... ZAOULI N°15, Septembre 2026, pp. 769-791 ISSN : 2788-9343

Received: 02/08/2026 Accepted: 03/09/2026 Published: 22/10/2026

Sous-vêtements féminins en coton vendus sur le marché de friperie de yopougon-kouté (Abidjan): pratiques d'achat, perceptions de la qualité et enjeux de communication pour la santé

N'guessan Fabienne Zita N'DRIN
Enseignante-chercheure,
Université Alassane Ouattara, Bouaké, Côte d'Ivoire
docndrin2019@gmail.com

Résumé

Cette étude analyse les pratiques d'achat et les perceptions de la qualité des sous-vêtements féminins en coton vendus au marché de friperie de Yopougon-Kouté, à Abidjan, afin d'en dégager les enjeux pour la communication pour la santé. Elle repose sur l'hypothèse que ces pratiques et perceptions s'expliquent notamment par les contraintes économiques et par des savoirs pratiques construits entre pairs et avec les commerçant·e·s, plutôt que par le recours à une information sanitaire formalisée. La recherche adopte une démarche exploratoire et qualitative. Le terrain principal est le marché de Yopougon-Kouté, complété par des observations à Adzopé et à Bingerville. Les données ont été recueillies par observation directe entre février 2022 et juin 2024 et par des échanges informels, puis analysées de manière thématique. Les résultats montrent que le prix pèse fortement sur les décisions d'achat et que les différents acteurs poursuivent des logiques distinctes. La qualité perçue repose notamment sur la préférence pour le coton, le toucher, l'état des coutures, l'élasticité, la propreté apparente et le rapport qualité-prix. Les informations circulent principalement par les pairs, les commerçant·e·s et les revendeuses. Les professionnels et les institutions de santé ne sont pas mentionnés dans les discours recueillis. L'étude plaide pour une communication pour la santé contextualisée, fondée sur des informations fiables, accessible et respectueuse des réalités économiques et de la pudeur.

Mots-clés: friperie; sous-vêtements féminins; pratiques d'achat; perceptions de la qualité; communication pour la santé; Abidjan.

Cotton women's underwear sold at the Yopougon-Kouté second-hand market (Abidjan): purchasing practices, perceptions of quality and health communication issues

Abstract
This study examines purchasing practices and perceptions of the quality of cotton women's underwear sold at the Yopougon-Kouté second-hand market in Abidjan, Côte d'Ivoire, and considers the implications for health communication. It is based on the working hypothesis that these practices and perceptions are shaped in part by economic constraints and practical knowledge shared among peers and with traders, rather than by formal health information. The study uses an exploratory qualitative approach. The main field site was the Yopougon-Kouté market, with complementary observations in Adzopé and Bingerville. Data were collected through direct observation between February 2022 and June 2024 and through informal conversations, then analysed thematically. The findings indicate that price strongly influences purchasing decisions and that the different actors follow distinct commercial logics. Perceived quality is assessed through preference for cotton, touch, seam and elastic condition, apparent cleanliness, and value for money. Information circulates mainly through peers, traders, and resellers. Health professionals and institutions were not mentioned in the accounts collected. The study recommends contextualised health communication based on reliable information, accessible to the intended audiences and respectful of economic constraints and modesty.

Keywords: second-hand clothing; women's underwear; Purchasing practices; perceptions of quality; health communication; Abidjan.

