

L'entrepreneuriat chez les jeunes : relever les grands défis stratégiques

Youth
entrepreneurship:
meeting the key
policy challenges,
Francis Chigunta,
2002.

Étude de Francis
Chigunta, professeur à
l'Université d'Oxford,
Angleterre.

L'étude, « Youth Entrepreneurship: Meeting the Key Policy Challenges » porte sur la situation des jeunes entrepreneurs. L'auteur analyse les caractéristiques de la création d'entreprises chez les jeunes âgés de 15 à 35 ans dans les pays développés et les pays en voie de développement à partir des différentes études réalisées notamment en Angleterre pour les premiers, et en Zambie pour les seconds. Démontant les mécanismes qui rendent la création d'activités par les jeunes hasardeuse et difficile, l'auteur propose une série de recommandations pour améliorer l'entrepreneuriat jugé apte à résoudre un certain nombre de maux sociaux. Cette étude vise à stimuler les débats sur l'entrepreneuriat comme option de carrière pour les jeunes.

Malgré un formidable engouement ces dernières années pour la création d'entreprise comme remède au chômage, peu de programmes pour favoriser l'emploi ont réellement ciblé les jeunes entrepreneurs. Non seulement les connaissances et études sur le sujet sont peu nombreuses et largement ignorées, mais les potentialités inhérentes aux jeunes entrepreneurs sont généralement sous-estimées.

CARACTÉRISTIQUES ET INTÉRÊT DE L'ENTREPRENARIAT CHEZ LES JEUNES

Par « jeune entrepreneur », on entend « toute personne entre 15 et 35 ans qui fait preuve d'innovation, d'initiative, de créativité et de prise de risque dans la mise en route d'une activité ». D'après les quelques données et études existantes, dans les pays développés comme dans les pays en voie de développement, les jeunes qui montent leur propre entreprise parviennent généralement à dé-

velopper une activité, mais la taille et le poids économique reste bien inférieur aux activités créées par leurs aînés. Cela dit, le fait que les jeunes se lancent dans la création d'entreprise permet de résoudre certains problèmes liés au chômage (et qui touchent particulièrement la jeunesse) tels que la délinquance et la paupérisation d'une communauté. Soutenir la création d'entreprises chez les jeunes a donc un impact social fort puisqu'il permet de créer de l'emploi et en particulier chez les jeunes marginalisés. Un jeune entrepreneur aura tendance à recruter ses premiers collaborateurs dans son entourage géographique proche et appartenant à la même tranche d'âge, voire plus jeune que lui.

Mais l'intérêt est aussi économique : étant donné que les jeunes entrepreneurs sont très impliqués sur le marché local, toute nouvelle création d'activité a pour conséquence d'insuffler de nouvelles dynamiques dans l'économie locale. Il s'agit là de caractéristiques communes aux pays économiquement forts et faibles. Cependant, des différences fondamentales existent, en particulier dans les choix et les ambitions des jeunes entrepreneurs suivant leur lieu de résidence.

Dans les pays développés

Une étude menée par la Banque Barclays en Angleterre en 1997 a montré que 65 % des jeunes entrepreneurs travaillent à la maison, 40 % travaillent seuls, 14 % ont un employé et 17 % emploient au moins six employés. 71% d'entre eux avaient un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 158 000 US\$ pour un capital de départ estimé autour de 7 000 US\$. Même si cette étude comme d'autres analyses effectuées dans les pays de l'OCDE montre que les initiatives menées par les jeunes fonctionnent bien, elles restent extrêmement marginales et ne pèsent guère en termes économiques : en moyenne, elles constituent à peine 10 % des emplois créés par des initiatives personnelles.

D'après l'étude de la Barclays, seuls 3,3 % des jeunes entre 16 et 25 ans parviennent à se créer un emploi, quand 36 % des adultes le réalisent après 65 ans. De même, une étude menée à Cleveland, en Angleterre (MacDonald et Coffield), a tiré un portrait très noir des créations d'entreprises chez les jeunes. Les auteurs l'ont décrit comme « un secteur nouveau de l'économie, mal rémunéré, sans sécurité de l'emploi, à la périphérie de l'économie traditionnelle ». Des résultats à prendre avec prudence puisqu'il s'agit d'une étude conduite sur des très jeunes gens entre 15 et 24 ans et que le manque de maturité et d'expérience professionnelle sont responsables de ces difficiles conditions.

L'étude s'attarde plutôt sur le dynamisme des jeunes entrepreneurs et en particulier sur celui des femmes : d'après différentes études concordantes, elles représentent près de la moitié des créateurs d'entreprises. Ces hommes et ces femmes qui choisissent la création d'entreprise ne recherchent pas forcément un gain financier plus important. Les raisons les plus souvent citées dans les pays de l'OCDE sont l'indépendance, la flexibilité et un contrôle plus important sur sa vie.

