COMMUNICATION POLITIQUE ET DONS ELECTORAUX DANS LA COMMUNE DE PORT-BOUËT.

OKOU DENIS ROMEO BOLOU
Universite de Bondoukou
denis.okou@ubkou.edu.ci
ORCID iD: 0009-0000-2286-6591

Résumé

L'article analyse la manière dont les candidats aux élections locales dans la commune de Port-Bouët en Côte d'Ivoire utilisent les dons et actions de bienfaisance comme des stratégies de communication politique et de marketing pour influencer l'électorat. Cette pratique tend à substituer la puissance financière des candidats au débat programmatique et à marchandiser l'acte démocratique. Il analyse comment les candidats aux scrutins municipaux dans la commune de Port-Bouët utilisent l'acte d'offrir des biens matériels ou financiers comme un outil stratégique de séduction et de propagande politique. Cette théâtralisation de la générosité contribue à la marchandisation du vote au détriment du débat d'idées et pose de sérieux défis éthiques quant à l'équité des processus électoraux locaux. L'article examine la conversion des dons matériels et financiers en instruments stratégiques de communication politique lors des élections locales à Port-Bouët en Côte d'Ivoire. Cette pratique instaure une relation de dépendance clientéliste qui se substitue au débat d'idées et fragilise la rationalité démocratique.

Mots clés : *don, démocratie, élection, multipartisme, partis politiques*

Abstract

This article analyzes how candidates in local elections in the Port-Bouët commune of Côte d'Ivoire use donations and charitable acts as political communication and marketing strategies to influence the electorate. This practice tends to replace policy-based debate with the candidates'

financial power and to commodify the democratic process. It examines how candidates in municipal elections in Port-Bouët use the offering of material goods or financial aid as a strategic tool for voter appeal and political propaganda. This performative display of generosity contributes to the commodification of the vote at the expense of the exchange of ideas and poses serious ethical challenges regarding the fairness of local electoral processes. The article explores the transformation of material and financial gifts into strategic instruments of political communication during local elections in Port-Bouët, Côte d'Ivoire. This practice fosters a relationship of clientelist dependency that supplants the debate of ideas and undermines democratic rationality.

Keywords: *donation, democracy, election, multiparty system, political parties*

Introduction

Dans de nombreux pays africains, on constate un regain d'intérêt pour l'acte de voter. En tant que garantie inévitable de l'instauration de la démocratie, les élections devraient susciter et encourager une large participation politique de toutes les forces sociales. L'élection et le renouvellement ou la perpétuation de l'élite dirigeante qui la soutient visent à construire une société civile, c'est-à-dire la participation de tous à la gestion des affaires publiques. Le vote est l'expression d'un choix, c'est-à-dire une élection. Mais cela semble étranger aux cultures africaines traditionnelles, qui reposent fondamentalement sur le consensus et l'ancienneté. Comme d'autres pays africains, la Côte d'Ivoire est soumise à un processus de consultations électorales continu depuis 1990. Depuis l'introduction du multipartisme en 1990, la Côte d'Ivoire a régulièrement organisé plusieurs élections:

les élections présidentielles, locales et parlementaires. Cette situation suscite une réflexion académique sur le développement des processus démocratiques et les obstacles auxquels ils peuvent se heurter.Cette étude, qui porte sur l'analyse des pratiques et comportements électoraux dans la ville de Port- bouet, s'inscrit effectivement dans cette démarche.

En Côte d'Ivoire, les réformes électorales successives et les discours institutionnels promeuvent une modernisation de la vie politique axée sur le débat d'idées, la confrontation des programmes et la transparence démocratique. Pourtant, l'observation des dynamiques électorales locales, particulièrement dans la commune de Port-Bouët, révèle une persistance, voire une sophistication, des pratiques de distribution matérielle (dons en numéraire, vivres, tricycles, financements de projets de femmes ou de jeunes).
Loin d'être de simples transactions marchandes ou des actes isolés de corruption, ces dons s'inscrivent dans une véritable économie morale et symbolique. Ils constituent un mode de communication non-verbal performant, qui supplante souvent le discours programmatique. À Port-Bouët — commune marquée par un fort contraste sociologique entre ses enclaves industrielles/aéroportuaires et la précarité de ses quartiers populaires (Gonzagueville, Adjouffou, Derrière-Wharf) , le don devient le lieu d'une mise en scène de la légitimité politique et un espace de négociation entre les élites et les électeurs.
Les théories classiques de la transition démocratique et les manuels de droit constitutionnel postulent que la maturité électorale d'une nation se mesure à la rationalisation de son

espace public. Dans cette perspective moderniste, le vote idéal devrait résulter d'une confrontation d'idées, d'une analyse critique des programmes politiques et d'une délibération désintéressée. En Côte d'Ivoire, les réformes institutionnelles successives et les discours des organes de régulation (comme la CEI) s'efforcent de s'aligner sur ce modèle en condamnant l'achat de voix.

