

LA PLACE DE L'ANGLAIS DANS LES ACTIVITES COMMERCEIQUES DES GROSSISTES D'ADJAMÉ DANS LA SOUS-RÉGION.

**Bamba Karim &
Traoré Sourou**

Université Alassane Ouattara
ciobamba@outlook.fr
souroutraore84@gmail.com

Résumé

Ce travail de recherche vise à voir la place de l'Anglais dans l'essor du commerce en Côte d'Ivoire, un Etat francophone. Pour atteindre cet objectif, une enquête a été menée auprès de quelques commerçants grossistes d'Adjamé (Abidjan). Celle-ci a permis aux sujets d'émettre leur avis sur le rôle de la langue anglaise dans les échanges commerciaux hors de nos frontières traditionnelles, notamment dans la sous-région ouest-africaine. Les données quantitatives recueillies à travers l'usage d'un questionnaire, prouvent que la langue anglaise est un réel atout pour le développement du secteur commercial en Côte d'Ivoire, vue que sa non maîtrise constitue un frein à la fluidité des échanges entre commerçants ivoiriens et leurs homologues des pays limitrophes.

Mots clés : *activités, anglais, commerciales, Côte d'Ivoire.*

Abstract

This study aims at verifying the contribution of English to the development of commerce in Côte d'Ivoire, a francophone country. To reach this purpose, a survey has been conducted on some wholesale traders of Adjamé (Abidjan). It has enabled the participants to give their opinion about the relevance of the English language in the commercial exchanges, beyond our traditional borders, namely in the west-African region. The quantitative data of the questionnaire prove that the English language is a real asset for the development of the commercial sector in Côte d'Ivoire because the fact of not mastering it, constitutes a hindrance to the fluidity of the exchanges between the Ivorian traders and their colleagues from the neighboring countries.

Keywords : *activities, commercial, Côte d'Ivoire, English.*

Introduction

En Côte d'Ivoire, le secteur informel renferme une multitude d'activités comme le transport, la restauration et le commerce. Parmi ces domaines socio-économiques, le commerce occupe une place de choix dans le développement du pays. Malheureusement, cette activité est essentiellement exercée par les analphabètes, les déscolarisés et les étrangers en Côte d'Ivoire. La majorité des étrangers qui s'y adonnent, sont

issus d'anciennes colonies francophones comme le Mali, le Niger, le Sénégal et le Burkina Faso. Cette catégorie d'immigrés n'a acunement pas de difficulté d'intégration. En effet, tous ces pays ont déjà en partage avec les populations ivoiriennes, le français, qui demeure la seule langue officielle du pays. Nous y trouvons aussi de nombreux Anglophones tels que les Ghanéens, les Nigériens, et les libériens qui jouent également un rôle capital dans ce domaine clé de l'économie ivoirienne. Contrairement aux francophones, l'intégration des anglophones est loin d'être aisée à cause des barrières linguistiques. Car, malgré le poids de l'Anglais dans un monde de plus en plus mondialisé, il demeure une langue étrangère en Côte d'Ivoire. En d'autres termes, cette langue n'est apprise en Côte d'Ivoire qu'en situation réelle de classe. En conséquence, l'anglais est quasi-absent des secteurs économiques vitaux comme le commerce. Mais lorsque les commerçants locaux se retrouvent à l'étranger dans le cadre de leur business import-export dans des espaces non-francophones, ils se voient régulièrement confrontés à la barrière de la langue. C'est dans ce contexte, que la présente étude vise à répondre à la question de recherche suivante : Dans quelles mesures, l'usage de l'anglais par les commerçants grossistes de Côte d'Ivoire, un pays francophone, contribuerait-il au développement de leurs activités dans la sous-région Ouest-Africaine ? Pour permettre à l'anglais de jouer pleinement le rôle qui est le sien, dans les activités des commerçants locaux au sein la sous-région, nous avons convoqué les théories de la planification des langues et l'hypothèse de Sapir-Whorf. Ces deux théories pourraient permettre aux décideurs ivoiriens de revoir d'une part, la politique linguistique en vigueur depuis l'époque coloniale, et d'aider d'autre part, l'ivoirien à changer de mentalité, de sorte à ne plus percevoir le secteur commercial comme un tremplin, mais plutôt comme un vecteur de développement à part entière. En effet, l'usage de l'anglais par les acteurs commerciaux ivoiriens pourraient leur permettre de mieux s'épanouir dans le milieu des échanges commerciaux, notamment en Afrique de l'Ouest, en vue d'un meilleur rayonnement de leurs affaires.

