

Nouveaux imaginaires de et sur l'Afrique par l'entrepreneuriat : des promesses... encore à tenir

Birahim Gueye, Université Gaston Berger, Sénégal

Bilyaminou Dan Rani Guero, Université Abdou Moumouni, Niger

Angélique Ngaha Bah, Université Alioune Diop, Sénégal

Florent Song-Naba, Université Thomas Sankara, Burkina Faso

Olivier Germain, Université du Québec à Montréal, Canada

Entreprenante Afrique est le titre de l'ouvrage de Severino et Hajdenberg publié en 2016 pour magnifier des dynamiques entrepreneuriales qui permettraient au continent noir de s'ouvrir une « nouvelle » page de son histoire vers la prospérité et l'abondance. Cela passerait par l'ingéniosité d'une nouvelle sorte d'entrepreneurs connectés au monde et capables de dénicher les opportunités d'affaires pouvant contribuer à la transformation structurelle de l'Afrique par des projets d'envergure. Pour Chapus, Berrou et Onibon Doubogan (2021, p. 14) « cette reheroïsation de l'entrepreneur est révélatrice de dynamiques sociétales plurielles ». D'un certain pessimisme, on passe à une forme d'optimisme concernant l'avenir de l'Afrique que d'aucuns pourraient qualifier de suspecte (Copans, 2019), tellement les stigmates de la pauvreté n'ont pas disparu et se seraient renforcés par ailleurs.

La littérature scientifique dans le domaine des sciences de gestion reste dominée par une image de l'entrepreneuriat en Afrique marquée par le primat de la débrouille, de l'informel, de la microentreprise de survie, des initiatives de femmes financées grâce à la microfinance et aux tontines. Cette réalité constitue certes l'une des facettes de l'entrepreneuriat en Afrique, mais elle ne saurait traduire toutes les initiatives sur le continent. Elle pourrait relever d'une vision folklorique ou encore mythologique de l'entrepreneuriat. Pour compléter le spectre, il convient de regarder les autres facettes de l'entrepreneuriat sur le continent : l'émergence d'écosystèmes entrepreneuriaux avec l'État en pivot, la multiplication de *start-up* dopées par les TIC, certains comportements frugaux, la consolidation des projets entrepreneuriaux portés par les générations postajustement structurel, etc. Il convient également d'aborder certaines questions propres à l'évolution des entreprises : succession intergénérationnelle, écarts culturels entre acteurs (jeunes contre vieux ; locaux contre expatriés ; instruits contre non instruits, etc.). Tous ces éléments nous invitent à interroger les imaginaires de l'Afrique d'aujourd'hui par l'entrepreneuriat. Une telle démarche revient à penser, de l'intérieur, l'entrepreneuriat et les PME en Afrique libérés de toute forme d'oeillère découlant des pressions des financeurs et/ou des supports de publication en quête de saveurs exotiques.

INVENTAIRE INCOMPLET DE PRATIQUES ÉMERGENTES

Il est possible de faire l'inventaire d'un ensemble de pratiques émergentes, notamment dans le domaine des *start-up*, qui mettent au et à jour d'autres manières d'entreprendre en Afrique. De nombreux travaux empiriques montrent ainsi que l'Afrique n'est pas un désert d'innovations et que diverses pratiques entrepreneuriales émergentes y sont observées (Tim, Markus et Nelson, 2021). L'entrepreneuriat numérique est l'une de ces pratiques (Friederici, Wahome et Graham, 2020). Les *start-up* du secteur apparaissent comme le fer de lance de l'accélération et de la transformation numérique des économies locales (Kolade, Atiase, Murithi et Mwila, 2021). L'accroissement de la demande de contenus numériques sous différentes formes (vidéo, livres électroniques, musique, balados, etc.) génère des opportunités entrepreneuriales pour les jeunes (Netter, 2017). Le développement constant d'Internet et son influence sans cesse croissante sur le vécu quotidien des populations ouvre également la voie à une myriade d'activités génératrices de revenus (Kollmann, Kleine-Stegemann, Cruppe et Strauss, 2022).

Les pouvoirs publics, les agences de coopération internationale au développement et les organisations professionnelles œuvrent à rendre l'écosystème entrepreneurial davantage favorable aux *start-up* de la *fintech*, de l'agrotechnologie, de la télésanté, de la cyberformation, etc. (Goldberg, 2019). Dans le domaine particulier du financement, le développement de plateformes numériques, comme les banques en ligne, le paiement en ligne et le sociofinancement, a contribué à révolutionner le secteur bancaire en permettant aux habitants des contrées les plus reculées d'accéder à des produits financiers (Osabutey et Jackson, 2024). Le marketing numérique, à travers les réseaux sociaux, permet à tout entrepreneur africain de se constituer une clientèle à moindre coût partout dans le monde (Kollmann *et al.*, 2022). Durant les premiers moments de la pandémie de la Covid-19, les portails d'apprentissage en ligne ont permis de pallier les mesures de confinement en favorisant l'accès des élèves et des étudiants à des contenus éducatifs en ligne (Matete, Kimiro et Behera, 2023).

Pour permettre aux entreprises numériques de se développer davantage, d'importants travaux sont en cours pour faciliter l'accès à la connectivité, aux équipements et à l'électricité (Friederici, Wahome et Graham, 2020).