Received: 02/08/2026 **Accepted:** 03/09/2026 **Published:** 22/10/2026

Introduction

Le commerce de vêtements de seconde main occupe une place importante dans l'approvisionnement vestimentaire de nombreux ménages. Développée depuis les années 1980 dans un contexte marqué par les politiques d'ajustement structurel et la recherche de vêtements à prix accessibles, la friperie est devenue, à la fin des années 1990, un bien de consommation courant (Nassa, 2009, p. 7). En Côte d'Ivoire, notamment à Abidjan, elle s'inscrit dans l'économie urbaine informelle, génère des revenus et permet l'accès à des biens à moindre coût (Steck, 2003, 2006). Au marché de Yopougon-Kouté, des observations réalisées entre février 2022 et juin 2024 ont mis en évidence la vente de sous-vêtements féminins de seconde main présentés comme étant en coton. Des observations complémentaires menées sur les marchés d'Adzopé et de Bingerville nous ont également éclairé sur cette pratique commerciale. Ces espaces d'échange entre commerçant·e·s, acheteuses et revendeuses témoignent de l'intérêt porté à ces articles, dont l'achat peut répondre à des considérations économiques, mais aussi à des perceptions liées au confort, à la qualité et à la propreté. En raison de leur contact direct avec le corps, les sous-vêtements féminins soulèvent des enjeux particuliers en matière d'hygiène et de communication pour la santé. Pour mener à bien notre étude, nous nous appuyé sur ces questions suivantes : Comment les contraintes économiques influencent-elles les pratiques d'achat et les perceptions de la qualité des sous-vêtements féminins de seconde main en coton au marché de Yopougon-Kouté ? Quelles représentations de ces sous-vêtements se dégagent-

elles des discours recueillis ? Comment peuvent-elles orienter la mise en place d'une communication pour la santé adaptée aux réalités des acheteuses et des commerçant·e·s ? les réponses à ces questions visent à analyser les pratiques d'achat, les perceptions de la qualité et les pratiques déclarées de nettoyage de ces sous-vêtements, afin d'identifier les enjeux et les perspectives d'une communication pour la santé adaptée au contexte étudié. Ainsi, l'hypothèse qui sous-tend cet article repose sur le fait que les pratiques d'achat et les perceptions de la qualité sont principalement influencées par les contraintes économiques et les savoirs pratiques construits dans les échanges entre acheteuses et commerçant·e·s, tandis que les informations sanitaires formalisées occupent une place peu visible dans les discours recueillis. Notre analyse s'organise autour de trois axes complémentaires : les pratiques d'achat, les représentations de la qualité et de la propreté, puis les enjeux de communication pour la santé.

1. Méthodologie

1.1. Champ d'étude et participants

Le terrain principal est le marché de friperie de Yopougon-Kouté, dans la commune de Yopougon, à Abidjan. Ce site a été retenu en raison de l'offre diversifiée de vêtements de seconde main, notamment de sous-vêtements féminins, et de la fréquentation du marché par des acheteuses et des revendeuses. Des observations complémentaires ont été réalisées à Adzopé et à Bingerville afin de situer les pratiques observées dans d'autres espaces marchands. Notons que ces observations ne constituent pas une comparaison systématique entre les marchés.

Trois catégories de participantes et participants ont été prises en compte: les commerçant·e·s de sous-vêtements de seconde

Received: 02/08/2026 **Accepted:** 03/09/2026 **Published:** 22/10/2026

main, les acheteuses pour usage personnel et les revendeuses. La sélection a été réalisée par échantillonnage raisonné lors de nos passages les mardis et vendredi au marché de fripérie de Kouté. Ce, en fonction du lien direct des personnes avec l'achat ou la commercialisation des articles étudiés. L'échantillon comprend 45 personnes: 10 commerçant·e·s, 25 acheteuses et 10 revendeuses. Compte tenu du caractère exploratoire de la recherche et du mode de sélection, cet échantillon ne vise pas la représentativité statistique.

1.2. Collecte et analyse des données

Les données ont été recueillies au moyen de l'observation directe, menée de février 2022 à juin 2024, et d'échanges informels sur les lieux de vente. L'observation a porté sur la présentation des articles, les opérations de tri, les gestes de sélection, la négociation des prix et les échanges entre vendeurs et clientes. Les conversations ont permis de recueillir des propos sur les perceptions de la qualité, les expériences d'achat et les pratiques d'entretien. Les informations ont été consignées dans des notes de terrain.

Les données ont fait l'objet d'une analyse qualitative thématique, complétée par une analyse de contenu des notes et des propos recueillis. Trois axes principaux ont guidé notre analyse: les pratiques d'achat, les critères de perception de la qualité et les circuits d'information en matière de santé. Pour ce faire, nous nous sommes basés sur la théorie des représentations sociales (Jodelet, 1989) et sur le modèle des croyances relatives à la santé (Rosenstock, 1974). La première permet d'examiner la construction et la mobilisation des connaissances ordinaires; le second offre une grille de lecture

des perceptions du risque, des bénéfices attendus et des obstacles éventuels à adoption de pratiques preventives.

