

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE

Partie I: Généralités et présentation du terrain

Chapitre I : Etat des lieux

Chapitre II : Cadrage théorique

Chapitre III : Approche méthodologique

Partie II: Résultats des enquêtes

Chapitre I : L'esprit entrepreneurial des membres de la JCI

Chapitre II : Les responsabilités tenues par la JCI sur le plan entrepreneurial

Chapitre III : L'importance accordée au développement de l'entrepreneuriat

Partie III: Discussion, évaluation et analyse prospective

Chapitre I : L'analyse sociologique de l'entrepreneur malgache

Chapitre II : Les impacts du développement de l'entrepreneuriat des jeunes malgaches

Chapitre III : Mise en œuvre de FFOM : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces et Recommandations

CONCLUSION GENERALE

Liste des tableaux

Tableau 1 : Liste et fonction des personnes enquêtées	7
Tableau 2: Les fondements du concept d'entrepreneuriat	10
Tableau 3: L'entrepreneuriat à travers le monde	11
Tableau 4:Le classement Doing Business 2017 des 53 pays africains	13
Tableau 5: La répartition des entreprises par province	16
Tableau 6: Composition d'un macro-environnement d'une entreprise.....	31
Tableau 7: Composition d'un microenvironnement d'une entreprise.....	31
Tableau 8: La perception des jeunes membres de la JCI de l'entrepreneur	42
Tableau 9: La participation des jeunes aux projets de la JCI.....	43
Tableau 10 : La motivation des jeunes de devenir entrepreneur.....	45
Tableau 11 : Les difficultés dans la création d'entreprise.....	47
Tableau 12 : L'expérience du jeune entrepreneur de la création d'entreprise	49
Tableau 13 : La motivation à la création d'entreprise.....	50
Tableau 14 : Les difficultés de la création d'entreprises des jeunes entrepreneurs	52
Tableau 15 : Les ressources pour la création d'entreprises.....	53
Tableau 16: La création d'entreprises selon les secteurs d'activités.....	54
Tableau 17 : La formalisation de l'entreprise	55
Tableau 18 : Le nombre d'emploi crée par l'entreprise.....	56
Tableau 19 : La réussite entrepreneuriale pour les jeunes entrepreneurs.....	58
Tableau 20 : Intention des entrepreneurs à l'innovation.....	59
Tableau 21 : La participation à des formations pour développer une entreprise	60
Tableau 22 : L'environnement JCI	64
Tableau 23 : Les avantages et les inconvénients de chaque option	71
Tableau 24: Le fihavanana.....	87

Liste des figures

Figure 1 : Organigramme de la JCI.....	12
Figure 2 : L'impact de la formation auprès des jeunes	68
Figure 3 : Méthodologie de validation d'idée de création d'entreprises.....	72
Figure 4 : Les logiques d'action du créateur.....	90

Liste des acronymes

- 1- BIT : Bureau International du Travail
- 2- BM : Banque Mondiale
- 3- CCIFM : Chambre de Commerce et d'Industrie France Madagascar
- 4- CEE-RE : Centre d'Etude et de Recherche en Entrepreneuriat
- 5- CERS : Centre d'Etude et de Recherche en Sociologie
- 6- CITE : Centre d'Information Technique et Economique
- 7- CV : Curriculum Vitae
- 8- DAE : Direction de l'Appui aux Entreprises
- 9- DFEN : Direction de la Francophonie économique et numérique
- 10- DG: Directeur Général
- 11- EDBM: Economic Development Board of Madagascar
- 12- EI : Entreprise Individuelle
- 13- EJE : Espace du Jeune Entrepreneur
- 14- EPP : Ecole Primaire Publique
- 15- ESSCA : Ecole Supérieure Sacré Cœur Antanimena
- 16- EURL : Entreprise Unique à Responsabilité Limitée
- 17- F : Femme
- 18- FFOM : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces
- 19- H : Homme
- 20- IDE : Investissements Directs Etrangers
- 21- IGR : Impôt Général sur les Revenus
- 22- INSTAT : Institut National de la STATistique
- 23- IS : Impôt Synthétique
- 24- JCI : Jeune Chambre Internationale
- 25- MIDSP : Ministère de l'Industrie et du Développement du Secteur Privé
- 26- NIF : Numéro d'Identification Fiscale
- 27- NTIC : Nouvelles Technologies d'Information et de la Télécommunication
- 28- OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques
- 29- ODD : Objectifs de Développement Durable
- 30- OIF : Organisation Internationale de la Francophonie

- 31- OIT : Organisation Internationale du Travail
- 32- OL : Organisation Locale
- 33- ONG : Organisation Non Gouvernementale
- 34- PAS : Programme d'Ajustement Structurel
- 35- PDG : Président Directeur Général
- 36- PFNL : Produits Forestiers Non Ligneux
- 37- PIB : Produit Intérieur Brut
- 38- PIC : Pôles Intégrés de Croissance
- 39- PME : Petite ou Moyenne Entreprise
- 40- PND : Plan National de Développement
- 41- PPEJ : Programme pour la Promotion de l'Entrepreneuriat des Jeunes
- 42- RED : Réseau Entreprises Développement
- 43- SA : Société Anonyme
- 44- SARL : Société Anonyme à Responsabilité Limitée
- 45- SAU : Société Anonyme Unipersonnel
- 46- SFI : Société Financière Internationale
- 47- STAT: STATistique

INTRODUCTION GENERALE

Le développement harmonieux d'un pays dépend essentiellement de la qualité des ressources humaines qui s'y consacrent. Depuis l'accord de plusieurs pays pour l'atteinte des 17 Objectifs de Développement Durable¹ dans l'agenda 2030, l'intérêt que porte la communauté internationale au champ de l'entrepreneuriat ne cesse d'augmenter. D'une part, à travers la multiplication des conférences, séminaires, ou encore au cœur des discours politiques, et des concours de projets, qui les accompagnent. D'autre part, par le développement des programmes universitaires au sein des établissements d'enseignement supérieur par la mise en place de nouvelle matière en cultivant le sens de l'entrepreneuriat chez les jeunes.

