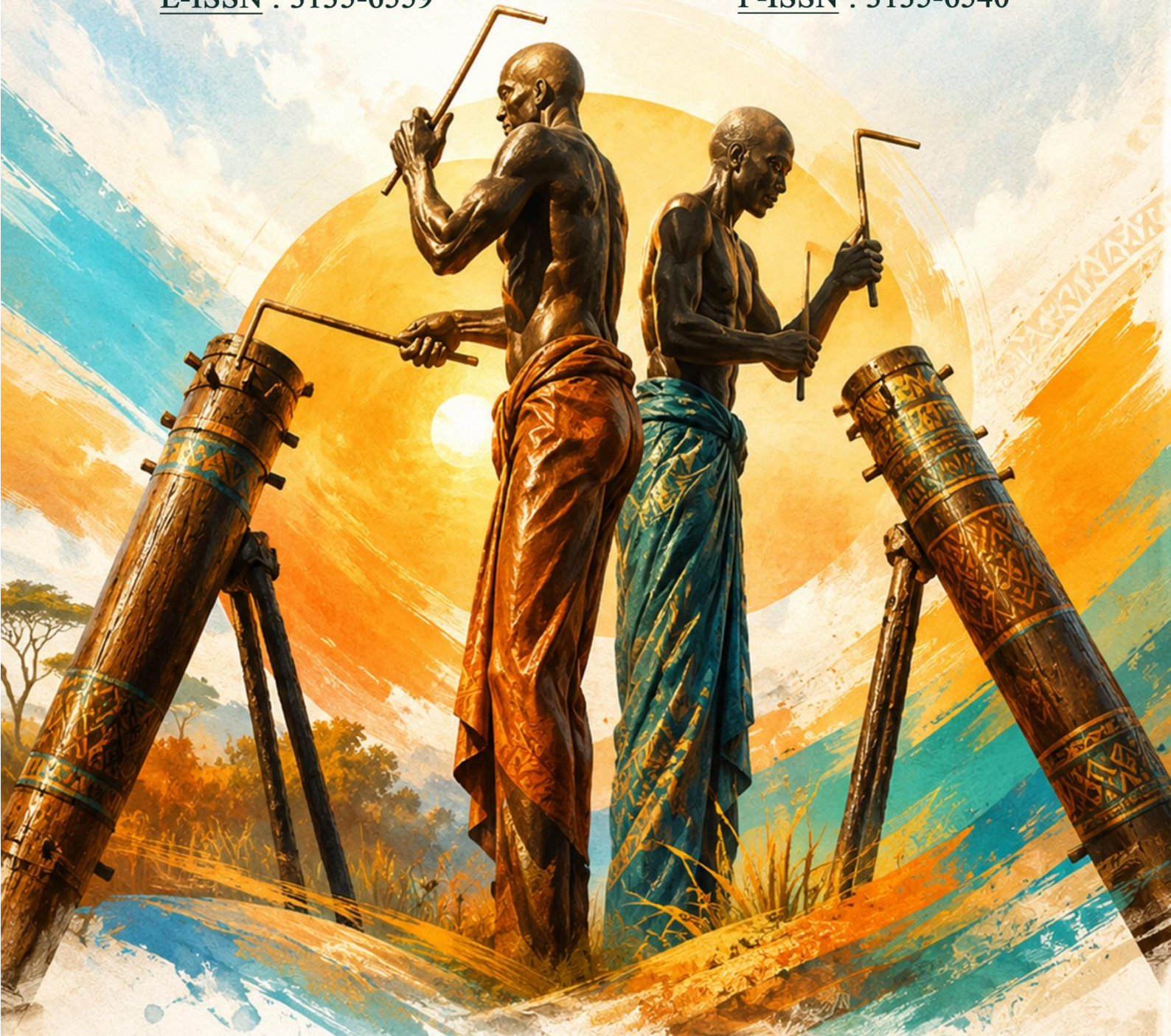


REVUE ATTOUNGBLAN

Lettres - Communication - Arts - Sciences humaines et sociales

E-ISSN : 3135-6559

P-ISSN : 3135-6540



Volume 1, Numéro 1, septembre 2026

www.revueattoungblan.net

COMITÉ ÉDITORIAL

Directeur de publication

KOUADIO Konan Hubert
Maître de Conférences
Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

La rédaction

Dr KOUAMÉ Kouakou Daniel, Maître-Assistant, Germanistique, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Dr KOUAMENAN Djro Bilestone Roméo, Maître-Assistant, Histoire, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Web Master

KOUAKOU Kouadio Sanguen, Assistant, Ingénieur en informatique, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Professeur Ahouli Akila, Germanistique, Université de Lomé (Côte d'Ivoire)

Professeur FAYE Ousseynou, Histoire, Université Cheick Anta Diop (Dakar)

Professeur GNÉBA Kokora Michel, Germanistique, Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

Professeur Klaus VAN EICKELS, Histoire, Université Otto-Friedrich de Bamberg (Allemagne)

Professeur KONÉ Vamara, Anglais, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Professeur KOUAMÉ Abo Justin, Germanistique, Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

Professeur TOH Zorobi Philippe, Anglais, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Dr KONAN Koffi Syntor (MC), Espagnol, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Dr YÉO Lacina (MC), Germanistique, Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

COMITÉ DE LECTURE

Dr AGOSSAVI Simplicie (MC), Germanistique, Université d'Abomey-Calavi (Bénin)

Dr ALLABA Djama Ignace (MC), Germanistique, Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

Dr BAH Jean-Joël (MC), Philosophie, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Dr BALLY Claude Koré (MC), Sociologie, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Dr DANHO Yayo Vincent (MC), Lettres Modernes, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Dr DIARASSOUBA Bazoumana (MC), Géographie, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Dr KPAO SARÉ Constant (MC), Germanistique, Université d'Abomey-Calavi (Bénin)

Dr M'BRA Kouakou (MC), Anglais, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Dr NOGBOU M'Domou Éric (MC), Histoire, Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

Dr PALÉ Miré Germain (MC), Espagnol, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Dr YANGRA Aboua François (MC), Sciences du langage, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

PRÉSENTATION DES MANUSCRITS

ATTOUNGBLAN n'accepte que des articles inédits et originaux en français, anglais, allemand ou espagnol. Les articles publiés n'engagent que leurs auteurs.

Les auteurs sont invités à respecter les délais qui leur seront communiqués, sous peine de voir la publication de leurs travaux repoussée au numéro suivant.

1. Structure de l'article

Pour un article qui est une contribution théorique et fondamentale : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Fonction, Grade, Institution d'attache, Adresse électronique, Résumé en Français [200 mots maximum], Mots clés [5 mots maximum] ; Titre en Anglais, Abstract, Keywords ; Introduction (justification du thème, problématique, hypothèses/objectifs scientifiques, approche méthodologique), Développement articulé, Conclusion, Bibliographie.

Pour un article qui résulte d'une recherche de terrain : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Fonction, Grade, Institution d'attache, Adresse électronique, Résumé en Français [200 mots au plus], Mots clés [5 mots au plus] ; Titre en Anglais, Abstract, Keywords ; Introduction, Méthodologie, Résultats et Discussion, Conclusion, Bibliographie.

2. Longueur de l'article

Quelle que soit la nature de l'article, sa longueur maximale, incluant aussi bien le texte principal que les résumés, les notes et la documentation, doit être comprise **entre 5000 et 8000 mots**.

3. Formats d'enregistrement et d'envoi

Tous les articles doivent nous parvenir obligatoirement en version numérique.

Texte numérique (Word)

3.1 Traitement de texte

La saisie de l'article doit être effectuée avec traitement de texte Word, obligatoirement en **police Times New Roman de taille 12, interligne (1,15)**.

La mise en forme (changement de corps, de caractères, normalisation des titres, etc.) est réalisée par l'équipe éditoriale de la revue. Les césures manuelles, le soulignement, le retrait d'alinéa ou de tabulation pour les paragraphes sont proscrits. Une ligne sera sautée pour différencier les paragraphes.

Pour la ponctuation, les normes sont les suivantes : un espace après (.) et (,) ; un espace avant et après (;), (:), (?), et (!). Les signes mathématiques (+, —, etc.) sont précédés et suivis d'un espace.

L'utilisation des guillemets français (« ») doit être privilégiée. Les guillemets anglais (" ") ne doivent apparaître qu'à l'intérieur de citations déjà entre guillemets.