2. Analyse des Résultats

Les résultats sont organisés autour de quatre dimensions : les situations de vente observées, les pratiques d'achat, les perceptions de la qualité et les circuits d'information ainsi que leurs enjeux pour la communication pour la santé. Les propos cités sont issus des échanges de terrain. Les indications de fréquence sont qualitatives et seront interprétées comme telles.

2.1. Situations d'achat observées

Les sous-vêtements sont présentés sur des bâches posées au sol, sur des tables, en tas ou accrochés. Certains articles sont regroupés par catégories. Cette disposition permet aux clientes de manipuler les pièces et de procéder à leur propre sélection. En amont, certains vendeurs trient les articles et distinguent notamment ceux qu'ils qualifient de « premier choix » des pièces courantes. Ce tri contribue à établir une hiérarchie commerciale fondée sur la qualité perçue. Les échanges entre vendeurs et acheteuses participent à la négociation du prix et aux conditions de la transaction. Des revendeuses peuvent également acheter des lots ou accéder à certains articles avant les clientes qui achètent pour leur usage personnel. Les négociations, particulièrement lors des achats en quantité, montrent que la transaction est aussi relationnelle. Ces observations indiquent que l'achat ne se limite pas au choix d'un produit et à son prix. Il se déroule également dans un environnement matériel, social et commercial qui oriente les possibilités de sélection. Pour la communication pour la santé, il importe donc de comprendre

Received: 02/08/2026 Accepted: 03/09/2026 Published: 22/10/2026

les critères de qualité mobilisés par les acheteuses et les pratiques qui structurent leurs choix.

2.2. Pratiques d'achat

2.2.1. Le prix et l'accessibilité

Le prix apparaît comme un facteur important des décisions d'achat. Les propos recueillis illustrent la contrainte budgétaire, la recherche d'une quantité plus importante pour une somme donnée et la négociation avec les vendeurs.

Tableau 1. Principaux motifs d'achat

Thème	Récurrence	Verbatims	Interprétation
Contrainte budgetaire	Très frequent	« *On cherche ce qu'on peut payer, 100 f, c'est bon pour moi. Les slips neufs en coton, c'est pour celles qui ont l'argent.* » (acheteuse)	La friperie est un choix contraint par le pouvoir d'achat, non un choix de défaut
Quantité pour un même budget	Varie selon le vendeur et les jours	« *Avec ce que j'ai, je peux prendre plusieurs pièces, je choisis les bonnes. Les slips sont à 100 Francs* » (acheteuse)	L'acheteuse arbitre entre nombre de pièces et qualité perçue
Possibilité de négocier	Frequent	« *Si tu discutes bien, le vendeur baisse le prix.* » (acheteuse)	Le prix est construit dans l'interaction, ce qui valorise le

Thème	Récurrence	Verbatims	Interprétation
			savoir-faire de l'acheteuse
Rentabilité pour la revente	Très frequent	« *Moi j'achète en gros, je trie ce que mes clientes aiment* »(revendeuse)	La logique de la revendeuse est celle d'un calcul de marge

Source: ***Enquête, 2022-2024***

Les pratiques d'achat observées révèlent l'articulation entre pouvoir d'achat, qualité perçue et stratégies commerciales. Pour les acheteuses, la friperie constitue une possibilité d'acquérir plusieurs sous-vêtements en coton à moindre coût. Ainsi, elles peuvent optimiser les dépenses. Cet avantage apparent leur permet de faire le ratio entre quantité des sous-vêtements obtenus et qualité des produits. La négociation participe à la construction du prix dans l'interaction marchande. Pour les revendeuses, l'achat en gros répond à une logique de rentabilité fondée sur la sélection des articles appréciés par la clientèle. Ces résultats invitent à considérer les contraintes économiques dans l'élaboration de messages de sensibilisation adaptés aux pratiques et aux ressources des populations concernées.