Outre le numérique, la culture et l'agriculture connaissent un essor certain sur le continent. Au-delà de son rôle identitaire, la culture est de plus en plus perçue comme un véritable relais de croissance pour les économies locales. Les progrès de la musique africaine ont contribué à positionner certains pays comme des valeurs culturelles incontournables au niveau mondial. En Côte d'Ivoire, les rythmes associés au « rap Ivoire », au « zouglou » et au mytique « coupé décalé » ont dépassé les frontières du continent. Des figures telles que Youssou N'Dour, Magic System, Koffi Olomidé ou Fally Ipupa ont imprégné de leur influence l'écosystème culturel européen, contribuant ainsi à la promotion de la musique sénégalaise, ivoirienne et congolaise sur la scène internationale. En plus de la musique « naija », le phénomène « Nollywood » est devenu une référence mondiale au Nigéria dans le domaine du cinéma, presque au même titre que « Hollywood » aux États-Unis d'Amérique ou « Bollywood » en Inde. Certaines séries télévisées cultes comme *Ma famille* (Côte d'Ivoire), *Maîtresse d'un homme marié* (Sénégal) ou *Les Bobodiouf* (Burkina Faso) sont largement diffusées sur les chaînes internationales.

Mais si les résultats obtenus dans la production culturelle et artistique peuvent être jugés satisfaisants, les entrepreneurs culturels africains n'ont pas encore déployé la plénitude de leur potentiel (Douyon, 2020). En dehors des artistes de renommée internationale ou des *outsiders* ayant bénéficié de la visibilité qu'offrent les réseaux sociaux, de nombreux acteurs culturels évoluent encore dans le secteur informel, faute d'accompagnement ou de financement (Caroline, Emin et Schieb-Bienfait, 2018). Dans le domaine du financement, la production culturelle et artistique a pendant longtemps été considérée comme une activité à but non lucratif. Les entrepreneurs culturels dépendaient des subventions et du mécénat pour réaliser leurs œuvres (Gueye, 2023). Les travaux de Rösenthaller et Schulz (2016) montrent que la frontière entre la logique non lucrative et celle commerciale tend à se brouiller de nos jours. Les entrepreneurs culturels sentent le besoin de diversifier leurs sources de financement pour faire face à la baisse tendancielle des dons. Ils développent également des approches d'organisation collaborative s'appuyant sur des réseaux pour mutualiser les ressources et partager les coûts (Michel, 2018).

L'agriculture continue quant à elle d'occuper jusqu'à 80 % de la population dans de nombreux pays du continent. Les pouvoirs publics et leurs partenaires internationaux ambitionnent de passer de l'agriculture de subsistance à l'entrepreneuriat agricole en recourant aux mécanismes du marché (Asongu et Odhiambo, 2019). Certains bailleurs de fonds choisissent, contrairement à leurs pratiques habituelles, de mettre en œuvre des programmes d'aide directe aux entrepreneurs actifs dans l'agriculture. Ces bailleurs exigent en contrepartie que les entrepreneurs bénéficiaires de leurs concours s'engagent dans l'entrepreneuriat inclusif (Song-Naba et Régnier, 2021). Il s'agit pour ces entrepreneurs de faciliter l'inclusion des petits producteurs agricoles dans leurs réseaux de fournisseurs en apportant, à travers des arrangements contractuels, l'appui dont ces producteurs ont besoin pour produire conformément aux attentes du marché.

Parallèlement aux efforts destinés à booster la production agricole, l'on assiste à l'émergence en aval de petits entrepreneurs actifs dans la transformation des produits agricoles (Broutin et Bricas, 2006). Le développement de nouvelles formes d'activités post-récoltes basées sur de petits entrepreneurs est porteur d'espoir, étant donné que les grands projets industriels, connus sous les vocables « d'industrialisation par substitution d'importations », « d'industries industrialisantes » ou « d'industrialisation par la promotion des exportations », ont largement failli dans les pays africains en développement (Fauré et Labazée, 2000). L'émergence de ces entrepreneurs montre qu'ils sont les mieux indiqués pour exploiter certaines ressources locales qui, autrement, resteraient en marge du processus du développement (Haïdara, 2016).

Si le rôle socio-économique des petits entrepreneurs évoluant dans la transformation des produits agricoles n'est plus à démontrer, la question de la qualité de leurs produits demeure en revanche posée. Dans la transformation agroalimentaire, le problème de la qualité est d'autant plus crucial que la plupart des petits entrepreneurs évoluent dans le secteur informel (Broutin et Bricas, 2006). La caractéristique principale des petits entrepreneurs du secteur informel est de se jouer des règles, qu'il s'agisse de dispositions juridiques à appliquer, d'impôts à payer ou de normes à appliquer (Ado et Soparnot, 2022 ; Ngaha Bah et Tidjani, 2024). Dans le but de minimiser les risques pour la santé du consommateur, diverses initiatives sont en cours pour amener les petits entrepreneurs à mettre en place des démarches qualité élémentaires comme le HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*). L'application d'une démarche qualité comme le HACCP implique nécessairement la formalisation des règles d'hygiène et de sécurité sanitaire, ainsi que la décentralisation du pouvoir de décision (Messegheem, 2001). Dans les entreprises du secteur informel expérimentant ce type de démarche en Afrique, le changement est surtout observable sur le plan structurel. Il est beaucoup moins marqué sur le plan culturel. Le choix de miser sur des mutations d'ordre structurel (création du poste de responsable qualité, formalisation des règles de sécurité sanitaire) se justifie par leur caractère facilement objectivable et valorisable par le marché. Il s'agit de preuves tangibles destinées à convaincre les clients qu'ils peuvent acheter et consommer les produits des entreprises sans crainte pour leur santé. Ces clients ne sont *a priori* pas préoccupés par les rapports de force à l'intérieur des entreprises. Par conséquent, les petits entrepreneurs n'en font pas une variable clé du changement, encore que le faible niveau d'instruction du personnel d'exécution ne favorise pas la mise en œuvre d'un management de type participatif (Song-Naba, 2024). Ces observations contribuent à relancer le débat sur l'intérêt et la pertinence des programmes de formalisation des entreprises informelles dans les pays africains en développement (Ado, 2024). Ces programmes trouvent leurs limites dans la variabilité de la nature et du degré du changement impulsé par la manipulation de variables formelles comme la démarche qualité. Ces programmes sont également handicapés par ce que Sarasvathy (2000) qualifie de logique effectuale (et non-causale) des entrepreneurs informels. Ces constats suggèrent que les programmes de formalisation doivent être suffisamment contextualisés pour éviter des échecs comme ceux relevés par Sogbossi et Merunka (2009). La prise en compte de la dynamique du marché des entreprises concernées (Diawara et Sawadogo, 2002), ainsi que l'égard pour des réalités managériales comme la nécessité de maintenir parfois la centralisation du pouvoir de décision (Biwolé-Fouda et Causse, 2022), le rôle primordial de la famille (Livian, 2020) ou encore l'illettrisme d'une grande partie du personnel (Song-Naba, 2017), peuvent aider à mieux définir la nature et à mieux moduler le degré de la formalisation des entreprises bénéficiaires des programmes.

