

PARADIGME DE L'ENTREPRENEUR DANS LE MANAGEMENT ET LA COMMUNICATION DES ENTREPRISES RELIGIEUSES EN CÔTE D'IVOIRE

Aboubakar OUATTARA

Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire

alborak88@yahoo.fr

Résumé : La notion d'« entreprise » et par ricochet, d'« entrepreneur » ont longtemps été appréhendées selon une perspective économiste. Autrement dit, l'entrepreneur par exemple, est généralement considéré comme une personne qui recherche du profit dans ses entreprises. De nos jours, cette définition est remise en cause par des entrepreneurs de types nouveaux qu'on retrouve partout, notamment en Côte d'Ivoire et ce, dans les entreprises religieuses. À cet égard, confronter les plus récentes définitions des concepts d'« entreprise » et d'« entrepreneur » afin d'interroger leurs nouveaux développements à l'aune des entreprises religieuses en Côte d'Ivoire, dévient intéressant dans la mesure où cela a fait l'objet de peu d'attention. D'abord, cet article aborde les controverses ou contradictions qui se dégagent des approches définitionnelles des deux notions ». Ensuite, il confronte leurs récentes connotations élaborées à partir de divers mondes sociaux. Enfin, il plaide pour un usage plus spécifié de ces notions afin d'éviter les flous sémantiques. Cette contribution a pour objectif d'analyser la légitimité des nouvelles approches définitionnelles qui s'y rattachent. Pour ce faire, les caractéristiques des types d'« entrepreneur » et d'« entreprise » seront analysées à partir des contributions et autres sources définitionnelles antérieures sur les deux notions à travers la méthode dialectique ou des contradictions afin de tirer une conclusion relative à la légitimité des définitions remises en cause d'« entrepreneur » et d'« entreprise » émanant du champ économique.

Mots clés : Entrepreneur, Entreprise religieuse, Communication, Management, Côte d'Ivoire.

PARADIGM OF THE ENTREPRENEUR IN THE MANAGEMENT AND COMMUNICATION OF RELIGIOUS ENTERPRISES IN CÔTE D'IVOIRE

Abstract: The notion of "enterprise" and by extension that of "entrepreneur" have long been understood from an economist's perspective. In other words, the entrepreneur, for example, is generally considered to be a person who seeks profit in his or her businesses. Nowadays, new types of entrepreneurs found everywhere, particularly in Côte d'Ivoire, are challenging this definition and this is the case in religious enterprises. In this regard, it sounds interesting to compare the most recent definitions of the concepts of "enterprise" and "entrepreneur" in order to question their new developments in the light of religious enterprises in Côte d'Ivoire, since this has received little attention. At first, this paper sheds lights on the controversial views deriving from the available approaches of the words "enterprise" and "entrepreneur" and, the different

meanings they entail as well. It also parallels recent definitions devised by various fields of studies. Finally, it advocates for more specifications while using those words to avoid mismatching meanings. This contribution aims at calling into question the rationale behind their new suggested definitions. To this, the characteristics of the types of "entrepreneur" and "enterprise" will be analyzed from previous contributions and other definitional sources on the two notions through the dialectical or contradiction method in order to draw a conclusion on the legitimacy of the questioned definitions of "entrepreneur" and "enterprise" coined by the economic field.

Keywords: Entrepreneur, Religious enterprise, Communication, Management, Cote d'Ivoire.

Introduction

L'entreprise a longtemps été considérée comme une entité économique visant à produire des biens et services destinés à être vendus dans un marché (Blind, 1971, p. 172 ; Beitone et *al.*, (2007, p. 181); Corhay et Mapapa, 2008, p. 8 ; Goa, 2016, p.28). Penser ainsi implique que l'entreprise ne met qu'en relation des salariés, actionnaires et produits dont l'ultime but poursuivit, est le profit. Cette approche définitionnelle de la notion d'« entreprise » et par ricochet d'« entrepreneur », ne semble pas faire l'unanimité du fait de l'usage d'expressions telles que « entrepreneur politique » mise en circulation par Wagner (1966) et reprise par (Folsom, 1991; Facchini, 2006 ; Attarça et Lasalle-De Salins, 2013) et de l'émergence d'expressions nouvelles telles que « entreprise religieuse » (Fourchard et *al.*, 2005), « entrepreneur politicien » (Saint-Lary, 2009), « entrepreneur religieux » (Binaté, 2018) ou « entrepreneur de morale » (Holder et Dozon, 2018). Le revêtement linguistique de ces expressions donnerait l'impression que les termes qui composent chacune, sont diamétralement opposés si l'on s'en tient à cette définition de l'entreprise qui est la plus vulgarisée. Autrement dit, on serait alors tenté d'attribuer des objectifs lucratifs à la religion et à l'engagement politique. Pourtant, il n'y a pas de débat quant à l'essence et l'objectif de la religion et de la politique qui, sont loin d'être la production de biens matériels destinés à la vente dans un quelconque marché. Alors, pourquoi des organisations relevant de la sphère religieuse ivoirienne, sont-elles considérées comme des entreprises ? Cet article vise à analyser la légitimité des nouvelles approches définitionnelles des notions d'« entreprise » et d'« entrepreneur ».

