Communication organisationnelle et changement comportemental face à l'usage du sachet plastique en Côte d'Ivoire : Stratégies, freins et leviers dans les organisations publiques et communautaires

N'DA Yao Jean-Claude
Université Alassane Ouattara, Bouaké- Côte d'Ivoire
ndayayao12@yahoo.fr

Résumé

La pollution plastique constitue un enjeu environnemental majeur en Côte d'Ivoire. Malgré l'interdiction des sachets plastiques non biodégradables adoptée en 2013, leur usage demeure répandu, interrogeant l'efficacité des stratégies de communication mises en œuvre par les organisations publiques et communautaires. Cette étude analyse la contribution de la communication organisationnelle au changement des comportements face à l'usage des sachets plastiques. Une approche mixte a été adoptée, combinant une enquête quantitative auprès de 150 répondants et des entretiens semi-directifs auprès de 20 acteurs institutionnels et communautaires. Les résultats montrent une prédominance des stratégies descendantes et des campagnes ponctuelles, fondées sur des messages essentiellement normatifs. Plusieurs freins persistent, notamment le manque de cohérence institutionnelle, l'insuffisance du suivi des politiques publiques et l'absence d'alternatives accessibles. L'étude souligne l'importance d'une communication participative, cohérente et contextualisée, impliquant les leaders communautaires et tenant compte des réalités socioéconomiques locales.
Mots-clés : *communication organisationnelle, changement comportemental, pollution plastique, participation communautaire, Côte d'Ivoire.*

Abstract

Plastic pollution is a major environmental issue in Côte d'Ivoire. Despite the ban on non-biodegradable plastic bags adopted in 2013, their use remains widespread, raising questions about the effectiveness of communication strategies implemented by public and community organizations. This study analyzes the contribution of organizational communication to changing

behaviors regarding the use of plastic bags. A mixed-methods approach was adopted, combining a quantitative survey of 150 respondents and semi-structured interviews with 20 institutional and community stakeholders. The results show a predominance of top-down strategies and ad hoc campaigns, based primarily on normative messages. Several obstacles persist, including a lack of institutional coherence, insufficient monitoring of public policies, and the absence of accessible alternatives. The study highlights the importance of participatory, coherent, and contextualized communication that involves community leaders and takes into account local socioeconomic realities.

Keywords : *organizational communication, behavioral change, plastic pollution, community participation, Côte d'Ivoire.*

Introduction

La pollution plastique constitue aujourd'hui l'un des enjeux environnementaux majeurs à l'échelle mondiale. Chaque année, plusieurs millions de tonnes de déchets plastiques sont rejetées dans la nature, compromettant la qualité des écosystèmes terrestres et aquatiques ainsi que la santé des populations (PNUE, 2023). Parmi ces déchets, les sachets plastiques à usage unique figurent parmi les formes les plus visibles de pollution en raison de leur faible durée d'utilisation et de leur persistance dans l'environnement. En Côte d'Ivoire, l'usage massif des sachets plastiques contribue à la dégradation du cadre de vie urbain, à l'obstruction des systèmes de drainage et à l'augmentation des risques d'inondation. Face à cette situation, l'État ivoirien a adopté le décret n°2013-327 du 22 mai 2013 interdisant la production, l'importation, la commercialisation et la détention des sachets plastiques non biodégradables. Cependant, malgré l'existence de ce cadre réglementaire et la multiplication des campagnes de sensibilisation conduites par les institutions publiques, les organisations non gouvernementales et les collectivités locales, l'utilisation de ces sachets demeure largement répandue. Cette persistance des pratiques révèle les limites d'une approche essentiellement

normative du changement social. Cette observation rejoint les analyses d'Abric (1994), selon lesquelles les pratiques sociales sont fortement structurées par les représentations collectives ; dès lors, un changement durable suppose une transformation des systèmes de représentations qui soutiennent les comportements quotidiens.

Comme le soulignent Rogers (2003), les innovations comportementales ne sont adoptées durablement que lorsqu'elles s'inscrivent dans des processus de communication favorisant l'appropriation collective des normes. De même, Mucchielli (2016) considère que la communication organisationnelle ne se limite pas à la transmission d'informations ; elle constitue un processus de construction de sens susceptible d'orienter les attitudes et les comportements des acteurs sociaux. Dans cette perspective, les organisations apparaissent comme des espaces stratégiques de mobilisation et de transformation des pratiques environnementales. Dès lors, la question centrale de cette recherche est la suivante : dans quelle mesure la communication organisationnelle contribue-t-elle au changement comportemental face à l'usage des sachets plastiques en Côte d'Ivoire ? Cette interrogation est d'autant plus pertinente que les stratégies communicationnelles déployées par les organisations publiques et communautaires produisent des résultats contrastés selon les contextes sociaux, les modes de participation des populations et les mécanismes d'adhésion mobilisés. L'objectif général de cette étude est d'analyser la contribution de la communication organisationnelle à la réduction de l'usage des sachets plastiques en Côte d'Ivoire. Plus spécifiquement, il s'agit d'identifier les stratégies de communication mises en œuvre par les organisations concernées, d'analyser les freins et les leviers du changement comportemental, puis d'évaluer l'apport des approches

participatives dans la promotion de comportements écologiquement responsables.