Pourtant, l'observation empirique des campagnes électorales contemporaines prend ce paradigme à contre-pied. Loin de s'effacer devant le débat d'idées, la circulation des biens matériels (numéraire, vivres, tricycles, pagnes, financements de projets d'associations) s'est densifiée et complexifiée. Le don ne peut plus être relégué au rang d'anomalie transitionnelle ou de simple pathologie démocratique. Il s'impose comme la structure même de la communication politique en contexte local.

C'est ici que surgit un paradoxe fondamental, à la fois sociologique et communicationnel. D'un côté, le don électoral est frappé d'opprobre juridique et moral ; il est qualifié de « corruption », de « clientélisme » ou de « captation de suffrages » par les élites intellectuelles et les observateurs internationaux. D'un autre côté, il est socialement exigé, codifié et valorisé par les populations de base. **Pour** MAUSS Marcel (1925), le don fonctionne comme un *fait social total* et, plus spécifiquement, comme un acte de communication total.

Le problème réside dans le fait que la science politique a longtemps réduit ce phénomène à une simple transaction marchande synchrone (une voix contre un billet). Or, le don électoral est un langage non-verbal complexe. Il émet des énoncés performatifs : il dit la puissance financière du

candidat (sa capacité à capter des ressources), sa bienveillance (son humanisme) et son ancrage communautaire. Le don parle là où le discours programmatique, souvent perçu comme abstrait et mensonger, s'avère inaudible. Il substitue à la promesse future (le programme) une utilité matérielle immédiate.

La commune de Port-Bouët constitue un laboratoire d'analyse exceptionnel pour étudier cette dynamique. Territoire de contrastes socio-économiques violents, elle abrite à la fois les infrastructures les plus stratégiques et rentables du pays (Aéroport Félix Houphouët-Boigny, Port Autonome d'Abidjan, zones industrielles) et de vastes enclaves de précarité et d'auto-construction (Gonzagueville, Adjouffou, Derrière-Wharf). Cette configuration spatiale et économique exacerbe ce que James C. Scott nomme l'« économie morale ». Les populations des quartiers populaires perçoivent la période électorale comme l'unique moment de l'année où le rapport de force s'inverse, obligeant les élites politiques à redistribuer les richesses captées.

À Port-Bouët, le don devient le canal de communication obligatoire par lequel le candidat doit construire son *éthos* de « Grand Homme » ou de « Mère nourricière » de la commune. Cependant, cette communication n'est pas unilatérale. Elle est médiatisée par des structures intermédiaires (chefs de communautés, leaders de jeunesse, présidentes d'associations de femmes) qui agissent comme des traducteurs et des courtiers de ce marché sémantique.

Dès lors, un paradoxe communicationnel et sociologique émerge : comment une pratique officiellement disqualifiée par le droit électoral s'impose-t-elle comme le langage politique le plus légitime et le plus efficace dans l'espace

public local ? Plus précisément, dans quelle mesure le don électoral à Port-Bouët fonctionne-t-il comme un opérateur de communication politique total, où les stratégies de codage clientélaire des candidats se heurtent à la rationalité et aux capacités de décodage critique des électeurs ? »
L'objectif général de cet article est de déconstruire la dimension transactionnelle du don électoral pour l'analyser comme un dispositif de communication politique de substitution dans la commune de Port-Bouët, en mettant au jour les logiques de sens, les rituels de légitimation et les dynamiques de réception critique qui s'articulent autour de la circulation matérielle en période de campagne.

L'hypothèse suivante guide notre de recherche le don électoral à Port-Bouët ne relève pas d'une simple transaction marchande ou d'une pathologie démocratique, mais s'institue comme un dispositif alternatif de communication politique; il compense l'illégibilité des programmes idéologiques par une ritualisation de l'action matérielle, réputée plus crédible et moralement contraignante pour les acteurs locaux.

Cette étude explore l'influence des pratiques de dons électoraux sur le comportement des électeurs et le renforcement de la démocratie à Port-Bouet, Côte d'Ivoire. En adoptant une méthodologie mixte incluant l'observation directe et une enquête par questionnaire, la recherche, menée d'Octobre à Décembre 2025, souligne le manque de travaux académiques sur le comportement électoral en milieu urbain. L'analyse se concentre sur les dons entre partis politiques et les contributions aux électeurs, en tenant compte des fonds publics pour évaluer leur impact.

1. Positionnement théorique

Selon Médard Jean-François (1991) , la communication politique de proximité et l'achat de voix représentent les deux facettes complémentaires, l'une légitime et l'autre illicite, des stratégies de conquête du pouvoir lors des scrutins locaux et nationaux. Alors que la première cherche à mobiliser les électeurs par l'écoute et l'ancrage local, la seconde exploite la précarité économique pour sécuriser les suffrages de manière transactionnelle. Le don à Port-Bouët n'est pas un simple échange marchand de voix contre argent. C'est un acte de communication total. Il véhicule des messages codés : puissance, bienveillance, appartenance communautaire. À Port-Bouët (commune contrastée entre zones industrielles, aéroportuaire, et quartiers précaires comme Gonzague ville ou Derrière-Wharf), le don est perçu par les populations comme une redistribution légitime des richesses captées par les élites. Le candidat n'achète pas une voix, il remplit son role social attendu de "Grand Homme" ou de "Mère de la commune".

