvrir tel qu'il est. F. Lund et S. Srinivas (2000), sur l'Inde et l'Afrique du Sud, montrent que les campagnes durables sont celles qui intègrent les associations de travailleurs informels comme partenaires de la communication, non comme simples destinataires : ce sont des instances de légitimation dont l'approbation conditionne la réception des messages par leurs membres. La CNPS l'a compris partiellement, ses documents évoquant la nécessité de passer par les associations professionnelles (CCI-BKE, 2024) sans en faire le centre d'une stratégie formalisée.

La littérature internationale sur l'extension de la protection sociale, abondante depuis la Recommandation n° 202 de l'OIT (2012), documente les obstacles économiques et

administratifs mais reste silencieuse sur les obstacles communicationnels. Le PNUD (2020) identifie l'« illettrisme financier » comme un frein, mais le traite comme une caractéristique des publics plutôt que comme un problème de conception des messages, supposant que comprendre suffit à adhérer, présupposé cognitiviste que les SIC permettent de contester. La Banque mondiale, avec le programme WURI (2020), mise sur les plateformes numériques de paiement, approche technologique qui sous-estime la dimension symbolique de l'adhésion, laquelle n'est pas qu'un calcul coût-bénéfice mais aussi un acte de confiance. Les travaux francophones sur la région privilégient d'ailleurs les approches économiques, réduisant la dimension communicationnelle à des appels génériques à la « sensibilisation ». R. Y. Gnabeli (2006), sur les associations professionnelles informelles ivoiriennes, montre qu'elles régulent l'information selon des logiques de confiance interpersonnelle, à l'opposé de la logique unilatérale des campagnes institutionnelles : leurs membres se font confiance entre eux et se méfient des institutions venues les « sensibiliser » de l'extérieur, constat que M. Lelart (1989) retrouve pour les tontines, dont la réciprocité explique la préférence de certains travailleurs pour ce système plutôt que pour le RSTI.

1.3. La confiance dans les organisations comme variable communicationnelle

Un concept traverse toute la littérature sur l'adhésion des populations précaires aux systèmes de protection sociale sans jamais être pleinement théorisé du point de vue communicationnel : la confiance. A. Giddens (1990) a montré que dans les sociétés modernes, la confiance dans les systèmes experts, dont font partie les institutions de protection sociale, repose sur des « points d'accès » où des personnes compétentes médiatisent la relation entre le profane et le système abstrait. La confiance dans la CNPS ne passe donc pas directement par les textes de loi ou les brochures officielles, mais par des acteurs de proximité qui incarnent localement la crédibilité de l'institution.

Cette perspective est décisive pour Bouaké, dont la longue crise politico-militaire a durablement abîmé la relation entre une partie de la population et les institutions de l'État, méfiance vécue dans les pratiques économiques informelles comme une forme de résistance et d'autonomie. Une IPS qui se présente avec les codes visuels et administratifs de l'État ne peut donc pas supposer que sa légitimité est acquise d'avance. N. Luhmann (1979) distingue la confiance personnelle, fondée sur la connaissance directe d'un individu, de la confiance systémique, fondée sur la croyance en la fiabilité d'une institution : les travailleurs informels de Bouaké ont une forte capacité à construire la première, nourrie par leurs réseaux communautaires et professionnels, mais la seconde, envers les institutions de protection sociale, reste faible et fragile. Cette asymétrie plaide pour des stratégies qui s'appuient sur des acteurs humains de confiance (agents de terrain, leaders associatifs, pairs déjà affiliés) plutôt que sur des campagnes institutionnelles impersonnelles.

Une convergence de lacunes définit ainsi précisément l'espace dans lequel s'inscrit cette recherche : aucun des champs parcourus ne s'est intéressé empiriquement à la communication des IPS en direction des travailleurs informels dans une ville secondaire d'Afrique de l'Ouest post-crise, et aucun n'a construit un cadre analytique articulant pratiques communicationnelles des institutions, représentations sociales des publics et conditions contextuelles de réception.

2. Méthodologie et protocole de recherche

L'étude a été conduite à Bouaké, ville caractérisée par un pôle économique dense où l'économie informelle (commerce, transport, artisanat) est très dynamique. Elle repose sur une enquête de terrain conduite du 2 mars au 4 avril 2026, consistant à approcher les acteurs de l'informel dans les marchés de proximité de la ville (Air-France, Koko,

Sokoura, Dar-es-Salam), identifiés comme tels par l'enquête qualitative de la Banque mondiale sur la productivité et la résilience des acteurs informels urbains en Côte d'Ivoire (R. B. Karlen et al., 2023), conduite notamment à Bouaké. Cette dernière distingue deux types d'unités économiques informelles : les micro-entrepreneurs (ME), qui disposent d'une certaine stabilité et d'un capital minimal, et les auto-entrepreneurs (AE), qui exercent dans la précarité et sans infrastructure fixe.

Les données qualitatives ont été collectées par focus groups administrés in situ auprès de trois groupes de huit personnes, composés respectivement de conducteurs de motos-taxi, de restauratrices et de coiffeuses et commerçantes ; elles ont été retranscrites par focus et exploitées à l'aide d'une analyse de contenu thématique simplifiée. Les données quantitatives ont été recueillies par questionnaire auprès de 189 acteurs de l'économie informelle à Bouaké, toutes catégories confondues, puis traitées avec le logiciel Sphinx Plus 5.

