

## Jeux d'argent et de pouvoir au Zaïre :

### La « bindomanie » et le crépuscule de la Deuxième République\*

**B**INDO-PROMOTION sert des taux de rémunération qui varient entre 500 et 800 pc pour une renonciation à ses avoirs de 45 jours francs. La Banque du Zaïre rémunère les bons du Trésor par des taux d'intérêt compris dans une fourchette de 34 à 45 pc par an (Tshiunza Mbiye, « Le marché parallèle du zaïre-monnaie fait recette », **Le Soft de finance**, n° 29 du 6 mai 1991, p. 8).

Dans un pays où le secteur informel induit désormais la politique de la circulation monétaire, renversant ainsi les termes de la rationalité et les livrant à la merci du hasard, tout devient possible et la voie peut être ouverte à l'arnaque. Ces agences de ristourne inquiètent pour plusieurs raisons. D'abord parce qu'à une situation économique, il se trouve une réponse d'ordre politique, où la démagogie du sensationnel prend le pas sur le devoir d'incitation à l'effort. Ensuite, du point de vue juridique, ces agences n'ont pas de statut clair : elles se posent comme des mutuelles, c'est-à-dire comme une réunion d'actionnaires familiers — qui se connaissent — ayant un idéal commun d'entraide, alors qu'elles fonctionnent en fait comme des sociétés anonymes... Et comme toujours en pareil cas, les réactions de la population sont troubles, partagées entre le pouvoir de l'avoir et le complexe de culpabilité. Le pouvoir de l'argent, on le sait, est toujours lié à l'obsession de la faute, parce que, de par les schémas sociaux de challenge le mythe de l'enrichissement facile est une sorte de tricherie au jeu de la compétition. Il n'est donc pas étonnant que, dès le lancement des premières agences de ristourne, le subconscient collectif se soit indigné, et qu'il ait produit, à travers le radio-trottoir, toute une mythologie de la malédiction... (Lye M. Yoka, « La ville devient un cirque » allu-

sion à *panem et circenses*, **Le Soft de finance**, n° 29 du 6 mai 1991, p. 12).

*Il y a beaucoup d'interprétations quant au but du jeu Nguma. Pour moi, l'opération Nguma est une assistance sociale organisée par quelqu'un de bonne foi dont il est difficile de comprendre les intentions profondes de l'organisateur (sic). Ce dernier ne nous intéressait même pas et nous ne le connaissons pas jusqu'à présent (I-1, Kayonga, p. 5).*

Selon la presse zaïroise du début du mois de juin 1991, la population kinoise aurait englouti dans l'ensemble des promotions l'équivalent du budget annuel de l'État, c'est-à-dire quelque 200 milliards de zaïres. Kakese Vinalu, dans l'article intitulé « Les faces cachées du phénomène Bindo et consorts », affirme :

*« Il n'est pas rare en effet qu'on apprenne qu'un musicien de renom aurait placé plus de 30 millions ; qu'un PDG de la presse officielle aurait misé l'équivalent de 170 millions, et un de ses directeurs aurait placé 50 millions : qu'un dignitaire de service de l'ordre aurait lui aussi placé plus de 500 millions, etc. (1). »*

Le principe des promotions a été fort simple : transformer les billets de banque, qui se trouvaient en circulation ou qui étaient thésaurisés, en monnaie scripturale dont la valeur réelle s'érode très rapidement dans le contexte de l'hyperinflation. Les promoteurs échangeaient immédiatement les dépôts reçus en devises étrangères pour spéculer sur les taux d'échange, ou remettaient les billets de banque en circulation à l'intérieur du pays pour s'assurer des alliances politiques. Cela nous conduit au nœud de la question des promotions : s'agissait-il d'une escroquerie financière ou bien d'une opération politique ? Probablement, comme toujours dans l'histoire de la Deuxième République (contrairement à la déclaration du président Mobutu du 24 avril 1990, la Troisième République n'est toujours pas née), il s'agit du côté pile et du côté face de la même pièce de monnaie, la politique et l'enrichissement étant inséparables. Ce n'est pas seulement la politique active qui conduisait néces-

\* Ce texte est en partie fondé sur des enquêtes réalisées à Kinshasa en juillet 1991 auprès des anciens « joueurs » et organisateurs. Ces enquêtes auxquelles je me réfère par l'indication I, suivie d'un numéro de série, ont été financées grâce à une subvention de l'Université Laval accordée dans le cadre de la Bourse Killam. Elles ont été dirigées à Kinshasa par le professeur Sabakinu Kivilu, titulaire de la chaire de civilisation bantoue à l'Université de Kinshasa. Nous avons eu l'intention de rédiger une analyse

conjointe du phénomène des « promotions » mais, malheureusement, la rupture de communications entre le Zaïre et le reste du monde a rendu ce projet irréalisable dans les délais imposés.

Je remercie Monsieur Biaya T.K. pour ses précieux commentaires du manuscrit de cet article. Les opinions, les erreurs ou les omissions sont de ma seule responsabilité.

(1) *La Semaine*, n° 69, du 26 avril 1991, p. 10. Un dollar US valait alors entre 3 000 et 4 000 zaïres.

sairement à l'enrichissement personnel ; c'est aussi l'acquisition d'une fortune qui menait obligatoirement à l'entrée dans le jeu politique. L'un des hommes d'affaires zaïrois des plus dynamiques l'a appris à ses dépens : il avait été exproprié en 1986 d'un petit empire de 250 millions de dollars d'actifs qui employait 1 300 ouvriers et incluait la Banque de Kinshasa, parce qu'il avait refusé d'entrer dans la danse.