1. Revue de la littérature et cadre méthodologique

1.1 Revue de la littérature

1.1. Revue de la littérature et cadre théorique

1.1.1. Communication organisationnelle et sensibilisation environnementale .

La communication organisationnelle désigne les processus par lesquels les organisations construisent, partagent et négocient des significations avec leurs membres et leurs publics. Elle contribue à la coordination des activités, à la circulation de l'information et à la construction des relations entre les organisations et leur environnement. Dans le domaine environnemental, elle peut servir à informer les populations, à expliquer les conséquences des pratiques polluantes, à promouvoir des normes collectives et à mobiliser les acteurs autour d'objectifs communs. Son efficacité dépend toutefois de la nature des messages, de la crédibilité des émetteurs, de l'adaptation des supports aux publics et de la possibilité offerte aux destinataires de réagir. Grunig et Hunt (1984) distinguent plusieurs modèles de relations publiques, dont le modèle de l'information publique et le modèle bidirectionnel symétrique. Le premier privilégie la diffusion d'informations de l'organisation vers ses publics. Le second accorde une place centrale à l'échange, à l'écoute et à l'ajustement réciproque entre l'organisation et ses interlocuteurs. Cette distinction est particulièrement utile pour étudier la communication environnementale. Une campagne qui rappelle uniquement l'interdiction des sachets plastiques relève principalement d'une logique informative ou normative. Une démarche qui associe les commerçants, les associations, les leaders communautaires et les consommateurs à l'identification des difficultés et des solutions

s'inscrit davantage dans une logique participative. La communication organisationnelle est donc envisagée ici comme un processus de sensibilisation, de dialogue et de mobilisation collective. Elle ne se substitue ni à la réglementation ni aux mesures économiques et matérielles, mais peut contribuer à leur appropriation sociale.

1.1.2. La théorie du comportement planifié d'Ajzen : le cadre théorique principal .

La théorie du comportement planifié proposée par Ajzen (1991) constitue le cadre théorique principal de cette recherche. Elle permet d'expliquer pourquoi une attitude favorable à la protection de l'environnement ne conduit pas toujours à l'adoption d'un comportement correspondant.

Selon cette théorie, l'intention comportementale dépend de trois dimensions :

- **L'attitude à l'égard du comportement :** elle renvoie à l'évaluation favorable ou défavorable de l'action envisagée. Une personne qui considère les sachets plastiques comme nuisibles peut être favorable à leur réduction.
- **La norme subjective :** elle correspond à la pression sociale perçue, c'est-à-dire à l'influence que l'individu attribue aux personnes ou aux groupes importants pour lui.
- **Le contrôle comportemental perçu :** il désigne la perception de la capacité à réaliser le comportement souhaité, compte tenu des ressources, des possibilités et des obstacles rencontrés.

Appliquée à la présente étude, cette théorie permet de distinguer l'adhésion aux objectifs environnementaux de la capacité réelle à réduire l'usage des sachets plastiques. Le prix des solutions de remplacement, leur disponibilité, les habitudes commerciales et

l'organisation des services de collecte peuvent limiter le passage de l'intention à l'action.
Cette approche conduit à considérer la communication comme un facteur susceptible d'agir sur les attitudes et les normes sociales, mais dont les effets dépendent également des conditions concrètes dans lesquelles les populations prennent leurs décisions.

1.1.3. La théorie des représentations sociales de Moscovici

La théorie des représentations sociales de Moscovici (1961) constitue un cadre complémentaire pour comprendre la persistance des pratiques liées aux sachets plastiques. Les représentations sociales correspondent aux connaissances, aux croyances et aux significations partagées par les membres d'un groupe et mobilisées pour interpréter leur environnement. L'utilisation des sachets plastiques peut être associée à des représentations pratiques : facilité de transport, disponibilité immédiate, faible coût apparent ou habitude d'achat. Ces significations peuvent se maintenir même lorsque les usagers connaissent les risques environnementaux.

Dans cette perspective, la sensibilisation ne consiste pas seulement à transmettre des informations sur la pollution. Elle doit aussi interroger les habitudes, faire émerger de nouvelles normes collectives et rendre socialement acceptables les solutions de remplacement. Les acteurs communautaires peuvent contribuer à cette évolution en adaptant les messages aux réalités locales, en valorisant les expériences positives et en favorisant des discussions autour des pratiques quotidiennes.

1.1.4. La communication participative et la mobilisation communautaire.

Le modèle bidirectionnel symétrique de Grunig et Hunt (1984) complète le cadre d'analyse en mettant l'accent sur les échanges

entre les organisations et leurs publics. Dans cette perspective, les populations ne sont pas uniquement des destinataires des campagnes : elles participent à l'identification des obstacles, à la formulation des messages et à l'élaboration des solutions. Les travaux de Rogers (2003) sur la diffusion des innovations éclairent également le rôle des relations interpersonnelles et des acteurs reconnus dans l'adoption de nouvelles pratiques. Les leaders communautaires, les responsables associatifs et les relais locaux peuvent contribuer à rendre les messages plus compréhensibles, plus crédibles et mieux adaptés aux contextes sociaux. La participation permet ainsi de mieux prendre en compte les préoccupations des populations et de renforcer leur implication. Elle ne garantit cependant pas, à elle seule, un changement durable. Son efficacité dépend également de la cohérence des actions institutionnelles, de l'existence de solutions de remplacement et de la continuité des interventions.

