

**EVALUATION DU POTENTIEL ENTREPRENEURIAL ET PERSPECTIVES
DE PROMOTION DE L'ESPRIT D'ENTREPRISE
CHEZ LES JEUNES AU CAMEROUN**

Jules-Roger FEUDJO,

Professeur en Sciences de gestion, Enseignant à l'Université de Dschang-Cameroun-

Chamberlain WADOUM FOFOU,

Docteur en Sciences de Gestion, Chef d'Antenne Régionale de l'Agence du Service Civique National de Participation au Développement de l'Ouest, Enseignant associé à la FSEG de l'Université de Dschang, B.P: 447 Bafoussam- Cameroun- E-mail: wadoumfofou@yahoo.fr.

Résumé :

Le dynamisme entrepreneurial joue un rôle important dans le développement d'une nation à travers la création des richesses et des emplois. Le constat majeur qui s'impose au Cameroun est que les efforts d'encouragement de la création d'entreprise sont déployés dans les dimensions financières et administratives, ignorant les aspects personnels et comportementaux. Cet article se propose d'appréhender les compétences nécessaires du métier d'entrepreneur, d'évaluer le potentiel entrepreneurial des jeunes et d'exposer les pratiques pédagogiques susceptibles d'être utilisées pour la promotion de l'esprit d'entreprendre.

Mots-clés: Potentiel entrepreneurial, méthodes pédagogiques, jeunes, Cameroun.

Substrat :

The entrepreneurial dynamism play an important role in the development of a nation through the creation of wealth and employments. The major established fact which is imposed to Cameroon is that the efforts of encouragements to the creation of enterprises are extended in the financial and administrative dimensions ignoring the personnel and behavioral aspects. This article is proposing the understanding of necessary skills of the job of entrepreneurship,

to evaluate the entrepreneurial potential of young people and to expose the pedagogic practical experience likely to be used for the promotion of the spirit of starting.

Key words: Entrepreneurial potential, pedagogic methods, young people, Cameroon.

Introduction

Le concept de l'entrepreneuriat ne fait pas l'unanimité au sein de la communauté scientifique et, bien plus, ce concept est souvent utilisé de façon imprécise (Audretsch, 2002 ; Friis, Paulsson et Karlsson, 2002). Ainsi, bon nombre de chercheurs limitent l'entrepreneuriat à la création d'entreprises (Ahl, 2006 ; Bygrave et Hofer, 1991 ; Gartner, 1990), alors que d'autres s'arrêtent non seulement à divers aspects liés à la création d'entreprises, mais aussi à leurs évolutions (Schumpeter, 1944 cité par Nootboom, 2006 ; Say, 1803 cité par Churchill et Lewis, 1983). Dans cette ribambelle, Julien et Cadieux (2010) définissent l'entrepreneuriat comme étant «*l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique, évoluant avec cette valeur pour finalement affecter l'économie, et ce, dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un territoire*». Dès lors, notamment depuis les travaux de David Birch (1979) sur les sources de l'emploi aux Etats-Unis dans les dernières décennies, l'entrepreneuriat est unanimement reconnu comme étant un phénomène vital pour notre société, par sa contribution à la régénération des entreprises, la création des richesses et des emplois, et par conséquent au développement de l'économie (OCDE, 1998). Cependant, un constat majeur s'impose: tous les efforts déployés au Cameroun, pour l'encouragement de l'entrepreneuriat se sont orientés essentiellement vers les dimensions financières et administratives de la création d'entreprise ignorant les aspects personnels et comportementaux. Or, les hommes sont le bien le plus précieux. L'entrepreneur, pris au sens du comportement demeure l'acteur clé du dynamisme économique. Partant, il est aujourd'hui capital de réhabiliter le métier d'entrepreneur en diffusant partout dans la société l'esprit d'entreprendre. Cela est largement une question de mentalité et d'état d'esprit pour lesquels le système éducatif scolaire et extra scolaire peuvent jouer un rôle fondamental de révélation et de valorisation. Il devient alors primordial de se poser certaines questions : Quel est le processus entrepreneurial ? Quelles sont les caractéristiques d'entrepreneurs ? Quelles sont les exigences du métier d'entrepreneur ? Quel est le niveau du potentiel entrepreneurial des jeunes du Cameroun ? Peut-on et devrait-

on enseigner le métier d'entrepreneur aux jeunes? Si oui, quels savoirs faut-il inclure et comment peut-on le leur inculquer ?

Ces différentes questions qui relèvent de la formation de l'entrepreneuriat, font l'objet depuis plus de vingt ans, de nombreux travaux de recherche et d'expérimentation (Vesper et Gartner, 1997; Béchar et Toulouse, 1998; Menzies et Gasse, 1999). Ces débats indiquent bien que l'entrepreneuriat est une discipline en construction et que son développement dans le système éducatif voire aussi extra scolaire passe, comme l'illustre Fayolle (1997), par les expérimentations, le lien avec les activités de recherche pour la structuration de l'enseignement, la mise en situation pratique et la reconnaissance du champ.