Les dons ne se font pas directement du candidat à l'électeur. Ils passent par des réseaux de communication interpersonnelle : chefs de communautés, leaders de jeunesse, associations de femmes à Port-Bouët. Le don permet de convertir le capital économique du candidat en capital symbolique (prestige, honneur) et en capital social (réseaux d'allégeance), mobilisables le jour du scrutin. Les candidats (ex: RHDP, PPA-CI, PDCI ou indépendants à Port-Bouët) codent le don sous l'éthos de la "solidarité communautaire", du "développement local" ou de la "charité

chrétienne/musulmane". Ils tentent de dissoudre l'intérêt politique dans la morale culturelle (le "social")

Les électeurs des quartiers populaires (Derrière-Wharf, Adjouffou) opèrent trois types de lecture :

- Lecture hégémonique : L'électeur accepte le don et se sent moralement obligé de voter pour le donateur.
- Lecture négociée : L'électeur prend le don, estime que c'est son droit (redistribution), mais garde son autonomie de vote.
- Lecture oppositionnelle (ou subversive) : L'électeur pratique le "bouffez leur argent, votez votre choix". Le don est décodé comme une tentative de manipulation, retournée contre le candidat.

Port-Bouët est une commune de contrastes (zones industrielles/aéroportuaires riches vs précarité des quartiers d'auto-construction). Cette configuration crée une attente populaire de redistribution. Le don devient le canal de communication légitime par lequel les populations forcent les élites politiques à redistribuer les ressources captées.

1.1. Presentation de la commune de Port Bouet

Port-Bouët est l'une des communes qui composent Abidjan Sud. Elle s'étend sur 110 km2, sur tout le bras de terre séparant la lagune Ebrié et l'océan Atlantique, elle est donc bordée au nord par la lagune, au sud par l'océan, et à l'ouest par la commune de Yopougon.

Port-Bouët est une commune de plein exercice depuis 1981. Son maire est Dr Emmou Sylvestre depuis les dernières elections municipales d´octobre 2018. Il succède ainsi à feu Mme Hortense Aka Angui. Port-Bouët abrite notamment le quartier de Vridi, d'Adjouffou, les villages de Benegosso, Anani, Agbafou, Petit- Bassam, Adjahui-Namoué, Ako braké, Ellokro, Bénégosso, Amangoua Koi, Kaotré, Abrogouama village, Alladian et Iroh Bloc 500.

La commune concentre les activités économiques du District Autonome d'Abidjan, voire de la Côte d'Ivoire. Elle abrite le port autonome d'Abidjan, l'aéroport international Félix Houphouët-Boigny, la gare de départ du chemin de fer « Abidjan-Niger », mais aussi l'abattoir municipal et une importante zone industrielle à Vridi.

Port-Bouët a été baptisée d'après le nom du comte Edouard Bouët Willaumez. En 1837, ce dernier était en charge des traités de commerce et de protection avec les chefs côtiers, et notamment les Krou de Côte d'Ivoire. Port-Bouët se développe à partir de 1930 avec la construction du wharf et de son phare. La commune connaît un deuxième essor grâce à la création du port en 1950. Puis, la zone industrielle de Vridi accueille de nombreuses usines et entrepôts et devient le premier bassin d'emplois d'Abidjan dans les années 1970.

Port-Bouët accueille de nombreuses activités économiques, particulièrement liées à la présence du Port. Par exemple, la zone industrielle de Vridi abrite les barils de la SIR, Société Ivoirienne de Raffinage, mais aussi de grandes usines de transformation agro-alimentaire comme Unilever.

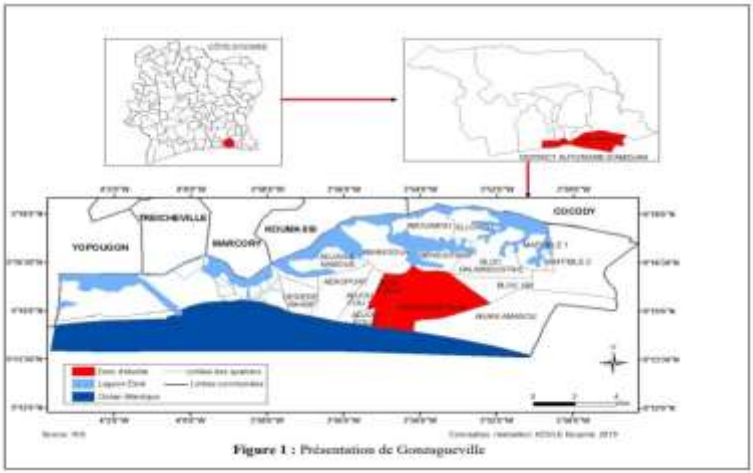


Figure 1 : Présentation de Gonzagueville

Source: Cartographie Des Zones Inondables des Quartiers De Gonzagueville Et Jean-Folly (Commune De Port-Bouët, Abidjan), 2022 ;