L'entrepreneuriat à Madagascar a pris une tournure décisive depuis ces dernières années. La crise politique qui perdure depuis près de cinq ans a beaucoup affecté l'économie malgache et la vie quotidienne des ménages. A noter en premier lieu la perte massive d'emplois suite aux fermetures de nombreuses entreprises franches surtout dans les grandes villes. Cette crise a poussée bon nombre de travailleurs au chômage mais a également perturbé le cycle des nouveaux jeunes entrants dans le monde du travail. Pour la plupart des inactifs, la première chose à faire est de trouver de l'argent, par tous les moyens, dans le but de survivre au jour le jour. Nombreux parmi ceux qui ont été du jour au lendemain, jetés dans les rues se sont recyclés dans d'autres secteurs d'activités moins atteints par la crise. Il y a également ceux qui ont eu des idées plus ingénieuses de créer leur propre entreprise. Face à cette montée du chômage et face à un Etat pour qui le rôle est remis en question, le phénomène de l'entrepreneuriat prend le dessus. Accompagnés des idées menées par la mondialisation, les concours de projet et les financements accordés aux projets les plus méritants se multiplient, la participation de la population à la création de l'emploi, à la croissance et à la lutte contre la pauvreté est très demandée. Sachant que notre pays est constitué majoritairement de jeunes qui constitueront bientôt la classe active. Sylvia Pagès, gérante de l'entreprise Eoah² affirme que « Si les jeunes se spécialisent dès leur

¹Sous le sigle connu ODD

² Entreprise de fabrication de jus de fruit

plus jeune âge, il leur sera plus facile de trouver un emploi ou même d'en créer de nouveaux et c'est exactement le but recherché »³.

L'environnement entrepreneurial dans lequel Madagascar évolue est donc sujet à des fluctuations diverses, lesquelles sont amplifiées par la mondialisation. En effet, la forte présence et influence d'entreprises étrangères au sein du pays rend difficile aux entrepreneurs malgaches la possibilité d'avoir des opportunités à entreprendre et à améliorer leurs capacités d'action dans la conquête du marché qui est nécessaire à leur survie et à leur développement. Les jeunes entrepreneurs malgaches traversent donc un chemin difficile dans les activités économiques du pays dont seuls quelques-uns s'en sortent.

Motif du choix du sujet

La création d'entreprises par les jeunes est devenue un sujet incontournable depuis quelques années. Elle apparaît comme une solution stratégique pour répondre aux problèmes de l'insertion et du chômage en devenant un enjeu majeur dans le développement d'un pays. À l'heure actuelle, le besoin de trouver des entrepreneurs compétents qui seront capables de créer des emplois se fait nettement sentir. En effet, la création de PME⁴ pose, souvent, beaucoup d'obstacles aux jeunes. Ces contraintes sont liées d'un côté, à l'environnement externe hostile à la création comme le financement, la lourdeur et la complexité des procédures administratives et de l'autre côté, les contraintes internes inhérentes aux capacités managériales en raison principalement du manque de formation tant à l'esprit d'entreprise qu'à la gestion et l'absence d'accompagnement en termes d'assistance et de conseil, d'où notre intérêt sur le choix du sujet. Il est vrai que la création d'entreprises attire l'attention des décideurs comme étant la principale source d'emploi. Toutefois, les recherches sur les compétences entrepreneuriales des jeunes sont très peu développées malgré la croissance de créations d'entreprise par les jeunes qui devient de plus en plus important. De ce fait, étudier l'entrepreneuriat des jeunes s'avère très pertinent dans la mesure où il nous permettra de dévoiler la perception et la motivation principale qui poussent les jeunes à entrer dans le domaine de l'entrepreneuriat.

³ Tiré de Madagascar Matin dans « Femmes et jeunes entrepreneurs – Quand le futur de Madagascar se conjugue au présent » www.matin-mada.com

⁴Petite ou Moyenne Entreprise

Quant au choix du terrain, la Jeune Chambre Internationale Antananarivo est une organisation ancienne de plus de 100ans dans le monde et de plus de 30ans à Madagascar qui représente un tremplin pour l'acquisition de nouvelles compétences et de nouveaux talents dans le domaine de l'entrepreneuriat à travers les diverses opportunités qu'elle offre à ses membres. Elle offre à des novices l'opportunité de pouvoir diriger ou de participer à un projet de sa conception jusqu'à sa réalisation. Etant membre au sein de la JCI, les documents concernant l'organisation, l'enquête auprès des membres et les différentes activités de l'organisation me sont accessibles d'où le choix du terrain.

Problématique

Nous nous posons alors la question de savoir, quelle est la cause profonde du non-développement de l'entrepreneuriat des jeunes Malgaches?

Objectif général et spécifiques

L'objectif général est d'apporter une contribution supplémentaire au champ de recherche de l'entrepreneuriat des jeunes à Madagascar.

Les objectifs spécifiques sont de définir l'apport de la JCI Antananarivo dans le développement de l'entrepreneuriat des jeunes malgaches et l'apport de l'entrepreneuriat des jeunes dans le développement local, de voir la motivation des jeunes à l'égard de l'entrepreneuriat, et enfin d'identifier les facteurs de blocage et de réussite de l'entrepreneuriat des jeunes.

Résultats attendus

_ L'incitation des jeunes à la création d'entreprise par les autorités nationales, les institutions, les diverses associations et organisations est la cause profonde du développement de l'entrepreneuriat

_Le non développement de l'entrepreneuriat des jeunes est causé par la situation de pauvreté au sein de la société.

Méthodologie

Tout au long de notre étude, nous allons mettre au premier plan cette prévalence de l'entrepreneuriat des jeunes tout en appréhendant le rôle de la JCI dans son développement. Etant membre au sein de l'organisation, la recherche de terrain qui est une méthode où le travail intellectuel et l'expérience pratiquée sur le terrain sont menés de front pourra être utilisée dans la compréhension de la contribution de l'entrepreneuriat des jeunes dans le développement local. Par ailleurs, en vue d'une recherche plus rigoureuse des méthodes et des techniques accompagnées par un appui bibliographique seront au second plan. Ainsi nous allons mettre en œuvre des méthodes d'analyses et des méthodes d'enquêtes adéquates.