Les chiffres incorporés dans le texte doivent être écrits en toutes lettres jusqu'au nombre cent. Au-delà, ils le seront sous forme de chiffres arabes (101, 102, 103...)

Les siècles doivent être indiqués en chiffres romains (I, II, III, IV, X, XX).

Les appels de note doivent se situer après la ponctuation.

3.2. Le texte imprimé

Le texte comporte une marge de 2,5 cm sur les quatre bords.

4. Pagination

Le document est paginé de la page de titre aux références bibliographiques, en pagination continue.

5. Références bibliographiques

S'assurer que toutes les références bibliographiques indiquées dans le texte, et seulement celles-ci, s'y trouvent. Elles doivent être présentées selon les normes suivantes :

5.1. Bibliographie

– Pour un ouvrage :

PICLIN Michel, 2017, *La notion de transcendance : son sens, son évolution*, Paris, Armand Colin.

– Pour un article de périodique :

IGUE Ogunsola, 2010, « Une nouvelle génération de leaders en Afrique : quels enjeux ? », *Revue internationale de politique de développement*, vol. 1, No. 2, p. 119-138.

– Pour un article dans un ouvrage :

ZARADER Marlène, 1981, « Être et Transcendance Chez Heidegger », dans Martin KAPPLER (dir.), *Métaphysique et Morale*, Paris, L'Harmattan, p. x-y.

– Pour une thèse :

OLEH Kam, 2008, « Logiques paysannes, logiques des développeurs et stratégies participatives dans les projets de développements ; l'exemple du projet Bad-Ouest en Côte d'Ivoire », Thèse unique de doctorat, Institut d'Ethnologie, Université Cocody, Côte D'Ivoire.

5.2. Sources

– Pour les sources écrites :

Nom de la structure conservant le document (Centre d'archives), fonds, carton ou dossier, titre du document, année (exemple : GGAEF — 4 (1) D39 : Rapport annuel d'ensemble de la colonie du Gabon, en 1939.

– Pour les sources orales :

Nom(s) et prénom(s) de l'informateur, numéro d'ordre, date et lieu de l'entretien, sa qualité et sa profession, son âge et/ou sa date de naissance.

6. Références et notes

6.1. Appel de référence

Dans le texte, l'appel à la référence bibliographique se fait suivant la méthode du premier élément et de la date, entre parenthèses. En d'autres termes, les références des ouvrages et des articles doivent être placées à l'intérieur du texte en indiquant, entre parenthèses, le nom de l'auteur précédé de l'abréviation de son prénom, l'année et/ou la (les) page(s) consulté(es), suivis de deux points. Exemple : (A. Koffi, 2012 : 54-55).

Si plusieurs références existent dans la même année pour un même auteur, faire suivre la date de a, b, etc., tant dans l'appel que dans la bibliographie : (A. Koffi, 2012a).

À partir de trois auteurs, faire suivre le premier auteur de et *al.* : (K. Arnaud et *al.* 2010). Quand il est fait appel à plusieurs références distinctes, on séparera les différentes références par un point-virgule (;) : (E. Kedar, 1978, 1989 ; E. Zadi, 1990).

6.2. Références aux sources

Les références aux sources (orales ou imprimées) doivent être indiquées en note de bas de page selon une numérotation continue.

6.3. Notes de bas de page

Les explications ou autres développements explicitant le texte doivent être placés en notes de bas de page correspondante (sous la forme : 1, 2, 3, etc.). Ces notes infra-paginales doivent être exceptionnelles et aussi brèves que possible.

6.4. Citations

Le texte peut comporter des citations. Celles-ci doivent être mises en évidence à partir de lignes ; retrait gauche (1 cm) et droite (1 cm) en interligne simple, en italique et entre guillemets.

– Les **citations courtes** (1, 2 ou 3 lignes) doivent être entre guillemets, en français à l'intérieur des paragraphes en police 12, interligne (1,5).

– **Les citations longues** (4 lignes et plus) doivent être sans guillemets et hors texte, avec un retrait de 2 cm à gauche et à droite et interligne simple (1), police -1.

– **Les Crochets** : Mettre entre crochets [] les lettres ou les mots ajoutés ou changés dans une citation, de même que les points de suspension indiquant la coupure d'un passage [...].

Remarque : La citation dans une langue autre que celle de l'article est accompagnée d'une traduction dans la langue de l'article. Cette traduction est mise en bas de page, suivie de la mention entre parenthèses : (Notre traduction).

NB: Les citations en anglais ne sont pas à traduire en bas de page, quelle que soit la langue de rédaction de la contribution.

Exemples de références de citation sont intégrées au texte :

- En effet, le but poursuivi par M. Ascher (1998 : 223), est « d'élargir l'histoire des mathématiques de telle sorte qu'elle acquière une perspective multiculturelle et globale (...), d'accroître le domaine des mathématiques : alors qu'elle s'est pour l'essentiel occupé du groupe professionnel occidental que l'on appelle les mathématiciens (...) ».

- Pour dire plus amplement ce qu'est cette capacité de la société civile qui, dans son déploiement effectif, atteste qu'elle peut porter le développement et l'histoire, S. B. Diagne (1991 : 2) écrit :

Qu'on ne s'y trompe pas : de toute manière, les populations ont toujours su opposer à la philosophie de l'encadrement et à son volontarisme leurs propres stratégies de contournements. Celles-là, par exemple, sont lisibles dans le dynamisme, ou à tout le moins, dans la créativité dont fait preuve ce que l'on désigne sous le nom de secteur informel et à qui il faudra donner l'appellation positive d'économie populaire.

- Le philosophe ivoirien a raison, dans une certaine mesure, de lire, dans ce choc déstabilisateur, le processus du sous-développement. Ainsi qu'il le dit :

« le processus du sous-développement résultant de ce choc est vécu concrètement par les populations concernées comme une crise globale : crise socio-économique (exploitation brutale, chômage permanent, exode accéléré et douloureux), mais aussi crise socio-culturelle et de civilisation traduisant une impréparation sociohistorique et une inadaptation des cultures et des comportements humains aux formes de vie imposées par les technologies étrangères ». (S. Diakité, 1985 : 105).

7. Les documents non textuels

7. 1 Illustrations

L'ensemble des illustrations, y compris les photographies, doit impérativement accompagner la première expédition de l'article. En plus de chaque original, l'auteur fournira une copie aux dimensions souhaitées pour la publication : pleine page, demi-page, sur une colonne, etc. Au dos seront portés le nom du ou des auteurs, le numéro de la figure, l'indication du haut de l'illustration. La justification maximale est de 120 mm de largeur sur 200 mm de hauteur pour une illustration pleine page. Les textes portés sur les illustrations seront en Garamond.

7.2 Dessins originaux

Ils seront soit tracés à l'encre de Chine, soit issus de traitement informatique imprimé dans de bonnes conditions. Dans ce dernier cas, on évitera les trames dessinées. Pour les objets lithiques, les croquis dits « schémas diacritiques » gagneront à être accompagnés des dessins traités en hachures valorisantes qui, eux, montrent la morphologie technique.

7.3 Documents photographiques

Les documents doivent être parfaitement nets, contrastés et être fournis sous forme de fichier numérique ; enregistrés pour « PC » (Photoshop ©/niveaux de gris 300 ppi ou bitmap 600 ppi/Tiff/taille de publication dans Illustrator © ou tout autre logiciel de dessin vectoriel/EPS/textes vectorisés).

7.4 Tableaux

La revue n'assure pas la composition des tableaux. Ils devront être remis sous forme de fichiers Acrobat © PDF (print/niveau de gris/taille de publication/300dpi) ou Illustrator © (EPS/niveau de gris/taille de publication/300dpi), respectant la justification et la mise en pages de la revue. Privilégier les fontes Garamond.

7.5 Échelles

Aussi souvent que possible, la représentation grandeur nature sera recherchée. Lorsque la réduction s'impose, l'auteur aura soin de prévoir une échelle de réduction constante pour une même catégorie de vestiges. Pour chaque carte ou plan, l'auteur donnera une échelle graphique, ainsi que la direction du Nord. Pour les objets dessinés ou photographiés, une échelle, si possible constante, accompagnera chaque pièce ou ensemble de pièces.

