

## **Gouvernance à l'épreuve du numérique : usages protestataires et inertie organisationnelle dans le cas de la sodeci**

**Jean-Michel Kouakou Kan N'GUESSAN**

Université Alassane Ouattara, (Côte d'Ivoire)

[jean\\_michel\\_nguessan@outlook.fr](mailto:jean_michel_nguessan@outlook.fr)

**Katcha Richmond KOUACOU**

<https://orcid.org/0009-0006-3553-1065>

Université Alassane Ouattara, (Côte d'Ivoire)

[katchakouacou@gmail.com](mailto:katchakouacou@gmail.com)

**Résumé :** À l'ère des réseaux socionumériques, les citoyens disposent de nouveaux espaces pour exprimer leurs revendications à l'égard des institutions. En Côte d'Ivoire, la Société de distribution d'eau (SODECI) fait l'objet de critiques croissantes sur les plateformes numériques, en raison de la récurrence des coupures d'eau, de la qualité jugée douteuse du service et du silence institutionnel face aux interpellations des usagers. À partir d'un corpus de sept vidéos virales et de commentaires recueillis en ligne entre 2023 et 2025, cet article propose une analyse critique de la communication de crise ou de son absence adoptée par la SODECI. L'étude s'appuie sur une approche qualitative mobilisant les théories de la reconnaissance (Honneth), de la gouvernementalité numérique (Foucault, Dean) et de la rationalité communicationnelle (Habermas). Elle met en lumière les dynamiques d'indignation numérique, les formes d'appropriation citoyenne du numérique comme espace de contre-pouvoir, ainsi que les conséquences réputationnelles et symboliques du déficit d'écoute organisationnelle.

**Mots-clés :** Interpellation numérique-Crise de confiance-Gouvernance participative-e-réputation - Reconnaissance sociale.

**Abstract:** In the era of social media networks, citizens have gained new spaces to voice their demands toward institutions. In Côte d'Ivoire, the National Water Distribution Company (SODECI) has become the target of increasing criticism on digital platforms, due to recurrent water outages, questionable service quality, and institutional silence in the face of user complaints. Based on a corpus of seven viral videos and user comments collected online between 2023 and 2025, this article offers a critical analysis of SODECI's crisis communication or its absence. The study adopts a qualitative approach grounded in the theories of recognition (Honneth), digital governmentality (Foucault, Dean), and communicative rationality (Habermas). It highlights the dynamics of digital indignation, the ways in which citizens appropriate digital space as a counter-power, and the reputational and symbolic consequences of organizational inattention.

**Keywords:** Digital interpellation-Crisis of trust- Participatory governance- e-reputation- Social recognition.

## Introduction

À l'ère des réseaux sociaux numériques, la relation entre les institutions et les citoyens se transforme profondément. Les plateformes telles que Facebook, TikTok ou WhatsApp ne sont plus de simples espaces de divertissement : elles deviennent des arènes publiques où s'expriment, en continu, frustrations, colères, appels à l'aide ou revendications. Cette évolution touche particulièrement les services publics en Afrique, confrontés à une citoyenneté de plus en plus connectée, exigeante et expressive. En Côte d'Ivoire, la Société de distribution d'eau (SODECI) cristallise de nombreuses critiques en ligne. Absence d'eau, promesses non tenues, qualité douteuse du liquide distribué, ou encore opacité dans la facturation : autant de griefs relayés par des vidéos, des commentaires viraux et des sketches satiriques. Entre 2023 et 2025, des dizaines de contenus ont circulé sur les réseaux, mêlant humour grinçant, témoignages bouleversants et mise en scène dramatique du quotidien. Une séquence devenue virale montre une femme expliquant que l'eau « glisse comme du gombo », provoquant rires, indignation, mais aussi identification collective. D'autres interpellent directement la SODECI, en filmant leurs enfants privés d'hygiène ou des robinets à sec pendant plusieurs semaines. Les commentaires abondent : « On n'envoie même plus de facture, on coupe direct », « il faut avoir une barille aujourd'hui pour survivre ». Cette parole populaire, à la fois critique et performative, semble toutefois buter sur un mur : celui du silence institutionnel. Les canaux officiels restent largement muets ou se contentent de réponses standardisées, déconnectées des réalités exprimées. Cette situation révèle une tension structurelle : d'un côté, l'émergence d'un espace numérique d'interpellation citoyenne, horizontal, rapide, émotionnel ; de l'autre, la persistance d'une logique organisationnelle verticale, bureaucratique, marquée par une faible culture de l'écoute. Le cas de la SODECI devient ainsi un révélateur d'un modèle de gouvernance en décalage avec les attentes d'une société de plus en plus numérisée. Cet article se propose d'analyser cette dissonance à travers une lecture croisée des usages protestataires en ligne et des réponses, ou absences de réponse, institutionnelles. En mobilisant des outils issus des sciences de l'information et de la communication, cette étude s'appuie sur un corpus de sept vidéos virales, complété par une série de commentaires extraits des plateformes numériques. L'objectif est double : d'une part, comprendre comment les citoyens construisent un récit collectif de la souffrance sociale par l'image, la satire ou la colère filmée ; d'autre part, interroger les limites d'un système