2.2.2. Gestes de sélection et savoirs mobilisés

L'achat s'accompagne de gestes destinés à apprécier l'état des articles. La palpation permet d'évaluer la douceur, l'épaisseur et la souplesse du tissu: « Quand tu touches, tu sais si c'est du vrai coton ou pas » (acheteuse). L'étirement sert à examiner l'élasticité: « Il faut tirer un peu pour voir si le caoutchouc est encore bon » (acheteuse). L'examen des

Received: 02/08/2026 Accepted: 03/09/2026 Published: 22/10/2026

coutures aide à repérer les signes d'usure: « Je regarde les coutures; si elles sont affaiblies, je laisse » (acheteuse). La vérifiifaction de l'article sous toutes ces facettes permet aussi d'en observer la propreté apparente: « Je regarde si le bas est propre » (acheteuse).

Ces gestes témoignent de savoirs pratiques acquis par l'expérience et les échanges. Ils orientent les décisions d'achat, mais ne permettent pas, à eux seuls, d'établir l'état microbiologique d'un article. La propreté apparente et la texture ne garantissent pas l'absence de contamination. Une communication pour la santé pourrait donc compléter ces repères pratiques par des informations fiables sur le lavage et l'entretien avant utilisation.

2.3. Perceptions de la qualité

Les propos recueillis font apparaître quatre dimensions de la qualité perçue: matérielle, hygiénique, symbolique et économique. Ces dimensions sont liées aux expériences des acheteuses et aux conditions dans lesquelles elles sélectionnent les articles.

Tableau 2. Dimensions de la qualité perçue

Dimension	Indicateurs	Verbatims (acheteuse/ revendeuse)	Interprétation
Matérielle	Matière annoncée, épaisseur, coutures, élastique Matière «	« *Je veux du coton, pas ce qui donne la chaleur* » (acheteuse)	La matière sert de première garantie

Dimension	Indicateurs	Verbatims (acheteuse/ revendeuse)	Interprétation
	saine » et adaptée au climat tropical		
Hygiénique	Propreté annoncée, absence de taches Confort et fraîcheur Garantie de qualité	« *Moi, je prends les premiers choix (ce qui parrait nouveau et propore), mes clientes sont compliquées* » (revendeuse) « *Je regarde, si le bas est propre* » (acheteuse)	La propreté apparente tient lieu de garantie hygiénique
Symbolique et sociale	Image de la pièce, fierté ou gêne de l'achat	« *On ne dit pas toujours où on a acheté.* » (acheteuse)	L'origine de seconde main peut être stigmatisante
Économique	Rapport qualité-prix perçu	« *Pour ce prix, c'est bien.* » (acheteuse)	La qualité est relative à ce que le budget permet

***Source:* Enquête, 2022-2024**

Le coton est spontanément associé au confort et à une sensation de fraîcheur, contrairement aux matières synthétiques, parfois jugées trop chaudes. Une acheteuse explique: « Le coton, c'est doux, ça laisse la peau respirer. Le

Received: 02/08/2026 Accepted: 03/09/2026 Published: 22/10/2026

nylon, ça fait chaud. » Les commerçant·e·s tiennent compte de cette préférence dans la présentation de leurs produits: « Quand je dis que c'est du coton, elles prennent » (commerçante). Ces propos renseignent sur les représentations et les attentes des clientes; ils ne suffisent pas à vérifier la composition réelle des articles.

La qualité perçue dépend également de la propreté apparente, de l'état des coutures et de l'élastique, ainsi que du prix. Le propos « On ne dit pas toujours où on a acheté » suggère que l'origine de seconde main peut parfois être associée à la discrétion ou à l'image sociale.

2.4. Circuits d'information et enjeux de communication pour la santé

2.4.1. Sources d'information

Tableau 3: Sources d'information, contenus et crédibilité perçue

Source	Contenu transmis	Crédibilité perçue	Limites	Verbatims
Pairs (amies, sœurs, voisines)	Conseils sur les lieux d'achat, les critères de sélection et les pratiques d'entretien	Forte, en raison de la proximité relationnelle et du partage d'expériences	Exactitude variable des informations transmises	« *C'est ma grande sœur qui m'a montré comment choisir.* » (acheteuse)
Commerçant·e·s	Informations sur la qualité des articles et	Forte, en raison de la relation commerciale	Intérêt commercial susceptible	« *Je dis à la cliente de bien laver avant de*