Recherche Documentaire

Avant d'entamer la descente sur terrain, nous nous sommes documentés sur l'entrepreneuriat, les travaux des différents auteurs en rapport avec notre sujet et leur théorie, ainsi que tout ce qui touche le lieu d'investigation. Nous avons utilisé des documents écrits, des documents publiés, des archives officielles se rapportant au thème, auprès de la JCI Antananarivo, de l'INSTAT, du Centre d'Etude et de Recherche en Sociologie. La recherche de documentation via les sites internet nous a également été d'une aide précieuse pour l'ensemble des revues, certains mémoires et thèses, certains ouvrages généraux et spécifiques.

Technique d'analyse

Dans l'approche théorique de notre méthodologie, nous avons choisi les concepts clés de la socialisation et du capital social de Pierre Bourdieu. Ensuite, nous avons fait appel à l'acteur stratégique de Michel Crozier comme technique d'analyse du fait de notre étude sur l'entrepreneuriat des jeunes. Et enfin, la théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié d'Ajzen.

Technique d'enquête

- Technique vivante

L'observation simple et l'observation participante ont été mises en avant pour une constatation des faits et pour des résultats d'enquête plus qualitatifs. Il s'agit d'une enquête exploratoire des diverses activités organisées au sein de la Société en rapport avec l'entrepreneuriat des jeunes, comme les différents concours de projets, le salon de l'emploi et de l'entrepreneuriat et enfin les projets en cours au sein de la JCI en rapport avec notre thème. D'un côté, étant membre au sein de l'organisation, l'observation participante au sein du concours de projet « Pitch Contest⁵ », nous aide à mieux comprendre les facteurs de blocage ou de réussite des jeunes dans le domaine de l'entrepreneuriat, et les raisons qui poussent les entités à vouloir inciter des jeunes à s'y impliquer.

Par ailleurs, la technique de questionnaire convient particulièrement lorsqu'il s'agit de connaître et d'identifier une population spécifique, d'analyser un fait social à partir des informations portant sur les individus de la population concernée. Notamment, les questionnaires sont effectués auprès des membres et des jeunes entrepreneurs de la JCI Antananarivo, accompagné de quelques questions ouvertes pour connaître leur compréhension du terme et le déroulement de l'esprit entrepreneurial. Pour cela, des entretiens semi-directifs auprès du comité directeur de la JCI, auprès des organisateurs de concours de projet, et auprès de l'institut de formation de jeunes entrepreneurs ont été entamé afin de voir l'ampleur des actions entreprises pour la promotion de l'entrepreneuriat. Et le ministère de l'Industrie et du Développement du Secteur Privé étant en partenariat avec la JCI dans ses projets, un entretien libre et semi-directif a été au rendez-vous afin de saisir l'importance qu'il accorde à l'entrepreneuriat des jeunes.

- Technique d'échantillonnage

Comme chaque année, la JCI organise une Convention Nationale qui est la réunion de tous les membres de la JCI se trouvant à Madagascar. Cette convention s'est tenue ici à Antananarivo du 20 au 24 septembre 2017 au complexe sport Vontovorona avec la venue de plusieurs organisations JCI tels que la JCI Toamasina, la JCI Fianarantsoa, la JCI Antsiranana, la JCI Nosy Be... Pour choisir notre échantillon d'étude, nous avons alors utilisé l'échantillonnage

⁵Un des concours de projet sur la création d'entreprise au sein de la JCI

par grappe. Une technique d'échantillonnage qui consiste à diviser la population mère en grappe, puis de choisir une ou plusieurs grappes en considérant tous les éléments de chaque grappe dans l'échantillon.

Ici, la population mère c'est l'ensemble des membres de la JCI Madagascar et les grappes sont les organisations appartenant à la JCI Madagascar c'est-à-dire la JCI Toamasina, la JCI Fianarantsoa, la JCI Antsiranana, la JCI Nosy Be, la JCI Antananarivo. En rapport avec notre thème qui est l'étude de « l'entrepreneuriat des jeunes de la ville d'Antananarivo cas de la JCI » nous avons fait notre enquête durant ces 5 jours auprès de tous les membres de la JCI Antananarivo. Avec une liste exhaustive de tous les participants à la convention, nous avons donc mené notre enquête auprès de 60 individus dont :

- _30 simples membres de la JCI Antananarivo ;
- _20 entrepreneurs membres de la JCI Antananarivo ;
- _2 responsables au sein de la JCI Antananarivo ;
- _2 organisateurs de concours de projet ;
- _1 représentant du ministère de l'industrie et du développement du secteur privé ;
- _3 formateurs en entrepreneuriat.

D'où le tableau suivant :

Tableau 1 : Liste et fonction des personnes enquêtées

Activité	Etudiants	Travailleurs	Etranger	Sous total
Simple membres	15	15	–	30
Entrepreneurs	10	10	–	20
Responsables au sein de la JCI	1	3	–	4
Organisateurs de concours de projet	–	1	1	2
Ministère de l'industrie et du développement du secteur privé	–	1	–	1
Formateurs	–	3	–	3
Total	26	33	1	60

Source : Entretien auprès des enquêtés, décembre 2017

Limites épistémologiques de la recherche

Dans un premier temps, nous n'allons pas dire que notre ouvrage va présenter une authenticité exhaustive de la réalité de l'entrepreneuriat des jeunes tananariviens, mais seulement de donner une contribution à ce vaste domaine. Il nous est apparu difficile de déterminer le nombre total des jeunes entrepreneurs à Antananarivo vu l'inexistence des données auprès du ministère et de l'INSTAT.

Durant notre enquête, nous signalons aussi la réticence de certains enquêtés à participer à notre questionnaire, ce qui nous a poussé à enlever certains individus de notre échantillon. Par ailleurs, l'absence des moyens financiers avec d'autres facteurs imprévus, forcément nous conduirons à optimiser certains aspects de notre recherche.

Annonce du plan

Pour bien cerner le sujet, nous traiterons cette étude en trois parties. La première partie portera sur quelques généralités, concept et la monographie du terrain. Dans la deuxième partie, nous allons énoncer les résultats des enquêtes. Et dans la troisième partie pour clôturer notre recherche, l'analyse sociologique des résultats accompagnés de discussion sur la dynamique entrepreneuriale des jeunes et de quelques recommandations.