3. Résultats et discussion

Cet axe de l'étude évalue la portée de la communication des IPS dans la sensibilisation des acteurs de l'économie informelle à la souscription. Trois résultats tangibles se dégagent : la typologie des messages produits par l'IPS-CNPS à l'endroit des acteurs du secteur informel ; les représentations et discours dominants autour des campagnes de communication des IPS ; et les attentes des populations actives dans le secteur informel à Bouaké.

3.1. Typologie des messages produits par l'IPS-CNPS à l'endroit des acteurs du secteur informel

Ce premier résultat porte sur la nature des énoncés que l'IPS-CNPS met en circulation en direction des acteurs de l'économie informelle. Il repose sur le croisement de trois corpus : les réponses des 189 enquêtés (tableau 1) ; les supports institutionnels produits par l'institution et les propos du directeur de l'agence CNPS de Bouaké recueillis en entretien semi-directif ; et les comptes rendus de presse des campagnes d'enrôlement conduites depuis 2023 (F. Ehouman, 2023 ; AIP, s. d.). De ce croisement se dégagent cinq registres de messages, dont quatre seulement s'adressent aux acteurs de l'économie informelle et dont la hiérarchie d'émission ne coïncide pas avec la hiérarchie de réception.

Le tableau 1 donne les effectifs pour chaque rang et pour la somme ; le rang moyen figure entre parenthèses dans l'avant-dernière colonne. En volume, c'est la « garantie sociale » qui domine (108 citations, 57,1 %), devant la « sensibilisation à la cotisation » (96, 50,8 %) et la « présentation des IPS » (85, 45,0 %). En rang, l'ordre s'inverse : la « présentation des IPS » obtient le rang moyen le plus élevé (0,92), citée 83 fois en première position contre deux en seconde, tandis que la « garantie sociale » (0,74) n'apparaît qu'à 28 reprises en rang 1 contre 80 en rang 2. Ce que les acteurs citent spontanément en premier, c'est donc l'institution elle-même, immédiatement suivie de l'appel à cotiser (70 citations en rang 1) ; la contrepartie promise n'émerge qu'en position seconde. Le poids de la modalité résiduelle « autre » (70 citations, dont 68 en rang 2) indique que la nomenclature institutionnelle n'épuise pas ce que les acteurs déclarent entendre.

Tableau 1 : Résultats de l'analyse des typologies de messages des IPS

Contenu du message	Nb. cit. (rang 1)	Fréq.	Nb. cit. (rang 2)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
Non réponse	6	3,2 %	7	3,7 %	6	3,2 %
Présentation des IPS	83	43,9 %	2	1,1 %	85 (0,92)	45,0 %
Sensibilisation à la cotisation	70	37,0 %	26	13,8 %	96 (0,91)	50,8 %
Garantie sociale	28	14,8 %	80	42,3 %	108 (0,74)	57,1 %
Autre	2	1,1 %	68	36,0 %	70 (0,39)	37,0 %
TOTAL OBS.	189		189		189	

Source : Kouamé K., Tuo A., Yapi H., 2026

Ces trois modalités recouvrent des énoncés de nature très différente. Le tableau 2 en restitue la matérialité à partir de spécimens de messages effectivement produits par l'IPS-CNPS, attestés par les supports institutionnels, les archives de presse et les entretiens conduits auprès de l'agence de Bouaké.

Tableau 2 : Spécimens de messages de l'IPS-CNPS par registre d'énonciation

Registre	Spécimen de message	Support et source
Identitaire (faire exister l'institution et redéfinir son périmètre)	« La CNPS maintenant c'est pour tout le monde » ; « La CNPS avec vous »	Spots radio et télé ; page Facebook officielle (IPS-CNPS, s. d.)
Contributif (enrôler et faire cotiser)	« On ne leur dit pas que c'est obligatoire, on leur dit : le RSTI, c'est pour vous »	Entretien, directeur d'agence CNPS de Bouaké ; campagnes d'enrôlement de masse (F. Ehouman, 2023 ; AIP, s. d.)
Promissif (énoncer la contrepartie garantie)	« Plus je cotise, plus mon indemnisation est élevée » ; affiche d'une bénéficiaire du congé de maternité	Présentation institutionnelle du RSTI (IPS-CNPS, 2024) ; affichage public, enquête de terrain
Procédural (expliquer la démarche et le barème)	« Nous, on ne prend pas d'argent ; chaque travailleur indépendant enrôlé fait lui-même son programme de paiement »	Site institutionnel e-CNPS ; entretien de terrain
Préventionnel (non adressé aux acteurs informels)	Présentation du concept « Vision Zéro » et des bénéfices de la prévention des risques professionnels	Atelier avec les chefs d'entreprise de Bouaké, 23 février 2024 (Afrikipresse, 2024)

Source : Kouamé K., Tuo A., Yapi H., 2026, d'après IPS-CNPS (2024, s. d.), F. Ehouman (2023), AIP (s. d.) et Afrikipresse (2024)

Le premier registre est identitaire : il consiste moins à informer qu'à faire exister l'institution dans l'espace public. Le slogan « La CNPS maintenant c'est pour tout le monde » en condense l'opération : il n'énonce pas ce que fait l'institution, il énonce à qui elle s'adresse désormais, tout comme « La CNPS avec vous » ou « La CNPS, c'est une affaire de tous ». Ce registre produit des effets mesurables : 59 % des enquêtés déclarent bien connaître la CNPS, et 62,8 % en ont entendu parler par la télévision. Mais

la notoriété n'est pas la compréhension, puisque 51,5 % entendent parler du RSTI pour la première fois au moment de l'enquête : l'institution est connue, son dispositif ne l'est pas.