QUELS STRUCTURES, OUTILS, ENSEIGNEMENTS POUR FABRIQUER DE NOUVEAUX IMAGINAIRES ?

Il reste que les nouveaux imaginaires de et sur l'Afrique s'inscrivent au sein de structures plus ou moins instituées, de programmes plus ou moins stables et d'écosystèmes entrepreneuriaux plus ou moins balbutiants. Ils sont aussi façonnés par un ensemble d'outils, de dispositifs et de pratiques créés et véhiculés par un ensemble d'acteurs concernés. À grands traits, les structures d'aide à l'entrepreneuriat ont longtemps été sous le joug de bailleurs de fonds issus de pays du Nord, ce qui a *de facto* entraîné la répétition décontextualisée de pratiques jugées universelles ou la mise sous tutelle des projets entrepreneuriaux *via* des pratiques d'*accountability* (« responsabilité ») (Tsui, 2004). Sur une période plus récente, l'émergence d'écosystèmes entrepreneuriaux vient s'enchevêtrer à cette structuration historique, conduisant à des pratiques relativement plus autonomes ou *a minima* interrogeant l'universalité de pratiques d'accompagnement. Une lentille postcoloniale ou décoloniale, bien plus fréquente dans la littérature managériale sur « l'aide au développement », permettrait de mettre au jour les effets des dispositifs entrepreneuriaux, les poches de résistance qui peuvent prendre la forme de détournement, d'hybridation ou de rejet de certaines pratiques. Les nouveaux imaginaires appellent sans doute aussi l'émergence et l'invention de nouvelles pratiques, d'outils différents, invisibilisés par les recherches dominantes.

Il s'agira par conséquent de mieux comprendre en quoi les institutions sont parfois le copier-coller des écosystèmes entrepreneuriaux du Nord, qui fabriquent, empêchent ou au contraire facilitent la production de nouveaux imaginaires. Il sera dès lors indispensable de porter une attention plus grande à l'émergence des formes alternatives collectives et solidaires d'accompagnement et de financement, aux processus d'autonomisation des pratiques de soutien dans la fabrique des écosystèmes. Il reste ainsi à mieux comprendre quels sont les pratiques et outils qui permettent la fabrication de nouveaux imaginaires et la manière dont les acteurs et les écosystèmes peuvent

s'organiser pour rendre ces imaginaires possibles et actionnables. Il y a aussi à étudier en quoi la production de nouveaux imaginaires est possiblement enkystée dans des héritages ou résurgences coloniaux, entretenus par les écosystèmes et financeurs, véhiculés par des outils et dispositifs. Au-delà, il s'agit d'explorer les stratégies de con(dé)ournement mises en œuvre par les protagonistes, mais aussi les formes collectives de soutien, alternatives, qui secrètent ces imaginaires et quels sont leurs défis.

De la même manière que l'accompagnement et les politiques publiques, les espaces d'enseignement de l'entrepreneuriat peuvent constituer autant de lieux de reproduction potentielle des imaginaires dominants que représenter des possibilités d'exploration d'imaginaires de et sur l'Afrique (Guero et Gueye, 2022). Nous oublions souvent que la salle de classe et notre rôle de pédagogue permettent sans doute bien plus que la plupart des recherches d'influencer le renouvellement des imaginaires, peut-être de les libérer, au moins de discuter ceux qui semblent s'imposer. La chose n'est pas simple dans la mesure où la pratique pédagogique est elle-même encadrée dans des structures réglementaires, mais aussi que nous intériorisons un ensemble de normes dans notre habitus d'enseignant.

Ce numéro spécial de la RIPME contribue aux débats naissants sur les nouveaux imaginaires de et sur l'Afrique par l'entrepreneuriat.

L'article de Joseph Tixier examine les mécanismes d'adaptation et de création d'un imaginaire indigène de l'entrepreneuriat lorsqu'un programme de formation à l'entrepreneuriat conçu dans un contexte dominant doté d'un imaginaire qui lui est propre est mis en œuvre dans un contexte culturel et social tiers. Pour ce faire, l'auteur utilise une démarche ethnographique et des lentilles postcoloniales. Il met en exergue des tensions inhérentes à la « rencontre » du curriculum pensé ailleurs avec les réalités du terrain malgache, des aspects relatifs à la construction d'un sens indigène de l'entrepreneuriat et des enjeux liés à la diffusion d'un sens commun de l'entrepreneuriat par des enseignants. S'agissant des tensions, l'article relève un certain nombre d'éléments fondamentaux du curriculum et des contenus de formation par rapport auxquels les enseignants censés les dérouler expriment sinon un profond désaccord, du moins un réel scepticisme quant à leur pertinence dans le contexte malgache. Concernant les imaginaires construits par les enseignants, l'auteur en relève jusqu'à six distincts allant du subsistant à la figure héroïque occidentale en passant par l'acteur pour le futur, l'apprenti, le travailleur pour la communauté et l'activité annexe. Pour en arriver là, il a notamment été nécessaire de considérer le fait que ces imaginaires se construisent suivant une perspective du développement personnel en lien avec la communauté. Pour ce qui est de la diffusion d'un sens commun de l'entrepreneuriat, l'auteur met en exergue une certaine forme de sélectivité de la part des enseignants qui préfèrent se concentrer, dans le cadre de leurs interactions avec leurs élèves, sur des modèles qu'ils pensent procurer un avantage immédiat pour ces derniers et pour leurs communautés. En définitive, les imaginaires ainsi mis en exergue poussent à considérer l'entrepreneuriat comme un processus par lequel la société peut changer et s'émanciper grâce aux possibilités qu'il offre aux communautés pour pouvoir s'organiser à travers des comportements entrepreneuriaux.

