

Editorial

Serge F. SIMEN¹ - Rédacteur invité

Dans un contexte mondial marqué par des crises enchevêtrées – économiques, climatiques, sociales, sanitaires –, les pratiques de gestion en Afrique ne peuvent plus se contenter de simples adaptations des modèles exogènes. Elles doivent être repensées à partir des réalités locales, des dynamiques sociales endogènes et des attentes citoyennes, dans une perspective à la fois critique, créative et responsable. C'est à cette exigence que répond ce Volume 8, Numéro 1 de la Revue Africaine de Gestion, en rassemblant des contributions qui interrogent en profondeur les ressorts actuels de la gestion en contexte africain.

À travers neuf articles regroupés en quatre grands axes, ce numéro propose une lecture fine de problématiques contemporaines : la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et ses effets sur les consommateurs ; l'impact du leadership spirituel et des croyances religieuses sur la gouvernance ; les pratiques managériales et leur lien avec la performance organisationnelle ; enfin, la place des dimensions psychologiques et comportementales dans la prise de décision. Ce numéro offre ainsi une riche mosaïque d'analyses qui, tout en ancrant la réflexion dans les réalités africaines, participent à renouveler les paradigmes classiques de la gestion.

Dans le premier axe, DIABATE, COULIBALY et MINTA proposent deux contributions remarquables sur les effets de la RSE sur les comportements des consommateurs maliens. Dans le secteur de la boulangerie à Bamako, leur premier article révèle que les dimensions éthiques et philanthropiques de la RSE influencent directement la satisfaction des clients, tandis que les dimensions économique et juridique agissent principalement via l'image de marque, qui joue un rôle de médiateur partiel. L'étude, fondée sur un échantillon de 172

Adresse de correspondance de l'auteur :

1. Laboratoire de Recherche Entreprise et développement (LAED)

ESP-UCAD

e-mail : serge.simen@gmail.com

consommateurs, propose un modèle conceptuel robuste qui offre des perspectives managériales concrètes pour un secteur encore peu étudié.

Leur seconde étude élargit la focale au secteur des huiles alimentaires, en intégrant le degré d'implication du consommateur. Sur un échantillon de 325 répondants, les résultats montrent que la RSE améliore significativement l'image perçue des marques, influençant ainsi le comportement d'achat. L'implication du consommateur vient renforcer cette relation, agissant comme un catalyseur. Cette contribution mobilise avec finesse la théorie du comportement planifié, le modèle S-O-R et la théorie de la légitimité, et insiste sur l'importance stratégique de concevoir des initiatives RSE adaptées aux attentes locales et visibles dans les communications de marque.

De son côté, Mariette HOUNTON complète cette réflexion en adoptant une approche qualitative fondée sur 118 entretiens. Elle montre que la RSE ne se limite pas aux actes d'achat : elle inspire des comportements citoyens responsables, tels que le tri, le recyclage ou la lutte contre le gaspillage. L'étude démontre que les entreprises peuvent devenir de véritables leviers de transformation sociétale, à condition d'intégrer les citoyens comme partenaires actifs dans la co-construction de pratiques durables.

Le second axe explore les interactions entre spiritualité, leadership et performance organisationnelle. Dossa MEHOBBA propose une étude comparative originale entre le Niger, le Bénin et le Mali, révélant que les valeurs religieuses des dirigeants ont un effet positif significatif sur la performance commerciale des universités privées, plus encore que les normes sociales ou l'identité du dirigeant.

Dans un autre registre, ADJE, FOYANG, KEITA et FLINDJOA analysent la gouvernance des Assemblées de Dieu au Burkina Faso. Leur étude qualitative montre comment le charisme pastoral, ancré dans le savoir-être et la légitimité spirituelle, centralise la prise de décision, tout en limitant parfois la collégialité. Si certains dispositifs participatifs émergent, la régulation des tensions repose encore fortement sur des pratiques informelles, révélant les tensions entre autorité charismatique et institutionnalisation.

Le troisième axe aborde les pratiques managériales et d'audit. Pathé DIOUF s'intéresse aux Mutuelles d'Assurance Santé Communautaire (MASC) du Sénégal, révélant que la

mobilisation de ressources, la diversification des financements, et une gouvernance participative renforcée constituent des leviers décisifs pour améliorer leur performance.

En parallèle, SINGOCK SOTONG, TCHATCHOUA NYA et NGOUEKO montrent que dans les établissements de microfinance au Cameroun, l'indépendance de l'auditeur interne est un facteur déterminant de la gestion des risques, bien plus que sa compétence technique. Ces résultats plaident pour un renforcement institutionnel des fonctions de contrôle interne.

Le quatrième axe nous plonge dans la psychologie du décideur. Pascal WELE IDRISOU montre, dans une étude sur les PME béninoises, que des biais comme le comportement de troupeau, la sur-confiance, ou encore la panique, influencent significativement les décisions financières. Ces résultats appellent à intégrer les dimensions comportementales et émotionnelles dans les dispositifs d'accompagnement des PME.

Enfin, AWIZOBA et GNAGAMAGO, dans une recherche expérimentale, étudient l'effet du cadrage des messages de santé et de la simulation mentale de soi sur les intentions de lutte contre la COVID-19. Ils révèlent que le sexe du répondant, en interaction avec ces facteurs, module les réponses comportementales, notamment en matière de vaccination ou de respect des gestes barrières.

Ce volume témoigne de la vitalité de la recherche en gestion en Afrique francophone, de sa capacité à dialoguer avec les enjeux globaux, tout en gardant une profonde attention aux réalités locales. Il invite à une gestion plus ancrée, responsable et plurielle, capable de produire du sens, de la performance et du lien social. Les lecteurs y trouveront des outils conceptuels solides, des résultats empiriques originaux et des pistes d'action pertinentes pour mieux penser et transformer leurs pratiques.

Bonne lecture à toutes et à tous.

Prof. Serge Francis SIMEN

Rédacteur invité