1. L'anglais comme langue étrangère en côte d'ivoire

L'anglais, la langue de la mondialisation par excellence, continue d'être une langue étrangère en Côte d'Ivoire. Malheureusement, cela l'empêche d'être pleinement utilisé dans la vie active. C'est pourquoi, (Assamoi, 1983 :235) nous informe que « L'anglais, lui n'est pas une langue officielle et de ce fait n'est pas utilisé dans la vie courante en Côte d'Ivoire bien qu'il soit enseigné dans les écoles secondaires et à l'Université ». En d'autres termes, l'anglais reste fragile en Côte d'Ivoire, à cause de son statut de langue étrangère. Dès lors, malgré son poids dans le business mondial aujourd'hui, il pourrait difficilement servir les acteurs commerciaux ivoiriens qui n'en savent d'ailleurs que très peu. Pourtant, (Bamba et Traore, 2021) disent que la Côte d'Ivoire a introduit l'anglais dans son système éducatif pour traiter facilement avec les pays voisins dans le cadre des activités commerciales. Cette mesure éducative lui permet d'assurer par la même

occasion, sa pleine intégration dans une région ouest-africaine qui reste économiquement dominée par le Nigeria, un pays anglophone. En effet, la langue anglaise offre davantage d'opportunités d'emploi, des possibilités d'affaires, de nouvelles perspectives de coopération et de communication dans le cadre de la mondialisation.

(Assamoi, 1983 : 155) ajoute que l'analyse de la situation et des besoins des Ivoiriens scolarisés requiert que l'on retienne comme but général pour l'enseignement de l'anglais, la pratique orale de la langue et son utilisation réelle lorsque la situation l'exige. C'est ce qui lui fait dire que l'intérêt immédiat pour nous, en ce qui concerne l'anglais par exemple, est que nous voulons avoir accès aux informations indispensables à la vie dans le monde moderne, informations qui sont stockées en Anglais dans divers domaines. L'anglais sera pour nous un outil de travail même si nous n'avons aucune chance de devenir bilingue. Ce qui signifie que cette langue pourrait nous aider par exemple, à mener des activités commerciales beaucoup plus accrues avec les populations anglophones issues des pays limitrophes comme le Ghana et le Nigeria. (Assamoi, 1983 : 1) va même plus loin pour dire que la connaissance de l'anglais est souvent exigée pour certains métiers en Côte d'Ivoire. Dès lors, l'apprentissage de l'anglais de la 6^e à la terminale constitue un atout non négligeable pour chaque Ivoirien qui aspire à intégrer pleinement le monde socio-professionnel. Malheureusement, l'Ivoirien scolarisé, selon la profession exercée et surtout selon ses fonctions, regrette toujours de ne pouvoir utiliser l'anglais comme il utilise le français. Il se sent souvent obligé de faire appel à une autre personne pour lui traduire un texte rédigé en anglais, après plus de 7 années d'apprentissage de l'anglais. Lorsque l'Ivoirien va à l'étranger pour des achats, ses regrets de ne pouvoir s'exprimer correctement en anglais sont encore plus grands (Assamoi, 1983 :450). Car il n'est pas à mesure de traiter ses besoins en anglais après ses études. L'ivoirien se voit toujours obligé de solliciter l'aide ou l'expertise de quelqu'un d'autres. A la longue non seulement il finit par en dépendre entièrement, mais cela pourrait devenir beaucoup plus onéreux selon les destinations et les époques.