7.6 Titres des illustrations, photos et tableaux

Toutes les illustrations, toutes les photos et tous les tableaux doivent avoir des titres. Ces titres sont obligatoirement placés en dessous des illustrations, des photos ou des tableaux.

7.7 Légendes

L'auteur accordera un soin particulier à la qualité des légendes. Les illustrations, les photos, les tableaux et leurs légendes constituent souvent le premier contact du lecteur avec l'article. Les légendes doivent être placées en dessous des titres.

7.8 Appels des illustrations, photos et tableaux

Dans le texte, l'auteur doit obligatoirement indiquer l'appel aux illustrations, photos ou tableaux. Cet appel doit être en chiffres arabes : (fig. 1), (tabl. 2), (pl. 3 - fig. 4), etc.

SOMMAIRE

LANGUES, LETTRES ET CIVILISATIONS

Études germaniques

1. **KOUAME Kouakou Daniel, TRAORÉ Youssoufou** 9-28
Religion als Ressource kultureller Resilienz im Zeitalter der Globalisierung
2. **Tchima Rolland KONE, Tenin YEO** 29-43
Relevanz Der Kulturvermittlung Im Daf-Unterricht in der Côte d'Ivoire am Beispiel des Lehrwerks *ihr und wir Plus 3*
3. **Sibiri Micaël OUATTARA** 44-58
Beitrag des Staates zur Resozialisierung devianter Jugendlichen in der Côte d'Ivoire: Fall der Insassen des „Centre d'Observation des Mineurs“ in Bingerville

4. **Massimlawè HARAKAWA** 59-77
Erzählen als Widerstand: Literarische Strategien des Erinnerns und Erzählens in Fred Wanders Roman *Der siebente Brunnen*

Anglais

5. **Marius Eder BROU, Konan Blaise KOUADIO** 78-93
Fictionalizing the Discursive Legitimation of Power in George Orwell's *Animal Farm*

Études hispaniques

6. **Bonzallé Hervé SAKOUM, Gore Patrice TIPENIN** 94-111
Saverio el Cruel de Roberto Arlt: una vanguardia del existencialismo y de lo absurdo latinoamericano

Lettres Modernes

7. **Kouakou Gildas KONAN, Nouho KONATÉ** 112-128
Les isotopies sémantiques du mensonge politique dans le jeu démocratique : cas de *L'Enfant qui disparaît est une lettre d'alphabet* de Josué Guébo et *Pages en feu* d'Emmanuel Toh Bi

COMMUNICATION, SCIENCE DU LANGAGE, ARTS ET PATRIMOINE

Sciences du langage et de la communication

8. **Francis Pacôme KOUAKOU, Anado Jean Michel AHIZI** 129-144
Communication institutionnelle et rôle de la MUGEF-CI dans le développement social durable : vers une couverture santé équitable et pérenne des fonctionnaires et agents de l'État ivoirien

SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

Histoire

9. **Djro Bilestone Roméo KOUAMENAN, Logbou Kouso Marie Flora GOSSAN** 145-162
Sexualité, domination et colonisation : images et imaginaires raciaux et sexués dans les colonies africaines (début du XV^e siècle-milieu du XX^e siècle)
10. **Kouadio Alexandre DJAMALA, A. Bérénice-Carel TANO, Kpassigué Gilbert KONE** 163-176
Les dispositifs idéologiques de la « mort » et le contrôle social des « vivants » en pays wan et mona

Philosophie

11. **Jean-Baptiste KOFFI** 177-189
L'épistémologie canguilhemienne : penser la norme du vivant
12. **Bazoumana SANOGO** 190-198
La raison d'état face aux droits du migrant international à partir d'Hannah Arendt

Anthropologie et sociologie

13. **Fanta Dada PETEL** 199-211
Vendre du lait au péril de sa sécurité : les défis majeurs des productrices Mbororo face aux violences de genre

14. Tanyo Boniface KONE, N’Zué KONAN **212-225**
Inégalités socio-spatiales dans l’accès aux services de santé publics dans le district sanitaire de Bouaké nord-ouest : l’ancrage de la médecine traditionnelle dans l’accès aux soins

15. Ibrahima Alamako KEITA, Lanfia KABA, Aboubacar 1 SYLLA **226-245**
Feux de brousse et conséquences sur les écosystèmes de la commune rurale de de Gbérédou Baranama en Guinée

Sciences de l’éducation

16. Moussa Fadiala BOCOUM **246-260**
Dynamiques et enjeux de la gestion de la Faya et du mont mandingue, massifs forestiers classés au Mali

Communication institutionnelle et rôle de la MUGEF-CI dans le développement social durable : vers une couverture santé équitable et pérenne des fonctionnaires et agents de l'État ivoirien

Institutional Communication and the Role of MUGEF-CI in Sustainable Social Development: Towards Equitable and Sustainable Health Coverage for Ivorian Civil Servants and State Employees

Francis Pacôme KOUAKOU

Maître-Assistant

Département des Sciences de la Communication
Université Peleforo GON COULIBALY, Korhogo
Kouakoufp@yahoo.fr

Anado Jean Michel AHIZI

Maître-Assistant

Département des sciences de la l'information et de la communication
Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan
michelahizi@gmail.com

Résumé

Cet article analyse la communication institutionnelle de la Mutuelle Générale des Fonctionnaires et Agents de l'État de Côte d'Ivoire (MUGEF-CI) et son rôle dans la promotion d'un développement social durable. À partir d'une enquête mixte auprès de 115 participants, combinant analyse de discours, entretiens et questionnaires, la recherche interroge sur : dans quelle mesure la communication institutionnelle de la MUGEF-CI contribue-t-elle à l'effectivité de la couverture santé et au développement social durable des fonctionnaires ivoiriens ? Les résultats de l'étude montrent que la MUGEF-CI joue un rôle structurant dans l'accès aux soins, mais que des déficits communicationnels limitent la participation des bénéficiaires et fragilisent la cohésion. Une asymétrie informationnelle affecte particulièrement les produits complémentaires (santé, prévoyance), peu promus et accessibles surtout au siège du Plateau. Quatre tensions majeures émergent entre vocation sociale et contraintes financières ; centralisation des procédures et aspiration à l'inclusion ; discours de proximité et pratiques perçues comme distantes ; promotion du régime obligatoire et invisibilité des produits complémentaires. L'article plaide pour une réforme communicationnelle fondée sur transparence, participation et territorialisation des messages, conditions essentielles à une couverture santé équitable et pérenne.

Mots clés : communication institutionnelle, MUGEF-CI, développement social, couverture santé, fonctionnaires ivoiriens

Abstract

This article analyses the institutional communication of the General Mutual Insurance Scheme for Civil Servants and State Employees of Côte d'Ivoire (MUGEF-CI) and its role in promoting sustainable social development. Based on a mixed-methods survey of 115 participants, combining discourse analysis, interviews and questionnaires, the research examines the extent to which MUGEF-CI's institutional communication contributes to the effectiveness of health cover and to the sustainable social development of Ivorian civil servants. The study's findings show that the MUGEF-CI plays a pivotal role in access to healthcare, but that communication shortcomings limit beneficiaries' participation and undermine cohesion. An information asymmetry particularly affects supplementary products (health, provident schemes), which are poorly promoted and accessible mainly at the Plateau headquarters. Four major tensions emerge: between the scheme's social mission and financial constraints; between the centralisation of procedures and the aspiration for inclusion; between a discourse of proximity and practices perceived as distant; and between the promotion of the compulsory scheme and the lack of visibility of supplementary products. The article calls for a communication reform based on transparency, participation and the localisation of messages – essential conditions for equitable and sustainable health cover.

Keywords: institutional communication, MUGEF-CI, social development, health coverage, Ivorian civil servants

Introduction

La question de la couverture sanitaire des agents publics constitue un enjeu central dans la construction des États-providence africains post-coloniaux. En Côte d'Ivoire, la Mutuelle Générale des Fonctionnaires et Agents de l'État (MUGEF-CI) représente l'un des dispositifs institutionnels les plus anciens et les plus significatifs de protection sociale des travailleurs du secteur public. Créée en 1968 et rénovant ses statuts à plusieurs reprises, notamment en 2012, cette structure mutualiste assure théoriquement la prise en charge médicale d'environ six cent mille (600 000) adhérents et ayants droit, représentant ainsi l'un des plus importants régimes collectifs de prévoyance sociale en Afrique subsaharienne francophone (MUGEF-CI, 2022).