Cet article a pour objectifs de présenter les exigences du métier d'entrepreneur, d'évaluer le potentiel entrepreneurial des jeunes et d'exposer les formules pédagogiques courantes susceptibles de promouvoir la culture entrepreneuriale. Pour ce faire, nous allons dans un premier temps présenter le cadre conceptuel d'analyse (I) en énonçant le modèle de Morris et les exigences du métier d'entrepreneur, et dans un second temps présenter la méthodologie de travail et les principaux résultats (II) relatifs à l'évaluation du potentiel entrepreneurial des jeunes, et terminer en proposant les formules pédagogiques populaires de promotion de la culture d'entreprise.

I. Cadre théorique d'étude

Il existe un nombre important de perspectives ou de définitions de l'entrepreneuriat, mais quelques dimensions clés peuvent être retenues aux fins de notre analyse. Nous en avons retenu huit soit la création d'une nouvelle entreprise ou de son propre emploi ; la création de nouveaux produits ou processus; la prise de risque tant pour l'entrepreneur que pour l'entreprise; l'innovation, quelle qu'en soit la forme (radicale ou incrémentale); la création de valeur; la capacité de l'entreprise à générer des profits et à croître, le repérage et l'exploitation d'une ou de plusieurs opportunités d'affaires et la mobilisation des ressources, qu'elles soient limitées ou non. Dans cette diversité, nous considérons à la suite de Julien et Cadieux (2010) l'entrepreneuriat comme étant *«l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique, évoluant avec cette valeur pour finalement affecter l'économie, et ce, dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un territoire »*. Avec cette définition

on comprend mieux pourquoi on ne peut appréhender l'entrepreneuriat que comme une réalité multidimensionnelle, même si cette réalité est difficile à cerner (Landström, 1999; Friiset coll., 2002; Audretsch, 2002; Fayolle, 2004; Julien, 2005). Aussi plusieurs chercheurs se sont-ils intéressés à élaborer un cadre conceptuel pour mieux appliquer ce concept (Carree et Thurik, 2002 ; Thurik, Wennekers et Ulhlaner, 2002 ; Moris, 1998 ; Julien, 2005 ; Ahmad et Hofiman, 2007). Nous avons retenu dans cette étude le cadre théorique de Morris (1998) (I.1) dont l'opérationnalisation va nous permettre de faire relativement le tour de la question (I.2).

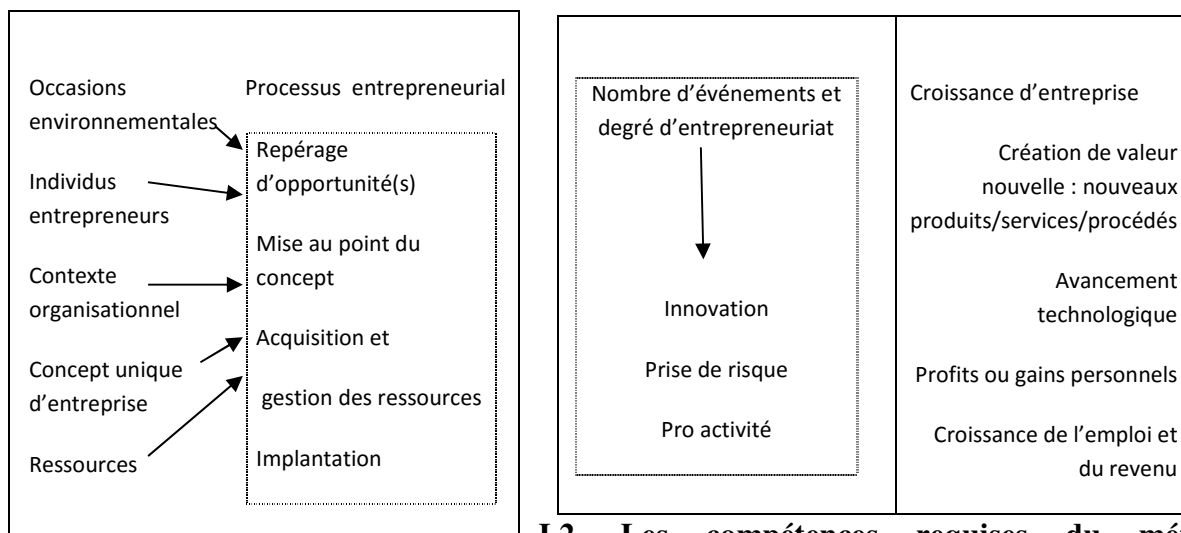
I.1. Le modèle entrepreneurial de Morris (1998)

