

Les cultures et valeurs africaines, un humus fertile aux économies inclusives ?

African cultures and values, fertile ground for inclusive economies?

Azeumo Steve William,

Auteur & consultant en Management des organisations

Association « Action pour l'Économie de Communion en Afrique centrale »

Équipe de recherche – Action en faveur des économies inclusives

Cameroun

loftywilliam@gmail.com / contact@azeumo.com

Date de soumission : 11/01/2022

Date d'acceptation : 09/06/2022

Pour citer cet article :

AZEUMO.S.W.(2022) «Les cultures et valeurs africaines, un humus fertile aux économies inclusives ?

», Revue Française d'Economie et de Gestion «Volume 3 : Numéro 6» pp : 562 – 578.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons

Attribution License 4.0 International License



Résumé

Le parcours des fondements culturels et pratiques du commerce et de la vie communautaire africaine nous enseigne que les peuples d'Afrique ont subi de nombreuses blessures liées à la tentative d'adhésion aux principes économiques que promeut le capitalisme depuis des décennies, après avoir délaissé les valeurs qui ont toujours eu droit de cité dans leurs cultures. La présente étude a pour objectif de relever les notions fondamentales des cultures et valeurs africaines, qui s'apparentent aux propositions des économies dites inclusives dans le but de faire comprendre pourquoi les peuples d'Afrique, dans leurs cultures ancestrales (bien que davantage diluées de nos jours) ont une propension naturelle à s'approprier les propositions d'un courant économique centré sur l'homme, le frère et la relation humaine. Sur le plan méthodologique, l'étude privilégie la démarche qualitative, notamment la méthode descriptive basée sur une revue de littérature, des observations, des entretiens et focus group.

Mots clés : Cultures africaines ; valeurs africaines ; Commerce ; Economies inclusives ; cultures ancestrales

Abstract

Exploring the cultural and practical foundations of trade and African community life teaches us that the peoples of Africa have suffered many wounds linked to the attempt to adhere to the economic principles that capitalism has promoted for decades; because having abandoned the values that have always had citizenship in its cultures. The objective of this study is to identify the fundamental notions of African cultures and values, which are similar to the proposals of so-called inclusive economies, with the aim of understanding why the peoples of Africa, in their ancestral cultures (although more diluted nowadays) have a natural propensity to appropriate the proposals of an economic current centered on the man, the brother and the human relationship. On the methodological level, the study favors the qualitative approach, in particular the descriptive method based on a literature review, observations, interviews and focus group.

Keywords: African cultures; African values; Trade; Inclusive economies; ancestral cultures

Introduction

Depuis plus d'une dizaine d'années, une attention est prêtée, dans les pays industrialisés comme dans les pays en développement, aux problèmes de la préservation, du développement des cultures, des valeurs et de l'inclusion qu'elles expriment (Unesco, 1983). Le concept d'inclusion nous aide à comprendre qui est exclu, de quoi on est exclu, de quelles façons et pour quelles raisons. La question des valeurs culturelles est à la fois très vaste et très complexe. On désigne par valeurs culturelles, les relations symboliques qui assurent la cohésion d'une société donnée ou d'un groupe, maintiennent et renforcent le sentiment d'appartenance de ses membres, perpétuent la richesse de son patrimoine social-spirituel, assurant à sa vie la plénitude et donnent sens aux existences individuelles (Unesco, 1980).

Kluckhohn (1962) voit dans les valeurs culturelles des symboles affectifs ou cognitifs dans la mesure où, formellement, elles traduisent une conception désirable qui influence les modes, les moyens et les fins de l'action.

Les valeurs culturelles, ainsi définies, font l'objet d'un intérêt particulier de la part de l'Assemblée générale des Nations Unies et de l'Unesco en raison de l'importance accordée depuis une décennie aux problèmes du développement économique global dans les sociétés contemporaines et à son caractère endogène. C'est ainsi qu'au cours des dernières années, les travaux de l'Unesco, dans le domaine des valeurs culturelles, ont porté sur les rapports de celles-ci avec le processus de développement global, l'éducation, la science et la technologie, la communication, la qualité de la vie, la créativité artistique et, enfin, la coopération internationale (Unesco, 1980; 1983). Ces travaux montrent comment et dans quelle mesure les valeurs culturelles déterminent les activités menées dans ces domaines ou, au contraire, sont déterminées par celles-ci dans la période de mutation que traversent aujourd'hui certains pays. Edouard Herriot¹, reprenant un pédagogue japonais, soutient, dans *Notes et maximes*, inédits (posthume, 1961) que « La culture, c'est ce qui demeure en l'homme, lorsqu'il a tout oublié ». C'est dire que la « culture », loin d'être une addition de connaissances, relève de la conscience de ce qu'on a assimilé. Il revient à comprendre que l'Homme en général, l'Africain en particulier, garde toujours une conscience de sa culture qui est ancrée en lui malgré la tonne de connaissances nouvelles qu'il aurait acquises. Dans ce contexte où les valeurs culturelles sont reconnues comme étant une composante essentielle du développement intégral des individus et

¹ Édouard Marie Herriot, né le 5 juillet 1872 à Troyes, et mort le 26 mars 1957 à Saint-Genis-Laval, est un homme d'État français, membre du Parti radical et figure de la III^e République.

des communautés, les notions de culture et de valeur prennent tout leur sens. Ainsi, il paraît important de s'interroger sur l'apport de la culture et des valeurs sur l'inclusion économique des peuples. Ceci nous conduit à la question suivante : ***les cultures et valeurs africaines patronnent-elles les économies dites inclusives ?*** Autrement dit, les notions fondamentales de cultures et valeurs africaines convergent-elles vers les économies dites inclusives ?