1.1.5. Articulation du cadre théorique.

Les trois approches retenues remplissent des fonctions complémentaires. La théorie du comportement planifié constitue le cadre explicatif principal du passage de l'intention à l'action. La théorie des représentations sociales permet d'analyser le poids des habitudes et des significations collectives. Le modèle bidirectionnel symétrique de Grunig et Hunt sert à examiner la qualité des relations communicationnelles entre les organisations et les populations. L'articulation de ces approches conduit à considérer que le changement comportemental face aux sachets plastiques dépend de l'interaction entre les attitudes individuelles, les normes sociales, la capacité concrète d'agir et les modalités de communication des organisations. Le cadre d'analyse repose ainsi sur trois dimensions : les stratégies de communication mises en œuvre, les obstacles à l'adoption de comportements alternatifs et les leviers susceptibles de favoriser leur appropriation.

1.2 Cadre méthodologique :

Cette recherche a adopté une approche méthodologique mixte associant les méthodes quantitative et qualitative afin d'analyser les effets des stratégies de communication sur les comportements liés à l'usage des sachets plastiques en Côte d'Ivoire. Le terrain d'étude a concerné des institutions publiques, des ONG environnementales, des organisations communautaires et des leaders locaux engagés dans les actions de sensibilisation environnementale. L'étude quantitative a porté sur un échantillon raisonné de 150 répondants sélectionnés selon leur niveau d'exposition aux campagnes de sensibilisation. Parallèlement, 20 acteurs clés (responsables institutionnels, représentants d'ONG, responsables communautaires et leaders locaux) ont été retenus pour la phase qualitative. Les données ont été collectées à l'aide d'un questionnaire structuré et d'entretiens semi-directifs portant sur les stratégies de communication, la perception des messages, les attitudes environnementales et les comportements liés à l'utilisation des sachets plastiques. Les données quantitatives ont été analysées à partir de statistiques descriptives (fréquences, pourcentages et moyennes), tandis que les données qualitatives ont fait l'objet d'une analyse thématique permettant d'identifier les stratégies communicationnelles, les freins à l'abandon des sachets plastiques et les leviers favorisant l'adoption de comportements écologiquement responsables. Enfin, la triangulation des données a permis de renforcer la validité des résultats en confrontant les perceptions des populations aux discours des acteurs institutionnels et communautaires.

2. Résultats

2. 1 Les stratégies de communication observées

Les stratégies de communication constituent un déterminant majeur du changement comportemental en matière de protection de l'environnement. Leur identification permet d'apprécier les

approches privilégiées par les organisations publiques et communautaires pour sensibiliser les populations aux effets néfastes des sachets plastiques et promouvoir l'adoption de pratiques plus durables. Le tableau suivant présente les principales stratégies de communication observées dans le cadre de cette étude.

Tableau 1 : Principales stratégies de communication mobilisées dans la lutte contre l'utilisation des sachets plastiques

Stratégies de communication	Effectif (N=150)	Pourcentage
Communication institutionnelle descendante	61	40,7
Campagnes ponctuelles de sensibilisation	43	28,7
Messages normatifs et règlementaires	29	19,3
Communication participative	10	6,7
Communication numérique interactive	7	4,6
Total	**150**	**100**

Source : Les données de notre enquête

Les résultats indiquent que la communication descendante constitue la stratégie dominante (40,7 %), suivie des campagnes ponctuelles de sensibilisation (28,7%). Cette prédominance traduit une logique de transmission unidirectionnelle de l'information. À la lumière du modèle de communication stratégique de Grunig et Hunt (1984), cette orientation correspond principalement au modèle de l'information publique, caractérisé par une faible rétroaction des publics. Cette situation limite les possibilités d'appropriation des messages par les populations. Du point de vue des représentations sociales de

Moscovici (1961), les campagnes reposent davantage sur la diffusion d'informations que sur la transformation des croyances collectives associées à l'usage des sachets plastiques. La mise en œuvre de ces stratégies repose sur l'utilisation de supports de communication adaptés aux publics cibles et aux contextes d'intervention. L'analyse de ces supports permet d'apprécier les canaux privilégiés pour la diffusion des messages de sensibilisation. Le tableau ci-après présente les principaux supports de communication mobilisés par les organisations enquêtées.