Le deuxième registre est contributif : il porte l'injonction à s'enrôler et à cotiser. Le directeur de l'agence de Bouaké le formule sans détour : « L'objectif prioritaire n'est pas juste de communiquer mais d'enrôler [...] nous avons un nombre de travailleurs indépendants à enrôler chaque année », un objectif fixé à 40 000 enrôlements pour l'exercice considéré, retrouvé à l'échelle nationale dans les campagnes de masse (F. Ehouman, 2023 ; AIP, s. d.). Ce registre se donne pour ce qu'il n'est pas : « on ne leur dit pas que c'est obligatoire, on leur dit le RSTI c'est pour vous », l'obligation légale de l'ordonnance n° 2019-636 étant ainsi convertie en argument d'opportunité, ce que le responsable interrogé nomme lui-même « stratégie marketing ».

Le troisième registre est promissif : il énonce ce que l'affiliation garantit, avec un barème de 12 % pour les revenus compris entre 30 000 et 180 000 francs CFA, des indemnités journalières, une allocation de maternité et une pension viagère à partir de 60 ans (IPS-CNPS, 2024), via l'argument de rendement (« plus je cotise, plus mon indemnisation est élevée »), l'énoncé d'ouverture des responsables et la preuve par le cas, comme l'affiche d'une bénéficiaire du congé de maternité. C'est le contenu le plus cité, mais presque toujours en seconde position (rang moyen de 0,74, contre 0,92 pour la présentation institutionnelle). Si les enquêtés associent majoritairement l'affiliation à la couverture maladie (66,3 %) et à la retraite (57,1 %), les allocations familiales ne sont citées que par 22,4 % d'entre eux et 9,2 % ne perçoivent aucun avantage concret ; surtout, 48 % déclarent ignorer le montant des cotisations : ce registre énonce des bénéfices sans en énoncer le prix, interdisant précisément le calcul que la communication prétend susciter.

Le quatrième registre est procédural : il décrit les démarches d'affiliation et l'usage de la plateforme e-CNPS, avec une fonction de dédramatisation de l'administration : « nous, on ne prend pas d'argent [...] nous ne sommes pas là pour les arnaquer ». La réception dément cet objectif : 52,1 % des enquêtés déclarent ne pas comprendre le fonctionnement du système, loin devant le coût des cotisations et la complexité des démarches (17,7 % chacun). Le premier obstacle à l'adhésion n'est donc ni économique ni administratif, mais cognitif, produit par le registre censé le lever. Un cinquième registre, préventif, existe mais n'atteint pas les acteurs informels : en février 2024, l'agence de Bouaké a présenté aux chefs d'entreprise le concept « Vision Zéro » de prévention des risques professionnels (Afrikipresse, 2024), registre réservé au secteur formel. L'asymétrie est instructive : aux entreprises formelles, un partenariat de prévention ; aux acteurs informels, une offre d'enrôlement.

La typologie ainsi reconstituée fait apparaître une hiérarchie discutable : l'IPS-CNPS ouvre ses messages sur elle-même et sur l'obligation contributive, et ne place la contrepartie qu'en position seconde, alors que c'est elle qui structure la décision d'adhérer, puisque 73,5 % des enquêtés se déclarent prêts à s'affilier ou à y encourager un proche si la communication était plus claire. Ce déséquilibre relève de ce que J. E. Grunig et T. Hunt (1984) décrivent comme un modèle d'information publique, sans dispositif d'ajustement aux publics : interrogé sur l'existence de mécanismes de retour d'information, le directeur de l'agence répond sans détour : « Non, il n'en existe pas ». Ailleurs en Côte d'Ivoire, chez les conducteurs de gbaka d'Abobo, la représentation dominante assigne de même l'assurance maladie aux seuls employeurs (D. M. Moro, F. R. Brou et K. M'Bra, 2023, p. 54-60). T. Sesan (2021), sur le Nigeria, l'Ouganda et le Togo, montre que les dispositifs qui couvrent l'économie informelle articulent plateformes numériques et médiation humaine itinérante ; l'IPS-CNPS mobilise

abondamment le premier terme et très peu le second, puisque 42,9 % des enquêtés n'ont jamais rencontré d'agent de terrain.

3.2. Représentations et logiques du discours dominant autour de la communication de l'IPS-CNPS

Le tableau 3 analyse les logiques du discours des IPS, avec le rang moyen entre parenthèses dans l'avant-dernière colonne. Les résultats témoignent d'une méconnaissance des discours de l'IPS-CNPS : avec un rang moyen de 1,01, « Soignez-vous à moindre coût » est le discours le mieux accepté, loin devant le discours officiel effectivement diffusé, « La CNPS, c'est une affaire de tous » (0,77), proche de « Préparez votre retraite pour ne pas être une charge » (0,61) ; « C'est obligatoire pour tous les Ivoiriens » (0,45) est négligé. L'analyse révèle ainsi une logique de captation plutôt que de séduction ou d'accompagnement.