1. Cadre théorique et méthodologique de l'approche des notions d'entrepreneur et d'entreprise

Des contributions antérieures abordent le sujet sous divers angles théoriques. De fait, Saint-Lary (2009) souligne la nécessité de repenser la notion d'« entrepreneur » en mettant un point d'honneur sur l'entrepreneuriat en Afrique. Son travail se focalise plutôt sur les paramètres qui environnent l'exercice de la fonction d'entrepreneur et critique la mainmise du champ

économique sur lesdites notions en affirmant que « la faculté d'entreprendre ne relève pas du seul champ économique, mais s'étend à d'autres sphères d'actions (politique, culturelle, religieuse, sociale) qui sont autant de vecteurs d'innovation » (Saint-Lary, 2009, p.1). Concernant Facchini (2006), il analyse la capacité des entrepreneurs à identifier différentes opportunités (politiques et de marché) en lien avec leurs espaces cognitifs. Il présente également les différentes facettes d'un entrepreneur politique. Attarça et Lasalle-De Salins (2013) étudient les liens qui existent entre « l'entrepreneur de marché »¹ et l'entrepreneur politique. Quant à Fourchard et al. (2005), ils utilisent l'expression « entreprise religieuse » pour qualifier les organisations religieuses. Aussi, Holder et Dozon (2018) font usage de l'expression « entrepreneur de morale » pour désigner les leaders religieux.

À cet égard, confronter les plus récentes définitions des concepts d' « entreprise » et d' « entrepreneur » afin d'interroger leurs nouveaux développements à l'aune des entreprises religieuses en Côte d'Ivoire, devient intéressant dans la mesure où cela a fait l'objet de peu d'attention. L'optique de cet article est que les définitions d'« entrepreneur »¹ et d'« entreprise » doivent être reconsidérées et utilisées avec spécification au vu des mutations sociologiques, anthropologiques, communicationnelles, sociales, organisationnelles et mondiales. Il paraît ainsi, plus plausible d'appréhender les entrepreneurs sur la base de l'impact de leurs actions sur le monde et non la finalité des organisations qu'ils dirigent. Pour ce faire, les caractéristiques des types d'« entrepreneur » et d'« entreprise » seront analysées partir des travaux susmentionnés et d'autres sources définitionnelles des deux notions à travers la méthode dialectique ou des contradictions afin de tirer une conclusion relative à la légitimité de la remise en cause des définitions d'« entrepreneur » et d'« entreprise » émanant du champ économique.

2. Entrepreneur et entreprise : des approches définitionnelles sectorisées

Parsons Talcott a fait la typologie des organisations selon le rôle qu'elles jouent ou encore en accord avec la fonction qu'elle remplit au bénéfice de la société. En ce quatre (4) types d'organisations à savoir les « organisations politiques, les organisations de production, d'intégration et de maintien des modèles culturels » Parsons, 1960 cité dans Mbidia, p.15-16). Dans cette classification, l'entreprise (à but lucratif) est classée dans celles dites de production du fait qu'elle soit supposée produire des biens et services en vue d'être commercialisés. Partant, les organisations religieuses, culturelles, publiques, politiques se sont vues classer dans les autres catégories. Par exemple, ces organisations religieuses, culturelles et celles issues des domaines de l'art, l'éducation, la formation, les centres de recherche, etc., sont dites « organisations de maintien des modèles culturels : (car) elles contribuent par les systèmes de valeurs à la pérennité de la société » Mbidia (*ibidem*, p. 15). On remarque ici que la pièce justificative de la classification de Parsons est la finalité qu'est assignée à chaque organisation. Un autre auteur tel que Drucker

¹ L'expression « entrepreneur de marché » est de Folsom (1991) qui voit en celui-ci une personne qui saisit des opportunités économiques pour créer de la richesse ou du profit.

considère cette dernière catégorie de structure comme des organisations à but non lucratif et selon lui, elles existent pour la transformation de la société et l'individu (Drucker, 2005, p.3). Autrement dit, elles sont des agents de changement humain.

Avant la prolifération de terminologies pour faire la distinction entre les différents types d'entreprises (à but lucratif, à visée sociale, privée, publique, de production, de services, etc.), la création d'opportunités lucratives afin d'en tirer le maximum de richesses économiques a toujours été attribuée comme objectif privilégié à l'entreprise prise dans sa conception la plus répandue. Cela est si ancré dans les mœurs que Belzile (1967, p. 467) s'étonne des interrogations qui se soulèvent au sujet du but de l'entreprise. Il avance « qu'il est surprenant d'avoir encore à s'interroger sur la motivation dans l'entreprise et plus spécialement sur la maximisation du profit en tant qu'objectif privilégié poursuivi par l'entreprise économique ». Même s'il fait une nuance en fin de citation entre l'entreprise et l'entreprise économique, toujours est-il que le premier terme est englobant et est privilégié dans les discours dominants pour qualifier les groupements humains qui cherchent à réaliser du profit. C'est dans cette logique que Blind (1971, p. 171) affirme que « toute association organisée poursuit un objectif. Celui des entreprises en général est de vendre des biens et/ou service en vue de réaliser le profit ». En d'autres termes, est considérée comme entreprise toute « unité économique dotée d'une autonomie juridique qui combine des facteurs de production (capital et travail) pour produire des biens ou des services destinés à être vendus sur un marché » (Beitone et al., 2007, p. 181). Goa (2016) ne dit pas le contraire quand il renchérit que :

L'entreprise est une organisation qui produit des biens et services pour le marché. L'entreprise cherche donc, à satisfaire ses clients en répondant à un besoin solvable. Au cours de cette activité, l'entreprise crée des richesses qui doivent être partagées entre les différents participants au processus de production (actionnaires, salariés, dirigeants).