Tableau 2 : Supports de communication utilisés par les organisations

Supports de communication	**Fréquence**	**Pourcentage**
Affiches et panneaux	57	38
Sensibilisation communautaire	47	31
Réseaux sociaux	25	17
Rencontres participatives	21	14
Total	**150**	**100**

Source : Les données de notre enquête

Les résultats du tableau 2 montrent que les affiches et panneaux constituent les supports de communication les plus utilisés par les organisations, avec 57 répondants, soit 38 %. La sensibilisation communautaire occupe la deuxième position avec 47 répondants (31 %). Les réseaux sociaux représentent 17 % des réponses, soit 25 répondants. Enfin, les rencontres participatives enregistrent la proportion la plus faible, avec 21 répondants (14 %). Ces résultats révèlent une prédominance des supports de communication visuels et des actions de sensibilisation communautaire. Toutefois, les rencontres

participatives, qui favorisent les échanges directs entre les organisations et les populations, demeurent moins mobilisées. Cette situation peut limiter la prise en compte des préoccupations des communautés et leur implication dans la recherche de solutions adaptées à la réduction de l'utilisation des sachets plastiques. Cette tendance peut être analysée à la lumière du modèle de communication de Grunig et Hunt (1984). Leur approche souligne l'importance de la communication bidirectionnelle pour favoriser les échanges entre les organisations et leurs publics. Dans cette perspective, le recours limité aux rencontres participatives constitue une limite potentielle à la construction d'un dialogue durable avec les populations. Il convient néanmoins de souligner que la sensibilisation communautaire, qui représente 31 % des réponses, peut également comporter une dimension interactive selon les modalités de sa mise en œuvre. L'enjeu réside donc moins dans la nature du support que dans la capacité des organisations à favoriser l'écoute, la participation et l'appropriation des messages environnementaux.

2.2 Limites des stratégies mises en œuvre .

Bien que les stratégies de communication déployées par les organisations publiques et communautaires contribuent à la sensibilisation des populations sur les enjeux liés à l'utilisation des sachets plastiques, leur efficacité demeure confrontée à plusieurs contraintes. L'atteinte des objectifs de changement comportemental est susceptible d'être limitée par des facteurs institutionnels, organisationnels, socioculturels et matériels qui réduisent la portée et la pérennité des actions entreprises. L'identification de ces contraintes permet de mieux comprendre les obstacles à l'efficacité des campagnes de sensibilisation et d'orienter les actions futures vers des interventions plus adaptées et durables. Afin d'apprécier les obstacles perçus à l'efficacité des actions de communication, le tableau ci-après présente la

perception des répondants concernant les principales limites des campagnes de sensibilisation menées dans le cadre de la lutte contre l'utilisation des sachets plastiques.

Tableau 3 : Perception des limites des campagnes de sensibilisation

Limites identifiées	**Effectif**	**%**
Faible interaction avec les communautés	46	31
Participation limitée des populations	37	25
Appropriation insuffisante des messages	35	23
Faible impact sur les comportements	32	21
Total	**150**	**100**

Source : Les données de notre enquête

Les données du tableau 3 mettent en évidence plusieurs limites susceptibles de réduire l'efficacité des campagnes de sensibilisation contre l'utilisation des sachets plastiques. La faible interaction avec les communautés constitue la principale difficulté identifiée, avec 46 répondants, soit 31 %. Elle est suivie par la participation limitée des populations, mentionnée par 37 répondants (25 %). L'appropriation insuffisante des messages concerne 35 répondants (23 %), tandis que le faible impact sur les comportements est relevé par 32 répondants (21 %). Ces résultats indiquent que les difficultés rencontrées ne concernent pas uniquement la diffusion des messages, mais également les conditions de leur réception et leur traduction en pratiques concrètes. La faible interaction avec les communautés et la participation limitée des populations représentent ensemble 56 % des réponses. Cette proportion souligne l'importance accordée par les répondants aux dimensions relationnelles et participatives de la communication environnementale. Par ailleurs, l'appropriation insuffisante des messages (23 %)

suggère que la transmission d'informations ne garantit pas nécessairement leur intégration dans les représentations et les pratiques quotidiennes. Cette observation peut être rapprochée des travaux de Moscovici (1961) sur les représentations sociales, qui permettent d'examiner la manière dont les individus construisent le sens de leurs pratiques et interprètent les messages diffusés dans leur environnement social. Enfin, le faible impact sur les comportements, relevé par 21 % des répondants, met en évidence l'écart possible entre la sensibilisation et le changement effectif des pratiques. Ce constat invite à compléter les actions d'information par des dispositifs favorisant le dialogue, la participation communautaire et l'adoption de solutions accessibles aux populations. Dans cette perspective, le modèle de Grunig et Hunt (1984) permet de souligner l'intérêt d'une communication davantage fondée sur les échanges réciproques entre les organisations et leurs publics. Dans l'ensemble, les résultats suggèrent que l'efficacité des campagnes de sensibilisation dépend non seulement de la visibilité des messages, mais également de leur appropriation par les populations et de leur capacité à favoriser des changements comportementaux durables.

2.3 Freins au changement comportemental.

Le changement comportemental en faveur de la réduction de l'utilisation des sachets plastiques ne dépend pas uniquement des actions de communication mises en œuvre. Il est également influencé par un ensemble de facteurs individuels, sociaux, économiques et culturels susceptibles de freiner l'adoption de pratiques plus respectueuses de l'environnement. L'analyse de ces freins permet d'identifier les obstacles qui limitent l'efficacité des interventions de sensibilisation et de mieux orienter les stratégies de communication en faveur d'un changement durable des comportements. Le tableau ci-après

présente les principaux obstacles perçus par les répondants comme limitant la réduction de l'utilisation des sachets plastiques.

