Volume 20 Issue 51
Originally issued as A18



Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management
Volume 20 Issue 18 Version 1.0 Year 2020
Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal
Publisher: Global Journals
Online ISSN: 2249-4588 & Print ISSN: 0975-5853

# Chômage et Entrepreneuriat en Afrique Francophone: Cas du Bénin, Cameroun, Maroc et Tunisie

By Abdouraman Boubakari, Kawther Alimi, Gervais Etchèvègnon Djodjo & Soulaimane Laghzaoui
*Université de Maroua*

*Abstract-* In recent decades, the countries of the African continent have recorded sustained economic growth rates. Despite this growth, many economic and social constraints continue to weigh heavily on these economies. This has the consequence of increasing vulnerability, precariousness and unemployment. These countries therefore hardly escape youth unemployment. In this context, entrepreneurship is proving to be an effective solution to this imbalance as more and more the public sector will be more incapable of absorbing job demands. This research takes stock of unemployment in French-speaking Africa and determines the motivations and obstacles to business creation by young people in Benin, Cameroon, Morocco and Tunisia.

*Keywords:* *entrepreneurship, unemployment, youth, francophone africa.*

*GJMBR-A Classification:* *JEL Code: M10*



*Strictly as per the compliance and regulations of:*



© 2020. Abdouraman Boubakari, Kawther Alimi, Gervais Etchèvègnon Djodjo & Soulaimane Laghzaoui. This is a research/review paper, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 3.0 Unported License http://creativecommons.org /licenses/by-nc/3.0/), permitting all non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

# Chômage et Entrepreneuriat en Afrique Francophone: Cas du Bénin, Cameroun, Maroc et Tunisie

Abdouraman Boubakari [α], Kawther Alimi [σ], Gervais Etchèvègnon Djodjo [ρ] & Soulaimane Laghzaoui [ω]

*Résumé-* Ces dernières décennies, les pays du continent africain enregistrent des taux de croissances économiques soutenus. Malgré, cette croissance, de nombreuses contraintes économiques et sociales continuent de peser lourdement sur ces économies. Ceci, a pour conséquence, l'augmentation de la vulnérabilité, la précarité et le chômage. Ces pays n'échappent donc guère au chômaged es jeunes. Dans ce contexte, l'entrepreneuriat se révèle comme étant une solution efficace à ce déséquilibre vu que de plus en plus le secteur public se verra plus incapable d'absorber les demandes d'emplois. Cette recherche fait l'état des lieux du chômage en Afrique francophone et détermine les motivations et les obstacles à la création d'entreprise par les jeunes au Bénin, au Cameroun, au Maroc et en Tunisie.

Les résultats montrent que, les jeunes au Maroc et au Cameroun ont 0,8 fois moins de chance de créer que les jeunes du Bénin. De même, les jeunes de la Tunisie, ont 0,6 fois moins de possibilité de créer que ceux du Bénin. Ceci, s'explique par le fait que ces pays présentent des opportunités d'affaires et des environnements socioéconomiques différents. En outre, l'on relève que, au Bénin par rapport aux autres pays, les mesures d'incitations entrepreneuriales s'avèrent plus efficaces.

*Mots clés: entrepreneuriat, chômage, jeunes, afrique francophone.*

*Abstract-* In recent decades, the countries of the African continent have recorded sustained economic growth rates. Despite this growth, many economic and social constraints continue to weigh heavily on these economies. This has the consequence of increasing vulnerability, precariousness and unemployment. These countries therefore hardly escape youth unemployment. In this context, entrepreneurship is proving to be an effective solution to this imbalance as more and more the public sector will be more incapable of absorbing job demands. This research takes stock of unemployment in French-speaking Africa and determines the motivations and obstacles to business creation by young people in Benin, Cameroon, Morocco and Tunisia.

The results show that young people in Morocco and Cameroon are 0,8 times less likely to create than young people in Benin. Likewise, young people in Tunisia have 0,6 times less chance of creating than those in Benin. This is explained by the fact that these countries present different business opportunities and socio-economic environments. In addition, it is noted that, in Benin compared to other countries, the entrepreneurial incentive measures are more effective.