Dans les pays en voie de développement

Le taux d'emplois créés et occupés par les jeunes est plus important que dans les pays développés, même si, là encore, il reste inférieur aux emplois générés par les adultes.

Une récente étude en Zambie (Chigunta, 2001) a montré qu'un quart des jeunes avaient créé leur emploi, la plupart dans des activités de commerce et de services. Cependant, cette caractéristique reste majoritairement masculine. Selon la même étude, seules 5 % des femmes entre 15 et 19 ans détenaient une entreprise contre 15 % dans la même tranche d'âge côté masculin. En ce qui concerne les femmes entre 20 et 24 ans, elles sont 25 % à détenir une entreprise contre plus de 40 % chez les hommes. Ces différences s'expliquent par l'existence de contraintes socio-économiques qui limitent l'accès des femmes à la création d'entreprise.

Pour la plupart (92 %) des jeunes interrogés, ce sont des problèmes économiques graves – voire la survie – qui les ont poussés à créer leur propre activité. La moitié (46 %) n'avait pas d'emploi, un tiers (30,8 %) devait assurer un revenu supplémentaire au foyer et 15 % appartenaient à la catégorie sociale la plus désavantagée. La motivation n'est pas la même suivant le genre : pour les femmes, il s'agit de compléter les revenus du foyer alors que les hommes cherchent avant tout un emploi et une activité.

RISQUES ET HANDICAPS

Les barrières à l'entrepreneuriat des jeunes

Mais quel que soit le pays de résidence – pays en voie de développement, pays développés ou économies émergentes – l'étude montre que les difficultés qui limitent l'entrepreneuriat chez les jeunes sont identiques. Ainsi les jeunes, ayant plus de difficultés que les entrepreneurs adultes, doivent surmonter les barrières suivantes :

- **accès au capital** difficile et capital de départ bien inférieur à celui des adultes ;
- **pas d'expériences commerciales** ni de contacts pour générer du profit ;
- **peu d'accès à l'information** : les activités de l'entreprise sont concentrées dans un seul secteur ;
- **peu d'équipements** : l'entreprise opère sans local, depuis la rue ou la maison du jeune.

Ces contraintes exposent les entreprises créées par des jeunes à des risques bien supérieurs à ceux que pourraient rencontrer les entrepreneurs plus âgés. Cependant, il est difficile d'analyser si la prise de risque est calculée ou non par un jeune entrepreneur.

Le marché local : opportunités et contraintes

Les entreprises dirigées par des jeunes travaillent principalement avec le marché local d'une part, parce qu'ils en connaissent les mécanismes, les contraintes et les opportunités et d'autre part, parce que la majorité de leur clientèle en est issue. L'étude de Zambie a mis en évidence qu'il s'agissait dans tous les cas d'une nécessité.

Les entreprises informelles comptent souvent très peu sur la clientèle du gouvernement et des entreprises du pays. Seules 4,8 % de ces entreprises dirigées par des jeunes avaient passé un jour un contrat avec un département ou service étatique et 14,9 % avec le secteur privé. Cependant, la forte dépendance qui lie les jeunes entrepreneurs au marché local est une lourde contrainte pour tenter d'augmenter les capacités de production, en particulier dans un pays en voie de développement où les clients ont un pouvoir d'achat et une consommation limités. Cette dépendance comporte également des risques au niveau de la concurrence.

Il s'agit du phénomène dénommé par l'analyste Philip des « copies d'entreprises en série » : à partir du moment où une entreprise remporte un certain succès grâce à un produit ou un service nouveau, elle a de grandes chances d'être copiée jusqu'à ce que le marché saturé, et livré à une forte compétition, s'écroule.

COMMENT RELEVER LES DÉFIS ?

Les enseignements de deux études de cas

Francis Chigunta a analysé un certain nombre de programmes conçus spécifiquement pour la jeunesse. Depuis le mi-

lieu des années 90 en effet, plusieurs pays ont mis en place **des politiques nationales en faveur de la jeunesse**, en particulier dans les pays en voie de développement. Ce nouvel engouement a du reste été encouragé par des agences onusiennes, telles que l'Unesco, l'OIT, mais également par la Banque mondiale et le Commonwealth. Ces programmes avaient pour ambition de couvrir l'ensemble des besoins des jeunes gens ; l'emploi et la création d'activité n'étant qu'un élément avec la santé, l'éducation, l'accès au logement, etc. Les critiques adressées à ces initiatives peuvent se résumer dans les points suivants :

- les programmes pour la jeunesse ne sont pas intégrés dans les politiques macro économiques ;
- chaque domaine d'action est traité séparément, sans lien avec les autres ;
- la jeunesse est perçue sous l'angle de l'assistantat plutôt que de l'initiative.