Tableau 4 : Obstacles à la réduction de l'utilisation des sachets plastiques

Obstacles identifiés	**Effectif**	**%**
Faible application des politiques publiques	53	35
Manque de cohérence institutionnelle	51	34
Insuffisance des mécanismes de contrôle	46	31
Total	**150**	**100**

Source : Les données de notre enquête

L'analyse du tableau 4 montre que les principaux obstacles à la réduction de l'utilisation des sachets plastiques sont d'ordre institutionnel et réglementaire. La faible application des politiques publiques arrive en tête avec 35 % des répondants, suivie du manque de cohérence institutionnelle (34 %) et de l'insuffisance des mécanismes de contrôle (31 %). Ces résultats soulignent que l'efficacité des actions de sensibilisation dépend également de la mise en œuvre effective des politiques environnementales, de la coordination entre les institutions et du renforcement des contrôles. Ils peuvent être rapprochés de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), qui met notamment en évidence le rôle des conditions facilitant ou limitant l'adoption d'un comportement. Ainsi, la réduction durable de l'utilisation des sachets plastiques nécessite une communication de sensibilisation accompagnée de mesures institutionnelles cohérentes et effectivement appliquées.

Tableau 5 : Influence des facteurs psychosociaux sur le comportement environnemental

Facteurs	**Moyenne (/5)**
Attitude favorable à la réduction des sachets plastiques	4,1
Pression sociale perçue	3,2
Contrôle comportemental perçu	2,7
Intention de réduire l'usage des sachets plastiques	3,8

Source : Les données de notre enquête

Les enquêtés manifestent une attitude globalement favorable à la réduction des sachets plastiques (4,1/5) et une intention relativement élevée de modifier leurs comportements (3,8/5). Toutefois, le contrôle comportemental perçu demeure faible (2,7/5). Ces résultats corroborent la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), selon laquelle l'intention seule ne suffit pas à provoquer le changement comportemental lorsque les conditions matérielles et environnementales restent défavorables.

2.4 Leviers favorisant le changement comportemental.

L'adoption de comportements écologiques résulte de la combinaison de plusieurs facteurs favorables qui renforcent l'efficacité des stratégies de communication et facilitent l'appropriation des pratiques respectueuses de l'environnement. Ces leviers peuvent être d'ordre informationnel, institutionnel, social ou communautaire et contribuent à créer un environnement propice à un changement comportemental durable. Leur analyse permet d'identifier les conditions susceptibles d'améliorer les interventions de communication environnementale en faveur de la réduction de l'utilisation des

sachets plastiques. Le tableau ci-après présente les principaux facteurs identifiés par les répondants comme favorisant l'adoption de comportements écologiques dans le contexte de la réduction de l'utilisation des sachets plastiques.

Tableau 6 : Facteurs favorables à l'adoption de comportements écologiques

Leviers identifiés	**Effectif**	**%**
Communication participative	41	27,3
Implication des leaders communautaires	35	23,3
Adaptation des campagnes aux réalités locales	30	20
Co-construction des messages	24	16
Prise en compte des contraintes socio-économiques	20	13,4
Total	**150**	**100**

Source : Les données de notre enquête

La communication participative apparaît comme le principal levier de changement (27,3 %). Cette observation rejoint le modèle bidirectionnel symétrique de Grunig et Hunt (1984), qui valorise le dialogue entre institutions et populations. L'implication des leaders communautaires (23,3 %) contribue également à renforcer la légitimité des messages et leur diffusion au sein des groupes sociaux. Cette observation rejoint Mucchielli (2020), qui montre que les stratégies d'influence les plus efficaces reposent sur la construction du sens partagé, la crédibilité des acteurs et la participation active des publics plutôt que sur la seule transmission d'informations. Les leaders communautaires occupent une place stratégique dans les processus de communication et d'influence sociale en raison de leur proximité avec les populations et de leur capacité à façonner les normes collectives. Le tableau suivant présente la perception

des répondants quant à leur contribution à la transformation des représentations sociales et à la promotion de comportements favorables à la protection de l'environnement.