## **Bindo promotion**

La promotion Bindo, que son propriétaire présente comme « une agence conseil en sponsoring » (il refuse le terme de banque), offrait, pour la majeure partie de la période qui nous intéresse ici, le terme de 45 jours ouvrables. Selon le promoteur, il y aurait deux programmes, *Samedi fric* et *Cadeau surprise*, dont seul le second semble connu du public. Il comporterait quatre options : *Cadeau surprise*, *Super marché*, *Super fiche* et *Superbe maison cadeau surprise*. Seuls *Super fiche* et *Super marché* semblent effectivement connus. Pour les deux, le dépôt minimum de 40 000 zaïres donnait à terme 200 000 zaïres. Le dépôt de 280 000 zaïres produisait à terme 2 500 000 zaïres. Une fiche était établie au nom de chaque déposant qui en obtenait une copie à titre de reçu. A l'échéance du terme, il y avait deux formes de paiement, le versement en espèce pour *Super fiche* et le retrait en nature (appareils ménagers et électroniques) pour le *Super marché*. Dans la pratique, le bénéficiaire pouvait combiner les deux formes de paiement.

Ses autres options, comme son autre programme, semblent n'avoir jamais connu un début d'application et certains de ses projets ne peuvent être identifiés à un programme ou à une option. Au début du mois de mai, il annonça un programme offrant une voiture Audi ou BMW pour un dépôt de 300 000 zaïres. De même, son programme d'acquisition d'une maison contre un dépôt au montant non spécifié semble n'avoir jamais fonctionné. Les deux ont été des lapins qu'il tirait de son chapeau pour déjouer la concurrence et attirer de l'argent frais alors que depuis le 24 avril 1991 il connaissait des difficultés de paiement. L'homme a certainement eu le sens du spectaculaire. La seule profession antérieure que je lui connaisse est celle d'animateur et de producteur de télévision. Il dit avoir aussi dirigé une agence de publicité. L'objectif déclaré de son « entreprise » était « de lutter contre la criminalité, le cambriolage et la tension sociale ». Le secret de son succès, « être original c'était la seule façon de réussir » (interview parue dans *Le Soft de finance*, n° 23 du 28 février 1991, p. 13). Sa promotion opérait à partir de bureaux fixes.

La promotion Nguma, appelée d'abord Longindo, s'est installée exclusivement dans les établissements d'enseignement supérieur. En principe, seuls les étudiants étaient autorisés à y effectuer des dépôts. Il semble aussi que les étudiants étaient en charge de l'organisation de la promotion dans chaque établissement ; dans certains cas on signale aussi la participation du personnel enseignant. Le dépôt minimum était de 3 000 zaïres, le terme de 3 jours. Le plafond de dépôts par institut était de 50 000 000 zaïres par jour ; celui du dépôt par personne et par jour aurait été de 500 000 zaïres. Dans la pratique, les plafonds n'ont pas été respectés pour deux raisons. Tout d'abord les organisateurs percevaient un pourcentage des recettes (certains témoignages émanant des organisateurs le nient) et ensuite, très vite, chaque institut semble être devenu très autonome dans sa gestion quotidienne comme l'affirme un témoin :

*« Nous avons instauré le système de remboursement à partir des recettes locales. On allait déposer seulement la différence puisque généralement on faisait plus de recettes chaque jour »* (I-1, Bunga, p. 2).

De la même manière, les interviews réalisées en juillet 1991 laissent entendre que le terme variait d'un établissement à l'autre et avait tendance à se raccourcir pour s'établir à 2 jours. Ceux qui participaient à l'organisation dans chaque établissement bénéficiaient d'un terme réduit de 50 %. A l'échéance, le déposant recevait le double du dépôt. Il n'y avait pas de bureaux fixes connus du public.

Chaque établissement avait son « Gentil organisateur général », le GOG, qui s'adjoignait quelques « Gentils organisateurs auxiliaires », les GOA. Notons ici une allusion directe à un autre rêve emprunté à l'Occident, celui des annonces du *Club Méd* : homme beau et riche, belles filles et oisiveté. La tâche principale des GOA était de maintenir le contact entre le GOG et les chefs de promotion. A partir des listes de chaque promotion dont ces derniers disposaient dans chaque établissement en vertu de leur fonction (il s'agit d'une fonction d'encadrement imposée par la Jeunesse du MPR — Mouvement populaire de la révolution — obligatoire dans chaque établissement d'enseignement), on inscrivait le montant de dépôt de chacun. Une fois par jour, les chefs de promotion remettaient les recettes à un GOA. Le GOG centralisait les recettes des GOA et les remettait au bureau central. Il apportait également la provision pour les retraits. L'organisateur de chaque établissement pouvait devenir une sorte de chef de réseau s'il parvenait à implanter la promotion dans un autre établissement ; il devenait alors *nguma*. Les interviews de juillet 1991 laissent entendre que la question de l'implantation dans un autre établissement se réduisait surtout à celle du partage de la commission de 10 % sur les recettes.