2. Approche méthodologique

S'intéressant uniquement aux populations de la commune de Port Bouet, cette étude ne saurait faire l'objet de généralisation ou d'extrapolation sur l'état global des comportements électoraux dans tout le pays. Les outils utilisés sont entre autres le guide d'entretien, le questionnaire et le focus groupe. Nous avons associé les deux approches : quantitative et qualitative. L'observation directe de l'attitude des électeurs lors des élections du 13 novembre 2023 et du 24 avril 2025 a été d'un appui capital dans cette étude.Port-Bouët est l'une des dix communes de la ville d'Abidjan, en Côte d'Ivoire, étalée tout le long du littoral sur une dizaine de kilomètres au-delà du canal de

Vridi. Elle comprend entre autres le quartier d'Adjouffou, de Derrière Wharf, Gonzague, Vridi, les villages d'Abouabou et de Mafiblé... Elle abrite l'aéroport international Félix Houphouët-Boigny et le Port Autonome d'Abidjan (P.A.A). En 2021, sa population est estimée à 618 795 habitants (Agence Nationale de la Statistique).

Notre étude porte sur la population de Port Bouet, incluant les individus de 19 ans et plus ayant participé aux élections municipales depuis fin 2023. Un échantillon de 50 personnes a été constitué selon l' echantillonnage par convenance, comprenant environ 40 répondants à un questionnaire et 10 à des entretiens. Deux focus groupes de 10 participants ont également été organisés. La collecte de données documentaires s'est étalée d'octobre 2023 jusqu'à la rédaction, tandis que les données du terrain ont été recueillies de janvier à mars 2024, avec un traitement manuel des résultats. Les entretiens avec les personnes ressources ont été menés tout au long du processus.

3.les Résultats de la recherche

2.1. Evolution du phénomène du don en Côte d'Ivoire

Situer la période de l'avènement des dons dans le jeu électoral en Côte d'Ivoire a été une préoccupation centrale de la présente étude. P.E explique qu'il faut d'abord rechercher dans la base sociologique, l'origine du don électoral en Côte d'Ivoire. L'émergence des dons dans le champ électoral s'est progressivement opérée. Bagoro note que la campagne électorale tend « trop souvent à se

caractériser par la remise des cadeaux et l'achat des consciences »[1]. De nos recherches, il est ressorti qu'en réalité c'est au cours des élections municipales de 2013 que les dons ont connu leur apparition dans les campagnes. **K.A** expliqué que pendant les élections de 2013, les principaux partis qui ont brillé dans l'usage des dons sont le PDCI et LE RHDP.

Tableau n^0 1. Apparition des dons dans les elections en Côte d'Ivoire selon les variables sexe, âge et niveau d'instruction

Périodes	Effectifs	Sexes		Ages				Niveau d'instruction			
		H	F	20-30	31-40	41-50	51+	Aphbte	prmre	scdre	Supr
Depuis toujours	04(10%)	03(15%)	01(5%)	00(0%)	00(0%)	02(16.66%)	02(66.66%)	00(0%)	02(20%)	02(14.28%)	00(0%)
2010	05(12.5%)	04(20%)	01(5%)	00(0%)	00(0%)	04(33.33%)	01(33.33%)	01(12.5%)	02(20%)	03(21.42%)	01(12.5%)
2015	21(52.5%)	10(50%)	11(55%)	06(66.6%)	10(62.5%)	05(41.66%)	00(0%)	07(87.5%)	04(20%)	06(42.85%)	05(62.5%)
2020	06(15%)	02(10%)	04(20%)	03(33.33%)	02(12.5%)	01(8.33%)	00(0%)	00(0%)	02(20%)	03(21.42%)	02(25%)

[1] Banegas, R. (1993). Insoumission populaire et révolution au Burkina Faso. Bordeaux, CEAN.

2025	04(10%)	01(5%)	03(15%)	00(0%)	04(25%)	00(0%)	00(0%)	00(0%)	00(0%)	00(0%)	00(0%)
Total	40(100%)	20(100 %)	20(100 %)	09(1000%)	16(100%)	12(100 %)	03(100%)	08(100 %)	10(100%)	14(100%)	08(100%)
		40(50%)		40(50%)				40(50%)			

Source: OKOU Denis Romeo Bolou, Février 2025

Le tableau ci-dessus donne un aperçu général des réponses des enquêteurs sur les moments probables de l'émergence du don dans les élections. Les données du tableau concordent sur cette date de 2020 comme le point culminant de l'usage excessif des dons dans les élections. Sur les 40 personnes enquêtées, 21 personnes soit 52.5% soulignent que c'est à partir des législatives de juin 2015 que le phénomène « don électoral » a commencé à être très manifeste. Quelle que soit la variable prise en compte, le tableau permet de mettre en exergue l'année 2018 parmi les différentes dates qui ont été proposées par les répondants.

Cette focalisation indique que 2020 marque le pic du recours massif aux dons dans les campagnes électorales. Les élections en Côte d'Ivoire suscitent un regain d'attention depuis 2015. "Il y a eu un moment où le peuple et les partis politiques ont compris que le changement n'était plus possible. À partir de ce moment-là, les partis politiques qui n'étaient pas encore habitués à la pratique du clientélisme ont commencé à danser avec le parti au pouvoir.