Source	Contenu transmis	Crédibilité perçue	Limites	Verbatims
	conseils d'entretien avant utilisation	et de la connaissance supposée des produits	d'influencer les informations communiquées	*porter.*» (commerçante)
Revendeuses	Informations sur les caractéristiques des articles, les attentes de la clientèle et les pratiques de conservation avant la revente	Moyenne	Savoirs peu formalisés et pratiques d'entretien variables	« *Je ne lave pas les slips pour éviter de les abimer avant de les revendre, les clients vont les laver avant de les porter* » (revendeuse)
Professionnels et institutions de santé	Informations et messages de prévention relatifs à l'hygiène et à la santé	Non mentioner dans les echanges	Absence de référence à ces sources dans les discours des enquêtées	Pas cités par les enquêtées

Received: 02/08/2026 **Accepted:** 03/09/2026 **Published:** 22/10/2026

Les informations relatives au choix et à l'entretien des sous-vêtements circulent principalement entre les pairs, les commerçant·e·s et les revendeuses. Les proches transmettent des conseils fondés sur l'expérience: « C'est ma grande sœur qui m'a montré comment choisir » (acheteuse). Certaines commerçantes recommandent le lavage avant le port: « Je dis à la cliente de bien laver avant de porter » (commerçante).

Les pratiques des revendeuses varient. L'une d'elles explique: « Je ne lave pas les slips pour éviter de les abîmer avant de les revendre; les clientes vont les laver avant de les porter. » Ce propos met en évidence une répartition implicite de la responsabilité de l'entretien entre la personne qui vend et celle qui achète.

Les professionnels et les institutions de santé ne sont pas cités par les personnes interrogées parmi leurs sources d'information. Ce constat concerne uniquement les propos recueillis: il ne permet pas d'affirmer que ces acteurs sont absents de toute action de prévention sur le terrain. Il indique néanmoins que les relations de proximité occupent une place visible dans les expériences rapportées.

2.4.2. *Lecture à partir du modèle des croyances relatives à la santé*

Tableau 4: résultats selon le modèle des croyances relatives à la santé

Composante	Caractéristiques	Constat	Orientation de communication
Susceptibilité perçue	Examen minutieux, lavage	perception variable de la possibilité d'un	Rendre les risques potentiels

Composante	Caractéristiques	Constat	Orientation de communication
	systématique avant port	risque, notamment chez les acheteuses qui font confiance à l'apparence des articles	compréhensibles sans dramatizer
Gravité perçue	Recherche des conseils, ouvertes à l'information Appréciation des conséquences possibles d'une hygiène insuffisante	Les conséquences sanitaires sont rarement exprimées dans les données recueillies	Informer à travers des messages simples, pratiques et accessibles
Bénéfices perçus de l'action	Réceptives si le message tient compte des contraintes Reconnaissance de l'utilité du lavage avant le port	Le lavage est jugé très utile	Valoriser cette pratique et la compléter par des informations adaptées
Obstacles perçus	Manque d'informations sur les bonnes pratiques	Les contraintes peuvent limiter l'adoption de certaines	Proposer des gestes compatibles

Received: 02/08/2026 Accepted: 03/09/2026 Published: 22/10/2026

Composante	Caractéristiques	Constat	Orientation de communication
	d'entretien et de sterilisation des articles	pratiques d'entretie	avec les moyens disponibles
Signaux pour agir	Conseils des pairs, des commerçant·e·s et des revendeuses	Les échanges interpersonnels constituent des occasions de transmission de conseils	Faire des revendeuses et commerçant·e·s des relais informés et fiables

Le modèle des croyances relatives à la santé (Rosenstock, 1974) offre une grille de lecture des facteurs susceptibles d'influencer les pratiques préventives. Dans les données recueillies, le lavage avant le port est présenté par certaines participantes comme une précaution utile. En revanche, les conséquences sanitaires possibles d'une hygiène insuffisante sont rarement évoquées. Il existe donc une différence entre la mention d'un geste d'entretien et l'expression explicite d'une perception du risque. Les données ne permettent pas de conclure que les participantes sous-estiment les risques, ni de mesurer systématiquement leur perception de la susceptibilité, de la gravité, des bénéfices ou des obstacles. Les contraintes budgétaires sont clairement présentes dans les pratiques d'achat.