Compte tenu de la courte période du fonctionnement de cette promotion, entre deux et quatre semaines, les organisateurs ont pu constituer des fortunes fabuleuses, même si elles étaient illusoires. En voici quelques témoignages. Un étudiant devenu *nguma* pour deux semaines confie :

*« Je vous révèle que j'ai pu rapidement constituer une somme de 140 000 000 zaïres et cela grâce aux relations que j'ai tissées autour de cette opération. Tout mon argent, tout l'argent que j'aurais gagné est bloqué » (Kayonga, p. 9).*

Un autre affirme :

*« Personnellement j'ai perdu mon temps. J'ai vraiment perdu et je ne garde présentement aucun souvenir. Je n'ai qu'une montre. Tout ce que j'ai amassé est bloqué. Au total, j'ai 52 300 000 de zaïres que le nguma n'a pas vomis » (I-1, Bunga, p. 3).*

Le troisième, un chef de promotion, n'a réussi à se constituer qu'un montant plus faible, mais étant plus prudent, il a sauvé sa mise.

*« En ce moment, j'ai 15 000 000 de zaïres qui sont bloqués puisque Nguma n'a pas "vomi". Certes, c'est une perte énorme. Dès le départ j'ai récupéré mon capital. Ce sont les intérêts que je faisais multiplier. Avec mon capital, j'ai obtenu des devises que je garde encore. Ce sont surtout les étudiants prudents qui ont profité de Nguma promotion. J'en connais qui se sont équipés en appareils électro-ménagers, il y en a même qui ont acheté des voitures » (I-1, Kapia, p. 2).*

### **« Le panier de la ménagère »**

---

La promotion « Le panier de la ménagère » s'est présentée comme un concurrent de la « promotion Bindo » mais n'a fonctionné qu'un mois. On l'appelait aussi Masamuna, du nom de son directeur général. Il y avait un droit d'inscription initial de 1 000 zaïres qui est passé ensuite à 5 000 zaïres. Le montant minimum de dépôt était de 30 000 zaïres, le terme était de 7 jours et le taux d'intérêt de 100 %. Le plafond du dépôt par personne était fixé à 3 millions de zaïres. Un montant plus élevé pouvait être déposé avec l'autorisation du promoteur. La maison opérait à partir de bureaux fixes installés soit dans les entreprises, soit dans les bureaux de l'administration d'État et les dépôts étaient inscrits sur

des fiches. Le 24 avril, le président de la promotion, Masamuna Kilema, a annoncé un nouveau programme qui devait entrer en vigueur le 1<sup>er</sup> juin 1991. Chaque détenteur d'une attestation certifiant qu'il en a été membre pendant au moins une semaine pouvait effectuer des achats dans tous les magasins de Kinshasa en ne payant que 50 % du prix. La promotion paierait à sa place le reste. Cette annonce a, de toute évidence, visé l'option *Super marché* de Bindo dont les premières difficultés ont commencé ce jour-là. Voici le témoignage d'un « membre » de cette « mutuelle » :

*« J'ai commencé avec 10 000 000 de zaires et j'ai atteint quelques temps après une forte somme. J'ai acheté une voiture VW et j'ai économisé une petite somme. Le reste est bloqué dans tous ces jeux. J'ai pensé gagner au total une bagatelle somme de 150 000 000 de zaires que j'ai pensé investir ailleurs »* (I-1, Mabanzo, p. 1, un couturier qui a fait ses dépôts à la promotion *Panier de la ménagère*).

L'activité des promotions, limitée pour l'essentiel aux mois de mars et avril 1991, a pris place à Kinshasa, la ville qui abrite quelque 10 % de la population du Zaïre. Il s'agit du seul endroit du pays où la circulation monétaire est très rapide et intense.

Après une nette accalmie en avril, alors que le taux d'inflation tombait à 12 % par mois (en mars, la dépréciation du zaire monnaie n'avait été que de 13 %), une formidable pression inflationniste a repris de plus belle. Ces deux mois correspondent à l'apogée de l'activité des « promotions » alors que toutes les liquidités disponibles non seulement en ville mais dans presque tout le pays (de nombreux hommes et femmes d'affaires sont venus à Kinshasa avec tous leurs avoirs pour les placer dans les « promotions ») y ont été placées.

Le témoignage qui suit confirme la stagnation économique engendrée par les promotions. Un commerçant de 53 ans qui habite Kinshasa depuis 1944 raconte avoir investi d'abord 560 000 zaires (deux fiches de 280 000 zaires) dont il a été crédité après 55 jours de 5 000 000 zaires. Il augmente alors le dépôt de 11 000 200 zaires dont il compte retirer à l'échéance 50 000 000 mais la promotion fait faillite. Il dit :

*« Quelques-uns ont gagné avec des appareils électro-ménagers et autres. Ils sont parmi ceux qui ont joué les premiers. Cependant, avec l'espoir de gagner plus, tout ce qu'on gagnait on injectait encore plus dans l'opération. Et, quand l'affaire a mal tourné, personne ne dit avoir bénéficié de Bindo »* (I-1, Mboso, p. 2).