2. Les commerçants ivoiriens et le défi de la langue anglaise dans la sous-région.

(Kothoni *et al.*, 2019) ont produit un rapport sur les échanges commerciaux au sein des Etats francophones en Afrique de l'Ouest. Ce document stipule que le volume des échanges commerciaux entre les pays francophones de 2000 à 2015 était estimé à seulement 6%. Ce taux semble relativement bas, vu le nombre de pays francophones dans cette partie de l'Afrique. Ce faible pourcentage pourrait s'expliquer par le fait que la région ouest africaine reste économiquement dominée par le Nigeria, qui est le poumon économique de la sous-région ouest-africaine. Dès lors, tous les pays francophones d'Afrique de l'Ouest n'ont de choix que de traiter avec l'Etat le plus puissant de la sous-région, pour agrandir leur champ d'échanges

au sein de l'UEMOA (Union Monétaire Ouest Africaine) afin de favoriser leur parfaite intégration au plan régional et international. C'est pour justement répondre à ces soucis d'intégration que les Etats membres de la CEDEAO cherche à mettre en place une monnaie commune dénommée « ECO ». Cette monnaie unique ne sera ce vecteur d'intégration dans des secteurs comme le commerce que si elle était adossée à l'anglais qui est la langue du business mondial par excellence. En effet, la non maîtrise de l'anglais pourrait alors représenter un sérieux handicap dans le cadre de leurs affaires en dehors de nos frontières traditionnelles.

(Coleman, 2013 :57) cite à juste titre, un commerçant ivoirien pour qui, c'est au Ghana qu'il est difficile de faire les affaires, à cause de la barrière de la langue. Car, une fois là-bas, le commerçant ivoirien doit louer les services d'un interprète et c'est ce dernier qui parle à sa place. Malheureusement, il ne comprend rien de ce que se disent les anglophones, entre eux. Si celui qu'il choisit comme interprète, lui dit, « Allons devant ! » parce le fournisseur est trop cher, le commerçant ne fait que le suivre. Pourtant, c'est souvent parce que l'interprète lui-même n'y trouve pas son propre compte. Le commerçant le paie pour son service, mais il passe après pour prendre des ristournes auprès des fournisseurs. Les commerçants ivoiriens en sont informés, mais que faire s'ils sont dans l'incapacité de gérer leurs propres affaires. En effet, la non maîtrise de l'anglais constitue alors un frein pour ces commerçants qui se retrouvent parfois entre le marteau et l'enclume dans un monde anglophone où le système de communication leur échappe carrément. Cette situation leur crée beaucoup de désagréments tels que le manque d'informations qui est pourtant capital dans le monde des affaires.

Pour (Aboudou *et al.*, (2017 : 62), le manque d'informations sur les marchés, les prix et les disponibilités de marchandises est un obstacle de taille qui plombe le développement des activités commerciales des femmes dans la sous-région ouest-africaine. Les 61,7 % des commerçantes enquêtées, n'ont pas accès à l'information officielle, ce qui complique les relations entre commerçantes leurs partenaires dans un environnement hautement concurrentiel. Le défaut d'informations officielles, engendre parfois la saturation des marchés et l'effondrement des prix. Si l'anglais qui est la langue des affaires du Nigeria n'est pas maîtrisée par les commerçants ivoiriens qui y vont régulièrement, ils ne peuvent qu'être à manque d'information. La conséquence immédiate est que ces derniers ne peuvent réellement tirer profit de leurs affaires à cause des anarques, et de la corruption dans le cadre des procédures administratives dont ils ignorent tout.

C'est dans cette perspective que (Aboudou *et al.*, 2017 :60-61) nous informent que deux langues officielles sont pratiquées sur le corridor Abidjan-Lagos, le français et l'anglais. Bien qu'il y ait des réglementations régionales, les spécificités liées aux pays subsistent, et en passant d'un pays francophone à un pays anglophone, les difficultés administratives surviennent. La conséquence immédiate des barrières linguistiques est que les usagers qui fréquentent les marchés se limitent le plus souvent, aux populations

riveraines. En estimant à environ 14 664 000 femmes, l'effectif cumulatif annuel des femmes commerçantes sur le corridor Abidjan-Lagos, l'importance de cet axe commercial pour un pays en voie de développement comme la Côte d'Ivoire reste pourtant indéniable. A cause des barrières linguistiques dues essentiellement à la non-maîtrise de la langue anglaise, les commerçants ivoiriens se donnent des frontières commerciales qu'ils ne sauraient dépasser à ce corridor au risque de s'exposer à des dangers ou à des sanctions administratives. Malheureusement, cela réduit considérablement leur productivité. Car la maîtrise de l'anglais leur aurait permis d'aller partout pour négocier les produits d'importation ou d'exportation pour faire le maximum de profits.