*Keywords: entrepreneurship, unemployment, youth, francophone africa.*

## I. Introduction

Le chômage n'est pas un phénomène récent. Les pays africains ont été confronté à ce fléau planétaire. Par ailleurs, ces pays présentent des taux de croissance en augmentation chaque année, mais ne permettent pas la création d'emplois. Dans cette situation, plusieurs jeunes diplômés et non se retrouvent sur un marché de travail ne pouvant pas offrir les possibilités d'emplois. L'Afrique est un continent qui regorge plus des jeunes et semble le plus touché par le chômage de ces derniers (BAfD, 2018). Plus de 50% des jeunes africains sont inactifs et sans emplois et 35% occupent des emplois précaires (BAfD, 2016). Ce constat a poussé plusieurs pays à définir des stratégies visant à faciliter l'insertion socio professionnelle des jeunes sur le marché de travail.

Malgré toutes les initiatives prises par les pouvoirs publics pour faire face au problème de chômage des jeunes, l'employabilité de ces derniers semble jusqu'à présent une équation non résolue. Ainsi, l'entrepreneuriat peut apparaitre comme une des solutions pouvant permettre la création des emplois et des richesses. Ce dernier est donc un marché de forte adhésion sociale dans la plupart des économies africaines.

Les pratiques entrepreneuriales sont aujourd'hui au cœur de plusieurs mesures et stratégies politiques, économiques, sociales et même culturelles pour la plupart des pays africains. Cette promotion de l'entrepreneuriat se trouve encore mal apprécié et produit des résultats contrastés sur le terrain. Quelles sont les motivations entrepreneuriales des jeunes ? Quel est le profil des jeunes entrepreneurs ? En effet, une

*Author α: Assistant à la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université de Maroua (Cameroun).*
*e-mail: questeurbay@gmail.com*
*Author σ: Docteur en Sciences Economiques, Université de Sfax (Tunisie). Laboratoire d'Économie de Développement (LEDet Université d'Orléans en cotutelle (France), Laboratoire d'Économie d'Orléans (LEO).*
*Author ρ: Université de Parakou(Bénin), Laboratoire de Recherche en Économie et Gestion (LAREG). Enseignant-chercheur à la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion.*
*Author ω: Professeur Habilité à l'École Nationale de Commerce et de Gestion (ENCG) de Kenitra, Université Ibn-Tofail (Maroc). Chef de Département de Gestion et Commerce International.*



© 2020 Global Journals

société moderne de nos jours, est celle qui créé des richesses. Dans ce contexte, l'entrepreneuriat se révèle comme étant une solution efficace à cet enjeu. Cette recherche traite de l'état des lieux du chômage et de l'entrepreneuriat en Afrique francophone en partant du cas de quatre pays : le Bénin, le Cameroun, le Maroc et la Tunisie.

Cet article est structuré en trois (03) parties. La première partie présente la revue de la littérature en mettant un accent sur le cadre théorique de référence. La deuxième partie décrit la méthodologie adoptée pour mener cette étude. La dernière partie présente les résultats des analyses tout en distinguant les facteurs déterminants de la création d'entreprise par les jeunes dans une logique de comparaison entre les pays en étude.

*a) Revue de la littérature*

Cette présente revue va aborder les théories relatives aux comportements entrepreneuriaux en l'occurrence les motivations. La recherche académique révèle d'emblée que le concept d'entrepreneuriat divise plus qu'il ne réunit. L'entrepreneuriat est une notion qui est généralement assimilée à la création d'entreprise et se trouve aujourd'hui au cœur du développement humain. Il est un vecteur du développement économique par la création de richesse ou de valeur, afin d'atteindre une croissance nationale et par là un moyen de lutte contre le chômage. De nombreuses définitions ont été proposées par des chercheurs sous différents angles du concept au fil du temps. Elles marquent, d'une part, l'évolution de ce concept et, d'autre part, la mouvance des préoccupations dans le champ de l'entrepreneuriat, consignant des chercheurs dans des approches de pensée ou des paradigmes différents.

Pour Filion (1997), « l'entreprenariat est le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs, leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leurs comportements ainsi que les modes de soutien qui leurs sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales». D'après Ahmad et Hoffman (2008) dansl' Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE), «L'entrepreneuriat est le résultat de toute action humaine pour entreprendre en vue de générer de la valeur via la création ou le développement d'une activité économique identifiant et exploitant de nouveaux produits, de nouveaux procédés ou de nouveaux marchés ».Ces deux définitions nous semblent adaptées à notre contexte dans la mesure où nous considérons l'entrepreneuriat comme un résultat d'une motivation personnelle afin de générer une valeur ajoutée.