Un peu à la manière de François Quesnay (1694-1774), Morris (1998), a défini un cadre présentant l'entrepreneuriat comme un processus de transformation d'intrants en extrants. Pour lui, les intrants comprennent les différentes ressources exploitables, exploitées et transformées de différentes façons, alors que les extrants sont le résultat de l'intensité entrepreneuriale exprimée au cours du processus. Les intrants, comme on peut le voir à la figure 1, se divisent en occasions d'affaires offertes ou opportunités, en nombre d'individus capables de saisir ces dernières et d'entreprendre, en contexte organisationnel plus ou moins favorable, en capacité des firmes à se distinguer et en ressources diverses notamment financières et humaines disponibles sur le territoire. Ces intrants sont transformés par l'entrée sur le marché d'entrepreneurs qui détectent ces occasions, les actualisent en acquérant les ressources nécessaires, pour finalement créer des organisations plus ou moins efficaces. Quant aux extrants, ils se caractérisent par le nombre d'applications et ses effets sur le marché, par l'innovation, par la prise de risque et, finalement, par l'action générale des entreprises sur l'économie. En présence d'intrants et d'extrants, on peut assister à la croissance des entreprises, à la création de valeurs, et, ainsi, à la mise au point de nouveaux produits ou services, à de l'avancement technologique, à la génération de profits et, finalement, à la croissance de l'emploi et des revenus.

Figure 1: Le modèle entrepreneurial de Morris (1998)

Intrants

Extrants



I.2. Les compétences requises du métier

d'entrepreneur

On assiste aujourd'hui à un foisonnement d'articles et de colloques sur le profil de l'entrepreneur. La présentation suivante a pour objectif de donner quelques repères pour mieux appréhender les compétences nécessaires à l'exercice du métier d'entrepreneur. Elle s'appuie largement sur les travaux de Gasse (2004), Moris (1998), Fillion (1997), Liouville (2002) et Schumpeter (1951). Comme tout autre métier, celui d'entrepreneur nécessite pour toute personne qui veut l'exercer des aptitudes, des savoir faire et des comportements spécifiques (techniques, conceptuelles, humaines et managériales). Dans un souci de simplification, nous énonçons les caractéristiques ci-dessous :

1- Identifier des opportunités: l'entrepreneur cherche à occuper des niches présentant un potentiel d'activités. Son analyse est spatio-temporelle et sa rapidité de réaction est un facteur clé de succès (Moris, 1998 ; Wadoum Fofou et Feudjo, 2015) ;

2-Définir et mettre en œuvre des visions : même de façon intuitive, l'entrepreneur définit ce qu'il veut faire, comment il va le faire puis il passe à l'action (Wadoum Fofou et Kombou, 2014);

3-Prendre des décisions en optimisant les ressources disponibles : l'entrepreneur doit estimer, analyser, prévoir, évaluer les alternatives puis décider en optimisant les ressources ;

4-Développer une sensibilité technologique et technique pour s'adapter aux évolutions de l'environnement ;

5-L'entrepreneur se situe au cœur du processus d'innovation : l'entrepreneur est celui qui favorise l'émergence et le développement de nouvelles possibilités non encore connues dans l'environnement économique (Schumpeter, 1951) ;

6-Savoir acheter : le succès dépend aussi de la capacité à optimiser les conditions d'acquisition des ressources ;

7-Mettre en marché : l'entrepreneur doit être en mesure de se mettre à la place du client pour maximiser l'offre ;

8-Vendre : c'est une des activités à laquelle est confronté en permanence l'entrepreneur. Il vend son projet, sa vision puis ses produits ou services à tous ses partenaires ;

9-S'entourer de personnes compétentes: l'entreprise se développera si l'entrepreneur sait recueillir les conseils des personnes compétentes et complémentaires ;

10-Faire faire : l'entrepreneur doit s'organiser pour ne pas se faire « parasiter » par des tâches annexes.

Il ressort de l'ensemble de ces activités, un certain nombre de compétences nécessaires à l'exercice du métier d'entrepreneur qu'on peut regrouper en 4 catégories (Chakir, 2003):

a) Compétences managériales typiques : avoir une vision ou le savoir devenir, capacités à résoudre des problèmes, aptitudes dans le domaine de l'organisation, la prise de décisions, la communication, le contrôle, et la prise de responsabilités ;

b) Compétences sociales : capacité d'écoute, savoir déléguer, savoir constituer et tirer profit des réseaux, relations humaines (le leadership, les aptitudes dans le domaine de la coopération, du travail en groupe) ;

c) Aptitudes personnelles : confiance en soi, motivation, détermination, énergie, capacité de résistance et d'endurance, persévérance, capacités conceptuelles et même physiques ;

d) Compétences entrepreneuriales typiques : esprit d'initiative, sens de l'action et de la créativité, prise de risques au niveau de la concrétisation des idées.

Ces compétences transversales, qui sont d'ordre managérial, méthodique, personnel et social contribueront au développement du savoir-agir et du savoir être entrepreneurial des

apprenants dans toute situation. C'est au travers de son agir quotidien qu'un jeune entre en contact avec le monde des entrepreneurs.