Il en résulta un fort ralentissement de l'activité économique et

la dépréciation du zaïre par rapport aux devises étrangères. Dans le cas de Bindo, l'inflation et surtout la dépréciation du zaïre, accompagnée de la spéculation sur le taux d'échange, ont diminué d'autant la valeur du remboursement à terme qui était en mars de 45 jours ouvrables pour passer ensuite à 60 à la fin avril, juste avant la faillite. Cependant, pour les deux autres « promotions » importantes, *Panier de la ménagère* et *Nguma*, dont les termes variaient entre deux et sept jours, ces considérations ne jouaient que dans le cas où le dépôt et les intérêts étaient constamment réinvestis. Ce qui, une fois la confiance des déposants acquise, semble avoir été le principe majeur du fonctionnement des promotions. Le directeur général du « Panier de la ménagère » a souligné, en avril : « *Pour demeurer membre effectif, il faut que chaque mouvement de retrait soit suivi d'un autre versement de la part du bénéficiaire* » (*La Semaine*, n° 86 du 26 avril 1991, p. 10). Toutes les promotions se présentent d'ailleurs comme fondées sur le principe de la « ristourne » (en français), bien connu à Kinshasa depuis au moins les années 1950, et dont la forme la mieux connue a été le *likelemba*, une sorte de mutuelle d'économie opérant hors des circuits bancaires.

En nous plaçant donc exclusivement sur le plan de l'escroquerie financière, il faut souligner la transformation des avoirs liquides en monnaie scripturale, les « institutions » informelles n'offrant aucune garantie. Une fois la confiance du public acquise, après quelques remboursements spectaculaires des dépôts au taux dépassant souvent l'équivalent de 8 000 % par an, les promoteurs se sont trouvés en possession d'une masse monétaire supérieure à celle dont disposait la Banque du Zaïre et les banques commerciales réunies. Malgré une baisse du volume de la demande, puisque l'argent était placé en dépôts à terme, la pression inflationniste, après une courte accalmie, a repris de plus belle.

La spéculation foncière constitue un des autres aspects proprement économique des promotions. L'argent liquide obtenu sous forme de dépôts a été en partie investi en achats de terrains urbains et de maisons que les gens vendaient à bas prix pour participer au jeu d'argent.

Un dernier point important de l'aspect financier est ce qu'on appelle à Kinshasa le « bradage » de l'argent, c'est-à-dire la spéculation sur les taux d'échange et sur les devises étrangères elles-mêmes. La demande des devises ne cessait d'augmenter depuis la forte accélération du taux d'inflation en 1990 et un climat d'insécurité incitait les étrangers à convertir leurs recettes journalières en devises. L'accélération de l'inflation avait bientôt poussé tous les acteurs économiques à agir de la même manière, y compris les petits entrepreneurs zaïrois et les salariés moyens. Je connais personnellement des propriétaires d'ateliers de couture qui changeaient chaque jour leurs recettes en devises. Les professeurs d'université

dont le salaire le plus élevé était alors équivalent à 100 dollars US par mois dépensaient immédiatement leur paie ou en changeaient une partie en devises.

Les « promotions » ont aussi entraîné le retrait du marché des devises des petits agents qui avaient préféré placer leur argent chez Bindo, comme le déclare une « échangeur » au journal *La Semaine* (n° 69 du 26 avril 1991, p. 10) :

*« Au lieu de perdre son temps sous le soleil le long du boulevard, il vaut mieux mettre son argent en un endroit sûr et où l'intérêt sensible est perçu sans effort et sans risque. »*

Selon l'ANEZA (association du patronat) citée par *Le Soft de finance* (n° 31 du 30 mai 1991, p. 7) :

*« L'observation sur une longue période (1990 à 1991) de l'inflation et de la dépréciation monétaire met en évidence une forte corrélation entre ces deux indicateurs (...) les observations du zaïre-monnaie réalisée lors de la première semaine de mai font apparaître une reprise de la dépréciation du taux de change... »*

Au plan proprement économique, les promotions sont donc avant tout une spéculation sur l'argent. Tout le monde sait au Zaïre que la forte présence des Levantins dans les opérations de commercialisation de l'or et des diamants provenant des exploitations artisanales autorisées depuis 1986 est associée au blanchiment de l'argent provenant du commerce mondial des narcotiques. L'argent sale converti au marché parallèle en zaïres sert à acheter les matières précieuses dont la vente en Occident procure de l'argent propre. Il existe probablement un lien entre les « promotions » et la stratégie financière de ces opérations de blanchiment d'argent.

Mes informations situent le début des activités publiques de la maison de placement Bindo au dernier trimestre de 1990 (2). L'arrivée à échéance des premiers termes et les premiers remboursements des mises avec primes ont dû avoir lieu avant que la « promotion » ne devienne bien connue entre janvier et février 1991. Il n'est pas clair quelle était alors la durée du terme puisque Bindo aurait commencé ses activités avec un terme de 10 jours. Radio-Trottoir répand alors la nouvelle de l'enrichissement de quelques heureux. Dans l'hypothèse fort vraisemblable de l'implication des barons de la Deuxième République, et selon certains du président Mobutu lui-même, il est possible que les services de sécurité, qui ont l'habitude de lancer des bruits, se soient chargés de donner à ces nou-

(2) Bindo Bolembé affirme dans l'interview au *Soft de finance*, n° 23 du 28 février 1991, p. 13, que son entreprise a été lancée il y a sept mois...