La motivation entrepreneuriale peut se définir en prenant en compte les théories de la motivation argumentées et enrichies par des psychologues et des chercheurs en gestion. Des développements récents dans la définition de cette expression se basent sur le désir de satisfaire certains besoins spécifiques des individus. La théorie des motivations en entrepreneuriat a fleuri et évolué dans le temps.

*b) Travaux de Mc Clelland (1961)*

Considéré comme le point de départ, cette première façon d'aborder les facteurs à l'origine de l'entrepreneuriat relève de l'aspect psychologique. Dans cette théorie, l'approche la plus communément citée par des recherches sur le contenu de la motivation, est l'apparition du besoin d'accomplissement comme facteur principal de la motivation. D'autres facteurs ont contribué à l'explication de ce phénomène entrepreneurial comme le besoin de contrôle (Internal locus of control), d'autonomie, de création, la propension à la prise des risques, la tolérance à l'ambiguïté et l'estime du soi. Par la suite plusieurs travaux vont nuancer après le fait que les motifs entrepreneuriaux ne sont pas seulement d'ordre psychologique comme le stipulent les considérations premières dont en tête celles de Mc Clelland (1961).

*c) Logique de déplacement de Shapero (1975)*

Shapero (1975) a contribué à l'explication de l'évènement entrepreneurial en s'intéressant aux facteurs explicatifs du choix de l'entrepreneuriat plutôt que l'autre. Son modèle explique la création d'entreprise comme un phénomène multidimensionnel. Selon cet auteur, en plus des caractéristiques psychologiques du créateur, il faut prendre en compte un certain nombre de facteurs contextuels de nature sociologique et économique. Il met en évidence, les perceptions de déplacement. Ces facteurs sont responsables du déclenchement de l'acte entrepreneurial chez les individus. Ils sont de trois types non disjoints: déplacements négatifs, facteurs intermédiaires et déplacements positifs. L'importance de cette logique a été montrée plus tard par Kirkwood (2009) qui l'a utilisé pour distinguer l'entrepreneuriat d'opportunité de l'entrepreneuriat de nécessité. On ne peut ignorer aussi les travaux de Mucchielli (2001) qui prend en compte la nature et les spécificités de l'entrepreneuriat dans l'étude des motivations.

*d) Logique des motivations intergénérationnelles*

Les motivations entrepreneuriales dans cette logique sont fondées par les travaux de Neider (1987). L'auteur s'intéresse à des tranches d'âge. Ces travaux ont été confortés par ceux d'Andria et Gabarret (2016). Ce cadre théorique met en évidence les changements de situations selon les âges d'entrepreneurs potentiels. Les travaux de Gbaguidi (2017) viennent en appui à cette considération. Leur développement s'appuie sur «les modèles de référence». On distingue les entrepreneurs de première et de deuxième génération. Selon Gbaguidi (2017), un entrepreneur de première



© 2020 Global Journals

génération est celui dont la décision de création d'entreprise n'est pas influencée par un entourage entreprenant. Un entrepreneur de deuxième génération est celui qui a été initié et/ou dont la décision de création d'entreprise est influencée par l'expérience entrepreneuriale d'un parent proche ou éloigné et qui de ce fait, dispose d'un minimum d'aptitude face à la création d'entreprise. Plusieurs travaux (Gbaguidi, 2017; Giacomin et al., 2007; Wagner, 2005; Morales-Gualdrón et Roig, 2005; Amit et Muller, 1995) ont montré que le contact avec des entrepreneurs motivent aussi à l'entrepreneuriat.

Après avoir présenté le cadre théorique permettant de distinguer les facteurs susceptibles de développer un comportement entrepreneurial, il convient à l'instant de préciser la démarche méthodologique retenue dans le cadre de cette étude.

## II. Méthodologie

En s'appuyant sur les acquis théoriques sur les motivations entrepreneuriales, la méthodologie adoptée pour cette étude s'inscrit dans la démarche allant de la collecte des données aux analyses basées sur des outils statistiques appropriés. En effet, la collecte des données est faite à partir d'un questionnaire élaboré et adapté au contexte des pays en étude (Bénin, Cameroun, Maroc et Tunisie). Ce questionnaire est structuré autour de trois parties. La première partie concerne les caractéristiques socio démographiques des jeunes, la deuxième quant à elle porte sur le comportement entrepreneurial et enfin la dernière évalue le niveau de connaissance de l'entrepreneuriat par les répondants.