II. Démarche de l'étude et résultats

II.1 Méthodologie de la recherche

Le second objectif de cette recherche est d'évaluer le potentiel entrepreneurial des jeunes du Cameroun. Pour ce faire, notre groupe cible est constitué de 5000 jeunes issus tant du milieu scolaire qu'extra scolaire, réunis au Lycée Technique de Bafoussam du 31 mars au 1^{er} avril 2016, dans le cadre de la caravane de promotion et de valorisation des métiers agropastoraux auprès de la jeunesse, organisée par le Réseau des parlementaires Esperance jeunesse.

Pour la réalisation de la recherche, nous avons utilisé un questionnaire comportant trois parties : La première partie porte sur l'identification du répondant. La deuxième partie a trait aux questions relatives à l'appréciation du potentiel entrepreneurial des jeunes. Le contenu de cette deuxième partie du questionnaire se concentre sur les compétences managériales, sociales, personnelles et entrepreneuriales du répondant. Il comporte 25 questions et les réponses sont numérotées de 1 à 5, c'est-à-dire suivant l'échelle de Likert (Thiétart, 1998). Cette partie du questionnaire a été établi par Fisher Press (1992) et reprise par Monkam, Kamdem et al.(sd) et est régulièrement utilisée au Cameroun par le Programme d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine (PAJER-U) dans le but de sélectionner les bénéficiaires de leurs prestations articulées autour de la formation entrepreneuriale, managériale, technique suivis du financement et de l'accompagnement. La troisième et dernière partie vise à connaître l'engagement du jeune quant à la création à venir d'une entreprise. Voir le questionnaire en Annexe 1.

L'administration de ce questionnaire au public cible a été effectuée par 10 participants à la caravane préalablement par nous formés en techniques d'enquêtes. Ils ont administré de façon aléatoire et de manière directe 500 questionnaires à leurs pairs pendant les heures qui précèdent les activités.

Le traitement des questionnaires s'est effectué en deux temps. D'abord le traitement de chacun des questionnaires s'est effectué par le logiciel EPE mis en œuvre par le PAJER-U, et par la suite le regroupement par intervalles des répondants suivant la note obtenue par EPE en

5 groupes suivi des composantes de la statistique descriptive, des interprétations et des commentaires.

II.2. Présentation des principaux résultats

Sur les 500 questionnaires administrés, nous avons reçu 494 convenablement remplis et donc un taux de réponse de 98 %. La description de l'échantillon et l'appréciation du potentiel entrepreneurial des jeunes vont constituer les points essentiels de cette partie.

Sur les 494 jeunes interrogés, nous avons 49 % de garçons et 51% de filles. Pour ce qui concerne le niveau scolaire, 11 % ont le niveau primaire, 80 % le secondaire et 9 % le niveau de l'enseignement supérieur. En terme d'occupation actuelle, ils sont des élèves de l'enseignement secondaire général et technique, les élèves de l'école normale des instituteurs de l'enseignement général, les motos taximen, les élèves des centres de formation professionnelle telle la couture et même ceux ayant bénéficié la formation des Volontaires de l'Agence du Service Civique National de Participation au Développement etc. Beau coup de ces jeunes n'ont pas encore créé une entreprise et n'ont même pas encore pris part à une formation en entrepreneuriat, au motif ont-ils justifié qu'ils fréquentent encore ou parce qu'ils n'ont pas encore eu l'opportunité. La répartition par âge de l'échantillon est représentée dans le tableau 1 ci après.

Tableau 1: Répartition de l'échantillon par tranche d'âge

N°	Tranche d'âge en année	Effectif	Pourcentage
1	[15-20[156	31,57 %
2	[21-25[163	32,99 %
3	[26-30[113	22,87 %
4	[31-35[38	07,69 %
5	[36-40[24	04,85 %
Total		494	100 %

Le tableau 1 laisse constater une forte concentration des jeunes de 15 à 30 ans. Aussi, l'intervalle d'âge modal est de 21 à 25 ans, qui regorge 32,99 % de l'échantillon, alors que l'âge moyen est de 23,56 ans.

En utilisant les critères de dépouillement énoncés en annexe 2, la mesure du potentiel entrepreneurial des jeunes interrogés se présente comme dans le tableau 2 ci dessous :

Tableau 2 : Répartition des notes de l'évaluation du potentiel entrepreneurial de l'échantillon

N°	Intervalles de notes de l'EPE obtenues par les répondants	Effectifs	Pourcentage
1	[0-5[47	09,51 %
2	[6-10[364	73,68 %
3	[11-15[80	16,19 %
4	[16-20[3	00,60 %
5	[21-25[0	0 %
Total		494	100 %

A la lecture du tableau 2 et au regard de la grille d'interprétation des scores obtenus, il apparaît que :

0% de l'échantillon à de 21 à 25 points. Les candidats de cette catégorie présenteraient un potentiel entrepreneurial important. Avec un tel potentiel, on pourrait se demander pourquoi ils ne se seraient pas déjà lancés en affaires.