REPENSER LA DIASPORA ENTREPRENEURIALE ET L'ENTREPRENEURIAT DIASPORIQUE

« L'immigré clandestin », l'étudiant international transformant sa société d'origine ou le sauveur de sa famille sont quelques stéréotypes dont ont été souvent affublés les membres de la diaspora africaine. Or, l'existence de parcours – entrepreneuriaux notamment – singuliers, divers et variés laisse augurer d'un potentiel significatif de cette diaspora à la création de nouveaux imaginaires de et sur l'Afrique. L'entrepreneuriat de la diaspora concerne aussi bien le phénomène des migrants qui entreprennent dans leur pays d'accueil que celui de ceux qui le font dans leur pays d'origine (Ojo, Nwankwo et Gbadamosi, 2013). Tandis que le premier phénomène est qualifié de « diaspora entrepreneuriale » (Li, 2018), nous proposons de nommer le second entrepreneuriat diasporique. Le premier est le plus souvent envisagé sous l'angle des communautés, réseaux et pratiques ethniques, et moins souvent en termes de dynamique interculturelle (Tidjani, 2007). Le second mérite qu'on s'y attarde par la complexité des enjeux entrepreneuriaux qu'il soulève.

Dans son article, d'Almeida-Julien étudie la contribution des entrepreneurs de la diaspora ouest-africaine au renouvellement des visions sur l'Afrique, au regard de la valuation, pour contribuer à l'analyse des logiques d'action qui sous-tendent les phénomènes managériaux africains (Guero et Gueye, 2020). À l'aide d'une étude de cas

multiples, elle met en évidence la quête ainsi que les voies plausibles de valuation¹ qui permettent aux entrepreneurs de créer de nouvelles visions au travers de schémas. Elle montre que dans un parcours dynamique, propice aux questionnements divers, les entrepreneurs s'appuient sur un contexte connu pour définir un enjeu qui recouvre une dimension socioculturelle. Ce parcours nécessite d'évaluer et de sélectionner les ressources à leur disposition puis d'emprunter une voie de valorisation et de légitimation relative à un patrimoine culturel qui dépasse la période coloniale. Pour ce faire, ils s'appuient particulièrement sur les valeurs objets afin de donner à voir « ce que l'on valorise » dans une culture donnée. Cette étude exploratoire débouche sur l'identification de cinq schémas de valuation mis en œuvre par les entrepreneurs : *Made in Africa*, qui met en lumière les trésors endémiques du continent ; *Made for Africa*, qui éclaire l'impact social du projet sur le continent ; *Heroes from Africa*, qui met en valeur les parties prenantes africaines et afrodescendantes du projet ; *Inspired by Africa*, qui mélange les codes culturels avec ceux du pays d'accueil en vue d'une association favorable ; *Back to Africa*, qui, dans une perspective de retour au pays d'origine, s'engage dans l'entrepreneuriat diasporique en y établissant une structure.

Le dernier schéma peut être rapproché de la perspective adoptée par Gassama (2018), menant un projet entrepreneurial permettant, en plus du retour au pays, de « rendre à l'Afrique » et offre un moyen potentiel de lutter contre les difficultés de l'entrepreneuriat diasporique, par un projet initié dans le pays d'accueil. Plusieurs autres initiatives allant dans ce sens méritent une attention particulière de la part du monde universitaire et scientifique. C'est le cas d'Investir au pays du Camerounais Philippe Simo ou de JeufZone et Give1project du Sénégalais Thione Niang. Philippe Simo est ingénieur en génie industriel. Il avait travaillé pour divers grands groupes français avec des présences en Afrique souvent sujettes à controverses : Alstom, Areva, Eiffage. Aujourd'hui, il est engagé dans des activités diverses et variées au Cameroun, en Côte d'Ivoire et en France. Ses multiples plateformes sur Internet² et les réseaux sociaux³ drainent des millions d'abonnés, de même que ses événements, parmi lesquels le programme *Back to Africa*⁴, attirent des centaines de participants. Thione Niang avait activement participé aux campagnes victorieuses de Barack Obama aux élections présidentielles américaines de 2008 et 2012. Rentré au Sénégal, il a créé, avec JeufZone⁵, une plateforme *agrobusiness* et une ferme agricole dans laquelle il s'est installé et, avec Give1project, « une organisation mondiale qui vise à engager les jeunes en tant que *leaders* dans la création et la construction de communautés fortes et saines⁶ ».

Carène Tchuinou Tchouwo cherche de son côté à comprendre le rôle des connaissances issues du pays d'origine dans les activités d'innovation des entrepreneurs immigrants au sein de leur pays d'accueil. Elle remet en question d'une manière inédite la façon dont les imaginaires issus de l'Afrique peuvent être appelés dans une pratique entrepreneuriale et d'innovation au sein d'une autre société. L'auteure examine quatre cas d'entrepreneurs africains installés à Montréal en utilisant la lentille de l'innovation ouverte et de l'entrepreneuriat transnational. Le capital social et le capital humain des entrepreneurs et de leurs pays d'accueil irriguent les connaissances qui sont mobilisées dans le projet entrepreneurial. Les relations informelles avec les membres de la famille ou des amis, mais également de relations formelles avec des partenaires professionnels forment le capital social déployé. Le capital humain quant à lui est mobilisé au travers de l'expérience de l'entrepreneur au sein du pays d'origine. Ces connaissances du pays d'origine permettent aux entrepreneurs de mettre en place à la fois des innovations de produits/services, des innovations de position, des innovations de processus et des innovations de paradigme au sein du pays d'accueil.