3. Discussion

3.1. Contraintes économiques et logiques d'achat

Les résultats montrent que l'achat de sous-vêtements féminins en coton de seconde main articule contraintes budgétaires, recherche d'une qualité jugée satisfaisante et stratégies commerciales. Les acheteuses cherchent à acquérir plusieurs pièces à prix accessible, tandis que les revendeuses achètent en quantité et sélectionnent les articles en fonction des préférences de leur clientèle. Il répond notamment à des logiques d'accessibilité économique, de disponibilité des produits et de recherche d'articles correspondant aux attentes des consommateurs. Le prix ne constitue donc pas seulement un critère de selection; il structure les arbitrages entre quantité, état apparent et qualité perçue. Les prix rapportés lors de ces observations étaient parfois de 50 ou de 100 francs CFA par article. Contrairement au marché Forum d'Adjamé où les slips en coton sont plus chers, ils sont à 10.000F CFA la douzaine. Ces constats peuvent être rapprochés de l'étude de Yapi (2021) consacrée aux vêtements de friperie à Abidjan, qui examine les motivations et les représentations des acteurs. Cette proximité invite à analyser les achats de seconde main à partir des expériences et des significations que leur attribuent les personnes concernées, sans réduire ces pratiques à une simple question de prix ou de risque sanitaire.

3.2. Qualité perçue et représentations sociales

Les critères mobilisés ont reference à la préférence pour le coton, au toucher, à l'état des coutures, la rigidité de l'élasticité, à la propreté apparente et au rapport qualité-prix. Ces critères de choix mentionnés ici, montrent que la qualité ne se réduit pas aux propriétés matérielles du produit. Elle se construit aussi à partir des expériences et des connaissances

Received: 02/08/2026 **Accepted:** 03/09/2026 **Published:** 22/10/2026

ordinaires. Vu sous cet angle, cette analyse rejoint les travaux de Jodelet (1989) sur les représentations sociales, qui permettent d'examiner la manière dont les savoirs de sens commun se construisent dans les interactions et orientent les pratiques. Sur la qualité des articles, Brenoun (2021, p.237) fait remarque que :

> « les fripes ne sont pas tous d'occasion, d'inabordables neuves y sont offertes. Des articles de premier choix en très bon état, propres et jamais portés se retrouvent souvent dans les balles parce que mal confectionnés (la mode est exigeante) ou invendus ou encore passés de mode ».

La question de la qualité est importante car «la plupart des produits vendus sont étiquetés des grandes marques de la mode vestimentaire (Nassa, 2009, p.6).

Cependant, il est essentiel de distinguer la qualité perçue et la qualité sanitaire établie. En effet, la propreté apparente, la texture ou encore le caractère de « premier choix » ne permettent pas de déterminer l'état microbiologique d'un article. De même, l'association du coton au confort décrit une représentation des acheteuses et non une garantie sanitaire. Dans son dossier de presse, Simon Bassolé (2023, Non paginé) ecrit ceci: « A en croire certaines femmes, la qualité de la lingerie de « seconde main », est bien souvent supérieure à celle vendue dans les grandes surfaces. Une approche qualité prix qui fait oublier des risques bien reels ».

3.3. Les perceptions du risque et les limites des pratiques préventives

La lecture des résultats à partir du modèle des croyances relatives à la santé, développé notamment par Rosenstock (1974), et poursuivit par d'autres auteurs, permet d'examiner

les relations entre susceptibilité perçue, gravité perçue, bénéfices attendus, obstacles à l'action et signaux susceptibles de déclencher un comportement préventif. En effet, le modèle des croyances relatives à la santé est un modèle de persuasion rationnelle qui vise l'adoption d'un comportement de prévention de santé tout en modifiant les ''croyances'' de l'individu quant au problème de santé auquel il est exposé. « Ces aspects cognitifs permettent à la gratification issue du comportement d'agir immédiatement même si elle ne viendra en réalité que beaucoup plus tard ou même si elle ne se manifeste pas du tout ». (G. Godin, 2012, p.15)