L'objectif de cet article est de relever les notions fondamentales de cultures et valeurs africaines, qui s'apparentent aux propositions des économies dites inclusives, notamment, l'économie de Communion et l'économie de François dite de la fraternité, dans le but de faire comprendre pourquoi les peuples d'Afrique, dans leurs cultures ancestrales (bien que davantage diluées de nos jours) ont une propension naturelle à s'approprier les propositions d'un courant économique centré sur l'homme, le frère et la relation humaine.

Cette étude s'articule autour de trois principaux points. Premièrement, une revue de littérature dans laquelle nous allons d'abord développer la pratique du commerce en Afrique, ses fondements spirituels et la particularité de la tontine communautaire pratiquée par la majorité des peuples d'Afrique, tout en faisant des rapprochements avec l'économie centrée sur l'homme, puis donner une brève définition de quelques propositions économiques dites inclusives, à savoir l'économie de Communion, et l'économie dite de la fraternité. Deuxièmement, nous présenterons une approche méthodologique et enfin nous présenterons les résultats.

1. Commerce et éthique des affaires en Afrique, une revue de littérature

Chez plusieurs peuples d'Afrique, le marché est un espace de rencontre et d'échanges. Ses fonctions sont avant tout un lieu de rencontres au-delà des transactions commerciales qui s'y déroulent. D'après (Claude, 1994), l'abondance des marchés et de différents types de commerces attestés plus ou moins depuis un millénaire en Afrique occidentale, n'empêche pas, par ailleurs, l'existence de systèmes localisés au sein desquels la circulation des produits et des services obéit à une rationalité autre qu'économique (entendue en termes comparés d'avantages et de coûts).

Le marché est un endroit de communion ; il n'est point nécessaire d'avoir quelque chose à vendre ou à acheter pour s'inviter à ce lieu. « Le vendeur et le client consacrent tout le temps qu'ils jugent nécessaire à échanger des amabilités et ne reviennent que plus tard, si nécessaire, aux affaires proprement dites. Aucune marchandise ne possède de prix figé ; ce qui laisse aux parties la possibilité de savourer le plaisir d'un long marchandage. Quelle que soit l'issue de la négociation, les deux acteurs se séparent toujours en bons termes ; avec la promesse de se revoir

très prochainement si Dieu le veut. Il arrive même que le vendeur propose à l'acheteur de faire un tour chez d'autres vendeurs pour s'assurer que le prix qui lui a été proposé est imbattable » (Kamga, 2008). Il se dégage de là une règle d'or pratiquée alors dans un esprit de compréhension mutuelle, l'un se mettant à la place de l'autre en lui donnant la possibilité de faire ce qu'il aurait aimé faire à sa place, à savoir aller demander ailleurs les prix pour se rassurer de payer au juste prix ; cette règle d'or pourrait même s'apparenter à la règle d'or évangélique « faire à l'autre ce que tu aimerais qu'il te fasse ».

Cela explique pourquoi au sein des marchés en Afrique, les vendeurs donnent la possibilité de discuter sur les prix, et s'en dégagent de fortes émotions, car dans le for intérieur de chaque protagoniste, sa présence est une excuse pour aller à la rencontre du frère avec qui il éprouvera une quelconque joie à discuter plus qu'à commercer.

À la base de ce savoir-vivre commercial, il y a des prescriptions culturelles qui s'apparentent à des prescriptions religieuses qui, elles, tempèrent la propension naturelle au gain même chez le commerçant le plus indélicat.

Il est important de rappeler également qu'à la base, les économies inclusives telle l'économie de Communion, partent d'un désir de faire renaître l'esprit et le mode de vie des premiers chrétiens : « Ils n'avaient qu'un cœur et qu'une âme...et nul parmi eux n'était indigent » (Actes des Apôtres, 4, 32-34).

1.1. Les deux lois du commerce chez ces peuples (Bamiléké, Igbo, Mandingue, Mossi)

Les peuples ci-dessus mentionnés ont une grande notoriété dans la pratique du commerce, et on leur reconnaît dans toute l'Afrique un certain talent particulier dans cette pratique. Il s'agit des Bamiléké, peuple à grande majorité présent dans le grand Ouest au Cameroun, les Igbos au Nigeria ; des Mandingues en Afrique de l'Ouest (Sénégal, Mali, Côte d'Ivoire ; les Dioula de Côte d'Ivoire font partie de cette tribu), les Mossis au Burkina Faso, pour ne citer que ces quelques tribus.

LOIS 1 : Chaque marchandise achetée sera un jour vendue. Le vendeur n'a donc qu'à s'armer de patience même si la chance ne lui sourit pas immédiatement. Il n'a pas non plus à être jaloux d'un compagnon qui fait du chiffre puisque chacun possède son jour de bénédiction.

LOIS 2 : Chaque client n'achète que ce que le Créateur (Dieu) lui a vendu. Il vient que l'acheteur qui rate une affaire n'en veut pas au vendeur ; il comprend que Dieu ne l'a pas simplement voulu.