(Coleman, 2013 :54-57) pense même que le recours aux services d'un interprète est nécessaire aux commerçants qui ne parlent pas l'anglais. Mais que ces derniers sont souvent vulnérables à la connivence entre le vendeur et l'interprète lors de la négociation des conditions d'un accord. Malgré, toutes ces difficultés, il estime que le commerçant ivoirien est un exemple, en soi. Il est revendeur de pièces détachées et de bicyclettes et se rend au Ghana, au Nigéria et au Togo pour acheter les marchandises, qu'il revend dans son magasin à son retour. Sa langue maternelle est le « Koyaka » par exemple, mais il a besoin de l'anglais lorsqu'il se rend au Ghana et au Nigéria. Lorsque le commerçant se rendait dès le départ à l'étranger, il n'avait aucune notion en anglais mais il a appris la langue auprès du commerçant plus expérimenté qu'il assistait. C'est dire que la connaissance de l'anglais est d'autant plus importante pour leurs affaires, que les commerçants ivoiriens se donnent tous les moyens de le comprendre, même sur le tas. Ne dit-on pas que « qui cherche, trouve ».

3. La méthodologie

Ce travail est une étude descriptive pour recueillir l'avis des commerçants ivoiriens sur l'importance de l'anglais dans les activités commerciales en Côte d'Ivoire. Nous avons utilisé la méthode quantitative de collecte de données à travers l'usage questionnaire, pour avoir le point de vue de quelques commerçants grossistes du grand marché d'Adjamé sur la question. Nous en avons interrogé 87 commerçants grossistes. Pour réussir cette enquête, le questionnaire comporte trois axes majeurs que sont : l'expression des besoins en anglais dans le secteur du commerce ; la capacité des commerçants ivoiriens à répondre à ces besoins et le rôle de l'anglais dans le domaine commercial. Les questionnaires ont été administrés du 1er décembre au 10 décembre 2022 au grand marché d'Adjamé qui reste le plus grand centre d'affaires de la ville d'Abidjan. Les personnes interrogées ont bien répondu à toutes les questions qui leur ont été posées. Nous les avons ciblées au hasard. Dès lors, tous les commerçants grossistes présents sur ce marché au moment de notre passage avaient les mêmes chances de prendre part à l'étude.

Dans le cadre de ce travail, nous avons convoqué les deux théories que sont : la théorie de la planification des langues et l'hypothèse de Sapir Whorf. La théorie de la planification de la langue semble adaptée à cette recherche dans la mesure où plusieurs langues coexistent depuis des décennies en Côte d'Ivoire. En effet, toute forme d'initiative en faveur de la révision du statut de l'Anglais, une langue étrangère dans le pays, nécessite des dispositions à la fois légales, administratives et académiques. L'usage de l'hypothèse de Sapir Whorf est aussi nécessaire dans cette réflexion étant donné que la Côte d'Ivoire pourrait s'en servir pour s'abreuver de la longue tradition commerciale des Etats voisins anglophones depuis l'époque coloniale. En effet, cette dernière théorie stipule que derrière une langue que l'on apprend, il y a toujours un arsenal culturel qu'on adopte. Les données quantitatives collectées à travers l'utilisation d'un questionnaire seront bien évidemment présentées et analysées de façon quantitative.

4. La présentation et analyse des données.

Dans le cadre de ce travail de recherche toutes les données recueillies sont d'ordre quantitatif. Elles proviennent en effet d'un questionnaire qui a été soumise à quelques commerçants grossistes du grand marché d'Adjamé. Cette enquête a donné l'occasion aux sujets de donner leur avis sur la place de la langue anglaise dans l'essor du secteur commercial de la Côte d'Ivoire, un Etat Francophone. Il s'agit ici de voir si ces commerçants ont souvent besoin de l'anglais dans le cadre de leurs activités quotidiennes pour accroître leur gain.