Le travail de Carène Tchuinou Tchouwo accentue en creux l'idée que les entrepreneurs immigrants doivent démontrer la production d'une valeur supérieure et différente au regard de migrants dépourvus de capital, qui cherchent souvent par contrainte à entreprendre et dont les imaginaires sont souvent bien plus interdits. Cette recherche nous permet alors de nous interroger sur la manière dont les diasporas entrepreneuriales d'Afrique

1 Nous empruntons ici la traduction habituellement retrouvée dans tous les travaux de langue française du terme emprunté à John Dewey. Dewey, J. (2008). *La théorie de la valuation*. Récupéré le 25 septembre 2024 sur le site : <http://journals.openedition.org/traces/833>.

2 <https://investiraupays.com/> ; <https://afriqueetdiaspora.com/>.

3 Chaîne YouTube à plus de 1,04 million d'abonnés : <https://www.youtube.com/@InvestirAuPays/featured> ; page Facebook à plus de 1,2 million de *followers* : <https://web.facebook.com/investiraupays>.

4 <https://formation.backtoafrica.fr/bta>

5 <https://jeufzone.com/?lang=fr>

6 <https://give1project.net/fr/>

sont véritablement porteuses d'autres imaginaires dans les sociétés d'accueil, freinées dans cette possibilité ou acceptées sous contrainte d'un type restreint de création de valeur. Au-delà, nous devrions interroger la possibilité pour les diasporas d'être le vecteur véritable d'une africanité dans le monde entrepreneurial qui dépasse les stéréotypes et le folklore.

Pour aider à rendre compte de la façon dont la diaspora entrepreneuriale et l'entrepreneuriat diasporique contribuent à façonner les nouveaux imaginaires de et sur l'Afrique, deux autres pistes nous semblent ainsi particulièrement prometteuses. Il y a d'abord la démarche en trois temps proposée par Édouard Glissant (1981) : « aller-détour-retour ». Dans cette perspective, le lieu d'origine (l'Afrique) constituerait le point de départ, le pays d'accueil, le détour, tandis que le retour permet la production de nouveaux imaginaires (Lambert, 1988). La métaphore de l'anthropophagie culturelle, proposée par Oswald de Andrade (Lambert, 1988 ; Islam, 2012), consiste de son côté à considérer, qu'à travers leurs initiatives, les migrants entrepreneurs installent les imaginaires de et sur l'Afrique à l'œuvre à la fois dans leur lieu d'accueil et dans leur lieu de départ dans un rapport dynamique à l'issue duquel les derniers s'imposent et dévorent les premiers tout en devenant autres. Aussi, une lecture renouvelée du phénomène diasporique africain demanderait alors de mieux comprendre la manière dont le détour temporaire par d'autres cultures entraîne des mutations dans la pratique entrepreneuriale au retour. Il s'agirait aussi de chercher les voies d'une reproblématisation d'enjeux tels que la succession en PME par un entrepreneur ayant vécu l'« aller-détour-retour » en termes de déploiement local de nouveaux imaginaires. Finalement, nous devons travailler les défis posés en termes épistémiques à ces entrepreneurs (création, destruction, altération des connaissances) sans mettre de côté les possibilités d'épistémicide.

DES IMAGINAIRES ET DES PARADOXES DE L'HÉROÏSATION

Les médias sociaux – vecteurs d'imaginaires puissants – mettent, de plus en plus, en scène des personnages héroïques, issus de pays en développement, aux histoires entrepreneuriales plus que surprenantes. Illac Diaz est l'un de ces personnages⁷. Il est le fondateur d'une ONG et l'inventeur d'une ampoule solaire fabriquée à partir d'une bouteille d'eau. Cette invention apporte de la lumière dans les zones les plus pauvres au monde en limitant la dépendance aux fournisseurs traditionnels d'énergie. Issu d'un milieu défavorisé, bousier et diplômé du Massachusetts Institute of Technology, son invention parcourt aujourd'hui le monde.

En Afrique, des héros et héroïnes entrepreneurs comme Illac défrayent quotidiennement la chronique. Tantôt présentés comme stratèges d'entreprises « gazelles » (Berrou et Girollet, 2019) ayant un fort potentiel de croissance, tantôt comme acteurs du changement au service d'un mieux-être des individus, ils incarnent désormais l'idéal type de l'entrepreneur des programmes et structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat, notamment ceux et celles issus d'interventions volontaristes d'origine extérieure (Chapus, Berrou et Onibon Doubogan, 2021). Au contraire, dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin, par exemple, l'heure n'est plus à valoriser les Nana Benz⁸, mais les mampreneures, fondatrices d'entreprises modernes⁹, soucieuses d'enjeux sociétaux (Vampo, 2021).

La production de héros, de mythes et légendes, propres à l'Afrique, structure et rend possible de nouveaux imaginaires avec des effets d'encouragement attendus sur les pratiques entrepreneuriales, mais cette production comporte aussi son lot de défis et d'effets paradoxaux qu'il ne faut pas négliger, qu'il s'agisse de l'importation (in)consciente de figures ou d'imaginaires du Nord ou des effets inhibants et possiblement d'exclusion sur la pratique entrepreneuriale ordinaire. Elle se transforme aussi en discours véhiculés par les structures publiques, se détachant alors de la figure héroïque, pour masquer de possibles impuissances.