La taille de l'échantillon est répartie ainsi qu'il suit : 183 répondants au Bénin, 152 au Cameroun, 455 au Maroc, et 102 en Tunisie. Soit un échantillon global de 892 répondants. Les données recueillies ont été traitées à l'aide des logiciels SPSS (Statistical Package for Social Science) et Stata 11. Les outils d'analyses utilisés sont les tris simples et croisés, et la régression binaire logistique. Après cette brève présentation de la démarche méthodologique de cette étude, il est à présent lieu de passer aux résultats obtenus des analyses conséquentes.

## III. Résultats et Discussions

### a) *Croisement entre variables*

#### i. *Création ou reprise d'entreprise par les jeunes*

L'analyse est faite à partir de certaines variables socio démographiques susceptibles d'avoir un impact sur la décision d'entreprendre des jeunes. En effet, il s'agit de préciser les spécificités des variables pouvant permettre de comprendre le comportement entrepreneurial de ces derniers. Sur l'ensemble, 16,3% des jeunes ont déclaré avoir créé ou repris une entreprise soit 145 sur les 892 répondants. En ce qui concerne chaque pays, 27,3% de jeunes au Bénin, ont créé ou repris une entreprise contre 17,8% au Cameroun, 12,5% au Maroc et 10,8% en Tunisie.

### b) *Création selon le genre et l'âge*

Pour l'ensemble des pays, 21,7% des jeunes hommes contre 9,5% des jeunes femmes ont déclaré avoir créé ou repris une entreprise. De plus, sur les 145 jeunes ayant créé ou repris une entreprise, la proportion des jeunes hommes est de 73,8% contre 26,2% des jeunes femmes. Les jeunes hommes au Bénin représentent 31,1% des créateurs d'entreprise contre 20,1%, 17,7% et 12,5% respectivement au Maroc, au Cameroun et en Tunisie.

La tranche d'âge de 20-24ans semble la plus dominante en matière de création dans l'ensemble. C'est ainsi, au Maroc que l'on retrouve plus des jeunes de cette tranche d'âge ayant déjà créé ou repris une entreprise avec 98,2% contre 96,3% ; 96% et 90,9% respectivement au Cameroun, au Bénin et en Tunisie.

### c) *Création selon le domaine et le niveau de formation*

Dans l'ensemble, 62,8% des jeunes ayant fait les filières sciences économiques et de gestion ont créé ou repris une entreprise. La même situation est observée pour chaque pays. Les jeunes suivant les formations dans ces filières sont plus entreprenants que leurs camarades des autres filières, notamment ceux qui ont le niveau BAC+3 et BAC+5 avec les proportions suivantes 30,3% et 22,5%. Ceci peut trouver une raison fondamentale dans la mesure où ces deux niveaux marquent une fin de cycle de formation.

## IV. Création Selon le Lieu D'habitation

En s'intéressant au milieu de résidence des jeunes ayant déjà créé ou repris une entreprise, il ressort que pour l'ensemble des pays considérés, 82,8% des jeunes résidant en milieu urbain. Les jeunes en milieu urbain trouvent plus d'opportunités en matière de création d'entreprise que ceux du milieu rural dans chaque pays.

### a) *Intention entrepreneuriale des jeunes*

L'intention de création, un mobile qui précède l'acte de création, peut aussi constituer un facteur déterminant du processus de création d'entreprise par les jeunes. De façon générale, seulement 9,6% des jeunes n'ont pas l'intention de créer. Les 90,4% d'entre eux manifestent un intérêt pour la création et seulement 35,2% sont indécis.

### b) *Intention selon le genre et l'âge*

Comme relever parmi les jeunes ayant créé ou repris une entreprise, que les jeunes hommes sont plus enclins à la création que les jeunes femmes. Il en est de même concernant l'intention de créer par ces jeunes. Il ressort que dans l'ensemble, la proportion des jeunes hommes ayant une intention de création est de 59,5%



© 2020 Global Journals

contre 40,5% pour les jeunes femmes. C'est le même constat qui s'observe pour les trois pays à l'exception de la Tunisie.

De façon générale, c'est la tranche d'âge de 20-24 ans qui est la plus dominante avec 88,8% des jeunes ayant une intention de créer une entreprise. Celle-ci regroupe des jeunes plus proches de fin de leurs études et se trouvent dans une situation de se lancer à la recherche d'emploi ou s'auto employer. Pour l'ensemble des pays en étude, on déduit que la majorité des jeunes hommes entre 15-24 ans n'ayant pas encore créé une entreprise ou repris une affaire existante affirme vouloir le faire.