L'usage de l'Anglais dans le cadre des activités commerciales La présentation des données

Tableau 1 : Le niveau de besoins des commerçants ivoiriens en Anglais

Question 1 : Avez-vous souvent besoin de l'anglais dans le cadre de vos activités commerciales?	Reponses	Nombre de participants	Pourcentage
	Oui	34	39,08%
	Non	70	80,45%
Total		87	100%

L'analyse des données

Sur ce tableau relatif au besoin des commerçants grossistes ivoiriens en anglais, nous notons que 34 sujets sur les 87 commerçants interrogés, soit 39,08% ont souvent besoin de l'Anglais d'une manière ou d'une autre, dans le cadre de leurs activités. Cependant, 70 sujets, soit 80,45% affirment que leurs activités ne nécessitent aucunement pas de connaissance en

Anglais. Nous pouvons en déduire que la majorité des participants à l'étude, n'utilisent pas la langue anglaise durant leurs activités. La Côte d'Ivoire étant une ancienne colonie francophone où la langue française reste la seule langue officielle, d'instruction, des médias et d'affaires, la quasi-totalité de clients s'expriment en français. Même les populations non-francophones qui s'y retrouvent à faire des affaires, se donnent les moyens de communiquer en français pour entretenir leur clientèle. Dans l'ensemble, ces acteurs sociaux ivoiriens ignorent tout de l'importance de l'Anglais dans le monde du business, aujourd'hui. Car, ils traitent avec des partenaires francophones issus des pays limitrophes comme le Mali, le Togo, la Guinée et le Sénégal. Ces commerçants n'ont donc pas besoin de l'anglais pour pratiquer leur commerce en Afrique sub-saharienne du moment où ni les clients, ni la majorité des Etats ne l'utilisent. La langue anglaise semble donc loin d'être une exigence du marché commercial ivoirien dans sa conquête de la sous-région.

Pourtant, ce faible besoin en anglais exprimé par des participants dans le secteur du commerce en Côte d'Ivoire pourrait découler du fait que ce domaine d'activité est essentiellement occupé par les analphabètes et les déscolarisés. Ces derniers n'ayant pas fait de longues études dans l'ensemble n'ont pas un bon niveau en anglais. Ils s'arrangent donc à gérer leurs affaires, en se passant de l'anglais. Il n'y a donc pas d'urgence pour eux, à apprendre l'anglais parce que toute leur clientèle et leurs partenaires utilisent d'autres langues comme le français ou des langues locales dans le cadre de leurs affaires. Lorsque cette catégorie de commerçants grossistes a des problèmes à régler en anglais, comme l'interprétation des notices pour monter ou mettre en marche un nouvel appareil, ils font tout simplement appel aux élèves, aux étudiants, aux enseignants d'anglais, ou même à un interprète pour les dépanner.

Les 34 participants qui manifestent leur besoin en Anglais, sont ces ivoiriens qui pour la plupart ont fait de longues études, mais qui n'ont pas réussi à intégrer la fonction publique. Certains se sont adonnés au petit commerce et ont fini par en faire une activité pleine et entière. D'autres l'ont aussi appris par la reproduction sociale en voulant ressembler à leurs parents. Tous ont fini par en faire une activité professionnelle aux côtés des riches commerçants qui ont noué des partenariats au sein des pays limitrophes, au fil des décennies. Cette catégorie de commerçants grossistes, qui pensent que l'anglais est indispensable à l'essor de leur secteur d'activités, va partout à l'étranger pour vendre ou acheter des produits, même au sein des pays non francophones comme le Ghana et le Nigeria. Face au défi de la concurrence dans un monde de plus en plus mondialisé, ils se rendent dans ces pays limitrophes pour rechercher des produits à moindre coût qui pourraient leur rapporter assez de bénéfices. Une fois là-bas, ils sont obligés de faire face aux barrières linguistiques. Enfin, de nombreux Anglophones provenant des pays comme le Ghana et le Nigeria exercent le commerce des Jeans, des chaussures et des ceintures de « seconde-main ». Ils vont chercher ces produits dans leurs pays d'origines pour venir les revendre en Côte d'Ivoire.