Dans un contexte marqué par les injonctions internationales en faveur de la Couverture Sanitaire Universelle (CSU), formalisées notamment dans l'Objectif de Développement Durable n° 3 de l'Agenda 2030 des Nations Unies, la MUGEF-CI se trouve à l'intersection de dynamiques multiples : les logiques de l'État-employeur, les exigences de viabilité financière d'une structure mutualiste, et les attentes croissantes de fonctionnaires de plus en plus informés et exigeants. La communication institutionnelle de cet organisme devient dès lors un objet d'étude privilégié. Elle est à la fois le vecteur des politiques de santé mutualisées et le miroir des tensions organisationnelles qui traversent la structure.

Cette problématique s'inscrit également dans un mouvement plus large de réforme de la protection sociale en Côte d'Ivoire, marqué par l'institution de la Couverture Maladie Universelle (CMU) à partir de 2014 et par la recomposition du paysage des organismes mutualistes publics (E. N'Guessan, 2019 : 41-63). La coexistence de plusieurs dispositifs de couverture régime obligatoire de la MUGEF-CI, CMU, mutuelles complémentaires sectorielles complexifie l'environnement informationnel dans lequel évoluent les fonctionnaires, qui doivent arbitrer entre des sources et des canaux multiples pour comprendre l'étendue réelle de leurs droits (K. Yao et M. Coulibaly, 2022 : 15-29).

Or, la littérature scientifique sur la communication des organismes de protection sociale en Afrique de l'Ouest soulève une problématique récurrente. Le décalage entre le discours institutionnel, volontiers centré sur la solidarité, l'équité et la pérennité, et les expériences vécues par les bénéficiaires, souvent marquées par des difficultés d'accès à une information insuffisante et un sentiment d'exclusion des processus décisionnels (B. Fall, 2018 : 45-67 ; A. Koffi, 2020 : 23-48 ; A. Diallo et K. Traoré, 2021 : 12-34 ; J.-B. Bationo, 2020 : 33-58). Ce phénomène interroge

fondamentalement l'efficacité communicationnelle des mutuelles publiques africaines comme instruments de développement social durable. Il rejoint par ailleurs les constats dressés par les institutions internationales sur la fracture informationnelle qui caractérise la diffusion des dispositifs de protection sociale dans les pays à revenu intermédiaire (Organisation Internationale du Travail, 2021 ; Banque Mondiale, 2020), où l'existence juridique d'un droit ne garantit pas son effectivité communicationnelle.

La problématique de cette recherche se présente comme suite : dans quelle mesure la communication institutionnelle de la MUGEF-CI contribue-t-elle à l'effectivité de la couverture santé des fonctionnaires ivoiriens et à l'émergence d'un développement social durable ?

Trois hypothèses guident l'investigation. Premièrement, les stratégies de communication de la MUGEF-CI présentent des lacunes structurelles qui réduisent la lisibilité de l'offre de soins pour les adhérents, en particulier pour les produits complémentaires distincts du régime obligatoire. Deuxièmement, les fonctionnaires perçoivent la communication mutualiste comme unidirectionnelle et peu participative, ce qui engendre un désengagement civique vis-à-vis de l'institution. Troisièmement, une réforme communicationnelle orientée vers la transparence et l'inclusion favoriserait une meilleure adhésion au projet mutualiste et renforcerait la pérennité du système. Cet article vise à analyser comment la communication institutionnelle de la MUGEF-CI contribue à renforcer son rôle dans le développement social durable des fonctionnaires et agents ivoiriens.

Sur le plan théorique, cet article mobilise la théorie des parties prenantes (R. Freeman, 1984), adaptée au contexte des organisations de protection sociale (B. Ndiaye, 2019 : 88-112), ainsi que le cadre de la communication pour le développement durable (A. Giddens, 2009 ; J. Servaes, 2008). Il s'appuie également sur les théories de la fracture numérique et informationnelle (J. Van Dijk, 2020) et sur l'approche par les capacités de A. Sen (1999), particulièrement heuristique pour penser l'écart entre l'existence formelle d'un droit social et la capacité effective des individus à s'en saisir. La méthodologie retenue est de nature mixte, articulant une dimension quantitative à une approche qualitative. L'article présente successivement la méthodologie de l'enquête, les résultats obtenus, leur discussion théorique, avant de proposer des recommandations opérationnelles. Cette étude analyse la MUGEF-CI comme un dispositif ancien et emblématique, dans un contexte où la Côte d'Ivoire a introduit la CMU et où coexistent plusieurs régimes. Peu de travaux mettent en lumière cette articulation entre mutuelle historique et réformes contemporaines. Aussi, elle ne se limite pas à l'analyse organisationnelle ou financière de la MUGEF-CI, mais met au centre la communication comme vecteur de légitimité, de transparence et de participation.

1. Méthodologie

1.1. Cadre de l'enquête et population étudiée

L'enquête a été menée entre janvier et avril 2025 dans les villes d'Abidjan et de Korhogo, deux pôles majeurs de l'administration ivoirienne représentatifs de contextes socio-géographiques distincts. La population étudiée comprend trois catégories : (i) les fonctionnaires et agents de l'État adhérents à la MUGEF-CI ; (ii) les cadres et agents du personnel institutionnel de la MUGEF-CI ; (iii) les représentants syndicaux impliqués dans les négociations sur la protection sociale. Au total, cent quinze (115) participants ont été retenus en raison de leur lien avec l'institution de sécurité sociale : quatre-vingt-cinq (85) fonctionnaires et agents, dix-huit (18) membres du personnel de la MUGEF-CI, et douze (12) représentants syndicaux impliqués dans les négociations entre la Muges-ci, ses adhérents et l'Etat. Le choix de ces deux villes vise à renforcer la représentativité de l'enquête et la robustesse statistique des analyses de corrélation.

1.2. Outils de collecte des données

La présente étude repose sur un échantillonnage non probabiliste de type raisonné, structuré autour de trois catégories d'acteurs directement concernés par la problématique étudiée : les fonctionnaires et agents de l'État adhérents à la MUGEF-CI, le personnel institutionnel de la MUGEF-CI et les représentants syndicaux. Les participants ont été sélectionnés en fonction de leur appartenance à l'une de ces catégories, de leur lien avec la MUGEF-CI et de leur expérience des questions relatives à la protection sociale.

La sélection des personnes incluses dans le cadre des entretiens semi-directifs a suivi une logique de variation maximale, afin de diversifier les profils, les fonctions exercées, les ministères d'appartenance et les positions institutionnelles. L'échantillon ne relève donc pas d'un tirage statistique aléatoire et ne peut être présenté comme représentatif de l'ensemble des adhérents de la MUGEF-CI. Les résultats quantitatifs doivent être interprétés comme décrivant les participants enquêtés, tandis que les données qualitatives permettent d'approfondir la compréhension des perceptions et des expériences des différents acteurs.

L'approche mixte a nécessité le recours à trois instruments complémentaires. Un questionnaire structuré administré aux quatre-vingt-cinq (85) fonctionnaires a permis de collecter des données quantitatives sur la fréquence d'utilisation des services de la MUGEF-CI, le niveau de satisfaction communicationnelle, et les canaux d'information privilégiés. Ce questionnaire comportait trente-six (36) items organisés en cinq dimensions : accessibilité de l'information sur le régime obligatoire, accessibilité de l'information sur les produits complémentaires, qualité de la communication institutionnelle, participation des adhérents, et évaluation de la couverture santé.

Des entretiens semi-directifs ont été conduits auprès de trente (30) personnes sélectionnées selon une logique de variation maximale : quatorze (14) fonctionnaires de différents ministères, dix (10) agents du personnel de la MUGEF-CI (dont deux directeurs régionaux, quatre chargés de communication, deux conseillers commerciaux en charge des produits complémentaires et deux agents de terrain), et six (6) représentants syndicaux. Chaque entretien a duré entre quarante-cinq (45) et quatre-vingt-dix (90) minutes, et a été enregistré avec le consentement des interlocuteurs et intégralement retranscrit.

Enfin, une analyse documentaire a porté sur les rapports d'activité annuels de la MUGEF-CI (2018-2023), ses communiqués officiels, les discours de ses responsables lors des assemblées générales, les brochures commerciales relatives aux offres complémentaires, ainsi que les publications diffusées sur ses plateformes numériques. Cette analyse a permis de reconstituer le discours institutionnel officiel et de l'articuler aux perceptions de terrain. Conformément aux standards méthodologiques de triangulation des données en sciences sociales (N. Denzin, 2017), le croisement de ces trois sources visait à limiter les biais propres à chaque instrument pris isolément.