*c) Intention selon le domaine, le niveau de formation et la catégorie socio professionnelle*

Les résultats montrent que 63,4% des jeunes ayant une intention de créer sont issus des filières sciences économiques et gestion. Les autres filières d'études sont moins représentées parmi ces jeunes manifestant un intérêt à la création d'une entreprise.

Dans l'ensemble, les jeunes de niveau BAC+3 et BAC+5 ont plus l'intention de créer des entreprises que ceux des autres niveaux avec une proportion cumulée de l'ordre de 47,9%. Plus de 50% des jeunes ont une intention d'entreprendre pour les niveaux d'études retenus sauf ceux ayant un niveau inférieur au BAC (46,5%).

Il ressort que, les jeunes de toutes les catégories socio-professionnelles ont une intention de création avec une proportion non négligeable allant au-delà de la moyenne, soit 55,1%. De plus, on observe que 59% des chômeurs de moins de 12 mois ont l'intention de créer contre 49,4% chez leurs homologues de plus de 12 mois. Par contre, chez les étudiants, aussi 53,9% ont l'intention de créer contre 53,1% et 50,4% respectivement pour les fonctionnaires et les salariés.

*d) Intention selon le lieu d'habitation*

Considérant le milieu de résidence des jeunes par rapport à leur intention de création, il ressort que les jeunes en milieu urbain ont plus l'intention de créer que ceux du milieu rural. Les proportions sont respectivement de 82,3% contre 17,7%. En ce qui concerne les indécis, les proportions d'intention sont presque identiques, soit 80,3% contre 19,7%.

*e) Régression logistique binaire*

Ces résultats concernent l'estimation du modèle logistique binaire de la probabilité de création selon un certain nombre de caractéristiques. Il s'agit entre autres de la tranche d'âge, le niveau de formation, le genre, le milieu d'habitation… Ce modèle a été estimé pour l'ensemble des quatre (04) pays avec une taille de 892 observations et contrôlé par une variable « pays d'origine ». Ensuite, le second modèle tient à l'explication de la probabilité de création pays par pays.

## V. Résultat de L'ensemble Par Pays

A l'issu de la régression, il ressort que la « probabilityvalue » associée à la statistique de Khi-deux est de 0,000 pour le modèle d'ensemble, celui-ci est globalement significatif. De plus presque toutes les variables sont significatives à l'exception du milieu d'habitation. Dans l'ensemble, les variables telles que le genre, l'âge, la formation à l'entrepreneuriat, la formation à l'étranger et aussi la connaissance des institutions d'accompagnement expliquent mieux le comportement entrepreneurial des jeunes de l'étude. En effet, pour la variable genre, son coefficient est positif et avec une probabilité de 0,01. Elle a un effet positif et significatif sur la création d'entreprise. Les jeunes hommes ont 2 fois plus de chance de créer d'entreprise que les jeunes femmes dans l'ensemble. Par rapport à l'âge, c'est la tranche d'âge de 20-24 ans qui a plus de chance de créer que celle de 15-19 ans avec une probabilité de 0,008. Il en est de même pour les jeunes ayant suivi des formations ou sensibilisations en entrepreneuriat, ces derniers ont plus de possibilité de créer une entreprise. Avoir suivi une formation à l'étranger est aussi significatif dans le modèle et permet aux jeunes de passer à l'acte entrepreneurial.

Enfin, il ressort de ce modèle que, le pays d'appartenance, a un effet significatif sur la création d'entreprise. En contrôlant cet effet avec le « Bénin » comme référence, on note que les coefficients associés à l'effet pays sont négatifs pour tous les pays avec respectivement 0,2% ; 5,5% et 3,8% de probabilité pour le Maroc, le Cameroun et la Tunisie. Ainsi, l'effet pays est significatif à 5% sauf pour le cas du Cameroun où il l'est au seuil de 10%.

## VI. Explication de la Création Selon le Pays

Il est important de préciser que les estimations de la Tunisie n'ont pas été concluantes du fait de l'insuffisance du nombre d'observations. Avec le Bénin, la probabilité associée à la statistique de Chi-deux est de 0,19%, ce qui est inférieure à 5%. Mais en ce qui concerne les variables du modèle, seule la formation à l'entrepreneuriat a été significative pour le compte du Bénin. Avec un coefficient positif, la probabilité associée à cette variable est de 0,5%. Il ressort que les jeunes au Bénin qui ont suivi des formations en entrepreneuriat sont 3,2 fois prédisposés que leurs homologues qui n'en ont pas suivi.