Ces deux lois sont sous-tendues par un code moral du commerce qui veut que : « *L'argent gagné malhonnêtement « le mauvais argent » ne fait pas fructifier les affaires. En affaires*

comme dans la vie de tous les jours, il faut pouvoir prononcer son « djem », c'est-à-dire être capable de justifier ses gains devant Dieu » (Kamga, 2008).

Ce code moral du commerce a perdu beaucoup de son autorité dans un contexte urbain et avec l'approche moderne des affaires. Il reste toutefois que l'homme d'affaires africain continue dans son subconscient de redouter le « mauvais argent » gagné trop facilement.

1.2. Comprendre pourquoi ce code moral est très respecté chez ces peuples

Ils vivent essentiellement dans une crainte respectueuse de l'Être supérieur créateur, Dieu ou Allah, source de justice et d'équité. Cette crainte du châtiment divin est le fondement de la piété et de la stabilité sociale. L'exigence de la propreté morale qui en ressort est déclinée en leurs différentes langues et de cela découlent plusieurs principes. Il est à rappeler que le respect pour l'Être supérieur date bien avant l'arrivée sur le continent du Christianisme, qui n'a fait qu'encourager ce grand respect, dans le cas des Bamiléké. Les Mandingues, quant à eux, après la conversion de Soudjata Keita², ont été islamisés pour la plupart.

1.2.1. Principe de fraternité et gratitude sur le pupitre de l'explication des cultures et des valeurs africaines

La caricature la plus répandue des hommes et femmes de ces peuples, considérés généralement comme de grands commerçants, est celle de personnes d'une courtoisie suspecte. Même si l'on convient que la courtoisie est essentielle pour le commerce, il n'en demeure pas moins que l'Africain, commerçant ou pas, perçoit l'obligation de saluer l'autre comme un critère identitaire majeur et une recommandation divine et non pas comme une simple exigence de savoir-vivre en société.

L'expression de la gratitude en échange de la générosité des autres est un acte de courtoisie aussi impératif que le salut. La présence de tout visiteur étranger est une opportunité d'exprimer cette reconnaissance pour sa présence ; l'invité est accueilli avec tous les honneurs, on lui sert à boire, et l'invite même à partager ce qu'il y a comme repas. L'hôte exprime sa reconnaissance pour la présence du visiteur. Cette générosité est caractéristique du fait que l'un et l'autre sont conscients d'être un don pour chacun et cette reconnaissance s'exprime ainsi : « je suis parce que nous sommes ». Cette gratitude est également perceptible à travers les expressions

² Empereur du Mali (?-vers 1255). Il était le chef d'un clan mandingue du sud, les Keita, commerçants qui s'étaient établis dans la haute vallée du Niger, et dont les chefs occupaient traditionnellement la fonction de vice-rois des souverains du Ghana. À la tête de ses guerriers, Soundiata Keita vainquit le roi Soussou Soumangourou Kanté (1235) qui s'était emparé de l'Empire du Ghana et avait conquis celui-ci (1235-1240), fondant ainsi l'Empire du Mali. Il mourut assassiné. Son épopée a donné lieu à une importante tradition orale, recueillie notamment par Camara Laye.

« *kuichoh bi dou* » (nous sommes une même bouche/nous sommes un) ou « *Gue be wou* » (je suis, car tu es). La plus connue est l'expression que l'on retrouve dans plusieurs pays d'Afrique de l'Est et chère à Desmond Tutu³, *Ubuntu* « je suis, car tu es ». Cette philosophie est approfondie à travers l'ouvrage de (Ngomane, 2019) *Ubuntu - Je suis, car tu es - Leçon de sagesse africaine*.

1.2.2. Principe de partage et de réciprocité : bienfaiteur-bénéficiaire

Plus qu'une marque de reconnaissance, le merci offre le prétexte d'implorer sur le bienfaiteur la bénédiction divine afin que sa fortune prospère et qu'il persévère dans les vertus de partage et de générosité.

Puisque l'Être suprême est le seul dispensateur de la bénédiction attendue, l'échange prend délibérément une tournure conditionnelle. Le bénéficiaire et le bienfaiteur unissent leurs voix pour transmettre leurs vœux au créateur (Kamga, 2008).

Parallèlement, pour Chiara Lubich⁴, tel qu'elle le relève dans (LUBICH, 2007) « ... notre don ouvre les mains de Dieu dont la providence nous remplit d'une mesure sans mesure afin que nous puissions donner encore en abondance, recevoir encore et ainsi soulager les innombrables nécessités d'une multitude de pauvres ».

1.2.3. Principe d'humilité et de travail

Ainsi, on remarque la propension des peuples d'Afrique à s'effacer humblement pour accorder la primauté de la préséance à l'Être suprême dont ils sont les créatures. L'homme pose un acte, mais c'est le Créateur qui est remercié. C'est une reconnaissance que c'est lui qui possède tout bien et que nous n'en sommes que des intendants. «... en implorant Dieu de bénir la main ou l'âme généreuse, on en profite pour le prier de secouer la paresse des hommes afin que se développent, dans l'intérêt général de la communauté, l'amour du travail et le sens du partage » (Kamga, 2008).