Partie I : Généralités et présentation du terrain

Chapitre I : Etat des lieux

Une fois les diverses théories sur l'entrepreneuriat et les aspects de la sociologie qui lui sont appliqués sont développés, il convient maintenant de parler du terrain d'étude, à savoir la JCI Antananarivo ou Jeune Chambre Internationale. D'abord, l'espace de la ville d'Antananarivo « Renivohitra » s'étend sur une superficie de 107km². Elle est constituée de quatre régions à savoir : Antananarivo Renivohitra, Ambanidia, Antaninandro, Andrefan'Ambohijanahary, Ambatomainity et Ambohimananarina. Elle comprend 192 quartiers.

Dans le secteur primaire, l'agriculture est presque inexistante dans la ville. Par ailleurs, la filière « bois » y prend une place importante. Elle est une grande consommatrice de bois d'énergie et de construction.

Dans le secteur secondaire, les zones industrielles y sont présentes mais on en recense beaucoup plus aux alentours de la capitale. On distingue quatre zones : à l'Ouest, le long de la route digue, d'Ambohimananarina à Andranomena, du côté d'Ivato et d'Ambohidratrimo, au Nord sur la route des hydrocarbures et au Sud, le long de l'avenue Général Ratsimandrava et le lotissement Forello Tanjombato. Où, on peut voir par exemple la branche textile, l'agro-alimentaire, l'industrie du bois et ses dérivés, les industries chimiques, les industries métalliques.

Le secteur tertiaire, quant à lui, est très développé en raison de la forte expansion des nouvelles technologies d'information et de la communication. On y voit les entreprises de service comme les cybers, les salons de coiffure, les instituts de formation, ...

Section 1 : Historique de la Jeune Chambre Internationale

Les origines de la Jeune Chambre remontent à 1910 dans la ville de Saint Louis dans le Missouri, aux Etats-Unis d'Amérique. Un jeune homme nommé Henry Giessenbier et ses amis forment le Club de danse Herculeum dont l'objectif primordial est de préserver les styles de danse traditionnels. Cinq ans plus tard, en 1915, le Colonel H.N. Morgan, un citoyen éminent de Saint Louis incite les membres du club de danse à prendre une part plus active dans les affaires civiques et c'est ainsi que Giessenbier et 32 autres jeunes gens forment l'Association Civique Progressiste des Jeunes Gens (YMPCA) le 13 octobre 1915. En moins de cinq mois l'organisation compte déjà 750 membres.

Dès l'année suivante en 1916, il y eut un autre changement de nom et YMPCA devient Junior Citizens (jeunes citoyens) abrégé en JCs ce qui donna plus tard Jaycees. L'année 1918 marque un autre changement puisque les JCs s'affilient à la Chambre de commerce de Saint Louis et deviennent officiellement la Jeune Chambre de commerce de Saint Louis.

Après la première guerre mondiale, Giessenbier entre en contact avec d'autres villes des Etats-Unis ayant des groupes similaires de jeunes gens d'affaires et par la suite 29 clubs répartis dans toute la nation forment la Jeune Chambre de Commerce des Etats-Unis. Henry Giessenbier est élu premier Président de l'organisation nationale.

Le chapitre international de l'organisation commence en 1923 lorsque le Conseil commercial de Winnipeg devient la première Jeune Chambre en dehors des Etats-Unis. En 1928, l'idée de former une entité internationale traverse l'Océan Atlantique pour arriver en Grande-Bretagne.

En 1940, une résolution est avalisée par la Jeune Chambre des Etats-Unis dans le but d'approuver un programme destiné à poursuivre des intérêts communs entre les pays d'Amérique Centrale et d'Amérique du Sud ce qui donne une éclosion de Jeunes Chambres à Mexico et la ville de Guatemala, ainsi qu'au Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica et la ville de Panama en **1943**.

Le processus de mise en place de la Jeune Chambre Internationale est en route. **En 1944**, la première conférence internationale se tient à Mexico. Raul Garcia Vidal du Mexique est élu premier président. La Jeune Chambre Internationale comprend les pays suivants : Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Mexique, Nicaragua, Panama et les Etats-Unis d'Amérique.

Deux ans plus tard, en février 1946, le premier Congrès mondial a lieu à Panama avec la participation de 44 délégués venus de 16 pays différents. L'organisation internationale se constitue officiellement en société, une constitution temporaire est approuvée et le mot «Commerce» disparaît du nom officiel.

Erasmo Chambonnet du Panama est élu second président JCI lors de ce congrès et le Canada et l'Australie sont affiliés.

En 1948, le Credo JCI est adopté officiellement lors du IV Congrès mondial à Rio de Janeiro et un Secrétariat permanent est mis en place en 1952.

1959 : la Jeune Chambre Economique de MADAGASCAR a été créée par Charles ANDRIANTSITOHAINA, un jeune opérateur économique.

1961 : la Fondation de la Jeune Chambre Economique d'Antananarivo par le sénateur Charles ANDRIANTSITOHAINA.

C'est à l'aube de l'indépendance de Madagascar que Charles ANDRIANTSITOHAINA a eu l'insigne honneur de fonder la JCI à Madagascar. Par cette indépendance le pays a recouvré sa souveraineté que la France a reconnue comme fut la sienne par les USA d'où est venu le mouvement JCI qui prône que la fraternité humaine transcende la souveraineté des nations. La France a ainsi parrainé fraternellement la candidature de Madagascar pour faire partie de cette organisation mondiale.

1972 : le nom est changé en Jaycees International mais en 1998 il redevient la Jeune Chambre Internationale.

1988 : Lors du XLIII Congrès mondial à Sydney en Australie, le nom de l'organisation redevient Jeune Chambre Internationale. C'est aussi l'année de la première Académie JCI.