Tableau 3 : Étude des logiques du discours des IPS

Message apprécié	Nb. cit. (rang 1)	Fréq.	Nb. cit. (rang 2)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
Non réponse	3	1,6 %	31	16,4 %	3	1,6 %
« La CNPS, c'est une affaire de tous »	71	37,6 %	1	0,5 %	72 (0,77)	38,1 %
« Soignez-vous à moindre coût »	81	42,9 %	25	13,2 %	106 (1,01)	56,1 %
« Préparez votre retraite pour ne pas être une charge »	23	12,2 %	67	35,4 %	90 (0,61)	47,6 %
« C'est obligatoire pour tous les Ivoiriens »	11	5,8 %	62	32,8 %	73 (0,45)	38,6 %
TOTAL OBS.	189		189		189	

Source : Kouamé K., Tuo A., Yapi H., 2026

C'est dans cette même veine qu'Arnaud Dema, conducteur de taxi-moto à Bouaké, affirme : « Ils parlent un langage de riche. » Cette assertion révèle une dichotomie entre les intentions du discours de l'IPS-CNPS et sa compréhension par les acteurs de l'économie informelle, qui se sentent exclus, alors même que la CNPS offre à ses adhérents une couverture maladie et accident, une protection maternité, une garantie retraite et une protection des ayants droit. Ce « kit » de produits ne suffit pas à lever le frein à la captation : entre méfiance et incompréhension, Tou Amadou, mécanicien auto, résume cette défiance en ces termes : « Ils veulent juste notre argent, on ne les reverra plus. » Sarah N'Guessan, coiffeuse et esthéticienne, partage cette perception : « On préfère la tontine, on voit l'argent tout de suite. » Cette position, liée à la culture et à la

symbolique des IPS chez ces acteurs, révèle une asymétrie entre un discours certes bien structuré, mais trop technique et inadapté à son public, ce qui rend la captation difficile.

A. Koester (2004, p. 2), à la suite de P. Drew et J. Heritage (1992), rappelle que la communication en milieu professionnel se distingue de la conversation ordinaire par six traits : orientation vers un but, règles de tour de parole, restrictions sur les contributions recevables, lexique professionnel, structuration de l'échange et asymétrie des positions, auxquels s'ajoutent le style et la distance sociale entre interlocuteurs (A. Koester, 2004, p. 8 et p. 10). Tout discours institutionnel doit donc tenir compte des compétences linguistiques et des habitudes communicationnelles de ses destinataires, la communication organisationnelle créant une interconnexion entre des personnes aux intérêts différents. K. I. Yeo (2019), dans son étude sur les moteurs de l'économie informelle en Côte d'Ivoire, y voit un levier de solution : une plus grande efficacité des institutions financières contribuerait à réduire l'importance du secteur informel, ce qui suppose que les pouvoirs publics facilitent la formalisation et l'adhésion de ses acteurs.

3.3. Les attentes communicationnelles des acteurs du secteur informel à Bouaké

Cette section porte sur les attentes des populations enquêtées quant à la formule idéale pour capter le maximum d'acteurs du secteur informel.

Tableau 4 : Étude des sources d'information des acteurs du secteur informel

Canal d'information	Nb. cit. (r1)	Fréq.	Nb. cit. (r2)	Fréq.	Nb. cit. (r3)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
Non réponse	18	9,5 %	10	5,3 %	41	21,7 %	18	9,5 %
Bouche-à-oreille	100	52,9 %	7	3,7 %	2	1,1 %	109 (1,85)	57,7 %
Radio	13	6,9 %	14	7,4 %	4	2,1 %	31 (0,42)	16,4 %
Télévision	37	19,6 %	46	24,3 %	6	3,2 %	89 (1,22)	47,1 %
Réseaux sociaux	6	3,2 %	34	18,0 %	39	20,6 %	79 (0,73)	41,8 %
Agents sur le terrain	10	5,3 %	33	17,5 %	12	6,3 %	55 (0,63)	29,1 %
Presse écrite	0	0,0 %	1	0,5 %	5	2,6 %	6 (0,04)	3,2 %
Affichage	4	2,1 %	22	11,6 %	43	22,8 %	69 (0,58)	36,5 %
Association / coopérative	1	0,5 %	4	2,1 %	9	4,8 %	14 (0,12)	7,4 %
Autre	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0 (-)	0,0 %
TOTAL OBS.	189		189		189		189	

Source : Kouamé K., Tuo A., Yapi H., 2026

Le tableau 4 donne les effectifs pour chaque rang et pour la somme, le rang moyen figurant entre parenthèses. Les résultats montrent une nette dominance du « bouche-à-oreille », canal traditionnel et informel (moyenne de 1,85), suivi de la « télévision » (1,22) : une préférence marquée pour les grands médias et pour Internet, la télévision mise à part, les autres canaux restant négligés dans l'approche communicationnelle des IPS à Bouaké.

Les réseaux sociaux (0,73), les agents de terrain (0,63), la radio locale (0,42) et les leaders d'associations des métiers du secteur (0,12) constituent pourtant des moyens de proximité qui facilitent l'interaction avec le public. C'est ce que déplore Ki Mamadou, mécanicien auto à Bouaké : « Ils ne viennent jamais nous voir dans nos ateliers. »

Andréa Obihio, tenancière d'un étalage de vente de nourriture, met de même en cause la communication télévisuelle : « C'est trop compliqué, je ne sais pas lire. » B. N. U. V. Seri (2024) consolide ce résultat concernant l'absence des agents des IPS sur les lieux de vie des acteurs informels : hormis l'obligation légale d'affiliation au RSTI et quelques campagnes de sensibilisation, « aucun mécanisme particulier n'est mis en place pour favoriser l'affiliation des travailleurs indépendants de l'économie informelle, ces derniers étant par définition difficilement identifiables eu égard à leur diversité et à leur capacité à se développer en marge de tous les canaux officiels de l'État ».