En d'autres termes, les partis politiques partis Il s'agit d'utiliser la même arme (les pratiques clientélistes) pour conquérir les électeurs que le parti au pouvoir a dominé grâce aux dons. L'analyse montre que les élections en Côte d'Ivoire depuis 1990 ont toujours été fortement influencées par de riches dons de différentes catégories.

Depuis de nombreuses années, les dons font partie intégrante des partis politiques et des habitudes des citoyens, selon le type d'élection. Il convient donc de décrire et de catégoriser les différents dons utilisés. Ceci sera expliqué dans le paragraphe suivant.

2.2. Les types de dons dans les élections

Les dons varient d'une élection à l'autre, mais certains dons sont presque toujours honorés quelle que soit l'élection[2]. Ces dons multiples peuvent être répartis en plusieurs catégories. La première catégorie se divise en subventions de l'État et des territoires, en soutiens divers des acteurs économiques et enfin en aide aux électeurs. Les subventions des États et des territoires fournissent généralement un financement de base à des petits partis spécifiques, car ils sont connus à l'avance et ne disposent pas de suffisamment de liens pour créer d'autres opportunités.La deuxième catégorie est caractérisée par d'autres cadeaux matériels et immatériels. Ces contributions sont essentiellement versées aux électeurs par les partis politiques et leurs représentants et intermédiaires

[2] Bayrou, F. (2009). Abus de pouvoir, Paris, France Plon

Tableau n^0 2. Perception des dons matériels en fonction du sexe

céréales		sucre, café et thé		pagnes, tee-shirt, casquettes et gadgets à l'effigie du parti		vélos, motos, véhicules		des bons de carburant		boissons		Argent		Des parcelles	
H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F
12	8	20	18	20	20	08	07	15	1 2	10	12	17	15	14	12
(50)		(70%)		(100%)		(37.5%)		(67.5%)		(55%)		(80%)		(65%)	

Source : OKOU Denis Romeo Bolou, Février 2025.

Les dons matériels regroupent ceux en nature et en espèces. On y retrouve les dons marchands alimentaires (sucre, céréales, boissons**).** Les transports constituent le dernier maillon des dons en nature des partis politiques de la ville de Port-Bouet

Les candidats s'appuient sur le tissu associatif et traditionnel dense de la commune (les chefs de communautés allogènes de Gonzagueville, les présidents de jeunesse d'Adjouffou, les regroupements de femmes de Derrière-Wharf). Ces intermédiaires reçoivent les fonds ou le matériel et les redistribuent à la base. Ils jouent le rôle de traducteurs : ils valident la moralité du candidat auprès de leurs membres et transforment le don en consigne de vote implicite. Ils engagent la responsabilité collective de leur groupe, créant un sentiment de redevabilité morale difficile à briser publiquement

Des places en hauteur pour augmenter votre rang. Lorsqu'il s'agit de contributions immatérielles lors de campagnes et d'élections, ces deux formes d'engagement priment. Il existe des services que les politiciens fournissent aux électeurs par l'intermédiaire de leurs relations au sein du gouvernement.

2.3. *La marchandisation des voix*

Les citoyens affirment que les dons donnent aux partis politiques l'accès aux ressources nécessaires, facilitant ainsi la tenue d'élections. Selon ce point de vue, les partis politiques et les électeurs ont tous besoin d'un certain niveau de contribution pour mieux participer aux élections. 38 enquêteurs sur 40, soit 95%, l'ont souligné. Dans ce cas, les dons serviraient à fausser le jeu politique (c'est-à-dire les dons). Cela signifie que 92,5 des personnes rencontrées ont signalé ce problème. Selon le tableau, les dons visent trois finalités en plus de celles déjà mentionnées: Séduction ou flatterie, corruption par acquisition de conscience et transmission de messages. ILS définissent comme objectifs premiers les critères suivants: Il s'agit de fausser le jeu politique, d'assurer la transmission des messages, de faciliter l'organisation des élections et d'assurer la mobilisation électorale.

L'objectif fondamental des femmes est avant tout de faciliter l'organisation des élections, d'éliminer la tentation des électeurs, la corruption et la possibilité de fausser le jeu politique.Ces classifications peuvent différer selon le statut de l'acteur social, mais les raisons invoquées sont les mêmes et méritent une attention particulière.

Tableau n^{0}3. L'appréciation des périodes de la manifestation des dons en fonction de l'âge.

Appréciations Ages	Seulement pendant les élections	Pendant les fêtes et autres cérémonies
20-30	13(41.93%)	05(55.55%)
31-40	12(38.7%)	04(44.44%)
41-50	05(16.12%)	00(00%)
51+	01(3.22%)	00(00%)
Total	31(77.5%)	09(22.5%)

Source: OKOU Denis Romeo Bolou, Octobre 2025.