Goa (2016, p.28)

Goa et ces auteurs brandissent la production et la commercialisation des produits et services comme l'essence et la quête illimitée du profit comme la finalité de l'entreprise. Il est plausible de penser que ces définitions sont restrictives et réductrices, car elles ne prennent en compte que l'aspect purement économique. Considérer ainsi l'entreprise, pose trois problèmes majeurs :

-Le refus d'autres aspects notamment sa dimension humaine

L'entreprise est aussi un groupement humain dans lequel des personnes interagissent et sont mises à contribution dans la poursuite d'un but défini. C'est la prise en compte de cette dimension humaine de l'entreprise qui va amener Mayo (1933), Maslow (1943), Douglas McGregor² (1960), Herzberg (1987) et autres penseurs à inventer des théories de relations sociales ou humaines visant à motiver l'employé par l'humanisation de son cadre de

travail.

-La restriction des champs d'étude des notions

La plupart des définitions sont « écono-centrées», elles abordent l'entreprise sous un angle marchand ;

- La négation de la polysémie de la notion : dire que l'entreprise n'est une « entité économique » revient à lui nier les autres paramètres à partir desquels on peut la définir. Peut-être s'agit-il d'une volonté de venir à bout d'un concept polysémique afin de le « saisir », de le définir pour de bon. Mais ; cette volonté pêche par la simplification stérile voire outrageuse.

3. « Entrepreneur » et entreprises religieuses en Côte d'Ivoire : enjeux de la polysémie

À l'instar de plusieurs concepts, définir « l'entreprise » revient à le placer dans différents contextes d'énonciation. En d'autres termes, c'est une notion dont le sens est à géométrie variable. Selon l'angle sous lequel l'on veut l'aborder, elle a plusieurs significations qui vont au-delà de sa vision traditionaliste, c'est-à-dire sa définition dans la sphère de l'économie. Du point de vue humain, elle est un ensemble d'individus réunis pour un but précis. Cette réunion normée, règlementée et hiérarchisée aboutit à une interaction. Juridiquement, la notion d'entreprise fait appel à la répartition des propriétés, des pouvoirs dans l'activité exercée ainsi que les formes juridiques d'entreprise (Société Anonyme-SA, Société À Responsabilité Limitée ou SARL, Société individuelle...). En d'autres termes, elle précise les actionnaires ainsi que leurs pouvoirs et prévoit les « gains résiduels » (Germain, 1971, p. 212) qui reviennent à chacun d'eux selon leurs actions. Quant aux pouvoirs, il en existe quatre qui sont le pouvoir délibératif (prise de décisions), exécutif (application des décisions), consultatif (aide à la prise des décisions) et opérationnel (exécution des décisions). Sur le plan sociétal, elle convoque la notion d'entreprise citoyenne ou responsable ou encore « Business Citizenship » (Carroll, 1998 ; Logsdon et Wood, 2002). Alors, l'entreprise consciente de sa responsabilité vis-à-vis des défis de la société (questions environnementales, de développement, éthiques...) se mue en agent de développement. Selon l'approche systémique, l'entreprise est considérée comme un système. Selon De Rosnay, (1975, p. 91), un système « est un ensemble d'éléments en interaction dynamique organisés en fonction d'un but ». Elle met en constante interaction les différents éléments que sont les fonctions, les services et les individus de l'entreprise. Si l'on considère l'approche systémique de l'entreprise telle qu'abordé par cet auteur, il n'est point erroné d'affirmer que l'AEEMCI² (Miran, 2007, p. 100 ; Madore, 2016, p. 157) est un entreprise. On constate qu'elle

² L'AEEMCI signifie Association des élèves et étudiants musulmans de Côte d'Ivoire. Elle est une organisation de jeunesse assurant officiellement l'encadrement et l'épanouissement religieux des élèves et étudiants musulmans dans les lycées, collèges, universités et grandes écoles dans le pays depuis 1979. Elle a constitué l'objet de notre étude dans notre mémoire de Master soutenu publiquement en janvier 2018 à l'Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire).

regorge les trois éléments du système (fonctions, services et individus).

D'abord, elle dispose de plusieurs instances dont l'« imarat ». L'« imarat » est un néologisme purement « aeemciste »³ qui tire son origine du nom arabe « Amir » dont l'équivalent en français est « émir » signifiant le souverain, le guide, le dirigeant, le prince, le chef. Le mot « Amir » mis en circulation à l'AEEMCI en 1996 après son X^e congrès, pour désigner le président national, est le titre le plus honorifique de cette association. Ainsi, l'« imarat » est l'instance regroupant l'« Amir »⁴ et ses trois adjoints qui assurent la fonction « Direction de l'organisation ». Les fonctions « Finance », « Vente et Achats » sont du ressort des Secrétaires Nationaux chargés de la Finance. Quant à la fonction « Comptabilité », elle est occupée par les Commissaires Centraux aux Comptes. Ensuite, les fonctions « Administration » et « Marketing » sont respectivement les compétences des Secrétaires Nationaux chargés de l'Administration et des Secrétaires Nationaux chargés de la Communication et des Relations Extérieures. Les Secrétaires Nationaux chargés de la Mobilisation et de l'Organisation sont les responsables des fonctions « Ressources humaines » et « Logistiques ». Enfin, la fonction « Production de biens et services » est attribuée aux Secrétaires Nationaux chargés de la Formation, de la Culture et des Questions idéologiques. Cette organisation étant une structure idéologique, l'on est à même de se demander, quels biens ou services produit-elle ? Une tentative de réponse serait de dire qu'elle produit des valeurs et croyances qui sont des biens immatériels et non économiques. En plus, les pouvoirs au sein de l'entreprise tels que dévoilés à travers l'approche juridique s'y retrouvent. Certaines nouvelles réalités à l'international « où circulent les principales sources de financement et où se constituent de puissants réseaux d'échanges » (Saint-Lary, 2009, p. 5) contraignent les organisations qui candidatent pour des financements à revoir leur machine organisationnelle. Même si cela n'est pas le cas pour toutes les associations, l'AEEMCI, par exemple, est dotée d'un pouvoir délibératif qui revient à son Conseil d'Administration. Le pouvoir exécutif est attribué au Comité Exécutif. Le pouvoir consultatif est géré par l'« Imamat » Central, le Conseil Consultatif et les organes de base (Sections, Sous-comités et Secrétariats régionaux) constituent le centre (pouvoir) opérationnel tel que défini par Mintzberg (1989). En somme, nous remarquons que l'AEEMCI remplit les critères de certaines approches définitionnelles de la notion d'entreprise. C'est pourquoi l'appeler entreprise ne doit pas faire l'objet de doute. Ce point de vue est épousé par Haftendorn et al. (2009). Ces auteurs soutiennent que :