00,60 % de l'échantillon a entre 16 et 20 points. Ce résultat leur prête un potentiel entrepreneurial certain. Cependant, leur succès en affaires pourrait dépendre des habiletés qu'ils manifestent et des ressources dont ils disposent.

16,19 % de l'échantillon ont entre 11 et 15 points. Ce résultat les situe dans la zone transitoire. Ils sont probablement aptes à se lancer en affaires mais ils devraient y mettre beaucoup d'effort et de persévérance. Une aide extérieure et un bon suivi sous forme de conseils et d'encouragements seraient pour eux un bon atout. Peut être que certains ajustements seront aussi nécessaires.

73,68 % de l'échantillon ont entre 6 et 10 points. Leur potentiel entrepreneurial semble plutôt faible. Ils auront certainement à revoir certaines de leurs opinions, attitudes ou comportements.

09,51 % de l'échantillon ont entre 0 et 5 points. Ici, ils doivent être réalistes. Il leur serait probablement difficile d'évoluer dans le monde des affaires présentement. Ils devraient s'informer sérieusement sur les contraintes et exigences de la carrière entrepreneuriale.

En outre, à la question de savoir comment est ce qu'on vante les entrepreneurs dans leurs localités, tous les jeunes interrogés sont unanimes que les créateurs d'entreprise à succès sont

désignés par des concepts pluriels tels les « directeurs généraux , DG», les « PDG », les « riches », les « bourgeois », les « boss », les « hommes d'affaires », les « sorciers », les « grands chefs », les « grands types », les « cerveaux », les « génis », les « élites économiques », les « agents de développement », ont beaucoup de privilèges et sont enviés, admirés. Ils sont considérés comme des héros, sont bien vus, respectés, sont influents, sont des modèles et sont souvent vantés, honorés, valorisés à la radio, à la télévision ou à l'internet.

C'est fort de ces considérations qu'à la question de savoir s'ils aimeraient un jour créer une entreprise, 92,93 % de l'échantillon ont répondu par l'affirmative et justifient leur position par de nombreuses motivations parmi lesquelles par ordre décroissant nous pouvons énumérer les éléments contenus dans le tableau 3 suivant.

Tableau 3: Motivations à la création d'entreprise énoncées par les jeunes camerounais

N°	Motivations à la création énoncées par les jeunes	Fréquence de parution
01	Lutter contre le chômage des jeunes	41,93 %
02	Désir d'indépendance et d'autonomie	17 %
03	Contribuer à la croissance et au développement du pays	16,67 %
04	Gagner de l'argent	05,20 %
05	Bien vivre et subvenir aux besoins de la famille	04,6 %
06	Pour être employeur	03,60 %
07	Pour faire valoir son génie et réaliser des exploits	02,95 %
08	Accomplir le rêve et l'ambition depuis l'enfance	02,5 %
09	Pour éloigner 3 grands maux : le vice, le besoin et l'ennui	01, 30 %
10	Volonté d'être grand et d'être chef	0,99 %
11	Parce qu'ils aiment le monde des affaires	0, 99 %
12	Pour appliquer ce qu'ils ont appris	0,99 %
13	Pour être considéré et respecté dans la société	0,32 %
14	Parce qu'ils aiment innover	0, 32 %
15	Parce qu'il faut oser	0, 32 %
16	Pour être connu et contribuer à son rayonnement	0,32 %

La création de nouvelles entreprises est donc pour ces jeunes, un moyen de lutter contre le chômage des jeunes et la pauvreté. Hors mis les raisons qu'ils ont évoquées, il semble important d'ajouter que la création de nouvelles entreprises permet d'intensifier la concurrence sur les marchés et de s'adapter aux véritables besoins des consommateurs, de stimuler la quête de nouveaux marchés et de faire face aux mutations rapides qu'entraîne la mondialisation économique. A contrario 07,07 % de l'échantillon déclarent ne pas envisager de créer une entreprise dans le futur du fait :

- de l'absence de l'argent 33,31% ;
- de manque d'attrance et d'affection envers la création d'entreprise 20 % ;
- de l'insuffisance de niveau et de connaissance 13,34 % ;
- de ce dans le monde des affaires on peut certes gagner mais aussi perdre 13,34 %
- de l'absence de la grâce 13,34 %
- de manque de temps 06, 67%.

Conclusion et perspectives de promotion de l'esprit d'entreprise

Après avoir décrit et opérationnalisé le modèle entrepreneurial de Morris (1998), nous avons à travers un questionnaire administré de façon directe, mesuré le potentiel entrepreneurial d'un échantillon de 494 jeunes Camerounais. Cette étude a permis d'établir que la population interrogée est âgée en moyenne de 23, 56 ans, et que 92,93 % de cet échantillon aimeraient à l'avenir créer une entreprise. Leur niveau de potentiel entrepreneurial étant faible et au regard de l'importance de l'entrepreneuriat, il apparaît important de trouver des formules pédagogiques populaires d'information et de formation de ces jeunes sur les compétences entrepreneuriales. Quels questionnements pédagogiques pouvons-nous formuler pour développer la culture entrepreneuriale au sein de cette population jeune ? Toute approche pédagogique passe par une réflexion centrée sur quelques questions clés qui font l'objet de nombreux travaux de recherche que Chakir (2003) résume autour de 2 points :