organisationnel encore peu sensible à l'interaction numérique. Plus largement, ce travail invite à repenser la communication publique dans un contexte où le numérique impose de nouveaux devoirs d'attention, de transparence et de réciprocité.

## **1. Approche conceptuelle**

### **1.1. L'interpellation numérique comme acte communicationnel citoyen**

Les modes d'interaction entre les institutions et les citoyens connaissent aujourd'hui une recomposition profonde, portée par des actes d'interpellation publics, souvent spontanés et empreints d'émotion, d'humour ou d'indignation. Douzet (2018) qualifie cette interpellation numérique de forme d'action politique informelle, permettant à des individus de formuler des revendications ou des dénonciations en dehors des circuits institutionnels traditionnels. Dans le cas de la SODECI, les plaintes diffusées sur TikTok, Facebook ou WhatsApp se présentent sous la forme de courtes vidéos où les usagers, fréquemment filmés dans leur environnement domestique, exposent leur quotidien : coupures d'eau prolongées, absence de service, mutisme des autorités. Ces prises de parole dépassent la simple anecdote : elles incarnent une expression citoyenne structurée, visant à déplacer la voix des marges vers le cœur du débat public. Leur dimension performative réside dans leur capacité à relater une souffrance tout en sollicitant un regard collectif, générant des commentaires et amplifiant l'indignation. Elles s'inscrivent ainsi dans une dynamique proche du journalisme populaire ou du « micro-contre-pouvoir » (Proulx & Millerand, 2015), où le téléphone portable devient un outil de visibilité sociale et de reconfiguration symbolique de la relation à l'autorité.

### **1.2. E-réputation et responsabilité symbolique des entreprises de service public**

Dans les économies connectées, l'image d'une entreprise ne résulte plus uniquement de sa communication officielle, mais se construit à travers les interactions, les récits et les évaluations que produisent les usagers dans les environnements numériques (Chereau, 2017). L'e-réputation désigne cet ensemble mouvant de représentations sociales partagées en ligne, qui peuvent renforcer ou fragiliser la légitimité d'une organisation. Pour une entreprise comme la SODECI, dont l'activité touche à un bien vital, l'eau, cette réputation numérique est particulièrement sensible. Chaque vidéo postée, chaque commentaire sarcastique, chaque capture partagée devient un fragment de récit collectif qui façonne la perception

publique de l'entreprise. Ainsi, lorsque des internautes affirment, dans les commentaires, que « l'eau ressemble à du gombo » ou que « même la barille devient indispensable », ils participent à une forme de caricature critique qui affecte symboliquement la crédibilité de la société. À défaut de réponse institutionnelle adaptée, ces récits s'imposent comme des vérités sociales partagées. L'absence de stratégie d'écoute ou d'interaction aggrave alors ce que Cardon (2010) appelle le "déficit relationnel numérique" des institutions.

### **1.3. Communication unilatérale et crise de réciprocité sociale**

Malgré la montée en puissance de l'interaction numérique, de nombreuses institutions publiques restent attachées à un modèle de communication verticale, fondée sur la diffusion d'informations descendantes, sans prise en compte réelle des retours citoyens. Ce modèle, que Jarren (2011) qualifie de "communication unidirectionnelle résiduelle", résiste mal aux logiques dialogiques des médias numériques. Dans le cas de la SODECI, cette asymétrie est flagrante. Les vidéos virales dénoncent une organisation silencieuse, voire absente, face à la détresse des usagers. Les canaux officiels se limitent à publier des alertes ou à renvoyer vers des services techniques peu réactifs. Loin d'apaiser les tensions, ce silence ou cette réponse générique est perçue comme du mépris. Le contrat social implicite entre service public et usager s'effrite alors. La communication, en ne reconnaissant pas les publics comme interlocuteurs valables, échoue dans sa fonction de médiation symbolique. Ainsi, l'absence de réciprocité engendre une radicalisation des discours citoyens, qui oscillent entre ironie collective et rupture du lien de confiance.

