



Nouvelles perspectives de développement durable en Afrique

Fatou DIOP-SALL

Professeur des universités – Université Cheikh Anta Diop de Dakar (Sénégal)

Delphine GODEFROY-WINKEL

Professeur associée – TBS à Casablanca (Maroc)

Ce numéro spécial sur les « Nouvelles perspectives de développement durable en Afrique » est l’aboutissement d’une réflexion collégiale sur des problématiques mondiales telles que décrites par les Nations Unies (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/>). Les axes proposés par les Nations Unies représentent des voies d’amélioration mais ne proposent pas de solutions détaillées. La connaissance produite par les chercheurs devient un atout indéniable pour aider les décideurs à s’engager dans des actions durables. En Afrique, les décideurs ont besoin de s’appuyer sur les résultats de la recherche pour être éclairés mais aussi adopter des pratiques source de création d’emplois durables et de croissance. Ce numéro spécial dédié à l’Afrique s’inscrit dans cette voie.

La genèse de ce numéro spécial renvoie au colloque scientifique de l’Association Africaine de Marketing sixième édition tenu les 13, 14 et 15 avril 2023 à Parakou au Bénin sous le thème (Re) interroger le marketing à l’ère des crises. Les chercheurs y avaient souligné l’urgence d’examiner les problèmes majeurs liés aux crises et la capacité des entreprises à les surmonter par l’innovation. La capacité d’innover est essentielle en toutes circonstances pour renforcer les forces de l’entreprise à faire face à la concurrence et à mieux se positionner sur ses marchés tout en assurant le niveau de profit nécessaire pour son développement durable. Ce développement doit prendre en compte les contraintes environnementales et sociétales en s’appuyant sur des relations fortes avec ses parties prenantes. Au-delà des aspects pratiques, il est important de surmonter la difficulté à proposer des voies de réflexion sans avoir une connaissance approfondie du contexte local. Les articles de ce numéro rappellent l’importance de mener des études en Afrique pour offrir des conclusions justes.

Les articles présentés dans ce numéro répondent à ce besoin. Chaque article s’attache à analyser avec soin une question particulière du développement durable–dans le domaine de l’action publique, en s’intéressant à ses spécificités quand elle se pose sur le continent africain. Des recommandations théoriques et managériales concluent chacun de ces articles.

Le premier article s'intitule « La perception de l'attractivité des territoires par les parties prenantes dans la ville de Kara et développement durable ». Au travers d'une étude mixte ancrée dans le marketing territorial, Kouyakoudema *et al.* (2024) montrent comment les dimensions politiques et économiques de la ville de Kara au Togo peuvent impacter son développement durable. Les auteurs appellent les autorités locales à entreprendre des actions concrètes en impliquant les différentes parties prenantes (citoyens, chefs traditionnels ou partenaires financiers) pour développer durablement les territoires.

Le second article porte sur l'« Influence des composantes du style parental sur le comportement alimentaire des enfants : Rôle modérateur de l'acceptation de soi et de la vie », la question de la lutte contre la faim étant un des ODD centraux. Les auteurs, Owolabi et Sogbossi Bocco (2024), apportent des réponses aux questionnements fréquents de parents sur les habitudes alimentaires de leurs enfants. Les résultats de leur étude quantitative montrent l'importance du rôle des parents comme modèles positifs en matière d'alimentation, quelle que soit leur catégorie socio-professionnelle.

Le troisième article est intitulé « Dimensions perçues de l'orientation entrepreneuriale des universités publiques africaines : Cas du Gabon ». Les auteurs Mengue Biyogho et Sogbossi Bocco (2024) traitent de la formation à l'entrepreneuriat dans les universités publiques. Avec un marché de l'emploi en mouvement constant et les difficultés d'insertion professionnelle des étudiants diplômés, les universités ont pour obligation de former les futurs cadres aux emplois de demain. La question que soulèvent les auteurs est la suivante : comment l'orientation entrepreneuriale en contexte universitaire est-elle perçue ? Les résultats de l'étude qualitative montrent que l'université qui s'inscrit dans la formation à l'entrepreneuriat porte une image à la fois innovante, proactive, compétitive et autonome. Cet article aborde indirectement les problèmes d'insertion professionnelle des jeunes étudiants gabonais, et apporte des lumières sur les stratégies à suivre pour que les universités publiques locales offrent des cursus adaptés aux impératifs du marché.

Enfin, le dernier article de ce numéro spécial s'intitule « L'engagement social des jeunes et leur comportement responsable envers des chaussures de sport de marque responsable au Togo : Rôle des valeurs à orientation individualistes versus collectivistes ». Koutob et Diop Sall (2024) montrent comment les jeunes consommateurs togolais se comportent face à des marques responsables. En s'appuyant sur une étude quantitative, les résultats montrent que les jeunes consommateurs togolais s'appuient sur des valeurs à orientation individualiste pour choisir des marques de chaussures responsables contrairement aux travaux effectués en Occident où les valeurs à orientation collectivistes guident un comportement responsable.

Au travers de ces quatre articles, les auteurs apportent des éclairages sur quatre des axes de développement durable tels que décrits par les Nations Unies : l'alimentation (Owolabi et Sogbossi Bocco, 2024), l'éducation (Mengue et Sogbossi Bocco, 2024), le développement des villes et communautés (Kouyakoudema *et al.*, 2024) et la consommation responsable (Koutob et Diop Sall, 2024). Si les apports théoriques sont indéniables, il n'en demeure pas moins que les recommandations managériales de ces quatre articles sont cruciales pour aider les parties prenantes à contribuer au développement de l'Afrique.