A. A. Bahi (2006, p. 91) écrit, dans cette même perspective, que « la quantité de messages est moins importante que la qualité du plan média et des contacts avec la cible ». Il est donc nécessaire d'élaborer un plan média qui implique tous les acteurs de l'économie informelle en tenant compte de leurs conditions de travail : le média n'est alors plus un simple canal de transmission d'information, mais un moyen d'éducation, de formation et d'aide à l'adoption de comportements favorables au bien-être social de ces acteurs. Le développement du numérique et les innovations technologiques offrent une diversité de canaux susceptibles de rapprocher les IPS des acteurs de ce secteur, d'autant que l'accès à Internet par smartphone n'est plus, pour la population ivoirienne, un obstacle majeur. Les IPS pourraient ainsi capter l'attention des travailleurs indépendants grâce à des vidéos et à des informations diffusées sur leur site web et sur des plateformes comme TikTok, Instagram et Facebook, sans négliger pour autant la radio locale et les associations du secteur.

4. Discussion

Le premier résultat établit que les messages des IPS à Bouaké obéissent à une logique descendante, standardisée et administrativement codée : l'institution explique, informe, liste des conditions d'éligibilité, mais n'écoute pas. Pour reprendre J. E. Grunig et T. Hunt (1984), c'est une communication unidirectionnelle asymétrique, sans ajustement aux représentations des destinataires, qui reproduit ce que J. Habermas (1987) a théorisé comme la colonisation du monde vécu par les systèmes. Or 89,4 % de la population active de Bouaké travaille dans l'informel (AFD, 2019), et une proportion significative de ces travailleurs ne parle pas couramment le français administratif ni n'a de compte bancaire : le décalage entre destinataire supposé et destinataire réel explique une bonne part des limites observées. T. Libaert (2013) distingue une logique d'information, où le problème est cognitif, d'une logique de relation, où il est fait de confiance ; les données de terrain confirment la seconde. Les travailleurs informels connaissent souvent, au moins vaguement, l'existence du RSTI : ce n'est pas l'ignorance qui les retient, c'est la méfiance, qui se traite avec du temps, de la proximité et des preuves tangibles.

Le deuxième résultat porte sur la réception de ces messages. S. Moscovici (1961) a montré que les publics ne reçoivent pas les messages institutionnels dans un espace vierge, mais à travers le filtre de leurs représentations sociales. Chez les informels de Bouaké, celle de la CNPS est chargée d'une histoire, celle de l'État ivoirien, de la crise de 2002 et de rapports personnels non tenus avec des institutions publiques ; son noyau central (J.-C. Abric, 1994) tient en un mot, la méfiance, qu'une affiche ne suffit pas à modifier. Un message sur les avantages du RSTI est ainsi interprété non comme une information utile, mais comme une tentative de prélèvement supplémentaire de l'État, et une communication sur la retraite comme une promesse abstraite d'une institution dont on n'est pas sûr qu'elle existera encore dans 20 ans. Trois registres discursifs récurrents s'en dégagent : la suspicion fiscale, la distance temporelle des bénéfices et la complexité administrative repoussoir. Ces discours ne sont pas irrationnels : S. Hall (1980) a montré que les publics décodent les messages depuis leurs propres positions sociales, et un travailleur qui a cotisé un an sans rien recevoir applique une logique

d'apprentissage expérientiel cohérente, une tactique au sens de M. de Certeau (1980). Changer les messages sans changer les représentations est donc une perte de ressources ; agir sur elles suppose d'intervenir dans les espaces où elles se forment, les marchés, les associations, les tontines, les réseaux de pairs. Le concept de confiance traverse ce résultat de part en part : A. Giddens (1990) et N. Luhmann (1979) distinguent une confiance personnelle, forte chez ces travailleurs au sein de leurs réseaux, d'une confiance systémique envers la CNPS, très faible, que l'institution suppose pourtant acquise par défaut. Cette hypothèse est fautive à Bouaké, où la confiance institutionnelle doit se mériter et non se décréter dans un communiqué de presse : les campagnes des IPS devraient intégrer des témoignages de bénéficiaires réels, une présence physique d'agents de terrain et des partenariats avec des leaders communautaires reconnus.

Le troisième résultat, le plus sous-exploité dans la littérature existante, porte sur les attentes des travailleurs informels de Bouaké, qui ne correspondent pas à ce que les IPS leur proposent. La première est celle de la proximité physique : ils veulent que l'information vienne à eux, dans leurs marchés et leurs associations, comme l'ont documenté F. Lund et S. Srinivas (2000) dans les campagnes réussies d'Inde et d'Afrique du Sud. La deuxième est celle de la lisibilité : non des informations simplistes, mais traduites dans leurs codes, ancrées dans l'oral et le récit d'expérience plutôt que dans la liste de dispositions réglementaires (S. Proulx, 2001). La troisième est celle de la médiation par des personnes de confiance, pairs affiliés, responsables associatifs, chefs de quartier, ce qui rejoint la théorie des points d'accès de A. Giddens (1990) : R. Y. Gnabeli (2006) a montré que les associations professionnelles informelles d'Abidjan sont des producteurs actifs de sens, non de simples relais passifs, et qu'une communication qui les ignore se coupe des seuls canaux par lesquels l'information a une chance d'être entendue et suivie d'effet.