velles l'ampleur nécessaire afin d'accorder à la promotion Bindo une existence encore plus officielle. C'est à ce moment qu'a débuté une campagne médiatique à la radio et à la télévision. Cette campagne confère à Bindo un caractère au moins officieux et suggère une implication, sinon de l'État en tant qu'institution, du moins de son « propriétaire », le Président. Cependant l'insistance de Bindo Bolembé sur le fait qu'il n'a fait que s'inspirer des idées du président, qui demeure cependant totalement étranger à l'entreprise elle-même, est troublante. Dans une longue interview parue dans *Le Soft de finance*, du 28 février 1991 (n° 23, p. 13), Bindo déclare :

« *Je voudrais faire comprendre aux gens que je n'utilise pas le nom du Président de la République pour faire ce que je fais. (...) Venons maintenant à la ristourne des mamans... L'idée est encore partie du Président de la République. C'est lui qui a lancé cette idée, en fait, ce n'est pas moi. Je veux dire ceci : s'il n'avait pas appelé les mamans à tirer profit du likelemba (ristourne), peut-être que, moi, je n'aurais rien inventé. (...) Ma légende (sic) est de construire à partir de l'idée de l'autre, Mobutu.* »

J'ai personnellement la conviction que la promotion Bindo n'a pas été lancée par le président Mobutu mais par ses proches qui l'ont quitté, ceux qu'on appelle habituellement les dinosaures du clan Kengo wa Dondo et qui ont fondé en avril (après le refus des catholiques d'Ileo de les admettre en tant que bloc) un nouveau parti politique, l'Union des démocrates indépendants. *La semaine* du 26 avril 1991 (n° 69, p. 5) a alors titré : « *L'UDI, une opposition de milliardaires ?* » Si mon intuition est juste, il s'agissait de suggérer l'implication de Mobutu pour éventuellement se servir d'une apparente garantie que donnerait sa fabuleuse fortune. L'objectif principal aurait été d'entamer son prestige d'homme tout puissant lorsque interviendra la faillite que ces entrepreneurs très habiles avaient dû inclure dans leur calcul. La promotion Bindo me semble avoir été lancée comme un instrument de réhabilitation politique du clan Kengo et secondairement pour démontrer que le vieux léopard n'était plus aussi puissant qu'il le semblait.

Entre temps, il s'est produit un événement qui a laissé entendre que le président conservait une certaine emprise politique sur les promoteurs sans qu'on puisse exclure un autre piège dans lequel il serait tombé en endossant la responsabilité du jeu des autres. Presque un an après le massacre du 11 mai 1990, la réouverture de l'Université de Lubumbashi avait entraîné le retour dans cette ville des étudiants et du personnel universitaire dont un certain nombre, se trouvant alors à Kinshasa, avait investi dans *Bindo promotion*. Le président, soucieux d'éviter d'autres troubles relatifs à ce dossier où il avait été personnellement mis en cause et surtout où il

a essuyé son premier grand échec international, a ordonné que Bindo paie tout de suite, sans tenir compte du terme, le capital et les intérêts prévus à l'échéance. La maison de placement s'est exécutée, confirmant implicitement le bruit qu'il s'agissait en réalité d'une entreprise présidentielle qui fonctionne, comme tant d'autres, sous un prête-nom. Ce paiement avant terme, même limité aux personnes retournant à l'Université de Lumbumbashi, a confirmé dans l'esprit de la population kinoise qu'il ne s'agissait nullement d'une banque, d'autant plus que personne ne lui connaissait un investissement quelconque. Pour certains, Bindo connaissait un moyen occulte de multiplier l'argent ; pour d'autres, la durée du terme ne serait qu'une manière de déguiser un geste d'assistance sociale de la part d'un mécène occulte, enfin touché par la misère du peuple. Pour d'autres encore, cela avait été un acte politique pour regagner la popularité à l'approche des élections présidentielles de la fin d'année, peut-être même une mesure d'apaisement social avant l'éventuelle tenue du sommet de la francophonie.

L'ordre du remboursement anticipé semble avoir ouvert aux barons du régime la chasse à l'argent provenant de promotions. Les généraux et d'autres personnes arrivaient avec des coffres contenant des dizaines, voire des centaines de millions de zaïres exigeant, comme ceux de Lubumbashi, un paiement immédiat avec la prime prévue à l'échéance.

Penchons-nous un instant sur les conséquences politiques qu'ont eu les promotions. Cela pourrait nous permettre de mieux identifier les forces politiques qui pouvaient se trouver derrière cette grande escroquerie. La question centrale concerne évidemment le rapport entre la conception et le fonctionnement des promotions, d'une part, et le système étatique, incluant l'appareil de sécurité, d'autre part. Rappelons qu'au moment où les promotions apparaissent, le parti-État n'existe plus en principe. Cependant, ses composantes, le parti et l'État, existent, même si elles sont, désormais, légalement séparées l'une de l'autre et soumises à la nécessité, surtout dans le cas du MPR, de mobiliser un certain appui de la population kinoise pour couper court aux spéculations sur leur disparition. Le retour au MPR du père-fondateur a accentué la nécessité de maintenir le MPR présent sur la scène politique kinoise. Mobutu l'a d'abord abandonné pour se donner l'allure d'un arbitre neutre mais sa propre constitution de 1974 l'a forcé à revenir au parti orphelin, puisque cette constitution lie l'office de président de la République à la présidence du parti unique. L'opposition n'a pas manqué de le remarquer, après son retrait du parti, puisqu'elle était en pouvoir d'exiger la démission du président. Les « promotions » — plus précisément leur faillite — ont permis paradoxalement, et pour une courte période, au MPR de remplir les stades lors des meetings politiques de mai et juin 1991. Les déposants ruinés atten-

daient désormais un miracle du MPR plus que du Président qui n'osait plus se déplacer en cortège entre l'aéroport et le centre-ville. Si mon hypothèse voyant derrière Bindo la main du clan Kengo est exacte, l'un des buts de l'opération avait été atteint : le léopard n'était plus craint, respecté.