Pour comprendre la raison pour laquelle l'Africain ne mesure pas son bonheur à ses richesses, mais plutôt à la joie de la vie en communauté, il faut se référer au cas de la tradition de ces tribus africaines pris comme cas pratique. Selon (Kamga, 2008), chacun tient du Créateur un

³ Desmond Tutu, né le 7 octobre 1931 à Klerksdorp en Afrique du Sud et mort le 26 décembre 2021 au Cap, est un archevêque anglican et militant des droits de l'Homme sud-africain. Il reçoit le prix Nobel de la paix en 1984 pour son combat pacifique contre l'apartheid, est auteur d'une théologie *Ubuntu* de la réconciliation et proche de Nelson Mandela.

⁴ Chiara Lubich, née en 1920 à Trente (Italie du Nord) et décédée le 14 mars 2008 à Rome, est une militante catholique italienne, fondatrice et présidente du Mouvement des Focolari. Elle promeut une nouvelle évangélisation et la fraternité universelle. Elle est à l'initiative en 1991, de la proposition économique qu'est l'économie de Communion.

capital de chance et une aura spécifique. Cette prédestination ne devrait déclencher en l'homme ni fatalisme ni stoïcisme à outrance, mais plutôt une capacité de relativiser les situations les plus difficiles de notre existence. L'obligation qui s'impose à l'homme d'assumer ses échecs et ses malheurs prépare le terrain au pardon, à la réconciliation et à la paix sociale.

De cet exposé, on comprend aisément pourquoi la proposition économique lancée par Chiara Lubich trouve germe favorable dans les cœurs des peuples d'Afrique. Les exemples phares des ⁵ cités-pilotes construites en plein territoire de ces peuples en Afrique avec tout le succès et la grande mobilisation qu'on leur reconnaît sont les suivants : la cité-pilote Mafua Ndem Chiara Lubich à Fontem, dans le grand Ouest du Cameroun ; la cité-pilote victoria à Man en Côte d'Ivoire, ainsi que la cité-pilote Piero à Nairobi au Kenya. En lançant la toute première cité-pilote en Afrique dans la petite ville des hautes collines de l'ouest à Fontem, elle dit justement : « Je vois déjà s'élever en ce lieu une grande ville, une ville qui sera célèbre dans le monde entier, non pas tant pour sa richesse matérielle, mais parce qu'en sortira une lumière qui éclairera tout le monde, que tous voudront posséder. C'est une lumière qui se répandra à partir de l'amour mutuel toujours maintenu vivant parmi nous au nom de Dieu » (Chiara Lubich, Fontem, 1969). Elle entrevoyait déjà toute la grande richesse non pas économique ou financière, mais humaine que les peuples d'Afrique portaient au fond d'eux, et qui illuminerait le monde dans les années à venir. On retrouve quelques témoignages mettant en exergue *Evangelie et Cultures d'Afrique en Dialogue* à travers (COLLECTIF, 2019), qui témoignent de la lumière et de la force que leur a données « l'art d'aimer évangélique » pour transformer des crises et des situations conflictuelles en émouvants témoignages de réconciliation et de croissance spirituelle et communautaire.

1.2.4. Le principe de communion exprimé par les tontines communautaires en Afrique

Les tontines existaient bien avant l'introduction de la monnaie dans l'économie. Elles plongent leurs racines dans l'histoire lointaine des peuples africains et asiatiques. En Afrique, bien que certains auteurs semblent lui donner une origine pas très lointaine, la première définition de tontine a été écrite dans une monographie par Zygmunt Bouman, éminent sociologue d'origine polonaise, en 1977 : « les tontines sont des associations regroupant des membres d'un clan, d'une famille, des voisins ou des particuliers, qui décident de mettre en commun des biens ou

⁵ C'est en 1962, à Einsiedeln (en Suisse), que la fondatrice du Mouvement des Focolari, Chiara Lubich, eut la première intuition des « cités-pilotes ». En voyant l'abbaye bénédictine, elle rêva d'une petite cité moderne composée de maisons, de lieux de travail et de détente, d'écoles, qui puissent témoigner l'idéal évangélique de l'unité. Ces cités-pilotes du Mouvement sont au nombre de 25 parsemées dans le monde, dont trois en Afrique.

des services au bénéfice de tout un chacun, et cela à tour de rôle ». Il dit également des tontines qu'elles sont des associations rotatives d'épargne. Ainsi, il faut comprendre que l'équivalent des tontines dans l'économie moderne, ce sont les banques.

Mais, au-delà de cela, il faut remarquer que les Africains avaient pris l'habitude, depuis longtemps, de s'associer pour travailler ensemble successivement dans le champ de chacun d'eux ou construire chaque maison, l'une après l'autre, dans le village. Ils constituaient de cette façon une tontine de travail qui pouvait servir en nature pour avoir des huiles, des ustensiles, ou organiser une fête de récolte ou de remerciement. La tontine est soutenue par la connaissance des personnes qui la constituent et la grande confiance qui les lie ; confiance ancrée sur l'appartenance à la communauté, et la perception que la vie hors de la communauté est un péché mortel à ne pas commettre. D'où son fonctionnement sans faute dans la tradition africaine encore non corrompue. La tontine qui s'inscrit dans la logique des vertus socioculturelles de la solidarité africaine se retrouve donc fragilisée au profit d'intérêts individuels en faveur de l'économie capitaliste. D'où la nécessité de mettre en avant les propositions économiques dites inclusives pour retrouver l'essence de nos économies africaines, et combattre la dévaluation de nos valeurs et cultures causée par le capitalisme à outrance.