Pour le compte du Cameroun, le modèle est globalement significatif mais au seuil de 10%. Parmi les variables du modèle, seule la connaissance d'institutions spécialisées dans l'accompagnement à l'entrepreneuriat qui semble avoir un effet significatif au seuil de 10% sur la création d'entreprises chez les jeunes. A ce seuil, les jeunes ayant connaissance des



© 2020 Global Journals

programmes et institutions sont 2,6 fois plus enclin à la création d'entreprise que leurs homologues ne l'ayant pas.

Lorsqu'on considère les résultats du Maroc, le modèle est globalement significatif au seuil de 5%, car la probabilité associée à la statistique de Chi-deux est de 0,0000. De plus, le genre et le fait d'avoir suivi une partie de sa formation à l'étranger de plus de trois mois sont déterminant dans la création d'entreprise par les jeunes (2,5 fois plus de chance à la création que les autres). Les coefficients de ces deux variables sont positifs avec respectivement 0% et 4,9% comme probabilités. Ainsi, les jeunes hommes ont 3,3 fois plus de chance que les jeunes femmes à créer une entreprise.

## VII. Discussions et Implications Managériales

*a) Discussions*

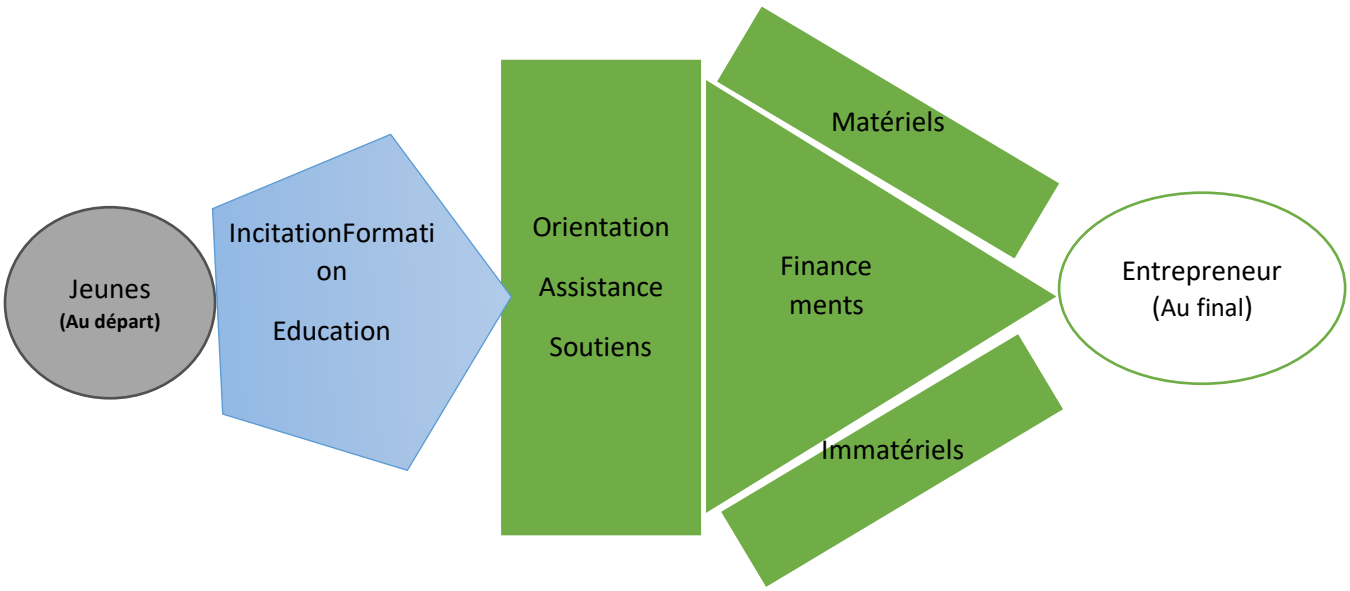
Selon les résultats, les jeunes hommes sont plus entreprenants que les jeunes femmes. Ces résultats sont conformes à ceux du Global Entrepreneurs hip Monitor (GEM, 2017) dont les conclusions montrent que les hommes sont plus entreprenants que les femmes. Par exemple, au Maroc les hommes ont trois plus de chance que les femmes à créer des entreprises. Dans un contexte plus particulier, celui des étudiants, Boissin et al. (2007) confirment que les jeunes étudiants ont plus l'intention de créer et sont plus attirés par la création d'entreprise que les étudiantes. Sur le plan comportemental, ceci s'explique d'abord par l'aversion au risque couplée à un certain nombre de limites propres à la gente féminine. Pour le financement classique auprès des établissements financiers nécessitant une caution ou une garantie d'engagement pour l'obtention d'un prêt, les femmes rencontrent plus de difficultés que les hommes (Coleman, 2000).