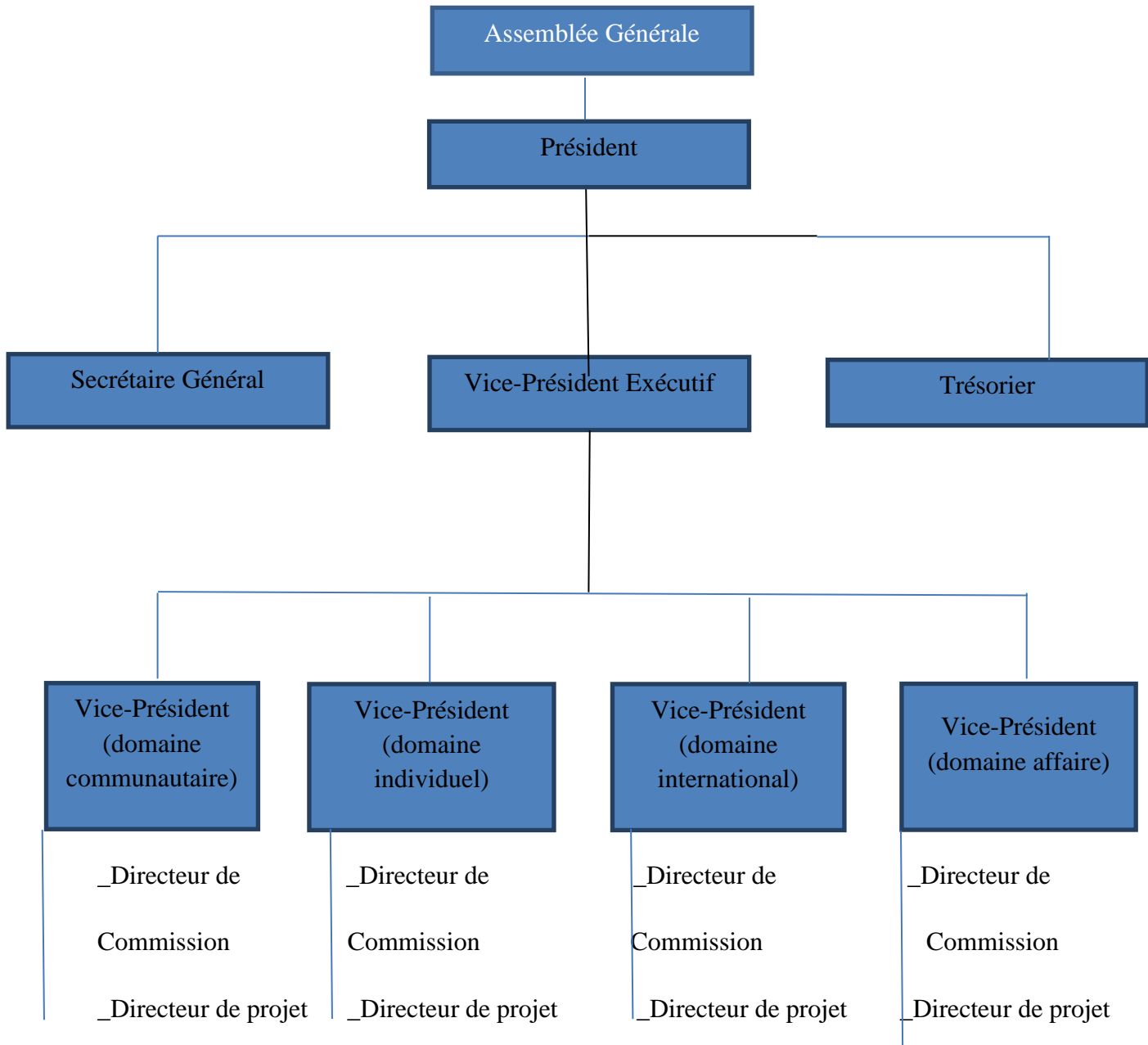
1989 : Marque une année historique pour la Jeune Chambre Internationale qui étend ses services aux pays de l'Europe de l'Est du bloc soviétique, la Pologne et la Hongrie. La nouvelle tendance historique de 1989 se poursuit en 1990 et d'autres pays d'Europe orientale lient des liens avec JCI, dont la Roumanie, la Bulgarie, l'Estonie et la Tchécoslovaquie.

1991 : Réginald Schaumans est le 2^{ème} Belge à devenir président mondial.

2002 : le siège mondial de l'association déménage à Saint Louis. L'adresse officielle est 16120 Chesterfield Parkway West, Suite 250, Chesterfield, MO 63017. Tel: +1-636-449-3100

Section 2 : Organigramme et fonction des membres de bureau de la JCI Antananarivo

Figure 1 : Organigramme de la JCI



Source : JCI Antananarivo 2017

Le Président est le représentant officiel de l'OL ; il préside toute réunion générale de l'effectif, assemblée générale et du comité directeur. Il supervise le fonctionnement général de l'OL et rend compte de ses activités à l'Assemblée Générale et au Comité Directeur.

Le Vice-Président Exécutif coordonne les activités des vice-présidents, les assiste et les encadre dans la préparation des programmes d'activité. Il assure l'intérim du Président en son absence et se prépare ainsi à assurer la présidence de l'OL. Il est responsable de la croissance générale de l'effectif. (Responsables élus)

Les Vice-Présidents sont au nombre de quatre au maximum. Ils sélectionnent et forment les directeurs de projets. Ils les encadrent dans le développement et la planification de projet répondant aux quatre domaines d'opportunités de la JCI (individuel, communautaire, affaire, internationalisme). Ils appuient les directeurs de projet dans la promotion des projets au niveau des membres et des partenaires. (Responsables élus)

Le Trésorier émet l'état des cotisations, et est responsable de leur encaissement. Il tient les livres de compte de l'OL et gère la caisse de l'OL. Il est responsable des paiements à effectuer suivant les directives du Comité Directeur. Il prépare le rapport des finances annuel de l'OL. (Responsable nommé)

Le Secrétaire Général est le responsable administratif de l'OL placé sous la responsabilité directe du Président. Il informe les membres de toutes les réunions et diffuse toute forme de communication concernant et/ou pouvant concerner les membres. Il est responsable de la tenue des dossiers des membres, des procès-verbaux de réunions, qui peuvent être consultés par les membres à tout moment. (Responsable nommé)

Le Conseiller juridique remplit les fonctions de jurisconsulte au sein du Comité Directeur et à l'Assemblée Générale. Il décide des questions de procédure parlementaire à la demande du Président de la réunion. Il veille en tout temps au respect du règlement intérieur et de la Constitution de l'OL. Il propose, au besoin, des amendements de textes.