## **2. Ancrage théorique**

### **2.1. La reconnaissance sociale comme condition de légitimité (A. Honneth)**

La notion de reconnaissance sociale, telle que formulée par Axel Honneth (2000), fournit un cadre pertinent pour penser les formes de conflictualité symbolique qui émergent dans l'espace numérique. Selon cette théorie, l'individu n'existe pleinement comme sujet que s'il est reconnu dans sa dignité, son expérience et sa voix. La reconnaissance, ici, ne relève pas d'un simple geste moral : elle est la condition d'un vivre-ensemble démocratique. Lorsque cette reconnaissance est déniée, elle engendre ce que Honneth appelle des « luttes pour la reconnaissance », souvent exprimées sous forme de révolte morale ou de protestation. Dans le cas de la SODECI, les vidéos postées par les usagers ne relèvent pas seulement d'un besoin

d'information : elles sont des appels à la reconnaissance d'une souffrance sociale et d'un dysfonctionnement institutionnel. Le silence de l'entreprise face à ces interpellations amplifie le sentiment d'abandon. L'utilisateur, privé de réponse, se voit également privé de statut symbolique. Ce refus implicite de reconnaissance transforme ainsi le mécontentement ordinaire en lutte identitaire, où l'espace numérique devient le lieu d'une réparation symbolique et d'un repositionnement de la dignité collective.

## **2.2. Gouvernamentalité numérique et renversement des rapports de pouvoir**

La théorie foucauldienne de la gouvernamentalité permet d'éclairer les transformations des rapports de pouvoir à l'ère du numérique. Pour Foucault (1978), gouverner ne se limite pas à imposer, mais consiste à orienter les conduites, à travers des dispositifs techniques, des discours et des normes. Mitchell Dean (2010) prolonge cette idée en montrant comment la gouvernamentalité contemporaine passe par l'algorithme, la datafication des comportements et la visibilité imposée par les plateformes. Dès lors, les citoyens deviennent à la fois surveillés... et surveillants. Les vidéos critiques contre la SODECI relèvent de cette dynamique. Elles inversent les rôles traditionnels en exposant les dysfonctionnements institutionnels au grand jour. La caméra de l'utilisateur devient un outil de régulation sociale. L'autorité n'est plus celle qui voit sans être vue, mais celle qui est vue sans pouvoir répondre efficacement. Le pouvoir se retourne, non plus verticalement, mais latéralement, à travers les logiques virales de l'indignation. Ce que les institutions ne montrent pas d'elles-mêmes, les citoyens le révèlent par la mise en circulation de leur vécu. Ce phénomène illustre ce que Lemoine (2022) appelle la "gouvernabilité inversée", où les institutions sont gouvernées par les regards citoyens qu'elles ne maîtrisent plus.

## **2.3. Crise de l'écoute publique et fragilisation de la rationalité communicationnelle (J. Habermas, D. Cardon)**

La rationalité communicationnelle développée par Jürgen Habermas (1981) repose sur l'idée que la légitimité démocratique émerge du dialogue argumentatif entre les citoyens et les institutions. Dans cette perspective, toute communication publique doit viser la transparence, la sincérité et la prise en compte de l'autre. Or, l'absence de réponse de la SODECI aux multiples interpellations numériques constitue une rupture manifeste avec cette exigence. Elle donne lieu à ce que Cardon (2019) qualifie de « crise de l'écoute » :

une incapacité à entendre la société autrement qu'à travers des indicateurs techniques ou des discours de façade. Les citoyens ne demandent pas seulement un service : ils réclament d'être écoutés, pris au sérieux, intégrés dans un processus d'échange. Lorsqu'ils n'obtiennent ni reconnaissance ni interaction, leur confiance se désagrège. Les vidéos d'usagers frustrés, les commentaires ironiques, les hashtags de dénonciation deviennent autant de signes d'un dialogue rompu. L'espace numérique, pourtant porteur de nouvelles formes de participation, devient alors le théâtre d'un monologue citoyen sans écho institutionnel, révélateur d'un déséquilibre démocratique profond.