1.3. Traitement et analyse des données

Les données quantitatives ont été traitées par le logiciel SPSS 25, avec calcul de fréquences, moyennes et corrélations bivariées. Les données qualitatives issues des entretiens ont fait l'objet d'une analyse thématique selon la méthode de V. Braun et V. Clarke (2006 : 77-101), combinée à une analyse de discours institutionnel inspirée des travaux de D. Maingueneau (2014). Les verbatims présentés dans cet article ont été sélectionnés pour leur représentativité thématique et leur force illustrative, conformément aux principes de la recherche qualitative rigoureuse (E. Guba et Y. Lincoln, 1994 : 105-117). Les noms des participants ont été anonymisés. L'ensemble de la démarche a respecté les principes éthiques usuels de la recherche en sciences sociales, notamment le consentement libre et éclairé des participants et la confidentialité des données recueillies (J. Creswell et V. Plano Clark, 2018).

2. Résultats

2.1. Une communication institutionnelle oscillant entre ambition solidaire et réalités organisationnelles

L'analyse des documents officiels révèle que la MUGEF-CI développe un discours institutionnel structuré autour de trois piliers récurrents : la solidarité, la pérennité et l'équité. Le rapport d'activité 2022 illustre cet ancrage discursif :

Déclaration institutionnelle 1 (Rapport d'activité MUGEF-CI, 2022, p. 7) :

La MUGEF-CI demeure le bouclier sanitaire du fonctionnaire ivoirien. Notre engagement est de garantir à chaque adhérent, où qu'il se trouve sur le territoire national, un accès équitable et digne aux soins de santé, conformément à notre vocation première de solidarité collective.

Ce registre discursif, qui emprunte à la sémantique du droit, de la dignité et de la protection, est cohérent avec les référentiels internationaux de la Couverture sanitaire universelle (CSU). Cependant, l'analyse met en lumière une tension constitutive : la MUGEF-CI communique sur une universalité de l'accès que ses ressources et son organisation ne permettent pas encore de réaliser pleinement.

Les données quantitatives confirment ce constat. À la question « Êtes-vous suffisamment informé sur vos droits et prestations à la MUGEF-CI ? », seulement 33,8 % des fonctionnaires enquêtés répondent par l'affirmative. Parmi les canaux d'information jugés les plus accessibles, le bouche-à-oreille entre collègues arrive en tête (62,4 %), devant le site internet officiel (29,4 %) et les affiches dans les bureaux administratifs (21,2 %). Les communications directes émanant de la MUGEF-CI (courriers, SMS, réunions d'information) ne sont mentionnées que par 17,6 % des répondants. Ce classement révèle une hiérarchie des canaux dans laquelle l'information informelle occupe une place prépondérante, tandis que les dispositifs officiels de la mutuelle demeurent nettement minoritaires dans les pratiques déclarées des adhérents.

2.2. Une communicationnelle institutionnelle perçue comme lacunaire

Les entretiens avec les fonctionnaires révèlent une ambivalence caractéristique : une reconnaissance de l'utilité de la MUGEF-CI, couplée à une frustration profonde face aux modalités communicationnelles de l'institution.

Verbatim 1 (Inspectrice des impôts, Abidjan, 38 ans, 12 ans d'ancienneté) :

Je cotise depuis que je suis entrée dans la Fonction Publique. Mais honnêtement, si tu me demandes exactement ce que je peux rembourser, dans quels hôpitaux, pour quelle maladie... je ne sais pas très bien. On apprend toujours ça à travers les collègues quand on en a besoin. La MUGEF-CI ne nous envoie rien de régulier.

Verbatim 2 (Instituteur, Korhogo, 44 ans, 19 ans d'ancienneté) :

Ici à Korhogo, la MUGEF c'est encore plus compliqué. Les dossiers, tu dois les envoyer à Abidjan. Parfois on attend trois à quatre mois avant le remboursement. Et quand tu appelles, on ne te rappelle pas toujours. Ce n'est pas de la mauvaise volonté, je crois, mais la communication n'est pas organisée.

Ces propos illustrent deux dimensions distinctes de la frustration communicationnelle : d'une part, le déficit d'information proactive sur les droits et prestations ; d'autre part, les difficultés de communication opérationnelle dans la gestion des dossiers, particulièrement marquées pour les adhérents en dehors du district d'Abidjan. Ce second aspect pointe vers une inégalité territoriale dans l'accès à l'information, qui recoupe les fractures géographiques plus larges du pays.

L'analyse quantitative confirme cette dimension spatiale : 70,6 % des fonctionnaires basés hors d'Abidjan déclarent avoir éprouvé des difficultés à obtenir des informations claires sur leurs droits, contre 43,1 % pour leurs homologues abidjanais. La corrélation entre localisation géographique et satisfaction communicationnelle est statistiquement significative ($r = -0,41$; $p < 0,01$), confirmant que la variable géographique constitue un facteur discriminant majeur dans l'appréciation que les fonctionnaires portent sur la communication de la MUGEF-CI.

2.3. Le personnel institutionnel face aux tensions organisationnelles

Les entretiens avec le personnel de la MUGEF-CI mettent en évidence des tensions internes qui structurent les pratiques communicationnelles de l'institution.

Verbatim 3 (Chargée de communication, MUGEF-CI, Abidjan, 34 ans) :

Nous avons une stratégie de communication, oui. Mais les moyens ne suivent pas toujours. On voudrait faire plus de descentes dans les ministères, organiser des séances d'information régulières, mais les ressources humaines et financières sont limitées. Du coup, on travaille beaucoup sur les réseaux sociaux, mais tout le monde n'a pas accès ou ne suit pas nos pages.

Verbatim 4 (Directeur régional MUGEF-CI, Korhogo) :

Le vrai défi ici, c'est la proximité. Nous avons une seule antenne pour toute la région du Poro. Les fonctionnaires de Boundiali, de Dikodougou, ils ne viennent pas facilement. Et on ne peut pas toujours aller vers eux. C'est une question de moyens, mais aussi d'organisation. Le siège centralise beaucoup de décisions, y compris sur la communication.

Ces témoignages mettent en lumière une contradiction organisationnelle fondamentale : la centralisation des décisions communicationnelles au siège d'Abidjan, dans un contexte où la majorité des adhérents est dispersée sur l'ensemble du territoire national, produit inévitablement des angles morts informationnels. La direction de la communication confère une priorité aux supports numériques sans tenir suffisamment compte des inégalités d'accès au numérique parmi les adhérents les plus éloignés du siège.

2.4. Une promotion déséquilibrée entre régime obligatoire et produits complémentaires

Au-delà du déficit général d'information relevé sur le régime obligatoire, l'enquête met en évidence une asymétrie informationnelle plus marquée encore concernant les produits complémentaires proposés par la MUGEF-CI, en particulier la complémentaire santé et la complémentaire prévoyance. Alors que 33,8 % des fonctionnaires se disent suffisamment informés sur leurs droits relatifs au régime obligatoire, seuls 14,3 % déclarent avoir une connaissance même approximative de l'existence et du contenu de ces offres complémentaires. Près des deux tiers des répondants (64,7 %) affirment n'avoir jamais reçu la moindre information à leur sujet, qu'elle soit écrite, orale ou numérique.

Verbatim 6 (Agent de la Direction Générale du Trésor, Abidjan, 41 ans) :

La complémentaire santé, j'en ai entendu parler pour la première fois quand un collègue qui était passé au siège, au Plateau, m'en a parlé. Personne ne nous en parle dans nos services. Pourtant, paraît-il que ça couvre des choses que le régime de base ne couvre pas. Mais comment je fais pour y souscrire si je ne sais même pas ce que c'est exactement et combien ça coûte ?

Verbatim 7 (Sage-femme, CHR de Korhogo, 36 ans) :

On nous parle toujours de la mutuelle de base. Mais des produits comme la prévoyance, l'assurance décès, les compléments retraite, je ne savais même pas que la MUGEF proposait ça avant cet entretien. Je pense que si j'avais cette information, j'aurais peut-être souscrit pour ma famille.