Il apparaît en clair que quel que soit l'âge des personnes rencontrées dans cette étude, les périodes électorales sont les moments privilégiés de la manifestation des dons émanant des partis politiques vers les populations. En somme 31 personnes (soit 77.5% des enquêtés) ont signalé que c'est surtout pendant les campagnes électorales que beaucoup de partis font des offres aux populations. Ces données sont confirmées par les divers entretiens que nous avons réalisés. L'analyse des entretiens avec les populations des quartiers précaires révèle qu'elles ne se perçoivent pas comme "corrompues". Pour elles, la période électorale est le seul moment où le rapport de force s'inverse. Le don est exigé comme un impot legitime que les élites doivent payer à la base pour redistribuer les richesses de la commune (zone aéroportuaire, portuaire, industrielle).

2.4. *L'incidence effective des dons sur les choix électoraux*

Tableau n^{0}4. Mesure de l'effectivité de l'influence des dons en fonction des variables : *Sexe et âges.*

Réponses	Sexes		Ages			
	H	F	20-30	31-40	41-50	51+
Oui	16 (80%)	12 (60%)	15 (83.33%)	12 (75%)	04 (80%)	01(100%)
Non	04 (20%)	08 (40%)	03 (16.66%)	04 (25%)	001 (20%)	00(0%)
Total	20 (100%)	20 (100%)	18 (100%)	16 (100%)	05 (100%)	01(100%)

Source : OKOU Denis Romeo Bolou , Octobre 2025.

Il se dégage de ce tableau que la majorité des enquêtés admettent et confirment l'impact des dons dans les choix des électeurs lors des élections. Ainsi, 80% des hommes et 60% des femmes, soit en tout 70% des personnes enquêtées notent l'influence effective des dons sur les comportements des électeurs. Le constat reste le même quel que soit l'intervalle d'âge pris en considération. En outre, les données de ce tableau peuvent être complétées par celles du tableau n^0 13 en annexe qui établit une relation entre l'incidence des dons sur les comportements des électeurs et certaines variables (la profession et le niveau d'instruction). En effet, on y observe que le niveau d'instruction ou la fonction des

acteurs sociaux n'influence aucunement leur réponse à la question de savoir si les dons ont une quelconque influence sur les résultats électoraux

Dans le tableau n^{0}4, il s'agissait de savoir si de l'avis des populations, les dons avaient une influence sur les comportements des électeurs. Ce tableau permet de savoir si ceux qui reçoivent les dons votent généralement pour les donateurs.

L'élection locale à Port-Bouët met en lumière une rupture de la triple obligation maussienne (*donner-recevoir-rendre*). Si l'électeur accepte volontiers de *recevoir*, il subvertit l'obligation de *rendre* (le vote). Les électeurs développent des ruses de réception formalisées par des expressions populaires (ex: *"Bouffez leur argent, votez votre choix"*). Grâce au secret de l'isoloir, l'électeur de Port-Bouët fragmente la communication politique : il consomme le don matériel d'un candidat A pour des raisons de survie économique, mais valide le programme ou l'appartenance politique d'un candidat B.

Tableau n^0 5. Rapport entre dons et vote des électeurs.

Oui		*Non*	
Hommes	*Femmes*	*Hommes*	*Femmes*
16 (80%)	*14 (70%)*	*04 (20%)*	*06 (30%)*
40		*40*	

Source: OKOU Romeo, Octobre 2025.

Si l'on se confère au tableau ci-dessus on peut établir une corrélation effective entre les dons reçus et la distribution des voies des électeurs. Ainsi 80% des hommes soutiennent

que les électeurs votent ceux avec qui ils ont pris les dons. Cette situation est confirmée avec moins d'acuité chez les femmes (70%). Mais il reste que de tous les deux côtés, la majorité reconnaît l'effet des dons sur les choix des électeurs.

Les données de terrain montrent que le lexique de l'achat ou du troc est totalement banni des discours de campagne. Les candidats (qu'ils soient du PDCI, du RHDP, du PPA-CI ou indépendants) utilisent des euphémismes. L'argent devient un *"carburant pour le transport"*, une *"enveloppe pour l'eau"*, ou un *"appui à l'autonomisation"*.

À Port-Bouët, le don est fortement ritualisé (remise publique de clés de tricycles, de broyeuses de manioc, de kits scolaires). Le candidat utilise le don pour émettre un message non-verbal de puissance et de sollicitude. Il démontre sa capacité à capter les ressources de l'État ou du secteur privé pour les redistribuer, se positionnant comme le seul canal d'accès au développement pour la commune.

2.5. Les dons comme exigence du champ électoral

Tout montre qu'aujourd'Hui la tentation du profit a pris le pas sur les valeurs socioculturelles. Cette situation met en danger l'avenir et l'héritage, déjà fragilisés par de nombreux maux auxquels le monde a du mal à échapper. La société semble atteindre le point culminant du déclin. Les seules règles qui régissent l'organisation sociale deviennent les exigences de survie. La marchandisation des relations sociales apparaît comme une pseudo-alternative à la pauvreté.

Face à une société sans direction, les familles africaines en général, et les familles à Port Bouet en particulier, ne peuvent échapper à la désorganisation et à la désintégration de leurs valeurs fondamentales (unité, humanité, amour, parenté, etc.). L'individualisme semble avoir atteint son apogée et même devenir une valeur sociale. Bien que ce phénomène soit critiqué et remis en question par des principes moraux ou religieux, il s'accentue et contribue à la déssanctification[3] des règles qui régissent la vie sociale. Comme nous l'avons déjà mentionné, la politique est pratiquée dans le domaine social et est donc influencée par le phénomène de « changement social » dans les relations entre les acteurs.