Les commerçants ivoiriens ne sont conscients de l'impact de l'anglais sur leurs activités, que s'ils se heurtent à la réalité du commerce extérieur. En effet, la maîtrise de l'Anglais élargit leur champ d'action commercial dans le cadre de la mondialisation.

La capacité des commerçants à utiliser l'anglais en cas de besoin

La présentation des données

Tableau 2 : La capacité des commerçants à utiliser l'anglais

Question 2 : Parvenez-vous à utiliser l'anglais lorsque la situation l'exige ?	Reponses	Nombre de participants	Pourcentage
	Oui	19	21,83%
	Non	68	78,16%
Total		87	100%

L'analyse des données

Les résultats de notre étude prouvent que c'est seulement 19 soit 21,83% des acteurs commerciaux rencontrés qui sont en mesure d'utiliser l'Anglais en cas de besoin. A l'opposé, 68 des personnes interrogées, ce qui équivaut à 78,16% sont dans l'incapacité de le faire. Ceux qui sont en mesure d'utiliser l'anglais en cas d'urgences professionnelles, l'ont parfois appris soit à l'école, à l'étranger, à travers des formations privées ou encore à travers leur contact avec leurs fournisseurs anglophones. Cela leur donne l'occasion d'interpréter les notices, de négocier convenablement les prix, de se procurer des informations utiles, d'être en sécurité en se conformant aux procédures administratives, d'éviter des dépenses inutiles en s'offrant les services d'un guide. Malheureusement, la majorité des grossistes ivoiriens sont dans l'incapacité de le faire. Cette situation pourrait être due au fait que cette langue anglaise n'est apprise en Côte d'Ivoire, qu'en situation de classe et ce à partir du collège. Dès lors, la quasi-totalité des animateurs du secteur commercial qui sont des analphabètes n'ont jamais été en contact avec l'Anglais. En effet, tous ceux qui vont loin dans les études et qui ont une bonne base en Anglais préfèrent être des fonctionnaires locaux ou internationaux où plus de garanties socio-professionnelles, leur sont offertes. De plus, l'Anglais est très peu utilisé dans les médias et dans l'administration en Côte d'Ivoire. Le faible niveau des ivoiriens en Anglais ne serait donc que le résultat de la négligence dont cette langue fait l'objet au sein des pays Francophones comme la côte d'Ivoire, et ce depuis la colonisation. L'utilisation de l'anglais dans ces secteurs clés finirait par l'imposer aux commerçants locaux au fil des années lorsqu'ils commencent à traiter avec

des partenaires étrangers non francophones qui apportent beaucoup au monde du business.

La contribution de l'anglais à l'essor du secteur commercial en Côte d'Ivoire

La présentation des données

Tableau 3 : L'anglais comme un atout pour le commerce en Côte d'Ivoire

Question 3 : L'anglais vous permet-il d'améliorer votre rendement commercial?	Reponses	Nombre de participants	Pourcentage
	Oui	39	44,82%
	Non	48	55,17%
Total		87	100%

L'analyse des données

Ces données nous prouvent que 39 des acteurs commerciaux interrogés, représentant 44,82%, considèrent que l'usage de l'Anglais dans le cadre de leurs tâches quotidiennes pourrait booster ce secteur socio-économique du pays. En revanche, 48 des participants ayant pris part à l'étude, soit 55,17%, pensent que l'Anglais ne peut rien leur apporter en termes de gain. C'est dire qu'un nombre important de sujets, estime que l'anglais joue un rôle capital dans le domaine du commerce en Côte d'Ivoire, malgré son statut de pays francophone. Cela suppose que ces participants ont soit une idée claire du poids de la langue anglaise à l'échelle mondiale, ou qu'ils ont déjà été confrontés au besoin en anglais dans le cadre de leurs activités quotidiennes, localement ou à l'étranger. La langue anglaise devient de plus en plus inévitable dans le business import-export à l'échelle mondiale. En effet, la quasi-totalité des annonces, des notices, des publicités sont faites en anglais dans les médias et sur internet, pour atteindre le plus de cibles possibles. C'est en cela que nous retrouvons en Côte d'Ivoire, un pays francophone, des slogans de publicités comme « MTN, Everywhere you go » et Orange-Money pour atteindre le plus grand nombre de consommateurs possibles.