Ces attentes dessinent un programme que les SIC permettent de nommer avec précision : ni publicité ni propagande institutionnelle, mais une forme de marketing social au sens de A. R. Andreasen (1995), qui part des conditions réelles du public cible plutôt que des catégories abstraites de l'institution. P. Kotler et G. Zaltman (1971) l'avaient déjà souligné : le changement de comportement suppose d'identifier d'abord les barrières qui s'y opposent, non de les ignorer en répétant plus fort les arguments en faveur de la décision souhaitée. Pris ensemble, ces résultats décrivent un problème de paradigme communicationnel : le paradigme de diffusion en vigueur, insuffisant dans des contextes plus favorables, devient contre-productif dans une ville où 89,4 % de la population active est informelle, où 54,9 % des habitants vivaient sous le seuil de pauvreté en 2015, et où la méfiance envers les institutions est ancrée dans une histoire de crise. Le paradigme que la littérature recommande, et que confirment les attentes des travailleurs de Bouaké, est celui d'une communication dialogique et de proximité, portée par des acteurs locaux de confiance, traduite dans les langues et les codes culturels des publics cibles, et complétée par des preuves tangibles de la fiabilité de l'institution.

Conclusion

Cette étude est partie d'un constat statistique difficile à ignorer : à Bouaké, 89,4 % des actifs travaillent dans le secteur informel (AFD, 2019), et la quasi-totalité d'entre eux demeurent en dehors des dispositifs de protection sociale, malgré l'existence depuis 2020 du RSTI. Deux explications étaient possibles : incriminer les travailleurs informels eux-mêmes, leur méconnaissance ou leur prétendue irrationalité économique, l'explication la plus commode et la moins fondée, ou interroger la communication des IPS elles-mêmes, leurs messages, les représentations qu'elles suscitent et l'écart entre ce qu'elles proposent et ce que leurs publics attendent. C'est cette seconde voie que cette recherche a choisi d'examiner.

La contribution de cette étude se situe à trois niveaux. Sur le plan empirique, elle documente un terrain resté largement absent de la littérature scientifique : à notre connaissance, aucune recherche en SIC n'avait analysé systématiquement les pratiques communicationnelles de la CNPS en direction du secteur informel à Bouaké. Sur le plan théorique, elle montre la pertinence d'une approche intégrative articulant communication institutionnelle (É. Gardère, 2012 ; J. E. Grunig et T. Hunt, 1984), communication publique (P. Zémor, 1992) et marketing social (P. Kotler et G. Zaltman, 1971 ; A. R. Andreasen, 1995), dont l'articulation seule permet de saisir les dimensions institutionnelle, démocratique et comportementale du phénomène. Sur le plan pratique, l'étude propose un diagnostic transposable : ce n'est pas la quantité d'information diffusée par les IPS qui fait défaut, mais sa forme, ses canaux et ses porteurs. Une réorientation vers les associations professionnelles, les langues locales et les témoignages de pairs n'a rien d'utopique : c'est une stratégie déjà éprouvée ailleurs sur le continent, qu'il reste à adapter à Bouaké.

Le problème de la sous-captation des acteurs informels par les IPS à Bouaké n'est ni un problème d'ignorance des publics, ni un problème de volonté institutionnelle : c'est un problème de paradigme communicationnel, un paradigme de diffusion appliqué à un public qui attend un paradigme de relation.

Cette recherche comporte des limites. Le terrain est circonscrit à Bouaké, ce qui invite à la prudence sur toute généralisation à d'autres villes secondaires ivoiriennes, et l'étude documente les représentations à un moment donné, sans mesurer leur évolution dans le temps. Enfin, l'analyse s'est concentrée sur l'IPS et le RSTI ; d'autres dispositifs, les mutuelles communautaires notamment, mériteraient une attention comparative que cette recherche n'a pas pu déployer.

Trois prolongements semblent prometteurs : une étude longitudinale sur l'évolution des représentations des travailleurs informels de Bouaké, pour vérifier si une communication de proximité réduit le noyau central de méfiance identifié ; une comparaison avec d'autres villes secondaires ouest-africaines aux trajectoires de crise comparables ; et une association plus étroite des associations professionnelles informelles à la conception des dispositifs de communication des IPS, dans une logique de co-construction que la littérature recommande (F. Lund et S. Srinivas, 2000 ; R. Y. Gnabeli, 2006) mais que peu d'études ont testée empiriquement sur le terrain ivoirien.

Références Bibliographiques

ABIDJAN.NET, 2022, « Sécurité sociale en Côte d'Ivoire : le nombre de cotisants de la CNPS est passé de 833 000 à 1 100 000 (Ministre) », Abidjan.net News, [en ligne] <https://news.abidjan.net/articles/714918/securite-sociale-en-cote-divoire-le-nombre-de-cotisants-de-la-cnps-est-passe-de-833000-a-1100000-ministre> mis en ligne le 20 novembre 2022 (page consultée le 25 août 2026).

ABRIC Jean-Claude, 1994, Pratiques sociales et représentations, Paris, Presses universitaires de France, 252 p.