Ces valeurs ci-dessus révélées ne sont pas l'apanage des seuls peuples d'Afrique, elles sont aussi reconnues par d'autres cultures : européennes, asiatiques, américaines, d'où leur caractère universel. On en retrouve justement les vertus civiles en Europe à travers l'économiste du XVIII^e siècle Antonio Genovesi⁶, pour qui il n'y a pas de marché sans vertu ; et le marché permet la réalisation de vertus civiles.

1.3. Synthèse des travaux

La littérature relative aux travaux portant sur les valeurs et cultures semble inexistante. Cependant, quelques travaux peuvent être relevés, mais portant sur les valeurs et cultures modernes, adoptées par les peuples africains au détriment de leurs cultures ancestrales. Au regard des usages des lectures, les valeurs et cultures (cultures modernes, et celle de l'utilisation du téléphone mobile en particulier) semblent instrumentaliser les relations et l'inclusion sociale (Akregbou Boua, 2014). Cette instrumentalisation induit une sorte de stratification et de

⁶ Genovesi est le premier titulaire de la chaire de commerce et mécanique, créée pour lui en 1755 grâce à des fonds privés : il s'agit de la plus ancienne chaire d'économie institutionnelle en Europe. Dans ses *Lezioni di Commercio* (1765), un des premiers ouvrages modernes d'économie, il se fait l'avocat d'une politique économique plus libérale favorisant les échanges et prend position pour des réformes dans les secteurs de l'éducation, de l'agriculture et du commerce.

parcellisation dans la sociabilité et l'inclusion des peuples. Pour certains auteurs, cela montre une rupture avec les premiers travaux portant sur la sociabilité des valeurs culturelles. Ces travaux montrent le lien étroit entre sociabilité à distance et sociabilité en face à face : « Plus on se voit, plus on s'appelle » (Smoreda et Licoppe, 2000). Ceci renforce les valeurs des fondements commerciaux des peuples africains, car aujourd'hui, l'on est capable de discuter avec ses clients. Certes, la culture du mobile donne la possibilité aux usagers d'être en relation, d'échanger en temps réel malgré la distance qui les sépare.

Cependant, il leur est impossible « de suppléer à la rencontre, toujours posée comme forme idéale et pleine de la présence mutuelle » (Licoppe, 2009), ce qui conduit à rejeter l'hypothèse de substitution entre la relation en face à face et la relation à distance. Selon les résultats des enquêtes d'étude de Akregbou Boua (2014), la culture du mobile (pas africaine bien sûr) et ses usages bouleversent significativement le mode de vie des peuples, en particulier les jeunes. Elle tend à faire éclater la vie traditionnellement communautaire des Africains vers un mode de vie de plus en plus individualiste.

Face à cette tendance, Modandi (2005) s'inquiète des dangers liés à l'usage de cette nouvelle culture du mobile sur les liens sociaux des Africains, caractéristiques de leurs valeurs et cultures ; liens reposant sur le voisinage, la solidarité et la proximité géographique des individus et qui ont une grande valeur symbolique et affective (mise en avant de l'homme et la relation humaine). Il constate que cette réalité est en train d'être dénaturée par une nouvelle culture qui instaure une sociabilité mécanique à distance. Dans cette lignée, Beaudouin (2009) argue que : « la rencontre avec coprésence des corps et échanges des regards est la seule rencontre authentique et véridique » chez les humains. De même, les civilités d'usage avec la demande de nouvelles par laquelle chacun débute une conversation en face à face, de façon très conventionnelle, tendent à disparaître avec le mobile à cause de la pression des coûts de communication (Garron et Gille, 2009). Or, là où les personnes se rencontrent dans des relations choisies et construites à distance, il manque, selon Monot et Simon (1998): « toute l'épaisseur de la vie commune, de se faire ensemble, de cette confrontation à un espace commun qui marquent la vie sociale normale ». Pour les sociologues, les gens sont en relation les uns avec les autres dans la vie sociale, font des projets en commun, s'aiment ou se haïssent, se parlent ou s'emmurent dans leur silence. Bruni (2016) nous rappelle qu'il y a une satisfaction à aller à la rencontre de l'autre, et pour cela, il faut faire dialoguer l'économie avec le combat entre la blessure et la bénédiction de la rencontre avec l'autre qui est en même temps le frère, un consommateur, un concurrent.

À la suite de cette revue de littérature, nous pouvons d'une manière générale formuler les propositions de recherche suivantes:

P₁ : Les notions fondamentales des cultures et valeurs africaines mettent en avant l'homme.

P₂ : Les notions fondamentales des cultures et valeurs africaines mettent en avant le frère.

P₃ : Les notions fondamentales des cultures et valeurs africaines mettent en avant la relation humaine.

L'anthropologie économique africaine ne s'étant pas encore accordé sur une forme d'économie pratiquée, il n'en demeure pas moins vrai que le commerce et le marché étaient des réalités d'alors vécus en Afrique ; matérialisées en général par le troc et les échanges. Ainsi donc, pour comprendre la culture économique, il faudrait se référer à la pratique du commerce.

2. Cadre méthodologique

Sur le plan méthodologique, nous avons privilégié la méthode descriptive qui vise à décrire les objets tels qu'ils se présentent en eux-mêmes à la conscience. Elle se base sur l'enquête de terrain et ses instruments de recherche sont : le guide d'interview, des entretiens semi-structurés, des observations et des focus group.