### **3. Méthodologie**

#### **3.1. Constitution du corpus audiovisuel**

Le corpus empirique mobilisé dans cette étude repose sur un ensemble de sept vidéos virales diffusées entre 2023 et 2025 sur les plateformes Facebook, TikTok et WhatsApp. Ces contenus, produits par des usagers ordinaires, rendent compte des dysfonctionnements observés dans la fourniture d'eau par la Société de distribution d'eau de Côte d'Ivoire (SODECI). Ils témoignent de situations variées telles que les coupures prolongées, l'absence d'informations fiables, la mauvaise qualité de l'eau livrée ou encore le mutisme institutionnel face aux réclamations. La constitution de ce corpus a obéi à plusieurs critères rigoureux. Le premier est celui de la visibilité numérique, mesurée à partir du nombre de vues, de partages et de commentaires générés par chaque séquence. Le deuxième critère est lié à la diversité géographique, de manière à couvrir plusieurs contextes locaux : des contenus ont ainsi été retenus en provenance de grandes villes comme Abidjan, mais aussi de localités de taille moyenne telles que Daloa, Abengourou et Bouaké. Le troisième critère concerne la variété expressive des productions, allant de la captation spontanée d'une scène du quotidien à la mise en scène humoristique, en passant par des formes plus explicites de dénonciation. Afin de compléter ces données audiovisuelles, le corpus inclut également des captures d'écran de publications et de commentaires extraits des réseaux sociaux. Ces éléments écrits, parfois brefs et ironiques, parfois développés et argumentés, apportent un éclairage précieux sur la réception des contenus et sur la manière dont les internautes se saisissent du débat. L'analyse de ces messages permet d'observer la circulation des propos, les interactions suscitées et les logiques de solidarité ou d'indignation collective qui se construisent en ligne. Ainsi défini, le corpus constitue à la fois un matériau visuel et discursif, ancré dans l'expérience vécue des usagers et inscrit dans

les dynamiques participatives propres aux environnements numériques. Il offre un terrain d'observation riche pour comprendre comment se forment et se diffusent les récits de protestation dans le contexte de la gouvernance des services publics à l'ère du numérique.

**Figure 1 – Eau blanchâtre et mousseuse distribuée par la SODECI, documentée dans une vidéo virale (Capture d'écran, août 2025).**



Source : <https://www.facebook.com/share/r/14HDRuCcgy/>

### 3.2. Dispositif d'analyse qualitative

L'analyse a été conduite selon une approche sémiotico-discursive, telle que définie par Amossy et Maingueneau (2005), articulant l'étude conjointe de l'image, du discours oral, de la scénographie numérique et des interactions sociales qui émergent autour des contenus. Chaque vidéo sélectionnée a donné lieu à une fiche d'analyse détaillée, prenant en compte plusieurs dimensions : la nature du contenu (témoignage individuel, sketch satirique, ou dénonciation frontale), les registres émotionnels mobilisés (tels que la colère, le sarcasme ou le désespoir), les cibles évoquées qu'elles soient explicites ou implicites comme la SODECI, les pouvoirs publics ou les autorités locales, ainsi que les éléments visuels porteurs de charge symbolique, notamment les robinets vides, les bassines, les bidons, ou encore la présence d'enfants. L'attention a également porté sur les stratégies de mise en scène de soi, à travers l'observation des postures corporelles, du ton utilisé, du regard caméra ou de l'adresse directe à l'audience. En complément de cette

analyse du contenu, les métadonnées associées aux vidéos telles que le nombre de commentaires, de réactions (likes), de partages, ainsi que la durée de mise en ligne ont été étudiées afin de mesurer l'impact de chaque séquence dans son écosystème numérique de diffusion. Par ailleurs, les commentaires postés sous les vidéos ont fait l'objet d'un traitement thématique inductif, permettant de les regrouper en trois grands registres discursifs : la dénonciation explicite des dysfonctionnements, l'usage de l'humour comme mode critique, et la formulation de solutions alternatives, allant de l'usage domestique de barilles à des pratiques d'entraide communautaire autour de l'accès à l'eau. Cette double lecture, croisant les dimensions de contenu et de réception, permet d'appréhender la dynamique expressive dans sa globalité, tout en soulignant les logiques de circulation, d'appropriation et de contestation qui structurent l'interpellation numérique des usagers.