³ Le qualificatif « aeemciste » est un néologisme au sein de l'AEEMCI pour désigner tout ce qui se rapporte à cette structure ou bien pour nommer ses militants. C'est la raison qui nous amène à le mettre entre guillemets

⁴ Terme utilisé pour appeler le Président national de l'AEEMCI.

Parmi les termes utilisés pour classer les entreprises, on trouve : privée, publique, formelle, informelle, individuelle, collective, locale, étrangère, petite, grande, à but lucratif, à but non lucratif, de production, de services, de biens de consommation et de biens industriels. Quelle que soit leur nature, les entreprises qui réussissent, développent des approches qui contribuent à apporter des solutions aux problèmes et à satisfaire les besoins et les désirs. La différence fondamentale entre les divers types d'entreprises réside dans les récompenses qu'elles offrent. Les entreprises commerciales offrent des profits comme récompense, alors que les entreprises sans but lucratif offrent d'autres types de récompenses, qui peuvent être d'ordre matériel ou immatériel.

Hafterdorn (2009, p.9)

Fort de cette définition, il peut être dit que les organisations religieuses, artistiques, politiques..., sont des entreprises à orientation sociale ou sans but lucratif. Ceci étant, l'AEEMCI affirme à l'article 2 de sa charte adoptée le 1^{er} mai 2004 à Abidjan que : « le Coran et la « Sunnah » du Prophète Muhammad (SAW)⁵ restent nos textes de références et de recours ». En lien avec la récompense immatérielle qu'abordent Hafterdorn et *al.*, ce premier texte de référence de l'AEEMCI qu'est le Coran informe :

Ceux qui récitent le Livre d'Allah, accomplissent la Salat, et dépensent, en secret et en public de ce que Nous leur avons attribué, espèrent ainsi faire un **commerce**⁶ qui ne périra jamais, afin [qu'Allah] les récompense pleinement et leur ajoute de Sa grâce. Il est Pardonneur et Reconnaissant⁷.

Si l'on s'en tient à ces versets coraniques, on peut déduire que l'organisation religieuse dans ce cas de figure, est une entreprise dont le commerce se démarque de la conception générale du terme d'où sa particularité.

4. Les sources de la polémique

D'une part, l'usage profane de l'expression, « entreprise religieuse, politique ou artistique... », crée de la confusion dans la mesure où l'un des postulats serait le fait que la religion, la politique, l'art et la culture soient parfois utilisés comme des fonds de commerce. Pour citer le cas de l'Islam en Côte d'Ivoire, certaines activités rentables voire lucratives se développent de plus en plus, autour du pèlerinage. L'on assiste à la prolifération de personnes dites « démarcheurs » dont le rôle, dans le processus d'inscription pour le pèlerinage, est d'allonger la manche aux candidats à ce cinquième pilier de l'Islam. Ceux-ci y trouvent leurs gagne-pains. À ces derniers, s'ajoutent les agences de voyages, les encadreurs, le commissariat du « hadj », les guides religieux qui en tirent de grands profits. C'est pourquoi Madore et Traoré (2018,

⁵ SAW est un sigle en Arabe dont l'équivalent en français est PBSL « Paix et Bénédiction Sur Lui ». C'est une formule en Islam prononcée obligatoirement chaque fois que les noms des 313 Messagers et 124000 prophètes envoyés à l'humanité sont mentionnés.

⁶ Le terme **commerce** est utilisé à titre métaphorique pour désigner le gain voire le profit certain qu'une personne assidue dans les actions de bienfaisance, gagnerait en échange de ses actions posées.

⁷ Chapitre 35, Fatir (Le Créateur), versets 29-30

p. 180) pensent qu'« outre l'aspect religieux, l'organisation du pèlerinage musulman présente aussi un double enjeu politique et économique. L'importance du *hadj* et les sommes d'argent considérables qui y sont consacrées sont sources de convoitises ». Cette commercialisation de la chose religieuse n'est également pas étrangère à la religion chrétienne dans la mesure où certains guides religieux ont bâti leur fortune grâce à cette réalité. Le Révérend Pasteur Raoul Wafo affirmait être un milliardaire en FCFA lors d'une émission⁸ télévisée à la Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI 1) dédiée au coaching et développement personnel. La particularité de son activité de coaching et développement personnel est qu'il y ajoute une touche spirituelle voire biblique. Cet état de fait lui vaut l'appellation de « coach divin ». Selon lui, le coaching est la suite logique de ce qu'enseigne la Bible. Ainsi coache-il les directeurs d'entreprises et autres personnes-ressources de son église qui en retour, lui sont redevables et solvables. En plus, il s'associe avec ses fidèles afin de créer des entreprises à but lucratif telle que son entreprise immobilière. Dès lors, qualifier une association islamique ou un ministère chrétien d'« entreprise religieuse », ferait penser à une organisation foncièrement à but non lucratif qui s'est érigée en agent économique.