En l'absence d'un conseiller juridique, le Président désigne, avec l'accord des membres de la réunion, un jurisconsulte pour remplir ces fonctions durant la réunion. (Responsable nommé)

Les Directeurs de commission assurent la promotion, la coordination et le contrôle des programmes et projets entrant dans le cadre des responsabilités qui lui ont été confiées. Ils étudient toutes les informations reçues relatives à leurs attributions et présentent leurs recommandations au Comité Directeur. (Responsable nommé).

Comme toute organisation, la JCI a une vision, une mission et des valeurs qui unissent toutes les membres de la JCI dans le monde ;

- **La vision de la JCI :** « Être le principal réseau mondial de jeunes citoyens actifs. »
- **La mission de la JCI :** « Offrir des opportunités de développement aux jeunes en leur donnant la capacité de créer des changements positifs. »
- **Les valeurs de la JCI :**

Nous croyons :

- Que la foi en **Dieu** donne à la vie son véritable sens ;
- Que la **fraternité** humaine transcende la **souveraineté** des nations,
- Que la **liberté** des individus et de l'entreprise assure mieux la **justice** économique,
- Que le **gouvernement** doit s'appuyer sur la loi et non sur l'arbitraire,
- Que la personne humaine est la plus précieuse des richesses,
- Et que servir l'**humanité** constitue l'œuvre la plus noble d'une vie.

Section 3 : ADHESION DES MEMBRES

1. Conditions d'adhésion

Peut adhérer à l'OL toute personne physique âgée d'au minimum dix-huit (18) ans et d'au maximum quarante (40) ans.

L'adhésion à l'OL implique l'acceptation de la Déclaration des Principes de la Jeune Chambre Internationale, s'énonçant comme suit :

- La foi en Dieu
- La fraternité humaine
- La liberté individuelle et la dignité

- Les lois
- La valeur de la personne humaine
- Le service à l'humanité

Toute demande de nouvelle adhésion doit être recommandée par un parrain qui doit être un membre actif, en règle financièrement vis-à-vis de l'OL.

Le dossier d'adhésion constitué d'une fiche de renseignements et d'une lettre de motivation, est présenté par le parrain au Comité Directeur, pour approbation.

Le parrain aura la charge et la responsabilité d'encadrer et de guider son filleul pendant au moins une année.

L'admission de la candidature ne pourra être prononcée qu'à l'unanimité des membres présents du Comité Directeur.

Le Comité Directeur se réserve le droit de rejeter toute demande d'adhésion.

Le Président en exercice sera chargé de faire connaître au parrain la suite réservée à la demande d'adhésion.

2. Période probatoire

Le nouveau membre accepté est un POSTULANT. Il sera présenté officiellement à l'occasion des réunions statutaires ou autres réunions générales de l'effectif.

Le postulant doit régler un droit d'adhésion de vingt mille ariary.

Il bénéficiera des droits d'un membre actif sauf du droit de vote.

Tout postulant observera une période probatoire de trois (3) mois minimum et de douze (12) mois maximum.

Durant cette période, le postulant devra :

- Participer aux activités de l'OL, être actif au moins dans un projet
- Être présent aux réunions statutaires.
- Suivre le cours de formation de base JCI

- s'identifier et s'inscrire sur le site international www.jci.cc
- Être en mesure d'appliquer la procédure parlementaire et le protocole JCI

3. Admission définitive

A l'issue de la période probatoire, le parrain peut demander l'admission définitive de son filleul.

Le postulant accompagné de son parrain sera reçu en entretien d'admission par le Comité Directeur.

Le Comité Directeur décide soit de l'admission définitive du postulant en tant que membre, soit du renouvellement de la période probatoire.

4. Intronisation

L'intronisation du nouveau membre peut se tenir lors :

- des réunions statutaires
- des assemblées générales
- des visites d'officiers nationaux ou internationaux de la JCI
- des assises nationales ou rencontres JCI

A son intronisation,

- Le membre recevra le pin's JCI, un signe distinctif du membre. Il s'engage à le porter avec dignité et fierté. Le pin's est offert par l'organisation locale.
- Le membre s'acquittera de sa cotisation annuelle en tant que membre.

Tout membre intronisé a droit de vote dès son intronisation.

5. Obligation des membres

Tout membre intronisé s'engage à :

- Accepter et à véhiculer le CREDO de la Jeune Chambre Internationale
- Participer activement aux activités de l'OL
- Être assidu aux réunions statutaires
- Payer régulièrement sa cotisation

- S'abstenir d'initier des actions partisans, politiques, sectaires ou religieuses de telle sorte que l'opinion publique ne puisse conclure à l'orientation politique de l'OL et de la JCI dans un sens ou dans l'autre
- Lutter pour l'instauration d'une paix mondiale véritable et permanente

Chapitre II : Cadrage théorique

L'existence et la nature de l'entreprise sont fonction de la division du travail qui a accompagné le développement économique et les projets techniques au cours de l'histoire. Les sciences économiques ont été les premiers à représenter l'entrepreneur comme acteur principal de l'activité économique. Elles s'intéressent essentiellement aux fonctions de l'entrepreneur : innovateur chez Schumpeter⁶, celui qui assume des risques chez Cantillon⁷ et gestionnaire de production chez Jean Baptiste Say⁸.

Dans le domaine sociologique, et des autres spécialistes du comportement humain, un des premiers auteurs de cette discipline à s'intéresser aux entrepreneurs fut Max Weber. Il a identifié le système de valeur comme fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs. Il voit en eux des innovateurs, des gens indépendants possédant une sorte d'autorité formelle par leur rôle de dirigeants d'entreprise.

Section 1 : L'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat aborde un champ de recherche qui semble brasser deux disciplines, celle de la sociologie et celui de l'économie. La sociologie étudie les comportements individuels et collectifs, en portant son étude sur les développements et les évolutions de la cohabitation des hommes, ainsi que les facteurs qui ont une influence sur cette cohabitation. Et d'un point de vue économique, nous ne pouvons pas nier la contribution de l'entrepreneuriat dans la création de richesse au sein des ménages et de la société.

⁶ Joseph Alois Schumpeter né le 8 février 1883 à Triesch et décédé le 8 février 1950, économiste et professeur en science politique, il met en évidence le rôle de l'entrepreneur innovateur dans l'impulsion du système économique dans « théorie de l'évolution économique en 1911 ».