Deux programmes – Imprenditorialita Giovanile (IG) en Italie et The Prince's Trust-Business (PTB) en Grande-Bretagne – sont donnés en exemple car leurs enseignements et leur philosophie comportent les éléments suivants :

- **Objectifs clairs.** Ces deux programmes sont clairement dédiés à l'entrepreneuriat et à l'initiative, ils ne mélangent pas les objectifs sociaux et économiques. Or, beaucoup de formations destinées aux jeunes, échouent à cause de la multiplicité des objectifs recherchés.
- **Orientation commerciale.** Les deux programmes ne se présentent pas comme des « services sociaux » mais ont au contraire une approche très mercantile. La plupart des jeunes vont contracter un prêt et sont donc considérés comme des « clients » et non comme des « bénéficiaires ». En échange, les centres disposent d'un matériel pédagogique performant et d'un personnel qualifié, ce qui n'est pas le cas de nombreux autres projets destinés aux jeunes.
- **Appuis locaux.** Les deux programmes utilisent des spécificités locales pour réaliser des exercices appliqués. Ils emploient également les services d'un réseau de personnalités locales connues pour leur réussite commerciale qui partagent leurs expériences avec les jeunes.
- **Sélection des compétences.** Les deux programmes reconnaissent que les jeu-

nes ne sont pas un groupe homogène, qu'ils passent par différentes étapes et que la formation doit épauler ces transitions. Il s'agit donc pour l'équipe pédagogique de mettre en valeur leurs qualités et dans un deuxième temps, d'identifier leurs besoins.

- **Accompagnement personnalisé.** Les deux programmes ont mis en place des outils pédagogiques capables de promulguer des conseils et de répondre aux attentes des jeunes qui n'ont que peu d'expérience professionnelle. Le manque « d'éthique » et d'accompagnement semble être un problème majeur dans les pays en voie de développement.
- **La gestion du risque.** Cet aspect constitue une part importante des enseignements pour apprendre aux jeunes comment gérer les risques financiers, commerciaux et humains inhérents à tout management d'entreprise.
- **Le rôle de l'État.** Dans les deux cas, l'État bien que n'intervenant pas directement dans le contenu des enseignements est un donateur financier important et assure une légitimité aux formations.

Ces « bonnes pratiques » sont susceptibles d'assurer un haut niveau de formation aux jeunes, mais « l'adaptation culturelle » reste nécessaire.

« Une formation intelligente se devra tout d'abord de s'adapter à la situation socio-économique locale, comprendre ce qui empêche les jeunes et les femmes en particulier de créer une entreprise, avant de rédiger ses méthodes » prévient Francis Chigunta.

Propositions

Une série de mesures est susceptible de stimuler l'entrepreneuriat chez les jeunes et ces actions peuvent être mises en route rapidement :

- **Accès aux micro-crédits.** Non seulement il n'existe que quelques institutions qui financent des micro-crédits mais elles sont encore moins nombreuses à destiner leurs fonds aux jeunes.

Sur 902 organisations issues de 96 pays et présentes au Sommet du micro-crédit, seules 21 avaient le nom « jeunes » dans leur titre. Les études ont révélé que les jeunes étaient un groupe sous-représenté de la microfinance qui est pour-

tant un pas essentiel vers la création d'activité. Pour permettre aux jeunes de bénéficier des programmes de micro-crédits, il est essentiel d'en faciliter l'accès et d'instituer d'autres mécanismes financiers comme des prêts peu contraignants spécialement conçus pour les besoins d'un démarrage d'activité.

- **Accès à des services d'appui et à de la formation.** Comme l'ont suggéré les réussites des programmes de formation étudiés plus avant, les jeunes entrepreneurs nécessitent en plus d'un accès au crédit, un bagage sur la culture d'entreprise qui comprend un certain nombre de techniques et de savoir-faire. Les programmes de promotion et de formation à la création d'entreprise doivent être financés par différentes sources pour assurer leur longévité et offrir un service de qualité.

➤ **Information et marketing.** Par manque d'information et de connaissances, un certain nombre d'opportunités, de produits et de technologies échappent totalement aux entreprises créées par les jeunes, qui restent concentrées sur le marché local. Promouvoir la création d'entreprise chez les jeunes nécessitera par conséquent de faciliter l'accès aux informations économiques.

➤ **Choix politique.** La mise en place d'une politique nationale de la jeunesse, en particulier pour les pays qui n'en possèdent pas, permet de tracer des grandes lignes et de définir des objectifs. Elle doit articuler les questions économiques liées aux jeunes et en particulier la question de l'entrepreneuriat avec la politique macro-économique. Elle permet d'autre part de redéfinir à la lumière de ces objectifs les rôles des institutions.

➤ **Financement et recherche sur le développement de l'entreprise.** La recherche enfin reste le parent oublié. Trop peu d'études existent en particulier dans les pays en voie de développement pour avoir une idée plus juste des besoins des jeunes qui optent pour l'entrepreneuriat. Une base de données plus complète permettrait de connaître avec plus de justesse l'impact des politiques et des programmes de formation sur la création d'entreprise chez les jeunes.