Elle nous a facilité la compréhension des cultures des peuples bamiléké, mandingues, igbos, Mossis. Pour cette étude, les entretiens semi-structurés ont été réalisés avec quelques leaders communautaires, chefs de village, jeunes ressortissants des communautés citées, des universitaires. La documentation a été d'un apport considérable, car l'exploration documentaire a porté sur divers ouvrages, la presse écrite, des articles scientifiques, des rapports de réunion de communauté. À cet effet, le travail s'est appuyé aussi sur les publications liées à l'inculturation. Grâce à des similitudes de cultures, il a été possible de choisir un cadre d'analyse qui a permis une meilleure analyse de la question des cultures et valeurs en Afrique et de fonder notre analyse sur les similitudes culturelles de ces peuples cités.

3. Résultats et discussion des résultats

Cela étant, on retrouve les valeurs africaines et universelles dans les propositions économiques portées d'une part par Chiara Lubich à travers l'Économie de Communion (EdeC) (3.1), et d'autre part celle inspirée de la vie de Saint François d'Assise (3.2).

3.1. Qu'est-ce que l'Économie de Communion (EdeC)

L'EdeC est un courant économique s'inscrivant dans la lignée de la doctrine sociale de l'Église catholique, et l'économie franciscaine, qui offre un style de vie mettant en œuvre le don dans les relations économiques (Bruni & Grevin, *L'économie silencieuse*, 2016). À l'entame de ses

propos au Parlement européen (Chiara Lubich, 1997) se questionne : « N'avons-nous pas trop considéré l'économie comme une science technique et ne devrions-nous pas plutôt travailler sur les aspects sociaux afin de réparer les dégâts causés par celle-ci ? »⁷. Elle y avait répondu quelques années auparavant lorsqu'elle avait proposé une idée révolutionnaire consistant à placer la « culture du don » au cœur de la racine économique, de l'action économique, donnant naissance à des sociétés qui génèrent non seulement des bénéfices, mais aussi produisent une forme d'inclusion de la communauté pour ceux qui souffrent à cause de la pauvreté. Cette proposition n'est pas éloignée du principe de tontine communautaire abordé au paragraphe ci-dessus. Selon (Bruni & Grevin, L'économie silencieuse, 2016), la pauvreté n'est pas d'abord pour Chiara un phénomène à éradiquer, c'est une expérience à partager.

3.1.1. Pourquoi économie de Communion ?

L'économie de Communion repose sur une approche anthropologique de l'économie qui considère que la relation de réciprocité est possible au sein de l'acte marchand. Le don est intrinsèque à l'acte marchand (Bruni, 2014). L'homme est placé au centre et la relation humaine plus importante que le profit ; le profit n'étant qu'un instrument au service de l'entreprise. Dans ce sens-là, nous comprenons l'inquiétude de Modandi (2005), par rapport à l'utilisation des produits culturels des entreprises (téléphonie mobile) qui, selon lui dégrade les liens sociaux (la communion, le voisinage, la solidarité, la proximité et la fraternité) entre les Hommes, ce qui caractérise même l'économie de Communion et l'inclusion des valeurs et cultures des peuples africains.

L'économie est ainsi envisagée dans son sens classique de la gestion de la maison ou comment répondre aux besoins de tous. La communion entre les personnes est un but en soi à poursuivre, au sein de l'entreprise comme avec les parties prenantes, y compris avec les exclus d'un système économique. Elle considère également le travail comme un moyen de développement de la vocation de la personne.

3.2. Qu'est-ce que l'économie de François dite de la fraternité ?

La notion de « frère » est à la racine de la spiritualité de St François d'Assise dans ses rapports à la création. « L'économie de François », est un projet initié par le pape François à la faveur d'une approche et une dynamique économique, soucieux d'explorer des thèmes alternatifs au regard de l'orthodoxie économique dominante et surtout de porter une âme à l'économie

⁷ Extrait du discours de Chiara Lubich au Conseil de l'Europe et cité dans : Gemeenschapseconomie – een cultuur van delen, 1998, p.8.

moderne. La participation des travailleurs aux décisions et à la création des richesses de l'entreprise ; l'importance des relations interpersonnelles d'ouverture réciproque au-dedans et au dehors de la sphère économique pour le fonctionnement du système et pour le bonheur de ses membres, ainsi que les défis de la question écologique qui demande de réduire certains importants secteurs d'activité économique juste au moment où la manque de travail au niveau mondial se fait plus dramatique que jamais.

3.2.1. Pourquoi économie de François ?

La connaissance de l'économie franciscaine, inspiratrice de l'économie de François, nous révèle qu'au quinzième siècle en Europe, les franciscains ont été des pionniers dans la création de banques populaires pour libérer les pauvres de l'usure.

On retient donc que, que ce soit l'économie dite de la fraternité « francesco economy » ou l'économie de Communion, toutes ont une attention spéciale portée sur les pauvres et les exclus de la communauté, d'où le nom commun qui leur est proposé : l'économie inclusive.

Quels éléments nous permettraient-ils donc de faire le rapprochement des économies inclusives et affirmer que les cultures en Afrique ont une base propice à l'émergence de ces formes d'économie qu'elles pratiquaient d'une manière ou d'une autre depuis des lustres ?