Dans le cadre de cette étude, l'âge est aussi déterminant. On constate ici que les jeunes de 20-24 ans sont plus entreprenants que ceux de 15-19 ans. En Afrique, la répartition des tranches d'âge des jeunes est contextualisée par des études et désigne des jeunes entre 15 ou 18 à 35 ans (Chigunta et al. 2005; Gough et al, 2013).

Le fait que les jeunes aient suivi des formations spécifiques à l'entrepreneuriat est un déterminant significatif dans la création. Comme dans le cas des travaux de Boissin et al. (2008) et Arlotto et al. (2012), les formations et les sensibilisations àl'entre preneuriat modifient non seulement leurs intentions au travers de la désirabilité, mais aussi leur faisabilité entrepreneuriale.

*b) Implications managériales*

Les résultats de cette recherche ont montré qu'en matière de promotion de l'entrepreneuriat des jeunes en Afrique francophone, il reste assez à faire. Eu égard à ces résultats, il s'avère indispensable de coupler des actions de transformations des structures macroéconomiques afin de les rendre attractives et plus créatrices d'opportunités d'affaires, notamment pour la gente féminine. En outre, il s'agit de procéder à la mise en place des mesures méso et microéconomiques d'incitations et d'accompagnement des jeunes. En conséquence, les déclinaisons sont proposées en retenant les grands axes comme schématisé ci-dessous :




*Eléments basics de promotion de l'entrepreneuriat des jeunes*



© 2020 Global Journals

Il est important que l'entrepreneuriat commence par être enseigné aux jeunes dès les bas âges, afin de les familiariser aux réalités entrepreneuriales. Il faut également, faire une réforme des programmes de formations entrepreneuriales en insistant sur les contenus de formation et leur mise en œuvre. Ceci permettra d'améliorer le niveau de désirabilité et de faisabilité entrepreneuriales des jeunes. Enplus des formations académiques d'enseignement de l'entrepreneuriat, un renforcement des programmes par des structures spécialisées en accompagnement entrepreneurial est souhaité.

Cette vague d'actions va permettre d'avoir un jeune motivé et incité à entreprendre. Pour que ces derniers ne perdent pas ces acquis, une seconde vague de mesures en termes d'orientation, d'assistance et de soutiens est indispensable. Elle consiste à travailler l'idée, sa nature, sa faisabilité, ses contraintes, son adéquation avec les compétences du porteur de projet, tout en lui faisant découvrir ses capacités, ses talents, ses compétences afin d'améliorer son degré de confiance en soi. Une certaine solidarité est recommandée à la phase de création afin d'aider les jeunes porteur d'idées de réaliser leurs projets.

## VIII. Conclusion

En guise de conclusion, on peut retenir que sur l'ensemble de l'échantillon de l'étude, que seulement 145 entreprises créées ou repris par les jeunes. En effet, ceux-ci sont des jeunes hommes, dont la tranche d'âge est comprise entre 20-24 ans, issus des filières sciences économiques et gestion, ayant les niveaux d'études de BAC+3 et BAC+5 et résidant en milieu urbain. Par ailleurs, l'on s'est intéressé aux groupes des jeunes n'ayant pas encore créé sur leur degré d'intention d'entreprendre. Ainsi, les jeunes encore en phase amont du processus entrepreneurial de cette étude sont tout de même attirés d'une façon ou d'une autre à la création d'entreprise. Ceux-ci sont des jeunes hommes, avec une tranche d'âge de 20-24 ans, ayant un niveau d'études de BAC+3 et BAC+5, résidant en milieu urbain, des chômeurs et étudiants et issus des filières sciences économiques et gestion.