### **3.3. Posture épistémologique et limites de l'enquête**

Ce travail s'inscrit dans une posture compréhensive, attentive aux significations que les acteurs attribuent à leurs expériences et à leurs pratiques communicationnelles (Weber, 1922/1995). Il ne s'agit pas de vérifier une hypothèse préalable, mais de faire émerger, à partir de traces discursives et visuelles, un ensemble cohérent de représentations, de critiques et de stratégies de contournement. En cela, la méthodologie déployée relève de l'analyse qualitative interprétative (Paillé & Mucchielli, 2012). Néanmoins, certaines limites doivent être reconnues. L'étude repose sur un corpus volontairement restreint, non exhaustif, et centré sur des contenus accessibles au public. Elle ne prend pas en compte les réponses individuelles hors ligne, ni les interactions sur des groupes privés ou cryptés. De même, les auteurs des vidéos ne sont pas interrogés directement, ce qui limite l'accès à leur intentionnalité. Ces contraintes ne remettent cependant pas en cause la valeur analytique du corpus, dans la mesure où les contenus étudiés sont porteurs d'une épaisseur sociale manifeste, et témoignent d'une cristallisation collective de la critique.

## **4. Résultats et discussions**

### **4.1. Typologie des plaintes : entre indignation quotidienne, satire virale et dénonciation sociale**

L'analyse du corpus audiovisuel enrichi par sept vidéos et de nombreux commentaires issus des réseaux sociaux permet de dégager trois formes principales de plainte. La première relève de l'indignation du quotidien, centrée sur les conditions concrètes de

vie : absence prolongée d'eau, difficultés d'hygiène, tensions domestiques. Une femme déclare, avec une exaspération palpable : « L'eau là, on dirait du gombo, tu te laves avec, mais ton corps gratte comme si tu n'avais rien fait. » Ce type de discours, souvent enregistré dans des cadres intimes (chambres, cuisines, arrière-cours), met en scène un quotidien perturbé, dans lequel l'eau pourtant bien commun devient un enjeu de survie. La deuxième forme emprunte les codes de la satire numérique, avec des vidéos mises en scène, parfois humoristiques, qui tournent en dérision l'inaction de la SODECI. Un sketch montre un faux agent ironisant : « Vous vous plaignez ? Mais on vous a donné de l'eau l'année passée ! » Ces productions jouent sur l'exagération volontaire pour souligner l'absurdité de certaines situations, et traduisent une volonté de rendre visible l'inefficacité perçue à travers des narrations accessibles et percutantes. Enfin, une troisième catégorie de plaintes relève de la dénonciation sociale élargie. Certains commentaires évoquent l'idée d'un abandon des quartiers populaires, d'une inégalité de traitement entre communes, ou d'une complicité entre les autorités et les responsables de la distribution d'eau. « Eux là, ils habitent là où l'eau ne coupe jamais », écrit un internaute. Ces propos expriment une fracture de confiance plus large, dépassant la seule SODECI pour toucher les logiques de gouvernance.

**Figure 2 – Eau trouble et impropre à la consommation relevée par un usager, diffusée sur les réseaux sociaux (Capture d'écran, août**



2025).

Source : Video amateur quartier Kennedy (Bouaké)

#### 4.2. Mécanismes de réception et solidarités discursives

Les commentaires analysés révèlent une réception collective forte, construite autour de l'expérience partagée, de la mémoire locale et du sentiment d'abandon. Les internautes ne se contentent pas de commenter les vidéos : ils les amplifient, les traduisent, y répondent par d'autres témoignages. Cette dynamique crée ce que Zizi Papacharissi (2015) appelle des "publics affectifs", fondés sur des émotions partagées, plus que sur des affiliations idéologiques. Ainsi, sous une vidéo dénonçant les coupures d'eau à Abengourou, on lit :

*« Même à Daloa, c'est pareil. On dirait que l'eau est devenue un privilège. »*

Ou encore :

*« La barille est devenue plus importante qu'une cuisinière. »*

Ce type de réaction met en évidence une grammaire de la débrouillardise, dans laquelle les solutions alternatives (barilles, puits, solidarité entre voisins) deviennent des signes d'adaptation, mais aussi de résignation. La réception n'est donc pas seulement émotionnelle : elle est narrative, dans la mesure où les usagers enrichissent le discours initial par des fragments de leur propre réalité. Cette co-construction de sens contribue à la diffusion virale des contenus, à leur légitimité sociale et à leur pouvoir critique.