Deux semaines après le début de l'insolvabilité des promotions qui s'est marqué le 10 mai par l'arrêt des paiements de la promotion Nguma, *Le Phare* (n° 68 du 24 mai 1991, p. 3) publie un article intitulé : « Bindomanie. La cabale a échoué ! », qui s'ouvre par l'affirmation suivante :

*« Tout se passe comme si, quelque part, existe une volonté délibérée d'exaspérer le peuple zairois, de l'amener à des réactions incontrôlées qui pourraient justifier aussi bien la répression que la reprise en mains au nom du sacro-saint principe de la protection de l'ordre public. L'hypothèse la plus plausible donc est celle d'une terrible machination, dès lors que l'objectif de mécontenter la population pour l'amener à exacerber ses réactions restait évident. Cela justifie le fait que les concurrents de Bindo se sont paradoxalement tous retrouvés par terre, presque au même moment que celui dont ils avaient cherché à améliorer le principe (...) les derniers promoteurs qui se permettaient encore d'honorer leurs engagements se sont subitement évanouis dans la nature. Comme par enchantement. D'autres ont reçu des visiteurs suspects qui semblaient uniquement s'intéresser à savoir pourquoi les paiements continuaient. Le message a été compris et les agences se sont vidées. »*

Passons aux conséquences politiques directes des promotions que sont la démobilisation politique et la recrudescence de la violence. La promotion Nguma semble avoir eu pour but de détourner les étudiants de la politique et ponctuellement de faire échouer la grande manifestation prévue par le clergé catholique pour le 21 avril, manifestation sur laquelle le principal parti d'opposition l'UDPS (Union pour la démocratie et le progrès social) voulait greffer la sienne. A quelques dix jours de l'événement, la situation semblait explosive dans la capitale et la prise du pouvoir par l'opposition, à l'issue de la manifestation, semblait plus que probable.

Sans qu'il soit possible de s'assurer de l'exactitude de la mémoire urbaine, les personnes interrogées trois semaines plus tard, soutenaient que la première échéance de Nguma tombait le lendemain de la marche prévue. Il semble peu probable qu'il s'agissait de la toute première échéance, puisque la promotion devait se faire connaître et pouvoir pénétrer le milieu, même si la campagne médiatique de Bindo en mars/avril lui avait pavé la voie. Il est néan-

moins certain que cette date constituait une des premières échéances de Nguma dont le terme n'était alors que de 4 jours. Le « Panier de la ménagère », que la rumeur liait au fils de Mobutu, Manda (3), avait été créé le 31 mars et les premiers bénéficiaires avaient touché le double de leur dépôt le 6 avril. Vers la mi-avril commence une campagne frénétique de publicité et d'installation des nouvelles agences. Une annonce pleine page de l'installation de nouveaux bureaux parue dans *Le Phare* (n° 63 du 19 avril, p. 12) cite Masamuna Kilema affirmant que ce sont les responsables de la zone (circonscription urbaine) qui ont sollicité ses services. Il s'agit certainement de la recherche d'un gain facile par les fonctionnaires, mais il doit y avoir aussi à la base de cette demande des raisons politiques. Un article signé K.M., paru dans le même numéro du journal (p. 8) et intitulé « Bindomanie dans les zones », constate que :

*« Plus grave est le fait que les commissaires de zones et à leur suite les bureaux permanents des conseils de zone se sont transformés en bureaux de placement. (...) »*

La presse kinoise n'a pas de doute sur les intérêts politiques qui se profilent derrière les « promotions » (4). Kakese Vinalu écrit dans *La Semaine* (n° 69 du 26 avril 1991, p. 10) :

*« Tous ces faits donnent de la matière à jaser à l'opinion sur la récupération de Bindo-Promotion par les grands, les caciques et le pouvoir. La réalité de cette récupération semble évidente pour l'opinion par l'installation des agences "Bindo-Promotion" dans tous les foyers de tension sociale. C'est le cas de la Voix du Zaïre, la Fonction Publique, camps militaires, l'AZaP, Foire de Lemba, Rond-Point Victoire, Stade du 24 Novembre, Jardin Moto na Moto Abongisa, etc., dans les milieux étudiants, le phénomène promotion y est installé pour une mise de 2 jours. En tout cas, à tous ces foyers susceptibles d'être les points de départ des mécontentements sociaux, des grèves, des grognes et des agitations politiques et sociales. Bindo s'y installe comme pour les neutraliser et les étouffer. (Il faut noter que le nom de Bindo a été utilisé aussi comme terme générique pour désigner les promotions). »*

(3) Ce dernier niait ce fait, présentant son président Masamuna Kilema comme un ancien employé de Mandova qui l'aurait quitté pour lancer sa promotion, voir *Le Soft de finance*, n° 29, du 6 mai 1991, p. 7.