Ces témoignages révèlent un effet de filtre géographique particulièrement net pour cette catégorie de produits. Les données quantitatives le confirment : parmi les fonctionnaires de l'échantillon ayant déclaré être informés des produits complémentaires, 78,9 % avaient eu l'occasion de se rendre physiquement au siège de la MUGEF-CI au Plateau, contre seulement 19,4 % parmi ceux n'ayant jamais effectué ce déplacement. La corrélation entre fréquentation du siège et connaissance des produits complémentaires est forte et significative ($r = 0,57$; $p < 0,001$), nettement supérieure à celle observée pour l'information relative au régime obligatoire. Ce résultat suggère que l'information sur les produits complémentaires n'est, dans les faits, ni diffusée ni vulgarisée au-delà de l'espace physique du siège social, ce qui en restreint l'accès aux adhérents abidjanais en mesure de s'y déplacer, et plus particulièrement à ceux dont les fonctions ou la proximité résidentielle facilitent une telle visite.

Verbatim 8 (Conseiller commercial, MUGEF-CI, Abidjan, 29 ans) :

C'est vrai que la promotion des produits complémentaires repose beaucoup sur les visites au siège. Quand un adhérent vient déposer un dossier ou poser une question, on essaie de lui présenter aussi nos autres offres. Mais ce n'est pas organisé comme démarche commerciale structurée vers l'extérieur. On n'a pas vraiment de campagne dédiée, ni de relais dans les régions pour ces produits-là précisément. Le régime obligatoire, lui, tout le monde le connaît au moins de nom parce qu'il est automatique. Pour le reste, il faut être venu nous voir ou en avoir entendu parler par quelqu'un qui est venu.

Cette déclaration confirme, du point de vue même du personnel commercial de l'institution, l'absence de dispositif de diffusion proactive pour les produits complémentaires, par contraste avec le régime obligatoire dont l'adhésion automatique des fonctionnaires garantit une notoriété minimale indépendante de tout effort communicationnel. Le déséquilibre observé ne relève donc pas seulement d'un déficit général de communication, mais d'une hiérarchisation implicite des priorités informationnelles de l'institution, dans laquelle les produits facultatifs et potentiellement les plus rémunérateurs pour les adhérents en matière de protection sociale élargie demeurent structurellement sous-exposés.

2.5. Les représentations syndicales, une voix médiatrice exigée

Les représentants syndicaux interrogés occupent une position spécifique dans l'écosystème communicationnel de la MUGEF-CI : ils constituent, de fait, des relais d'information informels, palliant les déficiences de la communication officielle.

Verbatim 5 (Secrétaire général d'un syndicat de l'éducation, Abidjan) :

Dans nos syndicats, on reçoit beaucoup de plaintes sur la MUGEF-CI. Les gens ne savent pas pourquoi on leur refuse un remboursement, ils ne comprennent pas le taux de prise en charge, ils ne savent pas comment faire une réclamation. Et c'est nous qui devons expliquer. La MUGEF-CI devrait travailler davantage avec nous, de manière formalisée, pas juste quand il y a une crise.

Verbatim 9 (Représentant syndical, secteur de la santé, Korhogo) :

Même nous, en tant que délégués, on n'a pas toujours l'information complète sur les produits complémentaires. Quand un collègue nous pose la question, on est parfois aussi perdu que lui. C'est un sujet sur lequel la MUGEF ne nous a jamais vraiment associés, contrairement aux discussions sur les cotisations obligatoires.

Cette observation souligne l'émergence d'une communication de substitution, où les syndicats jouent un rôle de médiation que l'institution ne parvient pas à assurer directement, y compris pour les produits complémentaires sur lesquels leur capacité de relais reste elle-même limitée par le manque d'information reçue. Ce constat témoigne d'un besoin non satisfait de communication de proximité au sein de l'écosystème mutualiste.

Au niveau de la communication institutionnelle formelle, la MUGEF-CI a pourtant produit des déclarations publiques affirmant sa volonté de dialogue. Lors de l'assemblée générale de 2023, son Directeur Général déclarait :

Déclaration institutionnelle 2 (Directeur Général de la MUGEF-CI, Assemblée Générale, mars 2023) :

Nous avons entendu les préoccupations de nos adhérents. La MUGEF-CI s'engage à renforcer son dispositif de communication, à aller au-devant des fonctionnaires dans leurs ministères, et à améliorer les délais de remboursement qui constituent le premier motif d'insatisfaction exprimé. Nous travaillons à la mise en place d'un portail numérique sécurisé permettant à chaque adhérent de suivre en temps réel l'état de son dossier.

Cet extrait illustre une communication institutionnelle qui intègre désormais le registre de la responsivité, c'est-à-dire la capacité à écouter et à répondre publiquement aux critiques. Sa valeur effective dépend néanmoins de la mise en œuvre concrète des engagements annoncés, que les données de terrain ne permettaient pas encore de confirmer au moment de l'enquête, et qui, dans leur formulation même, ne mentionnent à aucun moment les produits complémentaires.

3. Discussion

3.1. Les déficits communicationnels comme obstacles au développement social durable

Les résultats obtenus permettent d'interpréter la situation communicationnelle de la MUGEF-CI à l'aune des théories du développement social durable. Pour A. Giddens (2009), le développement durable dans sa dimension sociale repose sur la capacité des institutions à produire et à maintenir un capital de confiance avec les populations qu'elles servent. Cette confiance est indissociable d'une communication transparente, régulière et adaptée aux capacités de réception des publics. Or, les données recueillies montrent que seuls 28,7 % des fonctionnaires enquêtés font confiance à la MUGEF-CI pour les tenir informés proactivement de leurs droits. Ce déficit de confiance communicationnelle constitue un frein structurel à l'atteinte des objectifs de couverture santé équitable. La prééminence du bouche-à-oreille sur les canaux institutionnels, observée dans les résultats, rejoint les constats faits dans d'autres contextes ouest-africains, où la communication informelle de proximité supplante structurellement les canaux institutionnels formels (J.-B. Bationo, 2020 : 33-58). De même, la priorité accordée aux supports numériques par la MUGEF-CI, sans considération suffisante des inégalités d'accès qui affectent une partie de ses adhérents, illustre la fracture numérique de second niveau décrite par J. Van Dijk (2020), selon laquelle l'accès matériel aux outils numériques ne suffit pas, à lui seul, à garantir un usage informationnel effectif.

Ce résultat peut être éclairé par l'approche des capacités développée par A. Sen (1999), pour qui le développement ne se mesure pas seulement à l'existence formelle de droits, mais à la capacité réelle des individus à les convertir en libertés effectives. Appliquée au cas de la MUGEF-CI, cette grille de lecture permet de distinguer le droit théorique à la couverture santé, garanti par le statut de fonctionnaire, et la capacité effective d'en bénéficier, conditionnée par l'accès à une information utilisable. Le décalage observé entre adhésion automatique et connaissance réelle des prestations illustre ainsi un cas typique de ce que Sen nomme une liberté formelle non convertie en capacité réelle, faute de ressources informationnelles adéquates.

La théorie des parties prenantes de R. Freeman (1984), appliquée aux organisations de protection sociale par B. Ndiaye (2019 : 88-112), éclaire ce phénomène sous un angle complémentaire. La MUGEF-CI, comme toute organisation mutualiste, est en relation avec de multiples parties prenantes dont les intérêts doivent être intégrés dans ses stratégies communicationnelles : l'État-employeur, les adhérents, les structures sanitaires conventionnées, les syndicats et les organisations de la société civile. Les résultats montrent que la communication institutionnelle actuelle privilégie la relation avec l'État, notamment dans les rapports officiels et les discours lors des assemblées au détriment d'une communication ascendante avec les adhérents ordinaires. R. Freeman et A. Moutchnik (2013 : 5-9), dans une relecture actualisée de la théorie des

parties prenantes, soulignent que la hiérarchisation implicite des publics visés par la communication d'une organisation trahit souvent ses priorités stratégiques réelles, davantage que ses déclarations d'intention.