Tableau 7 : Apports des leaders communautaires dans la transformation des représentations sociales

Contribution observée	**Effectif (n=20)**	**%**
Renforcement de la crédibilité des messages	7	35
Mobilisation communautaire	5	25
Adaptation culturelle des messages	4	20
Médiation entre institution et populations	3	15
Suivi des comportements locaux	1	5
Total	**20**	**100**

Source : Les données de notre enquête

Les entretiens montrent que les leaders communautaires jouent un rôle essentiel dans la transformation des représentations sociales liées aux sachets plastiques. Selon Moscovici (1961), les représentations sociales évoluent plus facilement lorsqu'elles sont relayées par des acteurs reconnus et légitimes au sein du groupe. La crédibilité accordée aux leaders communautaires facilite ainsi l'acceptation des normes environnementales et favorise l'émergence de nouvelles pratiques collectives. L'étude montre que les stratégies actuelles reposent principalement sur une communication descendante dont l'efficacité demeure limitée. Les résultats révèlent que les intentions favorables à la protection de l'environnement existent, mais que les contraintes matérielles, économiques et institutionnelles entravent leur traduction en comportements effectifs. Les analyses fondées sur Ajzen (1991), Moscovici (1961) et Grunig et Hunt (1984) démontrent que le changement durable nécessite une

communication participative, la transformation des représentations sociales et le renforcement du pouvoir d'agir des populations à travers des alternatives concrètes aux sachets plastiques.

3. Discussion

Les résultats de cette étude permettent d'examiner la contribution de la communication organisationnelle au changement comportemental face à l'usage des sachets plastiques en Côte d'Ivoire. Ils montrent que la sensibilisation s'inscrit dans un environnement marqué par la prédominance de stratégies descendantes, par des difficultés d'appropriation des messages et par des contraintes qui limitent le passage de l'intention à l'action.

3.1. La prédominance d'une communication descendante

La communication institutionnelle descendante représente 40,7 % des stratégies déclarées, devant les campagnes ponctuelles de sensibilisation (28,7 %). À l'inverse, la communication participative et la communication numérique interactive représentent respectivement 6,7 % et 4,7 %. Cette répartition indique que les stratégies observées privilégient la diffusion de l'information plutôt que l'interaction avec les publics. Elle peut être rapprochée des modèles de relations publiques de Grunig et Hunt (1984), notamment du modèle de l'information publique, qui accorde une place centrale à la transmission des informations de l'organisation vers ses publics. Cette orientation n'est pas nécessairement dépourvue d'intérêt. Le rappel des règles, l'explication des risques environnementaux et la diffusion de consignes peuvent contribuer à informer les populations. Toutefois, ces actions ne permettent pas toujours de comprendre les raisons pour lesquelles les pratiques persistent ni d'identifier les solutions acceptables pour les publics concernés. La faible

interaction avec les communautés, citée par 30,7 % des répondants parmi les limites des campagnes, renforce ce constat. Elle suggère que les dispositifs de sensibilisation pourraient davantage intégrer les expériences et les préoccupations des populations. Cette interprétation rejoint les travaux de Servaes (1999), qui soulignent l'importance de la participation dans les approches de communication pour le développement. Dans le contexte étudié, une communication plus interactive pourrait aider les organisations à identifier les obstacles rencontrés par les usagers et à adapter leurs interventions aux réalités locales. Il convient toutefois de rappeler que les données recueillies décrivent les stratégies perçues par les répondants. Elles ne permettent pas, à elles seules, de mesurer directement l'effet de chaque stratégie sur les comportements.

3.2.Le décalage entre les attitudes favorables et la capacité d'agir .

Les résultats du tableau 5 révèlent une attitude favorable à la réduction des sachets plastiques, avec une moyenne de 4,1 sur 5, et une intention relativement élevée de réduire leur usage, avec une moyenne de 3,8 sur 5. Le contrôle comportemental perçu atteint cependant 2,7 sur 5. Ce décalage constitue un résultat important de l'étude. Il indique que l'adhésion déclarée à un objectif environnemental ne signifie pas nécessairement que les répondants se sentent capables de le mettre en pratique. La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) permet d'éclairer cette situation. Le comportement ne dépend pas uniquement de l'attitude favorable ou de l'intention de l'adopter. Il dépend également de la perception des possibilités et des contraintes associées à sa réalisation. Dans le cas des sachets plastiques, la capacité d'agir peut être affectée par le coût des solutions de remplacement, leur disponibilité, les habitudes de distribution des commerçants ou les conditions d'accès à des emballages réutilisables. Les contraintes matérielles peuvent

donc réduire la portée des messages environnementaux, même lorsque ceux-ci sont compris et approuvés.

Cette lecture invite à dépasser une conception du changement comportemental fondée uniquement sur la persuasion. Les organisations doivent non seulement expliquer pourquoi il est nécessaire de réduire l'usage des sachets plastiques, mais également contribuer à rendre cette réduction concrètement possible. La communication doit ainsi être articulée à des mesures d'accompagnement, à la promotion de solutions accessibles et à une meilleure cohérence des actions institutionnelles.

3.3. Le poids des représentations sociales et des habitudes.

Les résultats mettent également en évidence des difficultés liées à la participation limitée des populations et à l'appropriation insuffisante des messages. Ces éléments peuvent être rapprochés de la théorie des représentations sociales de Moscovici (1961). Les pratiques quotidiennes ne sont pas déterminées exclusivement par les connaissances individuelles. Elles s'inscrivent dans des habitudes, des normes collectives et des significations socialement partagées. Les sachets plastiques peuvent notamment être associés à la facilité d'utilisation, à la disponibilité immédiate et aux habitudes de consommation. Dans ce contexte, la diffusion répétée d'informations sur les effets environnementaux ne suffit pas nécessairement à modifier les pratiques. Les messages doivent également prendre en compte les usages existants, les représentations qui leur donnent du sens et les conditions dans lesquelles des solutions alternatives peuvent être adoptées. La communication environnementale gagne ainsi à valoriser des expériences concrètes, à favoriser les échanges entre les membres d'une communauté et à rendre visibles les bénéfices des comportements alternatifs. Cette démarche ne suppose pas de considérer les représentations sociales comme immuables. Elle

consiste plutôt à reconnaître que leur évolution s'inscrit dans des processus de communication, d'interaction et d'apprentissage collectif.