AFRIKIPRESSE, 2024, « Bouaké : la CNPS explique le concept "Vision Zéro" aux chefs d'entreprises », Afrikipresse, [en ligne] <https://afrikipresse.com/article/bouake-la-cnps-explique-le-concept-zero-vision-aux-chefs-dentreprises>, mis en ligne le 28 février 2024 (page consultée le 25 août 2026).

AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT (AFD), 2019, Bouaké, Côte d'Ivoire : analyse du marché de l'emploi dans les villes secondaires, Paris, AFD, [en ligne] <https://www.afd.fr> (page consultée le 25 août 2026).

AGENCE IVOIRIENNE DE PRESSE (AIP), s. d., « Côte d'Ivoire-AIP / La CNPS appelle les travailleurs indépendants d'Aboisso à adhérer au RSTI », [en ligne] <https://www.aip.ci/cote-divoire-aip-la-cnps-appelle-les-travailleurs-independants-daboisso-a-adherer-au-rsti/> (page consultée le 25 août 2026).

ANDREASEN Alan R., 1995, Marketing Social Change: Changing Behavior to Promote Health, Social Development, and the Environment, San Francisco, Jossey-Bass, 348 p.

BAHIAghi Auguste, 2006, « Élaboration des messages en communication pour la santé et problématique du changement de comportement », communication au colloque international de Douala, avril 2006.

BANQUE MONDIALE, 2020, Le prix « Mission Billion », édition WURI Afrique de l'Ouest : appel à des innovations pour faciliter l'inclusion du secteur informel dans les programmes de protection sociale, Washington D.C., Banque mondiale, [en ligne] <https://www.banquemondiale.org/fr/news/press-release/2020/05/27/wuri-west-africa-prize>, mis en ligne le 27 mai 2020 (page consultée le 25 août 2026).

BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL (BIT), 1972, Employment, Incomes and Equality: A Strategy for Increasing Productive Employment in Kenya, Genève, BIT, 600 p.

CAISSE NATIONALE DE PRÉVOYANCE SOCIALE (IPS-CNPS), 2021, Guide de l'assuré social, Abidjan, IPS-CNPS, [en ligne] <https://www.cnps.ci/wp-content/uploads/2021/04/GUIDE-ASSURE-SOCIAL.pdf> (page consultée le 25 août 2026).

CAISSE NATIONALE DE PRÉVOYANCE SOCIALE (IPS-CNPS), 2024, Présentation du Régime social des travailleurs indépendants (RSTI), communication au 5e Congrès de l'IAPRP, Bouaké, [en ligne] <https://iapr.org/wp-content/uploads/2024/04/rsti-cnps-bke.pdf> (page consultée le 25 août 2026).

CAISSE NATIONALE DE PRÉVOYANCE SOCIALE (IPS-CNPS), s. d., « La CNPS bouge : la CNPS de Bouaké dans le courant de la CIE », page Facebook officielle de l'IPS-CNPS, [en ligne] <https://www.facebook.com/IPSCNPS/posts/762031329356344/> (page consultée le 25 août 2026).

CENTRE TECHNIQUE DES INSTITUTIONS DE PRÉVOYANCE (CTIP), 2021, Les institutions de prévoyance: un modèle unique au service des entreprises et des salariés, Paris, CTIP, [en ligne] https://ctip.asso.fr/wp-content/uploads/2021/10/CTIP_Dossier_Presse_IP_GPS.pdf (page consultée le 25 août 2026).

CERTEAU Michel de, 1980, L'invention du quotidien. 1. Arts de faire, Paris, Union générale d'éditions, 374 p.

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE BOUAKÉ (CCI-BKE), 2024, Panel institutions nationales: quelles solutions pour la prise en compte du secteur

informel dans les programmes de prévention des risques?, communication au 5e Congrès de l'IAPRP, Bouaké, [en ligne] <https://iaprp.org/wp-content/uploads/2024/04/cci-bke-japrp2024.pdf> (page consultée le 25 août 2026).

DIRECTION DES ÉTUDES ET DE LA PLANIFICATION (DEP), 2018, « Évolution et déterminants de l'accès à l'emploi informel en Côte d'Ivoire », Revue des sciences économiques de l'Université Félix Houphouët-Boigny, [en ligne] https://www.revues-ufhb-ci.org/fichiers/FICHIR_ARTICLE_3131.pdf (page consultée le 25 août 2026).

DREW Paul et HERITAGE John (dir.), 1992, *Talk at Work: Interaction in Institutional Settings*, coll. « Studies in Interactional Sociolinguistics » n° 8, Cambridge, Cambridge University Press, 580 p.

EHOUMAN Faustin, 2023, « Régime social des travailleurs indépendants : une opération d'enrôlement de masse lancée », *Fraternité Matin*, [en ligne] <https://www.fratmat.info/article/233413/societe/regime-social-des-travailleurs-independants-une-operation-denrolement-de-masse-lancee>, mis en ligne le 5 octobre 2023 (page consultée le 25 août 2026).

GARDÈRE Élisabeth, 2012, « Institution communicante et nouveau management public », *Communication et Organisation*, n° 41, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux.

GIDDENS Anthony, 1990, *The Consequences of Modernity*, Cambridge, Polity Press, 186 p.

GNABÉLI Roch Yao, 2006, « Les associations professionnelles informelles dans les marchés d'Abidjan », *Cahiers d'études africaines*, vol. 46, n° 182.