L'héroïsation reste en effet une pratique à inventer à l'aune des imaginaires dont l'Afrique souhaite se doter pour résonner autrement dans un monde déjà saturé de figures imposées par la Silicon Valley et que l'on ne souhaiterait

7 Le principe de son invention est le suivant : une bouteille de soda d'un litre équipée d'un dispositif électronique simple, remplie d'eau filtrée et d'un peu d'eau de javel, est insérée dans un carré de tôle ondulée. Le kit est ensuite installé sur le toit d'habitations de fortunes. La bouteille réfléchit alors la lumière dans la pièce concernée avec une intensité de 50 watts.

8 Les Nana Benz représentent une figure emblématique d'entrepreneures africaines des années quatre-vingt-dix en Afrique. Leur particularité était d'être analphabètes et motivées par une recherche effrénée de profits (Vampo, 2021).

9 Le terme moderne est repris à Vampo (2021). Il renvoie à une entreprise formalisée sur le plan juridique.

en rien singer. L'héroïsation est nécessaire dans la mesure où elle produit des modèles (*role models*) qui suggèrent aux autres des possibilités d'entreprendre, mais elle peut s'avérer aussi particulièrement inhibante si elle rend la pratique inaccessible, voire toxique si elle ne constitue que la reproduction d'un imaginaire du Nord.

L'héroïsme entrepreneurial, pour suggérer d'autres imaginaires sur et de l'Afrique, peut s'incarner dans une variété de figures, de formes et de trajectoires qui défont notamment le mythe du héros solitaire forgé dans les discours entrepreneuriaux du Nord comme l'a si bien montré l'auteur nigérian Ogbor (2000). Par exemple, nous pourrions miser sur des formes collectives d'héroïsme qui incarnent mieux des engagements dans les transformations sociales, mais aussi des pratiques solidaires que l'on peut retrouver plus présentes en Afrique.

L'article de Toche et St-Jean examine le rôle véritable joué par l'entrepreneuriat collectif de femmes, qui se regroupent au Cameroun dans le cadre de la création d'une coopérative dans la perspective de leur autonomisation. Les auteurs empruntent le cadre de l'analyse stratégique du comportement des acteurs dans le but d'appréhender les dynamiques relatives aux groupements informels souhaitant développer des projets entrepreneuriaux et le rôle de tierces personnes dans de telles dynamiques, surtout quand ces tierces personnes sont des hommes. Grâce à une recherche-intervention reposant sur une approche interactive, l'article montre ainsi comment des femmes tentent de s'organiser, *via* l'entrepreneuriat collectif, pour faire face aux défis et aux vulnérabilités auxquels elles sont exposées, et à quel point des manœuvres masculines peuvent être préjudiciables à ces initiatives féminines. Aussi, nonobstant ou à cause de l'intervention d'une personne tierce, qui se trouve être un homme, disposant des atouts certains pour faciliter l'évolution du groupement féminin informel préexistant vers une coopérative, cela n'a pas pu se concrétiser en l'espace de dix ans. Cet « échec » est dû au fait que la tierce personne contrôle la grande majorité des zones d'incertitude susceptibles de permettre de donner une structure formelle au groupement informel préexistant. Aussi, la présence de cet homme dans le dispositif entrave voire annihile le potentiel du contrôle qu'ont les femmes sur des zones d'incertitudes spécifiques, notamment celle des dynamiques internes à leur groupement informel dans le cas de cette recherche. En définitive, cet article met en exergue le fait qu'il y a un risque d'instrumentalisation non négligeable de la part d'un homme quand on l'intègre dans un dispositif d'entrepreneuriat collectif féminin visant à les autonomiser.

La contribution de Kassegne, Belghiti-Mahut et Rodhain de son côté s'interroge sur la compréhension profonde de la notion de réseau par des femmes qui en sont membres dans le contexte togolais. Ces auteurs se focalisent sur trois réseaux de femmes. Ces réseaux regroupent aussi bien des femmes entrepreneures que des femmes salariées et militantes. Des observations et des entretiens semi-directifs ont été menés dans le but de recueillir les perceptions des femmes membres de ces réseaux. Les auteurs montrent que les réseaux étudiés sont perçus comme des interconnexions de divers lieux et environnements. Au total, huit environnements et/lieux ont été mis en évidence par les auteurs sur la base des perceptions que les femmes ont de leurs réseaux qu'elles conçoivent comme étant des environnements de soutien, d'apprentissage, d'impact social, d'évolution de carrière, de manifestation de religion, de développement d'affinités, de défi et de relation familiale. Aussi, à travers ces réseaux et les perceptions qu'elles en ont, les femmes font de l'entrepreneuriat un moyen explicite ou implicite de leur émancipation et de leur empowerment.

Il demeure donc un ensemble de questions qui surgissent de la production de nouvelles figures héroïques d'une Afrique entrepreneuriale. Il y a à mieux comprendre la place et le rôle que les médias (notamment sociaux) et les stratégies rhétoriques occupent dans la fabrication des mythes et dans leur propagation parmi les néo-entrepreneurs dans les pays d'Afrique. Que connaît-on réellement de ces personnages, de leur quotidien et du mode de fonctionnement de leur modèle de réussite en Afrique ? Incarnent-ils un imaginaire de l'Afrique ou un imaginaire d'ailleurs, global, voire désafricanisé ? Nous gagnerions aussi à mieux comprendre la manière dont ces personnages sont perçus ou non comme héroïques dans l'imaginaire des bénéficiaires des programmes et structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat, notamment les jeunes et les femmes. Finalement, des recherches mériteraient d'être menées afin d'évaluer les possibles effets paradoxaux de la production de nouveaux mythes, légendes et figures héroïques.