Ces changements se caractérisent par une tendance à donner la priorité aux intérêts économiques individuels immédiats plutôt qu'aux intérêts collectifs. Les interactions sociales ou politiques entre acteurs sont contrôlées et coordonnées pour obtenir des bénéfices économiques ou symboliques (prestige ou influence, reconnaissance ou considération sociale).Les partis peuvent-ils compter sur l'apport de leurs membres et même sur les bénéfices de quelques rares activités sans rapport avec l'atteinte de cet objectif ? La sagesse ne voudrait-elle pas qu'ils cherchent une issue ? La seule option viable et la moins restrictive semble être de s'appuyer sur des dons, un soutien ou une assistance personnelle que l'on retrouve dans la notion de don.

[3] Bourdieu, P. (2002). Propos sur le champ politique, Lyon, France, Presse universitaire de Lyon

3. Discussion des résultats

L'analyse de votre résumé met en évidence une véritable contradiction entre la théorie démocratique et la réalité empirique des processus électoraux en Côte d'Ivoire et en Afrique subsaharienne.
Voici une discussion approfondie de vos résultats, structurée selon les grands axes de votre recherche :

3.1.La rationalité du « don électoral » et l'ambiance de cantine

Pour Jean-Louis Briquet et Frédéric Sawicki (1998), ce que la théorie occidentale qualifie de « clientélisme » ou de « corruption » est souvent perçu à Port-Bouet comme un devoir de redistribution. Le don électoral (argent, pagnes, nourriture) valide le statut du leader politique. L'homme politique prouve sa capacité à prendre soin de sa communauté.
Dans un contexte de précarité économique, les électeurs adoptent une rationalité à court terme. Face à des promesses à long terme rarement tenues, la monétisation du vote devient le seul bénéfice tangible et immédiat que le citoyen retire du jeu politique.
L'« ambiance de cantine » montre que l'adhésion ne se fait pas sur des programmes de société, mais sur la base d'une théâtralité festive et festive-utilitaire.

3.2. L'impact sur le comportement électoral et les alliances

Le don influence la participation en mobilisant les foules (« festivals électoraux »), mais il fragilise la fidélité électorale.

L'électeur peut accepter les dons de plusieurs bords, créant une incertitude que les partis tentent de compenser par une surenchère financière. La dynamique des dons redéfinit les alliances entre partis d'opposition et partis au pouvoir. Ces coalitions ne reposent pas sur des convergences idéologiques, mais sur des **accords de partage de ressources** et de partage géopolitique (le « gâteau national »).

3.3.Le double rôle des festivals électoraux : Régulation vs Écran de fumée

Les rassemblements massifs servent à impressionner l'adversaire et à légitimer le poids politique d'un candidat face à sa propre coalition ou face aux instances internationales. C'est une démonstration de force par le nombre. C'est le résultat le plus saillant de votre étude. La forte mobilisation populaire sert à rendre crédible un résultat pré-fabriqué. Si un parti remplit un stade grâce au clientélisme et à la fête, l'opinion publique nationale et internationale contestera moins facilement des chiffres gonflés ou falsifiés lors du dépouillement, car le « narratif de la popularité » aura déjà été solidement ancré

Conclusion

La société n'est pas intrinsèquement démocratique. La démocratie devient démocratique lorsque le droit et la morale corrigent les inégalités de ressources. La démocratie est donc une société politique dans laquelle les élections ont une place particulière. Elle doit être réalisée à travers un processus de transformation. Dans le processus électoral que connaît la Côte d'Ivoire depuis le début de son processus

démocratique, le phénomène des « dons électoraux » est devenu un fait marquant. L'étude

Ce travail déconstruit le stéréotype condescendant qui présente les populations défavorisées (notamment des quartiers comme Gonzagueville ou Adjouffou) comme des masses analphabètes, passives et "achetables" pour un sac de riz ou un billet de banque. En mettant en lumière les ruses de réception et le décodage critique des citoyens (le *"bouffez leur argent, votez votre choix"*), l'étude restitue aux électeurs leur agentivité (capacité d'action autonome). Elle montre qu'ils restent des acteurs politiques rationnels qui arbitrent intelligemment entre leur survie économique immédiate et leurs convictions citoyennes secrètes. L'étude démontre aux états-majors politiques (RHDP, PDCI, PPA-CI, indépendants) les limites de la "politique du ventre" et de la saturation matérielle. Elle prouve empiriquement que l'investissement financier massif dans les dons ne garantit plus automatiquement la victoire électorale, en raison de la volatilité des votes induite par les ruses de réception.