La maîtrise de l'anglais offre de nouvelles possibilités aux artisans ivoiriens en termes de clientèle, de formation, et de partenariat. En effet, la longue expérience commerciale des pays Anglophones de la sous-région comme le Ghana pourrait nous être d'une grande utilité. Car contrairement aux anciennes colonies françaises, l'administration britannique a envoyé des « agriculteurs » et des « commerçants » pour administrer ses colonies. Pour les populations issues des pays limitrophes comme le Ghana, le commerce est loin d'être l'affaire des analphabètes. C'est plutôt le fruit de la formation, d'une culture même. Leur expertise en la matière pourrait servir les

commerçants ivoiriens au cours de séminaires de formation à travers des partenariats sud-sud. Cela permettrait à de nombreux apprenants ou diplômés ivoiriens de s'intéresser au secteur commercial qui ne sera plus perçu comme un tremplin, mais plutôt comme un faisceau d'opportunités d'emplois stables. En effet, le sens élevé de la bureaucratie chez l'ivoirien, fera alors place à l'esprit d'entrepreneuriat que les autorités politiques cherchent à promouvoir de plus en plus. L'implémentation d'une telle politique pourrait à la longue, s'élargir à d'autres secteurs d'activités en Côte d'Ivoire.

Pour ce qui est des 48 sujets qui pensent que l'Anglais ne saurait favoriser l'essor de leurs activités, ils se basent sur la situation de l'anglais en Côte d'Ivoire. En effet, cette langue reste confinée dans les salles de classe. Il y a de très fortes chances que ce groupe de commerçants n'ait pas fait de longues études, seule gage pour les apprenants ivoiriens de se familiariser un tant soit peu d'avec l'anglais. De plus, ces commerçants semblent ne pas entreprendre de business en dehors de nos frontières traditionnelles. Ils font leurs affaires dans les pays francophones de l'Afrique de l'Ouest comme le Togo. Ces commerçants n'ont donc pas encore été confrontés aux difficultés dues à l'incapacité d'un homme d'affaire à utiliser l'anglais dans un monde de plus en plus concurrentiel. Le monde des affaires en Côte d'Ivoire, ne leur donne-t-il pas raison ? Car les clients en Côte d'Ivoire n'utilisent pas l'Anglais. La plupart des ivoiriens ne savent même pas que cette langue existe. Les médias ne l'utilisent pratiquement pas. C'est seulement TV2 qui fait une seule émission dénommée « Hello » tous les dimanches en Anglais. Dès lors, les ivoiriens ne peuvent que s'exprimer en Français et/ou en « Dioula », deux langues d'affaires auxquelles ils sont familiers dans le cadre de leur négoce dans la sous-région, au risque de réduire considérablement leur champ d'affaires. En effet, la non utilisation de l'anglais les empêchent de tirer le maximum de profits du marché nigérian qui reste le plus gros marché sous-régional.

5. La discussion des données

Ce travail montre l'incapacité de la majorité des personnes interrogées à utiliser l'anglais dans le cadre de leurs activités quotidiennes lorsqu'elle se retrouve à l'étranger, notamment dans les pays anglophones au sein de la sous-région. Cet avis est aussi partagé par Coleman (2013) qui explique que les résultats de son étude en Afrique francophone stipulent que 41 commerçants (48%) ont rapporté qu'ils pouvaient parler l'anglais dans une certaine mesure. Cependant, aucun d'entre eux n'avait le sentiment que son anglais était « très bon » et le plus grand groupe (22 personnes, 26%) trouvait que son niveau en anglais était « faible ». Il va plus loin pour dire qu'une majorité des personnes interrogées (24 sur 41 personnes, 59%) ont dit qu'elles avaient appris l'anglais à l'école. Mais un pourcentage important (19 personnes, 46%) a affirmé avoir appris l'anglais grâce à leurs voyages,

et grâce à l'achat et à la vente de marchandises dans des pays limitrophes ou dans d'autres endroits du monde.