#### 4.3. Dissonance communicationnelle et menaces réputationnelles

Face à cette mobilisation expressive, la réponse institutionnelle reste limitée, parfois absente. Les rares prises de parole officielles observées sur les pages Facebook de la SODECI se limitent à des phrases standards :

*« Merci pour votre message. Nous faisons remonter l'information. »*  
ou *« Veuillez contacter notre service client au 175. »*

Cette stratégie de minimisation est perçue comme un refus d'écoute, et alimente ce que Brivot et Gendron (2011) appellent une crise de légitimité numérique. En refusant d'entrer dans une logique de réciprocité discursive, l'institution se déconnecte des attentes contemporaines de dialogue, d'empathie et de reconnaissance. Le silence, dans ce contexte, devient un acte interprété comme mépris.

Plus grave encore, cette dissonance nourrit une spirale de défiance : certains internautes appellent à la désobéissance, à la mutualisation des ressources, ou même à la contestation juridique.

*« Moi j'ai décidé de ne plus payer jusqu'à ce qu'ils règlent le problème. »*  
*« On doit porter plainte en groupe. »*

Ces propos montrent que le déficit de communication n'est pas neutre : il reconfigure les rapports de force entre usagers et institution, et prépare le terrain à une rupture plus profonde de la confiance, aux effets durables sur la réputation organisationnelle.

## **Conclusion**

L'analyse des contenus protestataires diffusés sur les réseaux sociaux à l'encontre de la SODECI met en lumière une crise communicationnelle systémique, révélatrice d'un dysfonctionnement plus large de la relation entre les institutions de service public et les citoyens à l'ère numérique. Les vidéos examinées, aussi diverses dans leur forme que convergentes dans leur message, témoignent d'un malaise social enraciné dans l'expérience vécue : celle de l'eau absente, de la parole ignorée, de la dignité méprisée. Dans cet espace de visibilité numérique, les usagers ne sont plus de simples consommateurs passifs, mais des acteurs de narration publique, capables de transformer leur quotidien en arme symbolique. L'interpellation numérique devient une scène où se rejoue la demande de reconnaissance, et où se construit une parole citoyenne spontanée, souvent marquée par l'émotion, la satire ou la résignation. Face à cette dynamique expressive, la stratégie de silence ou de réponse générique de la SODECI apparaît non seulement inadaptée, mais contre-productive. Elle renforce la défiance, alimente la viralité des critiques et expose l'entreprise à une érosion durable de sa légitimité symbolique. L'enjeu dépasse donc la simple gestion de la réputation. Il engage une réflexion fondamentale sur la posture des organisations publiques dans un monde connecté, où l'exigence de réciprocité, de transparence et d'attention devient une norme sociale structurante. Refuser d'écouter, c'est refuser d'exister dans l'espace numérique tel qu'il se construit aujourd'hui. Ce travail appelle ainsi à une refonte des pratiques communicationnelles institutionnelles : il ne s'agit plus de "communiquer pour informer", mais de communiquer pour reconnaître, pour dialoguer, pour

réparer. À défaut, les institutions laissent le terrain libre à des formes de contre-pouvoir numérique, dont la puissance repose justement sur le vide qu'elles occupent. Enfin, cette étude ouvre des pistes pour des recherches futures : explorer les effets de ces protestations sur les politiques publiques, interroger les modèles d'écoute numérique dans les entreprises parapubliques africaines, ou encore analyser les mécanismes de résilience communautaire face à la défaillance des services essentiels.

## Bibliographie

- Amossy, R., & Maingueneau, D. (2005). *Analyser les textes de communication*. Paris : Armand Colin.
- Brivot, M., & Gendron, Y. (2011). Beyond Panopticism: On the ramifications of surveillance in a contemporary professional setting. *Accounting, Organizations and Society*, 36(3), 135–155. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2011.03.003>
- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet. Promesses et limites*. Paris : Seuil.
- Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. Paris : Presses de Sciences Po.
- Chereau, P. (2017). *Communication et réputation numérique*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
- Dean, M. (2010). *Governmentality: Power and Rule in Modern Society* (2nd ed.). London: SAGE Publications.
- Douzet, F. (2018). *Géopolitique des données numériques*. Paris : CNRS Éditions.
- Foucault, M. (1978). *La volonté de savoir*. Paris : Gallimard.
- Habermas, J. (1981). *Théorie de l'agir communicationnel* (Tome 1 & 2). Paris : Fayard.
- Honneth, A. (2000). *La lutte pour la reconnaissance*. Paris : Éditions du Cerf.
- Jarren, O. (2011). *Communication publique et démocratie*. Bruxelles : De Boeck.
- Lemoine, B. (2022). *Critique de la gouvernance*. Paris : Raisons d'agir.
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* (3e éd.). Paris : Armand Colin.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Proulx, S., & Millerand, F. (2015). *Les réseaux numériques : acteurs, dispositifs et usages*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Weber, M. (1995). *Économie et société* (trad. fr.). Paris : Pocket. (Œuvre originale publiée en 1922)