Ce constat rejoint les travaux de B. Fall (2018 : 45-67) sur la communication des mutuelles de santé au Sénégal, qui identifie une tendance à la « communication de vitrine », davantage orientée vers la légitimation institutionnelle que vers la satisfaction des besoins informationnels des membres. Dans le cas ivoirien, ce biais est renforcé par la dimension publique de la MUGEF-CI, qui la place dans une relation de dépendance vis-à-vis de l'État, susceptible de subordonner les logiques de communication-service aux impératifs de communication-politique. Ce phénomène a été qualifié par A. Mattelart et M. Mattelart (2004) de « communication d'État », caractérisée par la prééminence du registre légitimateur sur la fonction informative et opérationnelle, un schéma qui se reproduit avec une remarquable constance dans les organismes parapublics africains de protection sociale (J.-P. Atangana, 2019 : 55-79).

3.2. Les inégalités territoriales de l'information sanitaire

La dimension spatiale de l'inégalité communicationnelle observée mérite une attention particulière. L'écart statistiquement significatif entre la satisfaction informative des fonctionnaires abidjanais et celle de leurs homologues de l'intérieur du pays s'inscrit dans un contexte géographique plus large de centralisation des ressources et des services en Côte d'Ivoire (A. Koffi, 2020 : 23-48). Cette centralisation n'est pas spécifique à la MUGEF-CI : elle caractérise l'ensemble des systèmes de protection sociale de l'Afrique de l'Ouest, comme le montrent les études comparatives de A. Diallo et K. Traoré (2021 : 12-34). L'écart significatif de satisfaction communicationnelle observé entre Abidjan et l'intérieur du pays fait ainsi écho aux travaux de I. Sawadogo (2021 : 19-37) sur les inégalités spatiales d'accès à l'information sociale au Burkina Faso, qui montrent que la centralisation administrative se double presque systématiquement d'une centralisation communicationnelle.

Cependant, dans le cas d'un organisme mutualiste dont la mission première est l'équité d'accès aux soins, cette inégalité informationnelle prend une signification particulièrement problématique. Elle produit ce que J. Servaes (2008) nomme en termes de « exclusion communicationnelle secondaire » des populations formellement adhérentes au système, mais pratiquement exclues par manque d'information sur les moyens d'en bénéficier. Le verbatim de l'instituteur korhogolais (Verbatim 2) illustre concrètement cette forme d'exclusion, qui n'est pas due à un refus de droit mais à une ignorance des procédures. Cette lecture rejoint les analyses de D. Wilkin (2018 : 71-94) sur les fractures de la communication publique en contexte de décentralisation inachevée, où l'asymétrie d'accès à l'information administrative reproduit, voire amplifie, les inégalités territoriales préexistantes.

3.3. Une communicationnelle sur les produits complémentaires trop centralisée

Les résultats relatifs aux produits complémentaires invitent à approfondir et à nuancer cette lecture territoriale. Si l'inégalité d'accès à l'information sur le régime obligatoire suit principalement un clivage Abidjan/intérieur du pays, l'inégalité observée pour les produits complémentaires se structure différemment : elle suit un clivage plus fin, organisé autour de la proximité physique avec le siège social du Plateau, qui recoupe partiellement mais ne se confond pas avec le clivage géographique national. Au sein même de l'agglomération abidjanaise, les fonctionnaires dont les fonctions ou les habitudes administratives ne les conduisent jamais à fréquenter le siège demeurent, eux aussi, largement ignorants de ces offres.

Ce constat peut être interprété à la lumière des théories de la diffusion de l'innovation (E. Rogers, 2003), selon lesquelles l'adoption d'un produit ou d'un service nouveau dépend directement de la densité et de la qualité des canaux de diffusion mobilisés. Lorsque ces canaux se réduisent presque exclusivement à un contact physique et informel au guichet, comme le suggèrent les Verbatims 6, 7 et 8, la diffusion de l'innovation se trouve mécaniquement circonscrite à un cercle restreint d'adhérents privilégiés par leur localisation ou leurs réseaux professionnels. Le modèle qui se dégage de l'enquête s'apparente ainsi davantage à une diffusion par capillarité informelle qu'à une stratégie de marketing social délibérée, alors même que la littérature sur la communication des produits d'assurance souligne l'importance d'une démarche proactive et multicanale pour atteindre les populations les moins captives (J.-P. Atangana, 2019 : 55-79 ; C. Churchill et M. Matul, 2012). Ce phénomène a du reste été documenté dans d'autres contextes assurantiels mutualistes, où les produits non obligatoires souffrent d'un déficit de notoriété directement corrélé à la centralisation des points de contact commerciaux (J.-P. Atangana, 2019 : 55-79).

Cette périphérisation communicationnelle des produits complémentaires soulève un enjeu d'équité spécifique, distinct de celui de la couverture obligatoire. Alors que l'adhésion au régime de base est automatique et donc indifférente, dans son principe, à la qualité de la communication, l'accès aux produits complémentaires dépend entièrement d'une démarche volontaire de l'adhérent, elle-même conditionnée par la disponibilité de l'information. En ce sens, le déficit communicationnel observé ne se traduit pas seulement par une méconnaissance abstraite, mais par une perte de chance concrète et mesurable pour les adhérents non abidjanais ou non familiers du siège, qui se trouvent privés d'un accès véritablement éclairé à des produits susceptibles de renforcer leur protection sociale et celle de leurs familles. Cette dynamique fait écho aux travaux de G. Joseph (2017 : 87-106) sur les biais socio-spatiaux dans l'accès aux services financiers et assurantiels en Afrique francophone, qui montre que la centralisation des points de contact commerciaux constitue un puissant facteur d'auto-sélection des bénéficiaires, indépendamment de tout critère de besoin réel.

3.4. Vers une communication mutualiste renouvelée

L'analyse comparative des discours institutionnels et des perceptions de terrain dessine les contours d'un modèle communicationnel alternatif pour la MUGEF-CI. Quatre principes organisateurs se dégagent de l'étude.

Le premier est le principe de transparence proactive. Il s'agit de passer d'une communication réactive qui répond aux sollicitations lorsqu'elles surviennent à une communication anticipatrice, qui informe régulièrement les adhérents de l'état de leurs droits, des évolutions tarifaires et des nouvelles procédures. Les travaux de D. Maingueneau (2014) sur les éthos discursifs institutionnels suggèrent que la crédibilité d'une organisation est durablement affectée par la distance entre ses engagements communicationnels et ses pratiques effectives.

Le deuxième est le principe de participation et de communication dialogique. Les syndicats, qui jouent déjà un rôle de médiation informelle un phénomène de communication de substitution déjà observé dans d'autres contextes de protection sociale africaine (A. Diallo et K. Traoré, 2021 : 12-34), pourraient être intégrés comme partenaires institutionnels formés de la communication mutualiste. Des plateformes de dialogue physiques et numériques permettant aux adhérents d'exprimer leurs besoins et de contribuer à l'élaboration des politiques de santé renforceraient l'adhésion au projet mutualiste. Ce modèle dialogique est cohérent avec les prescriptions des théoriciens de la communication pour le développement (J. Servaes, 2008 ; B. Ndiaye, 2019 : 88-112) et avec les approches participatives de gouvernance des mutuelles défendues par J.-B. Bationo (2020 : 33-58).

Le troisième est le principe de territorialisation des messages. Une communication efficace doit tenir compte des réalités locales (les modes de vie, les langues vernaculaires, les réseaux de sociabilité et les infrastructures de communication disponibles dans chaque région). Le renforcement des antennes régionales de la MUGEF-CI, dotées d'une autonomie communicationnelle accrue, apparaît comme une condition sine qua non de l'équité informationnelle.

Le quatrième principe, qui se dégage spécifiquement des résultats relatifs aux produits complémentaires, est celui de la déconcentration commerciale et informationnelle de l'offre mutualiste élargie. Il ne suffit pas de communiquer sur le régime obligatoire. La mutuelle doit développer des dispositifs dédiés (campagnes d'information ciblées, relais régionaux formés spécifiquement aux produits complémentaires, supports pédagogiques diffusés au-delà du siège. Ceci, pour que la complémentaire santé et la complémentaire prévoyance cessent d'être des produits de niche réservés à ceux qui « connaissent quelqu'un » ou « sont passés au Plateau ». Cette exigence rejoint les recommandations de C. Churchill et M. Matul (2012) sur la microassurance inclusive, qui insistent sur la nécessité de canaux de diffusion redondants et géographiquement distribués pour

éviter que l'accès à des produits de protection sociale facultatifs ne reproduise les inégalités économiques et géographiques préexistantes.