Le premier concerne la pratique elle-même et sa légitimité académique : naît-on entrepreneur ou le devient-on ? (Gasse, 1993), peut-on parler du métier d'entrepreneur et le présenter comme les autres métiers ? Si oui, peut-on enseigner le métier d'entrepreneur ? Sans entrer dans les débats académiques, la réponse est positive à condition de privilégier des situations et des contextes d'apprentissage cohérents avec l'objet de l'enseignement. Mais, les

débats demeurent toujours très animés concernant la structure retenue pour développer cet apprentissage. S'agit-il d'introduire un cours supplémentaire (ou plusieurs) cours au cursus initial de formation? doit-on adopter une approche plutôt unidisciplinaire ou interdisciplinaire axée sur la création d'entreprise ?

Le deuxième point concerne l'approche pédagogique et cherche à faire préciser la finalité de ce type d'apprentissage, les objectifs poursuivis, les éléments de contenus, le public visé ainsi que les méthodes d'apprentissage (Béchar, 1994; Toulouse, 1992; Gibb, 1992). De nombreuses questions fondamentales sont encore débattues : s'agit-il d'informer, de former ou d'éduquer les apprenants, les méthodes pédagogiques doivent-elles être centrées sur l'enseignant ou sur l'apprenant ? Doivent-elles être appropriées à un univers structuré ou non structuré ? La formation doit-elle être plutôt théorique avec des problématiques actuelles ou plutôt praxéologiques en privilégiant les connaissances et outils pratiques... ? (Certhoux, 2000). Ces différentes questions indiquent bien qu'il n'y a pas un modèle pédagogique unique pour l'apprentissage du métier d'entrepreneur comme il n'existe pas un type d'entrepreneur unique. Nous espérons à l'issue de nos réflexions avoir suffisamment de matière, non pour trancher définitivement le débat, mais pour apporter notre contribution à ces questionnements pédagogiques fondamentaux.

Nous pouvons toutefois, penser à la suite de Fayolle (1997), que pour former de futurs entrepreneurs, il semble utile d'allier la passion (le métier) et la raison (la gestion) dans un processus d'apprentissage équilibrant les dimensions conceptuelle (pourquoi), instrumentale (comment) et expérimentale (mettre en œuvre un projet). Et, au sujet des méthodes pédagogiques, dans une étude exploratoire portant sur 146 programmes de formation à l'entrepreneuriat, après avoir énuméré les 3 catégories de méthodes pédagogiques (1) Les méthodes de reproduction qui regroupent la plupart des méthodes traditionnelles (Exposés, enseignement programmé, exercices répétitifs, etc.) 2) Les méthodes de construction qui sont centrées sur l'apprenant et regroupant le projet individuel, la recherche guidée, l'interview. 3) Et les méthodes de co-construction qui sont centrées sur les interactions entre l'individu et son environnement et qui regroupent pour l'essentiel les méthodes participatives (jeux de simulation, méthode des cas, groupes de discussions, etc.), Béchar (2000) a constaté, pour les commissions scolaires du Québec, une dominante des méthodes de reproduction dans 43,6% des interventions éducatives. Les

méthodes de co-construction sont présentes dans 33,8% des cas laissant un espace de 17,6% aux méthodes pédagogiques de construction.

Au regard de ce qui précède, nous formulons les 5 propositions suivantes pour vulgariser dans le contexte Camerounais la culture d'entreprise au sein de la population jeune, scolaire et extra scolaire:

- Rendre obligatoire les activités post et péri scolaires ;
- Promouvoir la création des clubs entrepreneuriat dans les établissements ;
- Vanter les mérites des hommes d'affaires à succès dans les manuels scolaires et par les chants ;
- Promouvoir les stages de vacances dans les entreprises ;
- Faire venir les créateurs d'entreprise dans les établissements et centres de formation pour effectuer des témoignages.

Du reste, le déroulé des propositions ci-dessus énoncées est susceptible de faire l'objet des prochaines recherches.

Références bibliographiques:

Ahl H. (2006), "Why research on women entrepreneurs needs new directions", *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 30, n° 5, p. 595-621.

Ahmad N. et Hoffman A. (2007), *A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship*, Paris, OCDE, Entrepreneurship Indicators Steering Group.

Audretsch D.B. (2002), *Entrepreneurship: A Survey of the Literature*, Institute for Development Strategies, Indiana University & Center for Economic Policy Research (CEPR), London, juillet

Bechard J.P. (1994), *Les grandes questions de recherche en entrepreneurship et éducation*, Cahier de recherche HEC Montréal n° 94-11-02.

Bechard J.P. (2000), *Méthodes pédagogiques des formations à l'entrepreneuriat : résultats d'une étude exploratoire*, *Revue Gestion* 2000, mai-juin 2000.