(4) Kileba Pok-a-Mes dans *Le Soft de finance* n° 29 du 6 mai 1991, p. 7, écrit : « Bindo promotion tourne et retourne la tête pour voir la main politique derrière sa nuque... »

L'échec de la marche du 21 avril n'a toutefois été que le premier acte de l'impact politique des « promotions ». L'échec de la marche semble devenir l'échec du mouvement de la société kinoise contre le dictateur. Il a été suivi de près par la faillite des « promotions » dont on a surtout accablé le promoteur Bindo (il fut mis en prison et son jugement a été annoncé alors que les autres promoteurs se sont volatilisés). Le fait que l'État n'ait rien fait pour obtenir des dédommagements pour les victimes ou pour punir les responsables de l'escroquerie est perçu comme une preuve de l'implication directe du président dans cette action qui en a ruiné plusieurs, qui a profondément divisé les familles, et qui a même conduit à de nombreux suicides. Les quelques remboursements qui ont eu lieu n'ont fait qu'accroître la tension. *Le Potentiel* du 27 juin 1991 (n° 88, p. 7) écrit dans sa chronique « *Ces jours qui passent* » :

« *Depuis mercredi, les remboursements ont commencé à Matete. Suspects remboursements, car après le paiement de deux ou trois pontes et galonnées de la Zone, les tiroirs ont affiché vide. Mercredi, on l'avait remarqué. Dès qu'un haut responsable était entré, il avait mis du temps pour ressortir. Il avait sur lui évidemment des centaines de reçus, c'est-à-dire, des centaines de millions, voir des dizaines de milliards de zaires.* »

Dans l'esprit des Kinois, ils se sont fait voler une fois de plus par le clan présidentiel. La seule réponse possible, compte tenu de l'impuissance de l'opposition, a été la violence politique qui a éclaté en septembre et en octobre en arrière-plan des pillages menés par l'armée. Les entreprises des Levantins, connus pour être des prête-noms des barons du régime et les biens de ces derniers ont été particulièrement visés.

La plus répandue des lectures kinoises du phénomène des « promotions » emprunte l'épistémologie du christianisme syncrétique. Pour que le pécheur, ayant consciemment servi Satan, puisse retourner au royaume de Dieu, il doit réparer le tort causé et surtout faire preuve de repentir. A l'approche du Jugement dernier, les pécheurs repentis se pressent à la porte du royaume et Dieu miséricordieux leur accorde le pardon, voire leur permet de conserver les biens acquis grâce à l'intervention satanique, si leur repentir est sincère. Dans la mouvance du mouvement *Gospel* (Bindo serait membre d'un groupe dit *Voie internationale*) importé des États-Unis, les gens à l'aise, périodiquement harangüés par des *preachers* venus directement de ce pays où la réussite serait à la portée de tous et prêchant en anglais que peu de fidèles comprennent, entrent dans le royaume de Dieu sans se mêler nécessairement aux pauvres. Lors des séances de prières tenues dans les hôtels chics de la capitale,

ils arrivent à témoigner de la grâce reçue. L'aveu des coups bas leur permet ainsi d'étaler leurs relations et leur habileté en affaires, et surtout de légitimer, dans la nouvelle donne, leur statut de riche par la grâce divine. La narration organisée autour de la succession d'événements : le péché, la grâce et le pardon, louer Dieu, alors que s'érode la garantie présidentielle, permet de donner une nouvelle légitimité aux fortunes acquises sous la Deuxième République.

La promotion Bindo semble être présentée comme un geste de repentir des anciens dinosaures, des barons du régime qui ont quitté le bateau, menacé du naufrage, pour s'occuper directement de leurs affaires et surtout de l'avenir. Pour ce groupe, dont on dit qu'il a réussi grâce à une bonne gestion des biens acquis de par la grâce présidentielle, se pose alors le problème de la légitimité, de la transformation de leur réussite économique en une position politique que ni le Président ni le MPR ne garantissent plus. Au contraire, ces deux références paraissent constituer une lourde hypothèque. Bindo, représenté comme un messie venu sauver les Zaïrois de la misère, offre l'occasion idéale de se donner une nouvelle légitimité chrétienne. Les dinosaures regroupés autour de l'Union des démocrates indépendants (radio-trottoir a paraphrasé le sigle UDI en Union des dinosaures — ou des détourneurs — impénitents) ont financièrement les reins assez solides. A l'exception du Président lui-même, personne d'autre n'aurait pu constituer le stock d'appareils ménagers dont disposait Bindo. Il n'est pas exclu que ces appareils aient été achetés aux frais de l'État, pour équiper les logements des hôtes attendus au sommet des pays francophones qui n'a pas eu lieu, et qu'ils aient été détournés par les dinosaures. L'organisation et la planification du développement de cette « promotion », la publicité dont elle a fait l'objet, font penser à ce groupe qui est le seul à posséder à Kinshasa un institut de sondage d'opinion publique.

S'il y a eu effectivement l'UDI derrière Bindo, si le mécène anonyme, le messie tant attendu pour faire tomber la manne du ciel c'est lui, dévoiler le secret au moment opportun aurait pu garantir le succès électoral. Par ailleurs, Bindo, a dû être une manipulation très bon marché puisque largement autofinancée, voire même profitable. Sur ce plan, je crois que Bindo disposait d'une autonomie qui lui a permis de s'approprier la majeure partie, sinon l'ensemble du gain.