Or, dans cette étude, les observations et les verbatims montrent que le lavage avant le port est recommandé par certaines commerçantes et qu'il est présenté comme une précaution utile. En revanche, les conséquences sanitaires possibles d'une hygiène insuffisante sont rarement évoquées dans les discours recueillis. A ce propos, une enquêtée de Bassolé (2023, Non paginé) affirme : « Moi je désinfecte très bien avant de porter. Je trempe d'abord dans de l'eau chaude avec du détergent. Je lave et ensuite je rince dans de l'eau contenant de la javel. Donc je ne peux pas avoir d'infection. D'ailleurs, je porte les dessous friperie il y a longtemps et je n'ai jamais rien eu», fait savoir A M.A, la trentaine révolue. Ces propos suggèrent cependant, une différence entre la reconnaissance d'un geste pratique et l'expression explicite d'une perception du risque. Cette distinction est importante : le fait de conseiller le lavage à l'eau de javel ne signifie pas nécessairement que les personnes concernées perçoivent une menace sanitaire précise. Ces précautions n'excluent pas la prise en compte des réalités sanitaires, car,

Selon Dr Charles Dago, gynécologue dans un Centre hospitalier universitaire à Abidjan, il existe pourtant des

Received: 02/08/2026 **Accepted:** 03/09/2026 **Published:** 22/10/2026

risques de contracter des maladies en portant des dessous d'occasion.

> « Quand quelqu'un porte des dessous friperie, cette personne peut s'exposer au risque de faire des allergies parce que ces habits sont traités avec des produits et mis dans les bateaux pour débarquer ici. Il peut y avoir une réaction aux produits utilisés sur les dessous avant de les envoyer. On peut faire des réactions aux synthétiques et aux différents colorants », avertit le spécialiste de santé. Il a aussi souligné le fait que des germes peuvent exister sur les habits déjà portés et contaminer le nouvel acquéreur. « Vous avez souvent des problèmes dermatologiques surtout dans l'entre-jambes. Des rougeurs, des boutons qui parfois se transforment en croûtes. Vous avez des maladies comme des teignes », a relevé Dr Dago. (Bassolé, 2023, Non paginé)

Les obstacles économiques et matériels doivent également être pris en compte. Les contraintes budgétaires sont documentées dans les résultats relatifs aux achats. Cette distinction permet de préserver la cohérence entre les résultats de l'enquête et leur interprétation théorique. L'intérêt du modèle de Rosenstock est ainsi de fournir une grille de lecture des éléments susceptibles de favoriser ou de limiter l'adoption de pratiques préventives. Les observations disponibles ne permettent ni de mesurer systématiquement chacune de ses composantes ni d'établir une relation causale entre les perceptions et les comportements des acheteuses.

3.4. Circulation des savoirs et enjeux de la communication pour la santé

Les résultats précédents mettent en évidence plusieurs points d'appui pour réfléchir à une communication pour la santé adaptée au contexte du marché de Yopougon-Kouté. Les acheteuses mobilisent déjà des critères de sélection, les pairs transmettent des conseils et certaines commerçantes recommandent le lavage avant le port. Ces pratiques constituent des ressources à prendre en compte dans la conception d'éventuelles actions de prévention.

Le guide *Communiquer pour tous* (2018) écrit sous la direction de Julie Ruel et de ses collaborateurs, fournit également des repères utiles pour concevoir une information accessible, compréhensible et adaptée aux capacités des publics à rechercher, comprendre et utiliser les informations. Bien que ce guide ne porte pas spécifiquement sur les marchés de friperie en Côte d'Ivoire, ses principes peuvent nourrir la réflexion sur l'accessibilité des messages de prévention.

Dans le contexte étudié, les commerçant·e·s et les revendeuses pourraient constituer des relais de proximité, compte tenu de leurs interactions régulières avec les acheteuses. Une telle possibilité supposerait toutefois de disposer d'informations fiables et validées sur les pratiques d'entretien, puis de les adapter aux conditions locales. Les pairs pourraient également contribuer à la circulation de ces informations, dans la mesure où les résultats montrent qu'ils participent déjà à la transmission de conseils pratiques.

Enfin, la communication devrait éviter les discours culpabilisants ou alarmistes. Les achats de seconde main s'inscrivent dans des contraintes économiques et des pratiques commerciales qui ne peuvent être ignorées. Une approche respectueuse permettrait de discuter des

Received: 02/08/2026 Accepted: 03/09/2026 Published: 22/10/2026

précautions d'hygiène sans dévaloriser les acheteuses ni les acteurs du commerce de friperie.