D'autre part, en dépit du fait que cette situation ne soit pas niée aux différents domaines précités, mais en aucun cas, elle déroge les religions, la politique, l'art, la culture..., de leurs objectifs principaux. Alors, l'usage de l'expression « entreprise religieuse ou politique » ne doit pas faire d'amalgame. En d'autres termes, il n'est pas question d'organisations à visée lucrative plutôt d'organisations, qui grâce à des approches définitionnelles réalistes, sont aussi dites entreprises. En outre, la considération par la théorie économique de l'esprit d'entreprise comme un sujet de prédilection, le terme connaîtra une orientation économique à partir du premier usage scientifique du vocable « entrepreneur » attribué à Richard Cantillon vers 1730 (Schumpeter 1954, p. 41 cité dans Facchini, 2007, p. 29). Il faut rappeler que son travail intervient au XVIII^e siècle dans le contexte de la révolution industrielle marquée par le passage de la petite production à la production à grande échelle avec tous les risques qui s'y associaient en termes de commercialisation. Il apparie donc l'idée d'entreprendre au risque et définit ainsi « l'entrepreneur (...) comme appartenant à une classe d'agent économique s'engageant sur le marché dans un univers d'incertitude » (*ibidem*, p. 30). D'autres auteurs tels que Say (1803), Knight (1921), Schumpeter (1934) etc., reprendront le concept avec diverses saveurs sémantiques mais, ils demeureront dans la même logique économique. Il est évident que c'est cette longue domestication qui a développé une psychologie collective très répandue autour de l'usage à connotation économique des termes « entreprise » et « entrepreneur ».

⁸ Il s'agit de l'émission « Made in Africa » sur le marché du coaching diffusée le 25 avril 2019, disponible en ligne : URL : <https://www.youtube.com/watch?v=ICP7gv7StAU> (consulté le 03/12/2019).

5. De nouveaux types d'entrepreneurs dans les organisations religieuses en Côte d'Ivoire

De nouvelles contributions semblent déjà plaider pour la levée de l'emprise économiste sur ces notions. C'est ce que traduit Saint-Lary (2009) en affirmant que :

Les contextes de crise et d'ultralibéralisme qui traversent actuellement l'Afrique façonnent un grand nombre d'entrepreneurs d'un nouveau genre : ils ne sont pas forcément commerçants, promoteurs, petits patrons ou businessmen du secteur informel, mais ils évoluent dans d'autres mondes sociaux. Qu'il s'agisse de l'art, de l'enseignement ou du religieux, ces univers facilitent l'émergence d'entrepreneurs capables d'innover, de gérer des contraintes, de développer des stratégies d'accumulation et de faire preuve d'un véritable savoir-faire managérial.

Saint-Lary (2009, p. 9)

Cette affirmation implique une remise en cause des notions d'« entreprise » et d'« entrepreneur » lesquelles désormais, prennent en compte les organisations à buts non lucratif tels que les centres de recherche, d'éducation, les organisations religieuses, culturelles, politiques, sociales, etc. Elles sont désormais appelées « entreprises » et leurs dirigeants, « entrepreneurs » car, capables de prendre et gérer des risques, d'innover, créer, contourner des difficultés, faire face aux contingences, atteindre les objectifs qu'ils se sont fixés. Haftendornet *al.* (2009) abondent dans le même sens en établissant une liste de terminologies usitées pour qualifier les entreprises : « privée, publique, formelle, informelle, individuelle, collective, locale, étrangère, petite, grande, à but lucratif, à but non lucratif, de production, de services, de biens de consommation et de biens industriels » (*ibidem*, p. 9). Ces auteurs semblent être en droit d'avoir une telle posture car, leurs avis sont plausibles dès l'instant où l'on interroge le verbe « entreprendre » dont les vocables « entreprise » et « entrepreneur » sont issus. Selon les dictionnaires en ligne Larousse et L'Internaute, « entreprendre », c'est respectivement « commencer à exécuter une action en général longue ou complexe »⁹ et « commencer à faire quelque chose »¹⁰. D'abord, ces définitions ne sont aucunement limitatives d'un champ d'application des actions à exécuter. Ensuite, le savoir-faire managérial dont Saint-Lary parle s'agissant de ces nouveaux entrepreneurs, est une réalité contemporaine surtout en Afrique en général, et dans les entreprises religieuses ivoiriennes en particulier. Cardinal Bernard Yago, les Cheick el Aïma Boikary Fofana et Idriss Koudouss Koné, Vassiriki Touré et Harouna Koné sont des exemples palpables de nouveaux genres d'entrepreneurs en Côte d'Ivoire. Parlant du Cardinal Bernard Yago, l'église catholique ivoirienne lui doit ses fruits de grâces. Pour reprendre le terme de Francis Léon Léby, il a

⁹ Cette définition est [en ligne], consultable sur : URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/entreprendre/30065> (consulté le 15/4/2021).

¹⁰ Cette définition est [en ligne], consultable sur : URL : http://www.linternaute.com/encyclopedie/recherche/id-195/?f_libelle=entreprendre (consulté le 15/4/2021).