CONCLUSION

Au-delà du recensement de nouvelles pratiques, qui incarnent un changement de perspective et de paradigme, changement inégal selon les pays, notre appel invitait à comprendre comment l'entrepreneuriat peut être porteur de nouveaux imaginaires, parfois empêchés, mais aussi contribuer à défaire des imaginaires importés ou

imposés par les structures instituées de l'entrepreneuriat. La composition de ce premier dossier et les propositions reçues montrent sans doute que l'époque est bien plus celle d'une transition des imaginaires. Certaines pratiques paraissent toujours faire l'objet d'un intérêt particulier et vif, notamment lorsqu'elles relèvent du non marchand, de formes faiblement instituées ou encore de conduites collectives. Il n'y a pas ici à rejeter ce qui constitue aussi un socle épistémique important, en particulier parce qu'on peut y voir des sortes de résistance aux technologies entrepreneuriales libérales qui colonisent les imaginaires et défont les solidarités qui peinent ailleurs à survivre. La fabrique lente d'imaginaires émancipés par les conduites entrepreneuriales conduit à empêcher la poursuite d'un épistémicide qui infériorise jusqu'à l'extinction d'autres repères de production des connaissances dont l'entrepreneuriat fait partie. L'entrepreneuriat a constitué et forme encore un puissant outil de colonisation des imaginaires par le Nord, en particulier *via* des instruments et discours, considérés comme neutres. Ce qu'on nomme aujourd'hui l'entrepreneurialisme met en évidence l'entrepreneurialisation des pratiques, des discours et des identités en tant qu'un projet culturel qui travaille et transforme les sociétés avec une ambition universelle sans cesse renouvelée. Penser les imaginaires de et sur l'Afrique par l'entrepreneuriat, et non les imaginaires de l'entrepreneuriat, revient donc à reconnaître la dimension anthropologique de l'entrepreneuriat comme constituant aussi des manières autres de faire, de penser, de vivre, mais aussi de faire (en) commun. L'affaire est donc sérieuse et l'on ne peut ni ne doit réduire la pratique entrepreneuriale dans les pays d'Afrique à une simple question technico-économique qui la désencastre du culturel et du social. Plus encore, de nouveaux imaginaires de et sur l'Afrique travaillés par l'entrepreneuriat sont l'occasion de s'emparer des enjeux de l'Anthropocène qui frappent plus durement encore le continent du fait d'un épuisement colonial des ressources. Il y a aussi là l'occasion de penser, d'entreprendre, des formes d'habitation du monde et de réconciliation avec les autres qu'humains, où les imaginaires de l'Afrique ont peut-être bien plus de choses à légitimement proposer dans la mesure où leur contribution à la destruction fut des plus modestes.

RÉFÉRENCES

- ADO, I. (2024). L'économie informelle dans les pays en développement : Et si l'origine de la richesse du Niger se trouvait dans le passage de l'entrepreneuriat informel à l'entrepreneuriat formel ? Dans B. Tidjani (dir.), *Le secteur informel en Afrique. Point de vue des sciences de gestion* (p. 63-101). Dakar, L'Harmattan Sénégal.
- ADO, I. et SOPARNOT, R. (2022). Les raisons de la formalisation des entreprises informelles dans les pays africains : étude de deux entreprises au Niger. *Gérer & Comprendre*, (150), 54-64.
- ASONGU, S. et ODHIAMBO, N. (2019). Doing business and inclusive human development in Sub-Saharan Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 10(1), 2-16.
- BERROU, J.-P. et GIROLLET, D. (2019). À la recherche des gazelles du secteur informel urbain africain. *Entreprises et entrepreneurs à fort potentiel dans leur environnement socioéconomique et numérique* (rapport de recherche). Orange Labs.
- BIWOLÉ-FOUDA, J. et CAUSSE, G. (2022). Comment fonctionnent les entreprises africaines traditionnelles : une tentative de modélisation en Afrique subsaharienne. *Gérer & Comprendre*, (150), 31-45.
- BROUTIN, C. et BRICAS, N. (2006). *Agroalimentaire et lutte contre la pauvreté en Afrique subsaharienne : le rôle des micros et petites entreprises*. Montpellier, Édition du Gret.
- CAROLINE, C., EMIN, S. et SCHIEB-BIENFAIT, N. (2018). L'entrepreneuriat dans les activités créatives et culturelles : problématiques structurantes d'un champ d'étude encore émergent. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 17(1), 7-28.
- CHAPUS, Q., BERROU, J. et ONIBON DOUBOGAN, Y. (2021). Le retour du héros ? L'entrepreneur, itinéraire d'un concept chez les développeurs en Afrique. *Revue internationale des études du développement*, 1(245), 11-39.
- COPANS, J. (2019). Penser l'Afrique ou connaître les sociétés de l'Afrique ? *Cahiers d'études africaines*, (233), 215-269.
- DIAWARA, B. et SAWADOGO, H. (2002). Partenariat public-privé dans l'analyse de la qualité alimentaire au Burkina Faso. Dans E. Hanak (dir.), *Gestion de la sécurité alimentaire dans les pays en développement* (p. 26-39). Montpellier, CIRAD-FAO.
- DOUYON, R. (2020). Les caractéristiques de l'entrepreneuriat culturel et créatif dans le contexte malien. *Revue internationale PME*, 33(3-4), 81-103.
- FAURÉ, Y.-A. et LABAZÉE, P. (2000). *Petits patrons africains, entre l'assistance et la marché*. Paris, Karthala.
- FRIEDERICI, N., WAHOME, M. et GRAHAM, M. (2020). *Digital entrepreneurship in Africa : how a continent is escaping Silicon Valley's long shadow*. Cambridge, The MIT Press.