⁷ Richard Cantillon (1680-1734) dans son Essai sur la nature du commerce en général (1755), Cantillon présente l'entrepreneur comme quelqu'un possédant une aptitude à affronter l'incertain, et le distingue en cela des propriétaires et des fermiers qui vivent de rentes.

⁸ Jean-Baptiste Say (1767–1832), économiste français et partisan de la révolution française, a produit une théorie générale où l'entrepreneur peut être à la fois gestionnaire, capitaliste et innovateur. L'originalité de la démarche adoptée par Say réside dans l'idée que « *la production n'est point une création de matière, mais une création d'utilité* »

1. Généralités

1.1 Historique et fondement de l'entrepreneuriat

La découverte des nouvelles innovations et techniques industrielles surtout dans la métallurgie et l'habillement ont bouleversé le monde de l'entrepreneuriat. Il a été alors remplacé par des grandes entreprises de manufactures qui présentent un lieu de réunion et d'investissement des capitaux. Elles possèdent une structure organisationnelle et technique de plus en plus complexe au fil du temps. Alors, il vient l'existence de grands groupes industriels et financiers.

Nous pouvons remonter loin dans le temps pour retrouver différentes notions associées au concept de l'entrepreneuriat. Ainsi, on peut voir dans le tableau suivant les fondements du concept d'entrepreneuriat :

Tableau 2: Les fondements du concept d'entrepreneuriat

Origines	Concepts	Sources contemporaines
Serre (1600)	Capacité de mobiliser et de gérer des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter une entreprise	Mahé de Boislandelle (1988) Landström (1999)
Cantillon (1734)	Capacité de prendre le risque de créer son propre emploi, Capacité d'un individu de se prendre en main et de prendre des risques dans un environnement incertain	Gartner (1989; 1990), Friis et coll. (2002), Roberts et Woods (2005) et Lash et Yami (2008)
Turgot (1769)	Combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante	Crozier et Friedberg (1977) CE (2003) Filion (2007)
Smith (1776)	Capacité pour un individu de se prendre en main et de prendre des risques, assurant ainsi la mise en œuvre des projets : inclut la capacité de produire des biens et de créer de la valeur, qui en retour influence l'entrepreneur	Cossette (1994) Landström (1999) Bruyat et Julien (2000) Ahl (2006)
Say (1803)	Capacité de créer une organisation et de la gérer de façon à générer des profits ou à la faire croître : donc une dimension de profit et de croissance	Churchill et Lewis (1983) D'Amboise (1997) Carree et Thurik (2005)
Knight (1921)	Capacité à gérer l'incertitude et le risque. Pour cet auteur, les risques peuvent être « calculés », tandis que l'incertitude ne peut l'être	Audretsch (2002) Friis et coll. (2002)
Schumpeter (1934)	Capacité à introduire des innovations (produits/méthodes/etc.) et de provoquer ou de profiter d'un déséquilibre dans le marché, Inclut la création de valeur dans un processus dialogique entre l'entrepreneur et le marché	Nooteboom (2006)
Kirzner (1973)	Inclut la capacité à détecter et à exploiter des occasions, ce qui équivaut à détecter les imperfections du système pour rétablir l'équilibre	Dutta et Crossan (2005) Comanys et McMillen (2007) Julien et Vaghely (2008)

Source : La mesure de l'entrepreneuriat, décembre 2010

Comme le montre le tableau, Olivier de Serre proposait sa discussion sur les règles de bonne gestion d'une entreprise. Cantillon, au XVIII^{ème} siècle, était l'un des premiers à parler directement de l'entrepreneur selon la définition moderne. Les notions abordées touchent, par exemple, la mobilisation et l'organisation de ressources, la prise de risque ou la capacité de faire face à l'incertitude, la production de biens et services, l'innovation et le changement, la recherche d'opportunités d'affaires et, finalement, la création de valeur nouvelle ou l'innovation. Le tableau suivant représente le classement effectué par la Banque Mondiale des 25 premiers pays pour la facilité à y faire des affaires, dont la facilité à la création d'entreprises, à l'obtention de prêts et l'allègement des impôts.

Tableau 3: L'entrepreneuriat à travers le monde

Rang	Economie	Création d'entreprise	Obtention de prêts	Paiement des impôts
1	Nouvelle-Zélande	1	1	9
2	Singapour	6	29	7
3	Danemark	34	42	8
4	Corée du Sud	9	55	24
5	Hong Kong	3	29	3
6	Etats-Unis	49	2	36
7	Royaume-Uni	14	29	23
8	Norvège	19	77	28
9	Géorgie	4	12	22
10	Suède	13	77	27
11	Macédoine	22	12	29

Rang	Economie	Création d'entreprise	Obtention de prêts	Paiement des impôts
12	Estonie	12	42	14
13	Finlande	26	55	12
14	Australie	7	6	26
15	Taiwan	16	90	56
16	Lituanie	22	42	18
17	Irlande	8	42	4
18	Canada	2	12	16
19	Lettonie	21	12	13
20	Allemagne	113	42	41
21	Emirats Arabes Unis	51	90	1
22	Autriche	118	77	39
23	Islande	55	68	33
24	Malaisie	111	20	73
25	Ile Maurice	40	55	10

Source : Banque Mondiale, juin 2017

Les économies sont classées de 1 à 190 par rapport à la facilité d'y faire des affaires. Une note plus élevée indique un environnement réglementaire des affaires plus favorable à la création et au développement d'entreprises locales.

Dans certains pays, les lourdeurs administratives, l'obtention de prêt, le paiement des impôts pèse sur le dos des entrepreneurs. En effet, modeler un contrat de vente ou encore payer des impôts

peut se révéler complexe et peser sur le bon déroulement des opérations commerciales. Toutefois, les nouvelles entreprises ont amené une large contribution au développement économique de ces pays.

1.2 L'entrepreneuriat en Afrique

A première vue, l'Afrique regorge d'entrepreneurs: 90 pour cent des entités sont des micro-entreprises ou des petites entreprises, qui, pour la plupart, opèrent dans le secteur informel. Cependant, elles ont généralement à leur tête un « entrepreneur motivé par la nécessité », c'est-à-dire un individu qui crée une entreprise en l'absence d'autres opportunités viables d'accéder à un emploi rémunéré qui lui permettrait de survivre.