Bechard J.P. et Toulouse J.M. (1992), Essai de clarification des programmes de formation à l'entrepreneurship, Cahier de recherche HEC Montréal n° 92-09-01.

Bygrave W.-D. et Hofer C.-W. (1991), Theorizing about entrepreneurship, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol.16, n°2, p. 13-22.

Chakir A. (2003), «Pratiques pédagogiques et formation en gestion : l'expérience de l'ENCG », 2ème rencontre nationale/AIPU-Maroc, mai, Casablanca

Certhoux G. (2000), L'entrepreneuriat : effet de mode ou tendance de fond ? Réf. n° 21

Churchill N.C. et Lewis N.C. (1983), « Les cinq stades de l'évolution d'une PME », *Harvard L'Expansion*, Vol. 30 (automne), 1983, p.51-63.

Fayolle A. (1997), L'enseignement de l'entrepreneuriat : réflexions autour d'une expérience, Cahier de recherche 9708, EM Lyon

Fayolle A. (1999), L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement. Rapport rédigé à la demande de la direction de la technologie du ministère de l'éducation nationale de la recherche et de technologie. Mai.

Fayolle A. (2004), Entrepreneuriat : de quoi parlons-nous?, *Expansion Management Review*, n°114, p. 67-74.

Fillion L.J. (1997), Le champs de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance, *Revue Internationale des PME*, vol. 10, n°2, p.129-172.

Friis C., Paulsson T. et Karlsson, C. (2002)., *Entrepreneurship and Economic Growth, A critical review of Empirical and Theoretical Research* : Institutet för Tillväxtpolitiska Studier (ITPS), Östersund.

Gasse Y. (2004), Questionnaire d'auto-évaluation : Ai-je un profil d'entrepreneur ?, Manuel technique, réalisé avec la collaboration de la BDC, 33 p.

Gasse Y. et D'Amours A. (1993), *Profession entrepreneur : avez vous le profil de l'emploi ?*, Les Editions Transcontinentales inc..

Gartner W.-B. (1989), "Who is an entrepreneur?" is the wrong question, *Entrepreneurship Theory & Practice*, été, p. 47-68.

Gartner W.-B. (1990), What are we talking about when we talk about entrepreneurship?, *Journal of Business Venturing*, n° 5, p. 15-28.

Gartner W.B. et Vesper K.H. (1994), Experiments in Entrepreneurship Education: successes and Failure, *Journal of Business Venturing*, 9, p.179-187.

Gibb A. (1992), The enterprise culture and education. Understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurial and wider educational goals », *International Small Business Journal*, 11, 3.

Julien P.-A. (2005), *Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance, une métaphore des romans policiers*, Presses de l'Université du Québec.

Koubaa S. et Sahib Eddine A. (2012), « L'intention entrepreneuriale des étudiants au Maroc : une analyse PLS de la méthode des équations structurelles », 11^e CIFEPME, Brest, Octobre.

Landström H. (1999), The Roots of Entrepreneurship Research, *New England Journal of Entrepreneurship*, vol. 2, n° 2, p. 9-20.

Liouville J. (2000), La fonction d'entrepreneur : Schumpeter revisité. Actes du 2^{ème} Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat « Entrepreneuriat et dynamique des sociétés » Bordeaux.

Mahmoudi M., Tounés A. et al. (2014), « L'intension entrepreneuriale des étudiants tunisiens », 12^e CIFEPME, Agadir.

Morris M.-H. (1998), *Entrepreneurial intensity: Sustainable advantages for individuals, organization, and societies*, Westport, Quorum. Books.

Nooteboom B. (2006), *Learning and Innovation in Organizations and Economies*, New York, Oxford University Press.

OCDE (1998), *Encourager l'esprit d'entreprise*, Paris.

Schumpeter R.J. (1989), *Essays: On Entrepreneurs, Innovations, Business cycles, and the evolution of capitalism*. Transaction Publishers, New Brunswick (USA) & Oxford (UK); publication originate en 1951, Addison-Wesley.

Strategies, Indiana University & Centerfor Economic Policy Research (CEPR), London, juillet.

Thiétard R. A. et al, *Méthode de recherche en management*, Paris, Dunod, T1 et T2, 1998, 511 p.

Wadoum Fofou C, et Kombou L., (2014), «Vision des dirigeants et croissance des PME camerounaises de la microfinance : une étude de cas multiples », *Revue Congolaise de Gestion* 2014/1 (Numéro 19), p. 143-176.

Wadoum Fofou C, et Feudjo J.R (2015), « Dialectique de l'incidence de la vision des dirigeants sur la croissance des entreprises : Une étude longitudinale de cas enchâssés des PME camerounaises de l'industrie du bois », *Revue Economie et Gestion des Organisations*, FSEG, Université de Ngaoundéré Vol 1, n°1.

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire

Ce questionnaire vise à évaluer le potentiel entrepreneurial des jeunes du Cameroun. Vous êtes invité à cocher la case qui correspond à votre choix.