3.3. Économie dite inclusive et culture africaine : un alliage nécessaire pour l'humanité

Un rappel est nécessaire à l'Homme, particulièrement africain, par rapport à ce qui est mis en avant dans l'échange et le commerce, dans l'économie en général : les principes de fraternité, de gratitude qui faciliteraient son épanouissement. L'économie mettant l'homme au centre nous permet de répondre avec élégance aux questionnements permanents qui habitent l'humain, notamment la question de la cohésion sociale, la gouvernance et la paix ; ainsi que celle liée au développement durable qui à notre sens englobe toutes les autres. Ce point de vue s'aligne sur celui de Beaudouin (2009) qui argue que : « la rencontre avec coprésence des corps et échanges des regards est la seule rencontre authentique et véridique » chez les humains, et de Akregbou Boua (2014) pour qui l'échange et le commerce permettent aux gens d'être en relation les uns avec les autres dans la vie sociale, font des projets en commun, s'aiment ou se haïssent.

3.3.1. L'enjeu du développement durable : gratuité et relation au cœur de l'économie

Les enjeux du développement durable sont au cœur des préoccupations de l'humanité de nos jours, et encore plus pour les peuples d'Afrique dits sous-développés ; avec en toile de fond l'échec des programmes d'ajustement structurel qui leur sont proposés sans prise en compte de leurs cultures, mais plutôt du marché actuel. Et pourtant, *a contrario*, les affirmations d'Adam

Smith⁸ qui précise que : « *Ce n'est pas de la bienveillance du boucher, des brasseurs ou du boulanger que nous attendons notre diner, mais de l'attention qu'ils portent à leur propre intérêt. Nous nous adressons, non à leur humanité, mais à leurs amours d'eux-mêmes. (Self love) et nous ne leur parlons jamais de nos propres besoins, mais de leurs avantages* »⁹.

La compréhension du commerce en Afrique développée plus haut nous rappelle que c'est de la bonté et de la bienveillance que marchands et acheteurs se rencontrent ; et que le marché n'est qu'une excuse pour aller à la rencontre de l'autre. Ainsi, si nous voulons rétablir un type de relation positif au sein des marchés, lieu qui déterminera selon Luigino Bruni¹⁰ la qualité de la vie dans les années à venir, alors les théories économiques doivent dépasser la pensée de Smith afin d'imaginer une science capable d'instaurer une gratuité et une relation qui ne soient pas contractuelles. Pour (Bruni, *La blessure de la rencontre: L'économie au risque de la relation*, 2014), il faut faire dialoguer l'économie avec le combat entre la blessure et la bénédiction de la rencontre avec l'autre (concurrent ; consommateurs ...).

Penser toute forme de développement pour le salut du marché tel qu'il est appliqué aujourd'hui consistera à prendre en compte les cultures des peuples, et inclure en économie les notions de : relation humaine, bonheur, culture du partage, gratuité. Ceci correspondrait à l'aboutissement des travaux de (Beaudouin, 2009 ; Garron et Gille, 2009 ; Akregbou Boua, 2014 et Bruni et Grevin, 2016).

Bruni et Grevin (2016) nous apprennent que : « les grandes paroles de la vie humaine portent du fruit si et seulement si elles ne sont pas instrumentalisées ». Renchérissant, ils relèvent que : « l'entreprise, c'est là un autre paradoxe fondamental de nos organisations modernes, a un besoin immense de ce que précisément elle ne peut acheter au travailleur son enthousiasme, ses passions, sa joie et son désir de vivre, sa créativité, son cœur ». Ce point de vue s'aligne sur celui de Akregbou Boua (2014) selon qui l'organisation moderne tend à faire éclater la vie traditionnellement communautaire des Africains vers un mode de vie de plus en plus individualiste. Bruni et Grevin (2016) reviennent et relèvent que « la norme de bienfaisance (la gratuité) est la clé de contrat qui met en mouvement le mécanisme de démarrage, la norme de réciprocité qui à son tour fait tourner le moteur, le cycle des échanges mutuels. De la gratuité naît la réciprocité qui permet l'échange, le contrat ». Ceci justifie donc l'inquiétude de Modandi

⁸ Adam Smith, père de la pensée économique dite la théorie de la « main invisible » du marché.

⁹ Adam Smith, Livre I, 2000 [1776] ch 2, p.20.

¹⁰ Prof Luigino Bruni : Enseignant d'économie, auteur de plusieurs ouvrages de référence sur l'économie de Communion.

(2005) par rapport au danger qui guette les peuples africains face à une culture moderne individualiste qui ignore la gratuité et la réciprocité.

Conclusion

Le présent travail avait pour objectif de relever les notions fondamentales de cultures et valeurs africaines qui s'apparentent aux propositions des économies dites inclusives dans le but de faire comprendre pourquoi les peuples d'Afrique, dans leurs cultures ancestrales (bien que davantage diluées de nos jours), ont une propension naturelle à s'approprier les propositions d'un courant économique centré sur l'homme, le frère et la relation humaine. Les cultures des peuples bamiléké, mandingues, igbos et Mossis, ont servi de cas d'étude pour généraliser. À la suite des analyses qualitatives conduites à cet effet, il a été identifié des éléments fondamentaux issus des cultures et valeurs africaines qui constituent un humus fertile pour la croissance et le développement de toute proposition économique centrée sur l'Homme. Des rapprochements ont ainsi été faits avec les propositions économiques d'économie de Communion et la proposition de l'économie de François. Le premier élément fondamental est la compréhension de la culture économique en Afrique en se référant à la pratique du commerce. De cela, nous avons pu relever les deux lois du commerce chez ces peuples (Bamiléké, Igbo, Mandingue, Mossi) ainsi que le code moral qui sous-tend ces lois.