également à son actif plusieurs « créations » qui ont redoré le blason de la pratique religieuse chrétienne en Côte d'Ivoire (Lébry, 1997, p. 101). Il a résolu une grande énigme pour la communauté chrétienne, à savoir la création de la congrégation « Notre Dame de la Paix » dans un contexte où la Côte d'Ivoire était le seul pays de la sous-région ouest-africaine ne possédant pas encore de congrégation autochtone (*ibidem*, p. 102). De plus, il a étendu le champ d'action de l'Église catholique par la construction de plusieurs lieux de cultes à travers tout le pays. Lébry (*ibid.*, p. 105) précise que « l'on a souvent relevé son côté « bâtisseur ». Il a en effet beaucoup bâti de nombreux lieux de cultes pour les catholiques ivoiriens. C'est sous son « règne » qu'ont explosés les « chantiers de l'archevêché » que certains prêtres appelaient simplement les « chantiers du cardinal » ». Il a aussi investi dans le développement de la jeunesse chrétienne par la formation et l'instauration de la « nuit de l'Évangile », « le pèlerinage des jeunes », « la retraite », etc. (*idem*, p.107-108). À propos du Cheick el Aima Boikary Fofana, Cissé affirme que :

Si nous considérons, Jamal Al-din Al Afghani, Muhammad Adduh, Rachid Rida, comme des grands réformateurs du monde musulman sur le plan des sciences religieuses, islamiques, politiques, économiques, et sociales, dans les années 1970, nous pouvons placer le Cheick¹¹ au rang de ces grands réformateurs du monde islamique contemporain dans le cas ivoirien.

Cissé (2019, p.17)

La comparaison du Cheick el Aima Boikary Fofana aux grandes figures contemporaines de l'Islam suscitées, dénote de la grandeur des réformes qu'il a eu à exécuter pour les organisations islamiques en Côte d'Ivoire. En effet, nommé président du Conseil Supérieur des Imams de Côte d'Ivoire (COSIM)¹² et guide spirituel de la communauté musulmane ivoirienne en 2006, il a entrepris plusieurs actions de nature à propulser l'Islam en avant. Il s'est inscrit dans cette dynamique depuis les années 1970 par sa participation à la création de plusieurs entreprises religieuses, la Ligue Islamique des Prédicateurs de Côte d'Ivoire (LIPCI), l'Association des Jeunes Musulmans de Côte d'Ivoire (AJMCI), le Conseil National Islamique (CNI), etc. Chacune de ces structures participent au rayonnement de l'Islam dans leurs domaines respectifs. L'une de ses actions les plus remarquables est le rôle de sentinelle sociale qui joue dans la pacification de la Côte d'Ivoire. Cissé (2019, *ibidem*, p. 18) ajoute que « nous en voulons pour preuve, les messages de paix, une plateforme du vivre-ensemble dans le respect des différences de chacun (prenant à contre-pied les dérives qui auraient pu attiser une guerre de religion pendant la crise post-électorale 2010-2011). » Bamba, (2017, p. 217) renchérit qu'« (...) il a fallu la clairvoyance des dignitaires religieux dans leur ensemble et, des imams en particulier, pour éviter une telle malheureuse et horrible issue ». L'histoire collective de la

¹¹ Il est ici question du Cheick Al Aima Boikary Fofana. L'auteur le mentionne dans un paragraphe dédié à une biographie succincte dudit Cheick intitulé « Le Cheick al-aima Boikary Fofana ».

¹² Depuis, le 16 juin 2019, le COSIM est devenu Conseil Supérieur des Imams, Mosquées et Affaires Islamiques de Côte d'Ivoire à l'issue de la quatrième Conférence de ses Imams.

communauté musulmane et de la nation ivoirienne a retenu les sermons faits par le Cheick el Aïma Boikary Fofana afin d'inviter la communauté musulmane à la patience et la retenue face au meurtre d'imams et de profanation de mosquées et lieux de cultes pendant cette crise post-électorale.

Quant au Cheick Idriss Koudouss Koné, il est l'une des figures de proue de la communauté musulmane ivoirienne. Désigné par consensus en 1993 pour être le Président du CNI (Kamagaté, 2019) et guide religieux de la communauté musulmane ivoirienne, le Cheick Koudouss a « réalisé des performances qui consolident sa crédibilité et son autorité » (Bamba, 2017, *op. cit.*, p. 134). Au rang de ces performances, on peut citer l'implantation nationale du CNI, la réunification des musulmans, la signature avec l'État ivoirien d'une convention portant reconnaissance et subvention des écoles confessionnelles islamiques, l'organisation du pèlerinage par les musulmans eux-mêmes pour la première fois, l'obtention d'une autorisation afin d'ouvrir le tout premier moyen de communication de masse au sein de la communauté musulmane qu'est la radio nationale islamique Albayane, le financement de plusieurs mosquées, etc. (Bamba, 2017, p. 134 ; Kamagaté, 2019, p.81-84). En ce qui concerne Vassiriki Touré, il fut désigné en 1972 comme Président à la tête de L'AEEMCI qui fait partie des organisations pionnières de la communauté musulmane ivoirienne. Aujourd'hui, cette structure dont il est l'un des membres fondateurs et le tout premier dirigeant, est la plus importante de la jeunesse musulmane ivoirienne. Présente actuellement dans plus de 28 régions sur les 31 régions administratives de la Côte d'Ivoire, l'AEEMCI « fait progresser la connaissance et la pratique de l'Islam en milieu scolaire, le vivier de la population musulmane des centres urbains » (Bamba, 2017, p. 134). Elle est aussi brandie comme une structure leader de réformes aboutissant à un nouveau modèle d'organisation « à l'ivoirienne » présentant un visage plus reluisant que celui d'antan. Miran (2007) met en lumière la contribution de cette structure dans les propos de Vassiriki Touré qui souligne :

C'est après la création, en 1975, de l'Association des élèves et étudiants musulmans de Côte d'Ivoire (AEEMCI) qu'on parlera alors d'Islam moderne, entendu comme la prédication de cette religion en langue française de façon rationnelle en milieu scolaire et universitaire, ce qui était inédit, même dans les pays traditionnellement musulmans.