3.4. La participation communautaire comme levier de changement .

La communication participative est le premier levier cité par les répondants, avec 27,3 %, devant l'implication des leaders communautaires (23,3 %). L'adaptation des campagnes aux réalités locales représente 20 % des réponses. Ces résultats renforcent l'intérêt d'une approche qui associe les populations à la conception et à la mise en œuvre des actions environnementales. Ils peuvent être interprétés à la lumière du modèle bidirectionnel symétrique de Grunig et Hunt (1984), qui met l'accent sur le dialogue entre les organisations et leurs publics. Dans cette perspective, les populations ne sont plus considérées comme de simples destinataires des messages. Elles participent à l'identification des problèmes, à la formulation des solutions et à l'évaluation des actions menées. Les résultats des entretiens soulignent également l'importance des leaders communautaires. La crédibilité des messages constitue la contribution la plus fréquemment mentionnée (35 %), suivie de la mobilisation communautaire (25 %) et de l'adaptation culturelle des messages (20 %). Ces observations rejoignent les analyses de Rogers (2003) sur la diffusion des innovations. Les relations interpersonnelles et les acteurs reconnus au sein d'un groupe peuvent faciliter la compréhension et l'acceptation de nouvelles pratiques.

Les leaders communautaires peuvent donc jouer un rôle d'intermédiaires entre les institutions et les populations. Ils sont susceptibles de favoriser la circulation de l'information, de traduire les messages dans des formes adaptées aux réalités locales et d'encourager la mobilisation collective. Toutefois, leur implication doit s'accompagner de mécanismes de suivi, de

ressources adaptées et d'une collaboration effective avec les institutions. La participation ne saurait se limiter à la présence symbolique de représentants communautaires lors d'une campagne.

3.5. La nécessité d'une cohérence institutionnelle et de solutions concrètes .

L'étude met enfin en évidence l'importance des facteurs institutionnels. Parmi les obstacles documentés figurent la faible application des politiques publiques, le manque de cohérence institutionnelle et l'insuffisance des mécanismes de contrôle. Ces résultats prennent un relief particulier au regard des initiatives institutionnelles récentes. En mai 2024, les autorités ivoiriennes ont organisé un atelier consacré aux difficultés d'application du décret de 2013, à la recherche d'alternatives au plastique et à l'amélioration de la gestion des déchets plastiques. En juin 2025, des actions de sensibilisation ont été conduites dans le cadre de la mobilisation contre la pollution plastique (Ministère de l'Environnement, du Développement durable et de la Transition écologique, 2024, 2025). Ces initiatives confirment que la lutte contre la pollution plastique nécessite une action coordonnée. La communication peut soutenir les politiques publiques, mais son efficacité dépend aussi de la cohérence des décisions, de la continuité des actions, de la disponibilité des solutions alternatives et de l'effectivité des dispositifs d'application. Lorsque les messages encouragent l'abandon des sachets plastiques sans que des solutions de remplacement abordables soient accessibles, les populations peuvent rencontrer des difficultés à modifier leurs pratiques. De même, lorsque les prescriptions institutionnelles ne sont pas accompagnées de mesures cohérentes, la crédibilité des messages peut être fragilisée. L'enjeu consiste donc à articuler communication, participation communautaire,

accompagnement matériel et mise en œuvre effective des politiques publiques.

3.6. Apports et limites de la recherche .

L'apport principal de cette recherche réside dans l'articulation de la communication organisationnelle et de l'analyse du changement comportemental. Elle montre l'intérêt de ne pas limiter l'étude des campagnes environnementales à la diffusion des messages, mais de prendre en compte leur appropriation, les normes sociales et les conditions concrètes de leur mise en pratique. Sur le plan théorique, l'association de la théorie du comportement planifié, de la théorie des représentations sociales et du modèle bidirectionnel symétrique permet d'appréhender le changement sous plusieurs angles complémentaires. Sur le plan pratique, les résultats soulignent l'intérêt d'une communication participative, contextualisée et associée à des mesures concrètes. Cette recherche présente néanmoins des limites. L'échantillon raisonné de 150 répondants et les 20 entretiens ne permettent pas de généraliser les résultats à l'ensemble de la population ivoirienne. Les statistiques descriptives ne permettent pas non plus d'établir une relation causale entre les stratégies de communication et les comportements effectifs. Enfin, les données disponibles ne documentent pas directement une évolution des comportements dans le temps. Des recherches ultérieures pourraient comparer plusieurs localités, analyser les différences entre catégories de publics et mesurer l'évolution des pratiques avant et après des interventions participatives. Elles pourraient également examiner le rôle des réseaux sociaux, des dispositifs de communication de proximité et de l'accès aux solutions de remplacement.