Conclusion

Cette étude a examiné la communication institutionnelle de la MUGEF-CI à travers le prisme du développement social durable. La problématique de cette recherche est : dans quelle mesure la communication institutionnelle de la MUGEF-CI contribue-t-elle à l'effectivité de la couverture santé des fonctionnaires ivoiriens et à l'émergence d'un développement social durable. L'objectif de l'étude est d'analyser comment la communication institutionnelle de la MUGEF-CI contribue à renforcer son rôle dans le développement social durable des fonctionnaires et agents ivoiriens. Les résultats de cette enquête mixte menée auprès de cent quinze (115) participants mettent en évidence une tension constitutive entre le discours institutionnel de solidarité et d'équité, et des pratiques communicationnelles marquées par la centralisation, l'unilatéralité et les inégalités territoriales. Cette tension fragilise la confiance des adhérents et, partant, la viabilité à long terme du projet mutualiste.

L'étude a notamment mis en évidence une asymétrie informationnelle spécifique et particulièrement marquée concernant les produits complémentaires de santé et de prévoyance, dont la connaissance demeure largement conditionnée par la fréquentation physique du siège social au Plateau. Cette fracture d'accès, distincte de celle observée pour le régime obligatoire, illustre les limites d'une communication mutualiste encore largement bâtie sur le contact informel et la proximité géographique avec le siège, au détriment d'une diffusion systématique et équitable de l'information sur l'ensemble du territoire.

Quatre tensions majeures ont été mises en évidence : entre la vocation sociale de la MUGEF-CI et ses contraintes organisationnelles et financières ; entre la centralisation des procédures et les aspirations des adhérents à une information de proximité ; entre le discours institutionnel de responsivité et les pratiques communicationnelles perçues comme distantes et descendantes ; et entre la promotion soutenue du régime obligatoire et la quasi-invisibilité communicationnelle des produits complémentaires. Ces tensions ne sont pas fatales : elles indiquent précisément les leviers d'action sur lesquels une réforme communicationnelle devrait agir.

Quatre orientations stratégiques se dégagent de l'analyse : la mise en œuvre d'une communication proactive et transparente sur les droits et prestations du régime obligatoire ; la formalisation de partenariats communicationnels avec les organisations syndicales ; la territorialisation des dispositifs d'information, avec un renforcement des antennes régionales ; et la mise en place d'une stratégie de promotion dédiée, déconcentrée et multicanale pour les produits complémentaires, afin que leur accès ne demeure plus tributaire de la seule proximité avec le siège.

Ces orientations sont convergentes avec les principes du développement social durable et avec les objectifs de la Couverture Sanitaire Universelle.

Au-delà du cas ivoirien, cette étude contribue à la réflexion plus large sur le rôle de la communication institutionnelle dans la gouvernance des systèmes de protection sociale en Afrique subsaharienne, ainsi qu'à la compréhension des mécanismes par lesquels la centralisation des points de contact commerciaux peut produire des inégalités d'accès même au sein de dispositifs juridiquement universels. Elle plaide pour une conception de la communication mutualiste non pas comme un appendice accessoire de la gestion administrative, mais comme une composante stratégique de la mission sociale de l'organisation. Des recherches ultérieures pourraient étendre l'analyse à d'autres mutuelles publiques de la sous-région, et approfondir spécifiquement la question de la commercialisation et de la diffusion des produits de protection sociale facultatifs, afin de dégager des modèles comparatifs plus robustes.

Références bibliographiques

- ATANGANA Jean-Paul, 2019, « Diffusion des produits de microassurance en Afrique centrale : le rôle des réseaux de distribution », *Revue africaine d'économie et de gestion*, vol. 9, n° 2, p. 55-79.
- BANQUE MONDIALE, 2020, *Protection sociale et emploi : panorama mondial*, Washington D.C., Banque Mondiale.
- BATIONO Jean-Baptiste, 2020, « Gouvernance participative des mutuelles de santé en Afrique de l'Ouest : entre idéal coopératif et pratiques descendantes », *Cahiers ouest-africains de sociologie*, vol. 6, n° 1, p. 33-58.
- BRAUN, Virginia, and Clarke, Victoria, 2006, "Using Thematic Analysis in Psychology." *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, no. 2, pp. 77–101.
- CHURCHILL Craig et MATUL Michal (dir.), 2012, *Protéger les plus pauvres : un guide de la microassurance*, Genève, Organisation Internationale du Travail.
- CRESWELL, John W., and PLANO Clark, VICKI L, 2018, *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- DENZIN, Norman K., 2017, *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: Routledge.
- DIALLO Amadou et TRAORÉ Kali, 2021, « Gouvernance des mutuelles de santé en Afrique de l'Ouest : enjeux et perspectives », *Revue africaine de sciences sociales et de santé publique*, vol. 5, n° 1, p. 12-34.
- FALL Babacar, 2018, « Communication institutionnelle et mutuelles de santé communautaires au Sénégal : entre solidarité affichée et exclusion pratiquée », *Cahiers africains de communication*, vol. 11, n° 2, p. 45-67.
- FREEMAN, Robert Edward, 1984, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- FREEMAN, Robert Edward, and Moutchnik, Alexander, 2013, "Stakeholder Management and CSR: Questions and Answers." *Umweltwirtschaftsforum*, vol. 21, nos. 1–2, pp. 5–9.
- GIDDENS, Anthony, 2009, *The Politics of Climate Change*. Cambridge: Polity Press.
- GUBA, Egon, and Lincoln, Yvonna. "Competing Paradigms in Qualitative Research." In Norman Denzin and Yvonna Lincoln (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, pp. 105–117. Thousand Oaks: Sage, 1994.

- JOSEPH Gilles, 2017, « Inclusion financière et inégalités socio-spatiales en Afrique francophone », *Revue Tiers Monde*, vol. 58, n° 230, p. 87-106.
- KOFFI Aya Marcelline, 2020, « Inégalités d'accès aux services publics et centralisation administrative en Côte d'Ivoire », *Revue ivoirienne de science politique*, vol. 8, n° 1, p. 23-48.
- MAINGUENEAU Dominique, 2014, *Discours et analyse du discours : une introduction*, Paris, Armand Colin.
- MATTELART Armand et MATTELART Michèle, 2004, *Histoire des théories de la communication*, Paris, La Découverte.
- MUGEF-CI, 2022, *Rapport d'activités 2022*, Abidjan, Mutuelle Générale des Fonctionnaires et Agents de l'État de Côte d'Ivoire.
- MUGEF-CI, 2023, *Discours du Directeur Général à l'Assemblée Générale ordinaire, mars 2023*, Abidjan, MUGEF-CI.
- NDIAYE Boubacar, 2019, « Les organisations de protection sociale en Afrique subsaharienne à l'épreuve des parties prenantes : approches théoriques et enjeux pratiques », *Revue africaine de gestion*, vol. 14, n° 3, p. 88-112.
- N'GUESSAN Etienne, 2019, « La Couverture Maladie Universelle en Côte d'Ivoire : enjeux institutionnels et défis de mise en œuvre », *Revue ivoirienne de politiques sociales*, vol. 3, n° 2, p. 41-63.
- ORGANISATION DES NATIONS UNIES, 2015, *Transformer notre monde : le Programme de développement durable à l'horizon 2030*, New York, ONU.
- ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL, 2021, *Rapport mondial sur la protection sociale 2020-2022*, Genève, OIT.
- ROGERS, Everett M., 2003 *Diffusion of Innovations*. 5th ed. New York: Free Press.
- SAWADOGO Issa, 2021, « Centralisation administrative et inégalités d'accès à l'information sociale au Burkina Faso », *Revue burkinabè de sciences sociales*, vol. 4, n° 1, p. 19-37.
- SEN, Amartya, 1999 *Development as Freedom*. New York: Knopf.
- SERVAES, Jan, 2008, *Communication for Development and Social Change*. New Delhi: Sage.
- VAN Dijk, Jan, 2020, *The Digital Divide*. Cambridge: Polity Press.
- WILKIN Dominique, 2018, « Communication publique et fractures territoriales : les limites de la décentralisation inachevée », *Revue française de communication publique*, vol. 22, n° 3, p. 71-94.
- YAO Kouassi et COULIBALY Mamadou, 2022, « Pluralité des dispositifs de protection sociale et confusion informationnelle des usagers en Côte d'Ivoire », *Revue ivoirienne de santé publique*, vol. 7, n° 1, p. 15-29.