Miran (2007, p.100)

Grâce à cette structure qu'il a dirigée et dont il est un acteur majeur, l'Islam en Côte d'Ivoire a connu un nouveau souffle. D'un Islam peu envié et marginalisé, l'on arrive à une religion qui présente un visage rayonnant de félicité, de nos jours. Dans cette avancée notoire, le rôle joué par Vassiriki Touré et ses coreligionnaires est très important. Harouna Koné est le fondateur et Président du Conseil d'administration de l'ONG Almuwassat (la consolation) qui est une organisation caritative qui lutte contre l'indigence dans les hôpitaux en Côte d'Ivoire depuis 2002 (I. Binaté, 2018, p.215-216). Il a mis en place un système de santé qui effleure l'assurance-maladie dans un contexte de crise militaro-politique permettant aux patients démunis hospitalisés dans les

hôpitaux partenaires de son ONG d'être pris en charge sur le plan médical, matériel, financier, psychologique et spirituel. Son acharnement dans cette voie qu'il s'est tracée lui ont permis de glaner plusieurs distinctions et à l'occupation de la tête de plusieurs organisations humanitaires dont la Plateforme des Religieux pour la lutte contre le VIH/SIDA et les autres pandémies et l'Alliance des Religieux pour la santé intégrale et la promotion de la personne humaine en Côte d'Ivoire (ARSIP). Il est fait aumônier musulman de la santé depuis le 28 mai 2016 et élevé en octobre 2019 au rang d'Officier de l'ordre du mérite national de solidarité par le Ministère ivoirien de la solidarité, de la cohésion sociale et de la lutte contre la pauvreté pour la qualité des actions qu'il a entreprises en faveur de la lutte contre la pauvreté. Au vu des actions entreprises par ces 5 dirigeants suscités et des travaux de pionniers qu'ils ont accomplis, peut-on leur nier l'appellation « entrepreneur » ? Nous pensons qu'il est légitime de les appeler « entrepreneur religieux » (I. Binaté, 2018, p. 225) ou « entrepreneur social » dans la mesure où F. Barth (1967, p. 664) dit que « Les entrepreneurs sont manifestement des agents de changement : ils innovent de sorte à affecter la communauté dans laquelle ils sont actifs »¹³ En d'autres termes, est entrepreneur, tout agent de développement et de changement social c'est-à-dire une personne dont les actions impactent positivement son groupe, les personnes qu'elle dirige, la société ou la communauté dans laquelle elle se trouve.

Conclusion

Au total, ces cinq approches (économique, humaine, juridique, systémique et sociétale) à partir desquelles l'on a tenté de comprendre les notions d'« entreprise » et d'« entrepreneur » sont à la fois, contradictoires et complémentaires. Elles sont contradictoires car, l'objet qui fonde la définition de chacune d'elle, diffère d'une approche à une autre. Elles sont complémentaires dans la mesure où elles abordent individuellement un pan des mêmes notions. Cette complémentarité est compréhensible. C'est une réalité qui s'apparente à la description d'un objet par rapport à un point précis. Selon l'angle de vue des descripteurs par rapport à l'objet, l'on aura différentes conceptions d'où la notion de point de vue. Un aspect qui s'avère important dans cette diversité des approches définitionnelles, c'est qu'elles permettent de dépasser la conception la plus répandue des notions d'entreprise et d'entrepreneur à savoir la vision économiste vieille de plus de 250 ans et de les libérer de cette emprise. Également, la « démocratisation » de la science donne libre cours à tous les champs d'appréhender cette notion selon leurs objets d'étude. Du coup, l'économiste, le sociologue, l'anthropologue, le spécialiste du management, de la communication, le philosophe, etc., une approche naturelle de la notion à partir de différents angles de vue. Cependant, nous plaignons pour un usage plus spécifié des expressions afin d'éviter les flous sémantiques.

¹³ Cette traduction est la nôtre. La version originale du texte est la suivante: "Entrepreneurs are clearly agents of change: they make innovations that affect the community in which they are active."