Conclusion

Cette étude avait pour objectif d'analyser la contribution de la

communication organisationnelle au changement comportemental face à l'usage des sachets plastiques en Côte d'Ivoire. Elle cherchait plus précisément à identifier les stratégies de communication mobilisées par les organisations publiques et communautaires, à examiner les freins au changement et à dégager les leviers susceptibles de favoriser des pratiques plus respectueuses de l'environnement. Les résultats disponibles montrent une prédominance de la communication institutionnelle descendante, qui représente 40,7 % des stratégies déclarées, et des campagnes ponctuelles de sensibilisation, avec 28,7 %. La communication participative et la communication numérique interactive occupent une place plus limitée. Cette configuration suggère que les actions étudiées privilégient davantage la transmission de l'information que le dialogue avec les populations. L'analyse des limites perçues fait ressortir la faible interaction avec les communautés, la participation limitée des populations et l'appropriation insuffisante des messages. Ces difficultés invitent à considérer la sensibilisation comme un processus qui ne se réduit pas à la diffusion de consignes, mais qui doit également permettre aux publics d'exprimer leurs préoccupations et de participer à la recherche de solutions. Les résultats relatifs aux facteurs psychosociaux montrent, par ailleurs, une attitude favorable à la réduction des sachets plastiques et une intention relativement élevée de modifier les pratiques, alors que le contrôle comportemental perçu demeure plus faible. La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) permet d'interpréter ce décalage en soulignant que l'intention ne suffit pas lorsque les conditions concrètes d'action restent contraignantes. La théorie des représentations sociales de Moscovici (1961) rappelle, quant à elle, que les habitudes et les significations collectives influencent les comportements quotidiens. Enfin, le modèle bidirectionnel symétrique de Grunig et Hunt (1984) met en évidence l'intérêt du dialogue et de la participation dans les

relations entre les organisations et leurs publics. La communication participative, l'implication des leaders communautaires, l'adaptation des messages aux réalités locales et la prise en compte des contraintes socioéconomiques apparaissent ainsi comme des leviers importants. Leur mobilisation peut renforcer la crédibilité des actions, améliorer l'appropriation des messages et favoriser l'engagement des populations. Toutefois, ces leviers doivent être associés à une application cohérente des politiques publiques et à la disponibilité de solutions de remplacement accessibles. L'apport de cette recherche est de montrer que la communication organisationnelle peut contribuer au changement comportemental lorsqu'elle est envisagée comme un processus de dialogue, de mobilisation et de construction collective du sens. Elle ne saurait cependant se substituer aux mesures institutionnelles, économiques et matérielles nécessaires à la réduction de l'usage des sachets plastiques. Les résultats doivent être interprétés au regard des limites de l'échantillon, du caractère descriptif des analyses et de l'absence de mesure longitudinale des comportements. De futures recherches pourraient élargir le terrain à d'autres régions de Côte d'Ivoire, comparer différents dispositifs de communication et évaluer leurs effets sur les pratiques au fil du temps. En définitive, la réduction durable de l'usage des sachets plastiques suppose une approche intégrée associant communication participative, mobilisation communautaire, cohérence institutionnelle et solutions concrètes. C'est à cette condition que les actions de sensibilisation pourront contribuer plus efficacement à la transformation des pratiques environnementales.

Références bibliographiques

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

AJZEN Icek, 1991, « The theory of planned behavior », in Organizational Behavior and Human Decision Processes, vol. 50, n° 2, pp. 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

BAMBERG Sebastian et MÖSER Guido, 2007, « Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour », in Journal of Environmental Psychology, vol. 27, n° 1, pp. 14-25. https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2006.12.002

GRUNIG James E. et HUNT Todd, 1984. Managing Public Relations, Holt, Rinehart and Winston, New York.

JODELET Denise (dir.), 1989. Les représentations sociales, Presses universitaires de France, Paris.

MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE, 2024, « Pollution issue des sachets plastiques : le gouvernement invite les acteurs à l'application du décret », 16 mai 2024.
https://environnement.gouv.ci/index.php/actualite/442

MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE, 2025, « JME 2025 : le ministère intensifie la sensibilisation universitaire contre la pollution plastique », 4 juin 2025.
https://web2.environnement.gouv.ci/index.php/actualite/204

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

MUCCHIELLI Alex, 2016. La communication dans les organisations, 9e éd., Armand Colin, Paris.

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT, 2023. Turning Off the Tap: How the World Can End Plastic Pollution and Create a Circular Economy, United Nations Environment Programme, Nairobi.

ROGERS Everett M., 2003. Diffusion of Innovations, 5e éd., Free Press, New York.

SERVAES Jan, 1999. Communication for Development: One **World, Multiple Cultures,** Hampton Press, Cresskill, New Jersey.

STERN Paul C., 2000, « Toward a coherent theory of environmentally significant behavior », in Journal of Social Issues, vol. 56, n° 3, pp. 407-424. https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175