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

HABERMAS Jürgen, 1987, *Théorie de l'agir communicationnel*, trad. de l'allemand par J.-M. Ferry, Paris, Fayard, 2 vol.

HALL Stuart, 1980, « Encoding/Decoding », in HALL Stuart, HOBSON Dorothy, LOWE Andrew et WILLIS Paul (dir.), *Culture, Media, Language*, Londres, Hutchinson, p. 128-138.

HART Keith, 1973, « Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana », *The Journal of Modern African Studies*, vol. 11, n° 1, p. 61-89.

HUGON Philippe, 1990, « L'impact des politiques d'ajustement sur les circuits financiers informels africains », *Revue Tiers Monde*, t. 31, n° 122, p. 325-349.

INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE (INS), 2016, *Enquête nationale sur la situation de l'emploi et le secteur informel (ENSESI 2016)*, Abidjan, INS.

KARLEN Raphaëla B., ROUGEAUX Solène M. P., JOHANSSON DE SILVA Sara et BARUSSAUD Simon S., 2023, *Resilience and Productivity: Keys to a Better Future for Urban Informal Sector Workers in Côte d'Ivoire*, Washington D.C., Banque mondiale.

KOESTER Almut, 2004, *The Language of Work*, Londres et New York, Routledge, coll. « Intertext », 136 p.

KOTLER Philip et ZALTMAN Gerald, 1971, « Social Marketing: An Approach to Planned Social Change », *Journal of Marketing*, vol. 35, n° 3, p. 3-12.

LELART Michel, 1989, « L'épargne informelle en Afrique. Les tontines béninoises », *Revue Tiers Monde*, t. 30, n° 118, p. 271-298.

LIBAERT Thierry, 2013, *Le plan de communication. Définir et organiser votre stratégie de communication*, 4e éd., Paris, Dunod, 270 p.

LUHMANN Niklas, 1979, *Trust and Power*, Chichester, John Wiley & Sons, 208 p.

LUND Frances et SRINIVAS Smita, 2000, *Learning from Experience: A Gendered Approach to Social Protection for Workers in the Informal Economy*, Genève, Bureau international du travail, 118 p.

MALONEY William F., 2004, « Informality Revisited », *World Development*, vol. 32, n° 7, p. 1159-1178.

METZGER Miriam J., 2007, « Making Sense of Credibility on the Web: Models for Evaluating Online Information and Recommendations for Future Research », *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 58, n° 13, p. 2078-2091.

MINISTÈRE DE L'EMPLOI ET DE LA PROTECTION SOCIALE (MEPS), 2026, *Protection sociale en Côte d'Ivoire : bilan et perspectives*, conférence de presse du ministre Adama Kamara, Abidjan, avril 2026.

MORO Dominique Moro, BROU Félix Richard et M'BRA Kouakou, 2023, « Problématique de la prise en charge des travailleurs du secteur informel par les assurances médicales : cas des conducteurs de mini-cars "gbaka" dans la commune d'Abobo », *Journal of Research in Humanities and Social Science*, vol. 11, n° 1, p. 54-60.

MOSCOVICI Serge, 1961, *La psychanalyse, son image et son public*, Paris, Presses universitaires de France, 650 p.

MOSER Caroline O. N., 1978, « Informal Sector or Petty Commodity Production: Dualism or Dependence in Urban Development? », *World Development*, vol. 6, n° 9-10, p. 1041-1064.

ORGANISATION INTERNATIONALE POUR LES MIGRATIONS (OIM), 2023, *Étude nationale du marché du travail en Côte d'Ivoire*, Genève, OIM, [en ligne] <https://publications.iom.int> (page consultée le 25 août 2026).

PERRY Guillermo et al., 2007, *Informality: Exit and Exclusion*, Washington D.C., Banque mondiale, 248 p.

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR LE DÉVELOPPEMENT (PNUD), 2020, *Protection sociale et secteur informel dans les pays africains*, New York, PNUD.

PROULX Serge, 2001, « Usages des technologies d'information et de communication : reconsidérer le champ d'étude? », in *Émergences et continuité dans les recherches en information et communication*, actes du XIIe Congrès national des sciences de l'information et de la communication, Paris, UNESCO, p. 57-66.

SERI Bi Neatien Urbain Victorien, 2024, « L'extension de la protection sociale aux travailleurs de l'économie informelle en Côte d'Ivoire », *Revue de droit comparé du travail et de la sécurité sociale*, n° 3, [en ligne] <http://journals.openedition.org/rdctss/8967> , mis en ligne le 1er octobre 2024 (page consultée le 25 août 2026).

SESAN Temilade, 2021, *Rendre possible la protection sociale dans l'économie informelle: les enseignements tirés des régimes dirigés par les travailleuses et travailleurs du Nigeria, de l'Ouganda et du Togo*, Manchester, WIEGO, 33 p., [en ligne] <https://www.wiego.org> (page consultée le 25 août 2026).

SHANNON Claude E. et WEAVER Warren, 1949, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana, University of Illinois Press, 117 p.

YEO Kolotioloma Innocent, 2019, « Moteurs de l'économie informelle en Côte d'Ivoire », in BOUDARBAT Brahim et NDIAYE Mohamed Ben Omar (dir.), *Enjeux et perspectives économiques en Afrique francophone*, Montréal, Observatoire de la Francophonie économique de l'Université de Montréal, p. 721-734.

ZÉMOR Pierre, 1992, *La communication publique*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 127 p.