Par contre, le Président a fait avant tout marcher la planche à billets. On a parlé de 400 milliards en billets de 50 000 zaïres imprimés en Allemagne, dont la moitié aurait été envoyée au Président sans être enregistrée à la Banque du Zaïre. Une rumeur attribue le renvoi du gouverneur de la Banque Pay Pay au partage de ce butin, une goutte qui aurait fait déborder le vase déjà plein après

sa tentative de mise en garde contre la Promotion Nguma. L'achat des appuis politiques dans la capitale et à l'intérieur aurait coûté en 1991 au président 174 milliards de zaïres et 350 jeeps Pajero (5), peut-être achetées par l'État pour le défunt sommet francophone. Nous serions donc devant une somme équivalente à celle qui a été engloutie dans les « promotions ».

L'hypothèse du lien entre la Promotion Bindo et le clan Kengo permet d'expliquer, au-delà de la conjoncture de la marche du 21 avril, l'intérêt du lancement de la promotion Nguma. Non seulement la promotion Nguma permet de faire échouer la marche et démobilise momentanément les étudiants, mais elle transforme, en un tournemain, le succès escompté de Bindo en un échec, renvoyant le président et ses anciens fidèles dos à dos, créant un match nul aux frais des Kinois.

Il est possible d'affirmer que la démobilisation politique à la veille du 21 avril a constitué le but immédiat de Nguma, ainsi que l'affirme un étudiant interviewé en juillet 1991 :

*« En outre, je trouve toujours que le jeu Nguma était organisé pour des fins politiques. C'était le meilleur moyen pour détourner l'étudiant de la situation politique du pays »* (I-1, Kapia, p. 1 — étudiant à l'ISPL et chef de promotion).

L'objectif de Nguma à plus long terme a été sa propre faillite qui devait inévitablement entraîner celle de Bindo. Une fois que la ruée vers les retraits des dépôts a été créée, personne ne pouvait lui résister et les promoteurs se sont tout simplement évanouis. Seul Bindo a été arrêté et interrogé devant les caméras de télévision, avant que tout ne tombe dans l'oubli. Somme toute, il s'agissait bien d'une querelle de famille, et on ne lave pas son linge sale en public.

Quelques biens des promoteurs, du moins ceux de Bindo, auraient été confisqués pour assurer les remboursements, mais les seuls qui en ont effectivement bénéficié ont été des militaires et quelques gros bonnets. Dans le cas des militaires, c'est le gouvernement qui a financé les remboursements.

Il me semble possible de conclure que *Bindo-promotion*, *Nguma-promotion* et *Panier de la ménagère* ont bénéficié d'appuis et de protection politique. Derrière chacune il y avait un acteur politique : le clan Kengo, le président Mobutu et son fils Manda. L'action a été concertée, par la force des choses, pour écarter le danger imminent d'une révolution, pour reprendre en main la population de Kinshasa dont le Zaïre n'est qu'un arrière-pays. Au-delà de cet objec-

(5) Cf. C. Breckman, *Le dinosaure. Le Zaïre de Mobutu*, Paris, Fayard, 1992.

tif, on a pu assister à un bras de fer au sein de l'ancienne famille présidentielle. Comme d'habitude, quelques malins ont essayé de profiter de la situation en lançant dans l'eau trouble leur propre hameçon, mais il ne s'agit que de Tontine (dit aussi Ngubu) — Promotion sociale (son terme a été de 32 jours, son taux de mille pour cent, elle a disparu avant l'échéance du premier terme), de SGI-Promotion, de Trésor, de CAMS, de FREDITO, de USA-USI et probablement de quelques autres aventures de triste mémoire de Kinois, dont ni la presse, ni la mémoire urbaine n'ont retenu les noms.

### **Conclusion : un détour par l'histoire pour mieux comprendre**

---

Pour terminer, je crois important de placer l'événement « promotions » dans la chaîne des événements politiques de même nature. Les « promotions » sont issues de la logique politique commune aux acteurs et aux spectateurs. Ces deux groupes partagent le même paradigme à partir duquel les premiers élaborent des stratégies et les seconds improvisent des tactiques de réponse. Dans ce cas précis, il est nécessaire de situer les « promotions » à la suite de la zaïrianisation de 1973, suivi, un an plus tard, de la radicalisation et, deux ans après, de la rétrocession. Il me semble que, dans l'esprit des acteurs, cette période de 1973 à 1976 constitue un premier acte. Il est suivi d'un second acte constitué par l'opération de la « démonétisation » de 1979. Les « promotions », qui en sont le troisième acte, ne se comprennent que par rapport à l'ensemble de la pièce.

Les maisons de placement ont été appelées, personne ne sait par qui, des « promotions », une allusion on ne peut plus directe à une mise en vente, à la solde de la Deuxième République. Après un quart de siècle de pillage par le clan présidentiel, par « ceux de Nazareth » comme disait le peuple, ce qui restait encore de l'économie nationale venait d'être offert en solde. Pourrait-on s'étonner de la cohue à l'entrée de ce supermarché même s'il ne restait sur les étagères que de la « monnaie de singe » (6).

**Bogumil Jewsiewicki**  
*Université Laval*

(6) « Les Zaïrois, qui ne manquent généralement pas d'imagination, ont apprécié à leur façon la sortie du billet de 50 000 zaires, avec ses gorilles de montagne. Monnaie de

singe, ont-ils rigolé ensemble, non sans amertume. » Kenge Mukengeshayo, « De faux billets en circulation », *Le Phare*, n° 68 du 24 mai 1991, p. 3.