De par les résultats obtenus de la régression logistique, on peut conclure que les jeunes au Maroc et au Cameroun ont 0,8 fois moins de chance de créer que les jeunes du Bénin. De même, les jeunes de la Tunisie, ont 0,6 fois moins de possibilité de créer que ceux du Bénin. La significativité de cette variable montre qu'en réalité, il existe assez de différences quant aux opportunités entrepreneuriales dans ces pays en étude. Cette probabilité de création dépend donc du contexte de chaque pays. Ainsi, on constate à travers ces résultats que les pays ont quelques spécificités qui influencent les possibilités de création d'entreprise par les jeunes. Par ailleurs, plusieurs variables d'intérêt sont restées non significatives telles que l'âge, le milieu d'habitation... Toutefois, ces différents résultats méritent d'être approfondis auprès d'un large échantillon.

## Bibliographie


1. Ahmad, N., et Hoffman, A. (2008). A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship. Paris, OCDE (www.oecd.org/dataoecd/21/51/39629644.pdf)
2. Amit, R., et Muller, E. (1995). "Push" and "pull" entrepreneurship. Journal of Small Business & Entrepreneurship, 12(4), 64-80.
3. Arlotto, J., Jourdan, P., Sahut, J. & Teulon, F. (2012). Les programmes de formation à l'entrepreneuriat sont-ils réellement utiles ? Le cas des concours pédagogiques de création d'entreprise. Management & Avenir, 55, (5), 291-309. doi : 10.3917/mav.055.0291.
4. BAfD (2018), «Croissance, emploi et pauvreté en Afrique», rapport sur le développement en Afrique 2018, chapitre 2, p.31.
5. BAfD (2016), « Le rôle des nouveaux entrepreneurs comme moteurs de croissance inclusive en Afrique du Nord », Note de travail, Série sur les notes de politiques en Afrique du Nord, Banque africaine de développement,https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/Document_detravail_Le_rôle_des_nouveaux_entrepreneurs_comme_moteur_de_croissance_inclusive_en_Afrique_du_Nord.pdf.
6. Boissin, J. P., Casagandre, A., Janssen, F., & Surlemont, B. (2008). Etudiants et entrepreneuriat: Etude France-Belgique. In Congrès International Francophone en entrepreneuriat et PME.
7. Boissin, J. P., Chollet, B., & Emin, S. (2007). Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise. Revue française de gestion, (11), 25-43.
8. Chigunta, F., J. Schnurr, D. James-Wilson and V. Torres (2005): Being "Real" about Youth Entrepreneurship in Eastern and Southern Africa. SEED Working Paper No 72. Geneva: International Labour Organization.
9. Coleman, S. (2000) « Access to capital and terms of credit: A comparison of men- and women-owned small businesses», Journal of Small Business Management, vol. 38, N° 3, p. 37-52.
10. D'Andria, A., & Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs: trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. Revue de l'Entrepreneuriat, 15(3), 87-107.
11. Filion, L.-J, (1997), Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, Revue Internationale P. M. E., vol. 10, n° 2, p. 129-172.
12. Gbaguidi, L. (2017). Déterminants des comportements patrimoniaux des dirigeants des




© 2020 Global Journals

Petites et Moyennes Entreprises Agro-Alimentaires (PMEAA). REVUE AFRICAINE DE MANAGEMENT, 2(1).
13. Giacomin, O., Guyot, J. L., Janssen, F., & Lohest, O. (2007). Novice creators: personalidentity and push pull dynamics. In 52th International Council for Small Business (ICSB) World conference (pp. 1-30).
14. Gough, K.V., Langevang, T. and Owusu, G. (2013): Youth employment in a globalizing world, International Development Planning Review 35(2): 91-102.
15. Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. Genderin Management: An International Journal, 24(5), 346-364.
16. McClelland, D. C. (1961), The Achieving Society, Princeton: New Jersey
17. Monitor, G. E. (2017). Women's Entrepreneurship 2016/2017Report.https://scholarworks.smith.edu/do/search/?q=corporate_author%3A%22Global%20Entrepreneurship%20Monitor%2C%20Smith%20College%22&start=0&context=7561520
18. Morales-Gualdrón, S. T., et Roig, S. (2005). The new venture decision: An analysis based on the GEM projectdatabase. The International Entrepreneurship and Management Journal, 1(4), 479-499.
19. Mucchielli, A. (2001), Les motivations, que sais-je, 5ème édition, PUF.
20. Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. Journal of small business management, 25(3), 22.
21. Shapero, A. (1975), The displaced, uncomfortable entrepreneur, Psychology Today, 9(6), p.83-88
22. Wagner, J. (2005). Nascentnecessity and opportunity entrepreneurs in Germany evidence from the regional entrepreneurship monitor (REM). Document de travail, 10, 1-24.



© 2020 Global Journals