Elle encourage indirectement une moralisation et une professionnalisation de l'espace public local. Les candidats, prenant conscience du fait que les électeurs acceptent leurs dons tout en votant contre eux, seront poussés à rééquilibrer leur communication en investissant davantage dans des projets de société durables, des débats programmatiques et une redevabilité réelle. Les campagnes traditionnelles d'éducation civique menées par la Commission Électorale Indépendante (CEI) ou les ONG se bornent souvent à un discours moralisateur et juridique : *"Ne vendez pas votre voix, c'est de la corruption"*. Ces messages

échouent parce qu'ils ignorent l'économie morale du don. Pour être efficaces, les campagnes de sensibilisation ne doivent plus nier le don, mais s'appuyer sur la ruse de l'électeur. Pour BALIBAR Étienne (2001) , l'éducation civique peut désormais dire : *"Le candidat vous doit la redistribution des richesses de la commune, prenez donc ce qui vous revient, mais libérez votre vote dans l'isoloir"*. On passe d'une morale abstraite à un pragmatisme citoyen.

References Bibliographiques

AZOBE Sylvie (Épouse Kedi), 2025. « La théâtralisation de la communication en période électorale à l'ère du numérique en Côte d'Ivoire : entre mise en scène et quête de transparence ». Éditions Éfua / ACAREF www.edition-efua.acaref.net/wp-content/uploads/sites/6/2025/11/13.-Sylvie-AZOBE-Epouse-KEDI.pdf Consulté le 17 Juin 2026

ATTA Koffi Éric ,2022. « Entre communication publique et communication politique dans les collectivités locales en Côte d'Ivoire : Cas de la commune de Port-Bouët ». *Revue Ivoirienne des Sciences du Langage et de la Communication (RISLC)*, n°16. (Analyse indispensable sur l'impossible démarcation entre l'image du maire et les réalisations du conseil municipal à Port Bouet. Disponible sur www.revue-slc.org consulté le 07 Septembre 2026

BALIBAR Étienne, 2001. Nous citoyen d'Europe ? Les frontières, l'État, le peuple, La Découverte, Paris

BOURDIEU Pierre, 2002. Propos sur le champ politique, Lyon, France, Presse universitaire de Lyon.

BAYART François Bastien, 1900. L'Etat en Afrique. La politique du ventre, Paris, Fayard, ("L'espace du politique"),

1989. In: Politix, vol. 3, n°9, Premier trimestre 1990. En Vert et contre tout ? L'écologie en politique. pp. 94-96. DOI : https://doi.org/10.3406/polix.1990.2138,

www.persee.fr/doc/polix_0295-2319_1990_num_3_9_2138

BANEGAS Richard. Marchandisation du vote, citoyenneté et consolidation démocratique au Bénin. In: Politique africaine, n°69, 1998. Des élections « comme les autres ». pp. 75-87. DOI : https://doi.org/10.3406/polaf.1998.6110

WWW.PERSEE.FR/DOC/POLAF_0244-7827_1998_NUM_69_1_6110

BLE Gnamien Rock, 2012. *Médias et communication politique en Côte d'Ivoire*. L'Harmattan.

BOURDIEU Pierre, 1980. Le sens pratique. Paris, France, éditions Minuit.

BRIQUET Jean Louis & SAWICKI Frédéric,1998.« Postface » dans Le clientélisme politique dans les sociétés contemporaines, PUF,

GAXIE Daniel, 1985. Sur l'analyse historique des phénomènes électoraux : les attentes d'un politologue. In: Vingtième Siècle, revue d'histoire, n°8, octobre-décembre 1985. pp. 93-106. DOI : https://doi.org/10.3406/xxs.1985.1206

www.persee.fr/doc/xxs_0294-1759_1985_num_8_1_1206

GILLES Séraphin, 2004. Territoires, identités et politique : le cas des Églises protestantes au Cameroun » dans L'effervescence religieuse en Afrique, Karthala.

Institut d'Études Politiques d'Abidjan / Rapports PNUD Côte d'Ivoire (2020). Sensibilisation, cohésion et participation démocratique aux élections locales

www.erc.undp.org/evaluation/documents/download/18806 consulte le 08 Septembre 2026.

International Foundation for Electoral Systems (IFES). Rapports d'observation sur l'évolution du Code électoral et des pratiques de campagne en Côte d'Ivoire https://www.ifes.org/publications/revision-du-register-electoral-et-preparations-electorales-evaluation-technique-le-19

KIYINDOU Alain , 2017. Paysage électoral et stratégies de communication des candidats en Côte d'Ivoire. Thèse de doctorat, Université Bordeaux Montaigne Disponible sur www.theses.fr consulté le 25 Aout 2026.

LEHINGUE Patrick, 2011. Le vote : Approches sociologiques de l'institution électorale. Découverte.

MAUSS Marcel, 1925. *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. Presses Universitaires de France. (Le triptyque théorique incontournable : "Donner, recevoir, rendre").

MEDARD Jean-François, 1991. États d'Afrique noire : formation, mécanismes et crise (Direction, Karthala.

SCHAFFER Frederic Charles, 1998. *Democracy in Translation: Understanding Politics in an Unfamiliar Culture*. Cornell University Press. (Sur la perception électorale des dons communautaires considérés parfois par les populations locales comme un devoir de solidarité plutôt que de la corruption). Disponible sur https://dokumen.pub/democracy-in-translation-understanding-politics-in-an-unfamiliar-culture-9781501718397.html Consulte le 13 Juillet 2026