## Annexes

## Annexe 1 – Publication de la SODECI pour la fête des pères et commentaires d’usagers exprimant leurs doléances (Facebook, juin

The image shows a screenshot of a Facebook post from the official page of SODECI. The post is for Father's Day and features two cartoon water droplets, one smaller and one larger with a mustache and glasses. The text of the post reads "Bonne fête des Pères". At the top, the SODECI logo is visible along with the text "Une société du groupe éranove". The post has received several comments from users, including Noura Koné, Kitan Serge Toure, and Konan El Yobouet, who express their dissatisfaction with the water supply and service quality.

facebook

Adresse e-mail ou téléphone Mot de passe Se connecter Informations de compte oubliées ?

X

SODECI s.a. Une société du groupe éranove

Bonne fête des Pères

Plus pertinents ▼

Noura Koné  
Y'a pas d'eau vers socofrais d'angre pétro ivoire. Depuis. On ne peut pas travailler yakoi  
1 an

SODECI a répondu · 1 réponses

Kitan Serge Toure  
Merci bonne fête à vous également, mais je profite pour demander pourquoi quant on veut rencontrer le directeur régional Abgville pour dénoncer les abus flagrants de ses agents sur des vieilles personnes retraitées nous sommes toujours face à un refus...  
En voir plus  
1 an

Konan El Yobouet  
Bonjour Sodecti svp inondations là ne mettez pas sur notre facture rien, c'est pas votre eau. Merci de prendre en compte ma requête bonne journée.

2024).

Source : <https://www.facebook.com/PageofficielleSODECI/photos/le-p%C3%A8re-est-aussi-une-v%C3%A9ritable-source-de-vie-bonne-f%C3%AAte-%C3%A0-tous-nos-papas-fetede/454709603960046/>

**Annexe 2 – Publication de Daloa-Info dénonçant la couleur de l'eau distribuée par la SODECI, suivie de commentaires ironiques d'internautes (Facebook, avril 2022).**

**DALOA-INFO**  
25 avril 2022

**La couleur de l'eau de la sodeci de DALOA à droite est la couleur de l'essence. 😞  
De plus, il faut aller à la gare. 🤔**

E-mail ou mobile Mot de passe

**Article de DALOA-INFO**

👍👍 210 92 commentaires · 7 actions

Aimez-nous Commentez maintenant

Le plus pertinent

**Melleurs fans**

**Alain Kouamé expliqué**  
La société ne communique pas sur cette situation. C'est dommageable d'agir ainsi envers ses clients. Vivement la libéralisation du secteur de l'eau et de l'électricité pour une véritable concurrence.  
3 ans

**Maïmouna Douahou**  
En fait, je vais le mettre sur mon vélo aussi pour voir  
3 ans

**Aïcha Kourouma**  
L'eau de Daloa fait sérieusement peur avec une odeur chaque jour de sa couleur et du goût sur lequel elle parle dans le même souffle.  
3 ans

**Carole Tra Lou**  
Ils boivent généralement de l'eau Nescafé. 😞😞😞😞😞😞  
3 ans

**Marie Dj**  
Sérieusement super vente, je suis obligé d'acheter les sachets d'eau  
3 ans

**Source :** [https://www.facebook.com/DALOAINFO/posts/la-couleur-de-l'eau-de-la-sodeci-de-daloa-on-dirait-couleur-dessence-plus-besoin-dall/528736112029295/?locale=hi\\_IN](https://www.facebook.com/DALOAINFO/posts/la-couleur-de-l'eau-de-la-sodeci-de-daloa-on-dirait-couleur-dessence-plus-besoin-dall/528736112029295/?locale=hi_IN)