Références bibliographiques

- Attarça, M., & Lasalle De Salins, M. (2013). Quand l'entrepreneur devient entrepreneur politique : le cas de la méthanisation agricole en France. *Revue française de gestion*, (3)232, 25-44.
- Bamba, A. (2017). Un islam pacificateur, L'exemple de la Côte d'Ivoire, Ed. L'Harmattan, Paris.
- Barth, F. (1967). On the study of Social Change. *American Anthropologist* (new series), (6) 69, 661-669.
- Beitone, A. & al. (2007). Dictionnaire des sciences économiques, Ed. Armand Colin Paris, 2e édition.
- Belzile, B. (1967). Objectif privilégié de l'entreprise. *Relations industrielles/Industrial Relations*, (22)4, 467-479. [En ligne], consultable sur URL : <https://doi.org/10.7202/027833ar>.
- Binaté, I. (2018). Les ONG islamiques en Côte d'Ivoire en période de conflit : acteurs et enjeux. *Repères 2017, Revue scientifique de l'Université Alassane Ouattara*, (1)1, 193-230.
- Cantillon, R. (1755). Essai sur la nature du commerce en général, Ed. Institut national d'études démographiques, réédité en 1997.
- Blind, S. (1971). Démystification des bilans des sociétés, Ed. Organisation, Paris.
- Carroll, B. A. (2003). The Four Faces of Corporate Citizenship. *Business and Society Review*, (100)101, 1-7. [En ligne], consultable sur URL : https://www.researchgate.net/publication/227988859_The_Four_Faces_of_Corporate_Citizenship.
- Cissé, K. (2019). Réflexion sur la formation des imams au Maroc : lutte contre le radicalisme, Ed. Edilivre, Paris.
- Corhay, A. & Mapapa M. A. (2008). Diagnostic Financier des entreprises : manuel et études de cas, Ed. de l'Université de Liège, Liège.
- Drucker, P. F. (2005). *Managing the Nonprofit Organization: Principles and Actions*, Ed. Harper Collins Publishers, New York.
- Facchini, F. (2007). L'entrepreneur comme un homme prudent. *La Revue des sciences de gestion*, (4)226-227, 29-38. [En ligne], consultable sur : URL : <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2007-4-page-29.htm>
- Facchini, F. (2006). L'entrepreneur politique et son territoire. *Revue d'économie régionale et urbaine*, 2, 263-280. [En ligne], consultable sur: URL : <https://www.cairn.info/revue-d-economie-regionale-et-urbaine-2006-2-page-263.htm>
- Folsom, W. B. (1991). The Myth of the Robber Barons: A New Look at the Rise of Big Business in America, Ed. Young America's Foundation, Virginie.
- Fourchard, L. (2005). Entreprises religieuses transnationales en Afrique de l'ouest, Ed. Karthala, Paris.
- Germain, C. (1971). La maximisation du profit au banc des accusés, *Revue d'analyse économique*, (47)2, 211-224. [En ligne], consultable sur: URL : <https://doi.org/10.7202/1003923ar>.
- Goa, K. (2016). Rendre l'entreprise compétente en Côte d'Ivoire : Quel management ? Ed. L'Harmattan, Paris.
- Grootaers, D. (1995). Schématisation des principaux éléments de la typologie des sept « configurations organisationnelles », Inédit, META Atelier d'histoire et de projet pour l'éducation. [En ligne], consultable sur: URL : <http://www.meta-educ.be/wp-content/uploads/2020/11/Configurations-Mintzberg.pdf>
- Haftendorn, K. & al. (2009). CLE : Comprendre l'entreprise, Que signifie entreprendre ?

- Bureau International du Travail (Genève) & Centre de formation de l'OIT (Turin), [En ligne], consultable sur: URL : <https://fr.scribd.com/doc/31890815/1-Que-signifie-entreprendre#>.
- Hamidallah, M. (2000). Le Noble Coran et la traduction en langue française de ses sens, Ed. Complexe Roi Fahd, Médine.
- Herzberg, F. (1987). One more time: How do you motivate employees? *Harvard Business Review*, (65)5, 109-120.
- Holder, G. & Dozon, J-P. (2018). Les politiques de l'Islam en Afrique, Ed. Karthala, Paris.
- Kamagaté, A. (2019). Conseil National Islamique : histoire d'une symphonie inachevée : Éveil de la communauté musulmane de Côte d'Ivoire, Ed. Al Qalam, Abidjan.
- Knight, F.H. (1921). Risk, Uncertainty and Profit, in *Entrepreneurship*, Casson, M. (ed.), Edward Elgar Publishing Limited, Hants, 11-18.
- Lébry, L.F. (1997). Bernard Cardinal Yago, Passionné de Dieu et de l'Homme, NEL, Abidjan.
- Logsdon, M. J. & WOOD J. Donna, (2002). Business Citizenship: From Domestic to Global Level of Analysis, *Business Ethics Quarterly*, (12)2, 155-188.
- Madore, F. & Traoré Y. (2018). L'organisation du hadj en Côte d'Ivoire entre facteur de cohésion et source de rivalités au sein de la communauté musulmane (1993-2010). *Cahier d'Études Africaines*, 58(1), N° 229, 179-208.
- Madore, F. (2016). L'Islam ivoirien et burkinabé à l'ère du numérique 2.0. *Journal des Anthropologues*, (3-4)146-147, 151-178.
- Maslow, H. A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- Mcgregor, D. (1960). The Human Side of Enterprise, Ed. McGraw-Hill, New York.
- Mintzberg, H. (1989). Le management, voyage au centre des organisations, Ed. d'organisation, Paris.
- Miran, M. (2007). La lumière de l'Islam vient de Côte d'Ivoire : Le dynamisme de l'Islam ivoirien sur la scène ouest-africaine et internationale. *Revue Canadienne des Études Africaines*, (41)1, 95-128.
- Mayo, G. E. (1933). The human Problems of an Industrialized Civilization, Ed. MacMillan, New York.
- M'bidia, R. (2009). Master en administration des Affaires et gestion des organisations. [Cours], Université Senghor d'Alexandrie. [En ligne], consultable sur: URL : http://www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Cours_organisation.pdf.
- Rosnay, D. J. (1975). La macroscopie, Vers une vision global, Ed. Seuil, Paris.
- Saint-Lary, M. (2009). Introduction : des entrepreneurs entre rhétorique et action sur le monde. *Bulletin de l'APAD*. [En ligne], consultable sur: URL : <http://journals.openedition.org/apad/3984>.
- Say, J-B. (1803). Traité d'économie politique, Ed. Calmann Lévy, Paris.
- Schumpeter, J. (1954). History of Economic Analysis, Ed. Oxford University Press, New York.
- Schumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Development: An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle, Ed. Harvard University Press, Cambridge.
- Talcott, P. (1960). Structure and Process in Modern Societies, Glencoe, Free Press.
- Wagner, E. R. (1966). Pressure Groups and Political Entrepreneurs: A Review Article. *Public Choice*, 1, 161-170.