- GASSAMA, E.H. (2018). *La dette originelle – analyse des ressorts de la solidarité des immigrés Sénégalais en France avec leur pays à travers le don, l’engagement et l’entrepreneuriat* (thèse de doctorat en sociologie démographie). Caen, France, Université de Caen Normandie.
- GLISSANT, E. (1981). *Le discours antillais*. Paris, Éditions du Seuil.
- GOLDBERG, P. (2019). Moonshot Africa and jobs. *Let’s Talk Development*, 3(28), 1-27.
- GUERO, B.D.-R. et GUEYE, B. (2020). La pensée managériale en Afrique : revue historique d’un objet rampant sous influences multiples à repenser suivant une approche par les finalités. *Revue Africaine de Gestion*, (numéro spécial), 53-90.
- GUERO, B.D.-R. et GUEYE, B. (2022). Heuristique d’un processus d’hybridation de l’enseignement du management en Afrique : pratique d’accommodements et risque de « xessalisation » d’une école de gestion. *Management international*, 26(5), 118-143.
- GUEYE, A.B. (2023). *Les politiques de développement du cinéma au Sénégal : analyse communicationnelle des jeux et stratégies d’acteurs* (thèse de doctorat en sciences de l’information et de la communication). Toulon, IMSIC.
- HAÏDARA, H. (2016). *Les microentreprises en Afrique de l’Ouest ou le développement par la petite porte*. Paris, L’Harmattan.
- ISLAM, G. (2012). Can the subaltern eat ? Anthropophagic culture as a Brazilian lens on post-colonial theory. *Organization*, 19(2), 159-180.
- KOLADE, O., ATIASE, I.V, MURITHI, W. et MWILA, N. (2021). The business models of tech hubs in Africa : implications for viability and sustainability. *Technology Analysis & Strategic Management*, 33(10), 1213-1225.
- KOLLMANN, T., KLEINE-STEGEMANN, L., CRUPPE, K. et STRAUSS, C. (2022). Eras of digital entrepreneurship : connecting the past, present, and future. *Business & Information Systems Engineering*, 64(1), 15-31.
- LAMBERT, F. (1988). Anthropophagie culturelle et décolonisation du texte littéraire africain. *Canadian Journal of African Studies/Revue canadienne des études africaines*, 22(2), 291-300.
- LI, Z. (2018). La diaspora entrepreneuriale Wenzhou en région parisienne : une diaspora parmi les diasporas chinoises. *Migrations Société*, 174(4), 123-139.
- LIVIAN, Y.F. (2020). Contextualiser le management africain ? Oui, mais comment ? *Revue française de gestion*, (289), 101-118.
- MATETE, R.E., KIMIRO, A.E. et BEHERA, N.P. (2023). Review on the use of eLearning in teacher education during the coronavirus disease (Covid-19) pandemic in Africa. *Heliyon*, 9(2).
- MESSEGHEM, K. (2001). Implications organisationnelles des normes ISO 9000 pour les petites et moyennes entreprises. *Finance Contrôle Stratégie*, 4(3), 183-213.
- MICHEL, B. (2018). Émergence de dynamiques entrepreneuriales au sein d’espaces de *coworking* pour entrepreneurs culturels et créatifs. *Géographie, économie, société*, 20(3), 295-317.
- NETTER, E. (2017). Numérique et grandes notions de droit privé. *Sciences humaines et sociales*, 106, 442.
- NGAHA BAH, A. et TIDJANI, B. (2024). Perceptions et pratiques de responsabilité sociétale de dirigeants de toutes petites entreprises informelles. Dans B. Tidjani (dir.), *Le secteur informel en Afrique, un point de vue des sciences de gestion* (p. 675-715). Dakar, L’Harmattan.
- OGBOR, J.O. (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse : ideology-critique of entrepreneurial studies. *Journal of Management Studies*, 37(5), 605-635.
- OJO, S., NWANKWO, S. et GBADAMOSI, A. (2013). African diaspora entrepreneurs : navigating entrepreneurial spaces in home and host countries. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 14(4), 289-299.
- OSABUTEY, E.L.C. et JACKSON, T. (2024). Mobile money and financial inclusion in Africa : emerging themes, challenges and policy implications. *Technological Forecasting and Social Change*, 202, 1-15.
- RÖSCHENTHALER, U. et SCHULZ, D. (2016). *Cultural entrepreneurship in Africa*. New York, Routledge.
- SARASVATHY, S.D. (2000). Causation and effectuation : toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), 243-263.
- SOGBOSSI, B. et MERUNKA, D. (2009). *Perceptions et comportements éthiques des dirigeants d’entreprises dans les pays en développement : l’impact du caractère informel de l’activité*. Marseille, Cergam.
- SONG-NABA, F. (2017). Démarche qualité et apprentissage organisationnel dans les PME de transformation agroalimentaire au Burkina Faso. *Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, (27), 29-58.

SONG-NABA, F. (2024). Démarche qualité et changement organisationnel dans les entreprises informelles de transformation agroalimentaire au Burkina Faso. Dans B. Tidjani (dir.), *Le secteur informel en Afrique, un point de vue des sciences de gestion*. Dakar, L'Harmattan.

SONG-NABA, F. et RÉGNIER, P. (2021). PME agroalimentaires et entrepreneuriat inclusif au Burkina Faso : entre opportunisme, recherche du profit et lutte contre la pauvreté. *Revue internationale des études du développement*, 245, 171-197.

TIDJANI, B. (2007). Senegalese entrepreneurs in the USA and managerial decision making : a pilot study. *Africa Development*, 2, 41-65.

TIM, W., MARKUS, P. et NELSON, P. (2021). Scaling technology ventures in Africa : new opportunities for research. *Innovation*, 24(4), 552-567.

TSUI, A.S. (2004). Contributing to global management knowledge : a case for high quality indigenous research. *Asia Pacific Journal of Management*, 21(4), 491-513.

VAMPO, C. (2021). Des Nana Benz aux cheffes d'entreprises contemporaines à Lomé, au Togo : l'entrepreneuriat dit moderne en question. *Revue internationale des études du développement*, 1(245), 145-169.