L'analyse nous a permis de comprendre les principes découlant de l'exigence de la propreté morale déclinée dans leurs cultures. Ces principes étant, le principe de fraternité et gratitude sur le pupitre de l'explication des cultures et des valeurs africaines ; le principe de partage et de réciprocité : bienfaiteur – bénéficiaire ; le principe d'humilité et de travail et pour finir le principe de communion exprimé par les tontines communautaires en Afrique. Cependant, une brève définition des économies dites inclusives proposées à savoir l'économie de Communion et l'économie de François s'est imposée ; ce qui nous a conduit à relever l'alliage nécessaire entre économies dites inclusives et culture africaine, pour le bien de l'humanité. Cet alliage nous a porté à mettre en avant les questionnements permanents qui habitent l'être humain du 21^e siècle, notamment l'enjeu du développement durable à travers les notions de gratuité et relation au cœur de l'économie.

Au terme de cette étude, nous pouvons dire qu'elle permet de comprendre que les valeurs et cultures africaines sont concentrées sur l'Homme, le frère et la relation humaine, ceci ne doit jamais être détruit ou abandonné, car l'humain est au centre du monde. Cependant, l'approche

qualitative utilisée dans ce travail limite considérablement la généralisation des résultats obtenus à cause de la taille de l'échantillon qui est réduite. Mais cela pourrait être corrigé dans une approche quantitative pour un travail futur en prenant un échantillon plus grand. En termes d'apport managérial, cette étude pourra permettre aux entreprises de plus intégrer dans leur culture d'entreprise l'aspect, de valeur culturelle et sociale, de plus encourager le respect de l'homme, la relation sociale. Dans cette perspective, le vivre ensemble au sein des entités pourra évoluer ainsi que les performances.

Bibliographie

Akregbou Boua, S. (2014). Usages du téléphone mobile par les jeunes abidjanais : définition d'une nouvelle sociabilité. Communication & Changements sociaux en Afrique, 3^e Colloque international, Douala, sept. 2014.

Beaudouin, V. (2009). « Les dynamiques des sociabilités », in Licoppe, Christian (dir.), *L'évolution des cultures numériques : de la mutation du lien social à l'organisation du travail des cultures numériques*, Paris : Éditions FYP, p. 21-28.

Bruni, L. (2014). *La blessure de la rencontre. L'économie au risque de la relation*. Nouvelle Cité.

Bruni, L. (2014). *La blessure de la rencontre: L'économie au risque de la relation*. (C. Perfumo, Trad.). Nouvelle Cité.

Bruni, L., & Grevin, A. (2016). *L'économie silencieuse*. Nouvelle cité.

Claude, R. (1994). "Anthropologie économique et marché", in Aubertin Catherine, Cogneau Denis. *Marché et développement*. Cahiers des Sciences humaines, pp. p.23-33.

Collectif, M. D. (2019). *Evangile et Cultures d'Afrique en Dialogue: Témoignages*. Nouvelle Cité.

Economia di Comunione (EdC) - Movimento dei Focolari. (2008 - 2022, Mars 25). <https://www.edc-online.org/fr/chi-siamo-it.html>. Récupéré sur Economia di Comunione (EdC) - Movimento dei Focolari: <https://www.edc-online.org>

Fofana, M. (2016). Eléments de Réflexion sur les entraves à la construction de la cohésion sociale en période post-crise en Afrique : l'exemple de la Côte d'Ivoire. Journal of Advances In Humanities, 472-480.

Garron, I., Gille, L. (2009). "La téléphonie mobile et le lien social en Afrique subsaharienne", in Licoppe, Christian (dir.), *L'évolution des cultures numériques : De la mutation du lien social à l'organisation du travail des cultures numériques*, Paris : Éditions FYP, p. 33-44.

Kamga, L. (2008): "LA'AKAM ou le Guide Iniatique au savoir être et au savoir vivre Bamiléké".

Kluckhohn, C. (1962). Values and Value - Orientation in the theory of action... *in* Towards a General Theory of Action, Parsons and Shils Ed. Cambridge (Mass.). Harvard University Press.

Modandi, M. (2005) : « Développement de la téléphonie mobile et lien social en Afrique : le cas du Gabon » Thèse de Doctorat en communication, Université Lumière Lyon 2, 301 p.

Monot, P., Simon, M. (1998). *Habiter le cybermonde*, Paris : Les Editions de l'Atelier.

Licoppe, C. (2009). "La présence connectée", in Licoppe, Christian (dir.), *L'évolution des cultures numériques : de la mutation du lien social à l'organisation du travail des cultures numériques*, Paris : Éditions FYP, p. 29-32.

Lubich, C. (2007). *Quatre aspects importants, Économie de communion. Des entreprises osent le partage.* Nouvelle Cité, p. 207.

Ngomane, M. (2019). *Ubuntu - Je suis, car tu es - Leçon de sagesse africaine* : Harpercollins.

Smoreda, Zbigniew, Licoppe, C. (2000). *Liens sociaux et régulations domestiques dans l'usage du téléphone.* Réseaux, Paris : CNET/Hermès, vol. 18, n°103, p. 253-276.

Unesco, (1980). *Thesaurus international du développement culturel*, Paris, p. 19.