Les résultats de cette recherche démontrent aussi que les commerçants ivoiriens n'ont souvent besoin de l'anglais, que pour développer leur business hors de la Côte d'Ivoire, notamment dans la sous-région ouest africaine. Buyck (2017) pense au contraire que l'anglais s'utilise déjà dans tous les compartiments de la société ivoirienne, lorsqu'il dit que l'anglais est partout en Côte d'Ivoire. Il est la langue de la mondialisation dans le cadre des affaires, de la politique et de la diplomatie internationales. Pour lui, cela se voit sur les posters publicitaires à travers le pays. Dans cette même veine, (Assamoi, 1983 : 272) soutient que l'anglais s'utilise en Côte d'Ivoire dans le commerce, dans l'industrie, dans la recherche, pratiquement à tous les niveaux scientifiques et techniques, pour la rédaction des documents.

Les données de cette étude nous interpellent sur le fait que l'anglais, la langue mondiale par excellence, constitue un atout supplémentaire pour les commerçants grossistes ivoiriens dans la sous-région. (Coleman, 2013 :214-215) abonde dans le même sens pour dire que son étude a, certainement pour la première fois, fait des recherches sur la place de l'anglais dans l'économie informelle en Afrique de l'Ouest francophone. Elle a découvert, contre toute attente, que l'anglais est l'une des langues les plus importantes que ces populations emploient ; les personnes interrogées le mentionnent moins souvent que le français certes, mais plus fréquemment que le wolof et le moré.

Conclusion

Ce travail de recherche évalue le rôle de l'anglais dans l'essor du commerce extérieur de la Côte d'Ivoire au sein de la sous-région ouest-africaine. Pour atteindre cet objectif, nous avons utilisé la méthode quantitative pour collecter et analyser le point de vue des commerçants grossistes du grand marché d'Adjamé sur la question. Les résultats de l'étude montrent que la langue anglaise représente un atout supplémentaire pour les commerçants de Côte d'Ivoire pour booster leurs activités. Cependant, pour que cela soit possible, des réformes à la fois administratives et académiques sont nécessaires, pour réviser le statut de l'anglais en Côte d'Ivoire. L'anglais pourrait donc cesser d'être une langue étrangère pour s'utiliser désormais dans les médias locaux, dans l'administration, et dans le monde business. En effet, bien que la Côte d'Ivoire soit un pays francophone, 39,08% des participants à cette étude, sentent parfois un besoin en anglais au cours de leurs activités professionnelles. De plus, 21,83% des participants prétendent qu'ils peuvent s'exprimer en anglais, si leurs activités l'exigeaient. Enfin, 44,82% participants considèrent que la maîtrise de l'anglais leur permet de rehausser leur productivité. En somme, même si la majorité des acteurs commerciaux continuent de relativiser le rôle de l'anglais dans le milieu commercial en Côte d'Ivoire, force est de reconnaître que le poids international de cette langue, pourrait aider les commerçants ivoiriens à

diversifier davantage leurs activités, leurs partenariats et même leurs destinations professionnelles.

Bibliographie

Aboudou et al. (2017), *Etude sur les problèmes spécifiques que rencontrent les femmes commerçantes sur le corridor Abidjan Lagos*, in programme food across borders (PROFAB).

Buyck Egon (2017), « L'anglais, langue étrangère vs la Langue locale dans le discours publicitaire : étude de cas sur le rôle de la compréhension dans l'appréciation des slogans publicitaires », in *Universiteit Gent*.

Coleman Hywel et al. (2013), *La langue anglaise en Afrique de l'ouest francophone*, in British Council.

Assamoi Odi Georgette (1983), *L'Enseignement de l'Anglais en Côte d'Ivoire de 1946 A 1977*, Thèse pour le Doctorat d'Etat, Université de la Sorbone Nouvelle (PARIS III).

Kothoni Rachidi et al. (2019), « Potentiel d'expression de échanges commerciaux entre les pays francophones d'Afrique de l'Ouest », in *Etudes et analyses de l'observatoire de la francophonie économique, Rapport de OFE RP N°1*.

Bamba Karim et Traore Sourou (2019) "English and the Issue of Development in Francophone Countries : the case of Côte d'Ivoire", in *Revue internationale de linguistique Didactique de langues et de traductologie, Revue flaly no 9, second semestre*.