I. Identification du répondant

1. Sexe : M F 2. Age : [15-20[[20-25[[25-30[[30-35[[35-40[
3. Niveau d'étude : Primaire Secondaire Université 4. Diplôme le plus élevé.....
5. Votre occupation actuelle et localité
6. Avez-vous déjà créé une entreprise ? Oui Non Si oui dans quel domaine ?.....
Et si non pourquoi ?.....
7. Avez-vous déjà suivi une formation en entrepreneuriat ? Oui Non Si oui dans quels domaines ? Et si non pourquoi ?.....

II. Eléments du potentiel entrepreneurial

En considérant une façon de voir et de faire, cocher pour chacune des questions, la case du chiffre qui correspond à votre choix

N°	En considérant une façon de voir et de faire, je dirais que ...	En accord			En désaccord	
		Complètement 1	Plutôt 2	Un peu 3	Plutôt 4	Complètement 5
1	Je suis généralement optimiste					
2	J'aime faire les choses mieux que les autres					

3	Quand je résous un problème, j'essaie d'arriver à la meilleure solution qui se présente sans trop me préoccuper des autres possibilités					
4	J'aime bavarder avec les collègues après la journée de travail					
5	Si je gage aux courses, je préfère prendre une chance sur un gros numéro qui pourrait rapporter beaucoup					
6	Je préfère me fixer mes propres objectifs et travailler fort pour les atteindre					
7	Je suis assez facile d'approcher et je fonctionne allègrement avec les autres					
8	J'aime bien être informé de ce qui se passe et je prends les dispositions pour le savoir					
9	Je travaille mieux lorsque quelqu'un me guide et me conseille					
10	Quand je sais que j'ai raison, je peux convaincre les autres					
11	Je trouve souvent que les autres me font perdre du temps précieux					
12	J'aime bien regarder le handball, le basket et d'autres sports					
13	J'ai tendance à parler facilement et ouvertement de moi-même avec les autres					
14	Ça ne me fait rien de suivre les directives de supérieurs possédant une autorité légitime					
15	J'aime mieux élaborer des plans que de les mettre en application					
16	Il n'y a pas tellement de plaisir à gager sur des valeurs sûres					
17	Face à l'échec, je préfère changer rapidement d'activité plutôt que de persévérer dans cette situation					
18	Je pense que pour réussir en affaire ; il faut réserver suffisamment de temps pour sa famille					
19	Lorsque j'ai gagné quelque chose, je considère qu'il est important de le garder en sécurité					
20	Faire beaucoup d'argent est une question de chance en grande partie					
21	La résolution d'un problème est habituellement meilleure lorsque l'on considère plusieurs possibilités de solution					
22	J'aime impressionner les autres avec mes exploits					
23	Je préfère faire du sport, par exemple du tennis ou judo, avec quelqu'un qui est légèrement plus fort que moi					
24	Quelquefois, dans les négociations d'affaire, l'éthique et la moralité doivent être un peu relâchées					
25	Je crois que les bons amis devraient faire les meilleurs subordonnés dans une entreprise					

III. Autres

1. Comment est-ce qu'on vente les créateurs d'entreprise dans votre environnement ?.....

2. Aimerez-vous créer une entreprise ? Oui Non Justifiez votre réponse.....

Merci de votre collaboration

Annexe 2 : Mode de notation de la grille d'évaluation du potentiel entrepreneurial

Accorder 1 point pour chaque réponse où le répondant a coché les chiffres 1 ou 2 aux énoncés 1, 2, 6, 8, 10, 11,16, 17, 21, 22, 23 et 24 ; et 1 point sur chaque réponse où il a encerclé les chiffres 4 ou 5 aux énoncés 3,4,5,7,9,12,13,14,18,19,20 et 25. Puis faire le total du pointage des points que le répondant a obtenu. S'il a eu :

De 21 à 25, alors il a un potentiel entrepreneurial important. Avec un tel potentiel, on pourrait se demander pourquoi il ne s'est pas déjà lancé en affaire.

De 16 à 20, ce résultat prête le répondant à un potentiel entrepreneurial certain. Cependant, son succès en affaires pourrait dépendre des habiletés qu'il manifeste et des ressources dont il dispose.

De 11 à 15, ce résultat situe le répondant dans la zone transitoire. Il est probablement apte à se lancer en affaires mais, il devrait y mettre beaucoup d'effort et de persévérance. Une aide extérieure et un bon suivi sous forme de conseils et d'encouragements seraient pour lui un bon atout. Peut être que certains ajustements seront aussi nécessaires.

De 6 à 10, le potentiel entrepreneurial du répondant semble plutôt faible. Il aura certainement à revoir certaines de ses opinions, attitudes ou comportements.

De 0 à 5, ici, le répondant doit être réaliste. Il serait probablement difficile présentement pour lui d'évoluer dans le monde des affaires. Il devrait s'informer et se former sérieusement sur les contraintes et exigences de la carrière entrepreneuriale.