En définitive, cette étude montre l'intérêt d'aborder la communication pour la santé à partir des pratiques effectives, des représentations de la qualité et des circuits d'information observés. Elle ne démontre pas l'existence d'un risque sanitaire particulier lié aux sous-vêtements étudiés, mais met en évidence des questions relatives aux critères de confiance, à l'entretien des articles et aux sources de conseil. Ces résultats constituent ainsi une base exploratoire pour réfléchir à des actions de communication de proximité adaptées au contexte local.

Conclusion

Cette étude a analysé les pratiques d'achat des sous-vêtements féminins en coton au marché de friperie de Yopougon-Kouté, les critères d'appréciation de leur qualité et les enjeux de communication pour la santé. Les résultats montrent que les achats sont principalement guidés par les contraintes économiques, tandis que la qualité est appréciée à partir de la préférence pour le coton, de critères sensoriels, de l'état apparent des articles et de leur prix. Les informations sur le choix et l'entretien circulent essentiellement entre les pairs, les commerçant·e·s et les revendeuses. Les professionnels et les institutions de santé ne sont pas mentionnés dans les discours recueillis. Ces résultats soulignent l'intérêt d'une communication pour la santé accessible, adaptée aux réalités économiques et respectueuse

de l'hygiène intime de la femme, en s'appuyant notamment sur les acteurs de proximité.

Les résultats ne permettent ni de généraliser les pratiques observées ni d'établir un risque sanitaire spécifique. Ces limites ouvrent plusieurs perspectives de recherche. Une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon plus large permettrait de mesurer la fréquence des pratiques identifiées et d'approfondir les différentes manières d'apprécier la qualité. Une comparaison systématique entre plusieurs marchés permettrait également d'examiner dans quelle mesure les logiques observées à Yopougon-Kouté se retrouvent dans d'autres contextes. La contribution de professionnels de santé serait utile pour valider les recommandations d'entretien et préciser les informations sanitaires à diffuser et de concevoir des messages de prévention adaptés aux besoins des femmes.

Références bibliographiques

BASSOLE Simon Benjamin, 2023, *Le port de friperies : les risques sur la santé d'une tendance qui s'est aussi imposée à Yopougon* (Dossier) [en ligne] htpps://www.aip.ci/author/985902-b/, consulté le 21 septembre 2024.

BRENOUM Kouakou David, 2021, « Essor du marché de fripes à Abidjan, la grande métropole ivoirienne », *Les Cahiers de l'ACAREF*, vol. 3, n° 7, numéro spécial, tome 3, novembre, p. 228-243, [en ligne] : https://revues.acaref.net/wp-content/uploads/sites/3/2020/11/Kouakou-David-BRENOUM-TAP.pdf, consulté le 24 octobre 2024.

Received: 02/08/2026 **Accepted:** 03/09/2026 **Published:** 22/10/2026

GODIN Gaston (Dir), 2012, *Les comportements dans le domaine de la santé: comprendre pour mieux intervenir,* Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal.

INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE (INS), 2014, *Recensement général de la population et de l'habitat* (RGPH 2014). Côte d'Ivoire: INS.

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

NASSA Dabié Désiré Axel, 2009, « Abidjan: Rue Des Jardins et Rue du Commerce à l'épreuve de la mondialisation», *Géographie et Cultures,* n°71, p. 73-90, [en ligne], https://www.researchgate.net, consulté le 10 août 2024.

Ruel Julie et Allaire Cécile (dir) 2018, *Communiquer pour tous*, *Guide pour une information accessible,* Saint-Maurice, Santé publique France.

STECK Jean-François, 2003, *Les territoires de l'informel: les petites activités de rue, le politique et la ville à Abidjan*, Thèse de doctorat, Université Paris Ouest Nanterre.

STECK Jean-François, 2006, « La rue africaine, territoire de l'informel? », *Flux*, nos 66-67, p. 73-86, https://shs.cairn.info › revue-flux1-2006-4-page-73, consulté le août 2024.

YAPI, Sasso Sidonie Calice (2021). « Approche compréhensive du port des vêtements de friperie et des risques sanitaires: le cas des friperies à Abidjan (Côte d'Ivoire) ». in *Revue Akofena,* spécial n° 7, vol 2, pp.239-254, [en ligne], https://**www.revue-akofena.com**, consulté le 28 novembre 2024.