Tableau 4: Le classement Doing Business 2017 des 53 pays africains

Classement	Pays d'Afrique	Rang mondial
1	Mauritius	49
2	Rwanda	56
3	Morocco	68
4	Botswana	71
5	South Africa	74
6	Tunisia	77
7	Kenya	92
8	Seychelles	93
9	Zambia	98
10	Lesotho	100
11	Ghana	108
12	Namibia	108
13	Swaziland	111
14	Uganda	115
15	Egypt	122
16	Cabo Verde	129
17	Tanzania	132
18	Malawi	133
19	Mozambique	137
20	Mali	141
21	Côte d'Ivoire	142
22	Gambia	145
23	Burkina Faso	146
24	Senegal	147
25	Sierra Leone	148
26	Niger	150
27	Comoros	153
28	Togo	154
29	Benin	155
30	Algeria	156
31	Burundi	157
32	Ethiopia	159

33	Mauritania	160
34	Zimbabwe	161
35	Guinea	163
36	Gabon	164
37	Cameroon	166
38	Madagascar	167
39	Sudan	168
40	Nigeria	169
41	Djibouti	171
42	Guinea-Bissau	172
43	Liberia	174
44	Congo	177
45	Equatorial Guinea	178
46	Chad	180
47	Angola	182
48	Congo, Dem. Rep.	184
49	Central African Republic	185
50	South Sudan	186
51	Libya	188
52	Eritrea	189
53	Somalia	190

Source : Banque Mondiale, juin 2017

Pour la première fois depuis 2003, le rapport Doing business couvre 190 pays, avec l'inclusion de la Somalie. Maurice, 49^{ème} du classement général, est le premier africain. Il est suivi du Rwanda (56^{ème}), du Botswana (71) et l'Afrique du sud (74). L'Erythrée (189^{ème}) la République Centrafricaine (185^{ème}), la Somalie (190^{ème}) et le Soudan du sud (186^{ème}) sont les moins bien classés.

1.3 L'entrepreneuriat à Madagascar

L'étude de l'entrepreneuriat à Madagascar est inséparable de l'histoire du pays et de la politique économique adoptée par les divers régimes et gouvernements qui se sont succédés. Comme dans les autres pays d'Afrique, la colonisation est l'évènement historique qui a marqué la rupture entre la société malgache traditionnelle et moderne. Durant la période précoloniale, nous pouvons supposer à travers les divers récits sur l'histoire de Madagascar que le pays a joué un rôle important dans le commerce : notamment des épices, entre l'Asie du Sud-est et le Moyen-Orient, directement ou via les côtes africaines et le commerce des esclaves. Au temps du Règne d'Andrianampoinimerina, de 1787 à 1810, une certaine innovation au sens entrepreneurial s'est profilée. En effet, en quelques années, il avait jeté les bases d'une organisation territoriale

efficace, en s'appuyant sur le « fokonolona » dans la gestion des biens de la collectivité, avec un système d'impôts. Il développa les marchés et uniformisa les mesures pour le riz et l'argent.

Sous le règne de Ranavalona 1^{er}, période hostile à la présence étrangère, seul le français Jean Laborde trouva grâce aux yeux de la reine. Ce dernier a mis en place à partir de 1835, un véritable complexe industriel à Mantasoa, où étaient fabriquées des armes, du savon, des meubles, du tissu, de la porcelaine, et beaucoup d'autres denrées destinées au marché local.

Ensuite, la période coloniale a vu la mise en place d'industrie axée sur l'agro-alimentaire, le bâtiment en relation avec l'extension urbaine, la mise en place d'un réseau de communication (comme les routes, les voies ferrées), l'aménagement de ports modernes et la fourniture d'énergie. Les gouverneurs qui succèdent à Gallieni poursuivent la mise en valeur de l'île, notamment en développant un réseau de communication ferroviaire et routier, en développant des cultures comme le sisal ou le tabac, et en exploitant des minerais. En ce qui concerne l'emploi, la gestion des entreprises revenait aux colons ou aux nationaux minoritaires et privilégiés dans l'administration coloniale. Les indigènes occupaient les fonctions de production au bas de l'échelle. Depuis cette période, le fonctionnariat a été considéré comme la carrière professionnelle la plus honorable et la plus convoitée.

De 1972 à 1993, au pouvoir de Didier Ratsiraka, l'Etat pris le contrôle des grandes entreprises, des banques, des assurances et du trois-quarts du commerce import-export. Le régime socialiste a engendré le retrait des investisseurs qui entraîne une dégradation rapide de l'activité économique. Dès le début de l'année 1994, il se prononce en faveur d'une économie mixte laissant une part importante à l'initiative privée et d'un désengagement de l'Etat. Toutefois, il y a lieu de préciser que la privatisation a donné l'opportunité aux entrepreneurs malgaches d'agrandir leurs entreprises et de consolider leur position sur le marché.

En 2005, une enquête sur les entreprises effectuées par l'INSTAT rend compte que les activités se concentrent dans la province d'Antananarivo surtout dans la région Analamanga. On a recensé à travers le pays, 221 315 entreprises formelles issues du secteur secondaire et tertiaire. Le tableau suivant rend compte de ces proportions.

Tableau 5: La répartition des entreprises par province

Province	SA et SAU	SARL et EURL	EI	Somme	En %
Antananarivo	520	2307	129 941	132 758	62.8
Antsiranana	15	276	19 543	19 835	9.4
Fianarantsoa	18	96	14 743	14 857	7
Mahajanga	35	126	10 890	11 051	5.2
Toamasina	60	232	23 152	23 444	11.1
Toliara	28	153	9 179	9360	4.4
Madagascar	676	3190	201 449	211 315	100
En %	0.3	1.5	98.2	100	

Source : Enquête de l'INSTAT, 2005

Pour ce qui est de la forme juridique, 98.2% des entreprises sont inscrits en tant qu'Entreprises Individuelles. Elles sont réparties principalement à travers 3 provinces : Antananarivo avec 129 941 Entreprises Individuelles ; de Toamasina avec 23 152 entreprises et d'Antsiranana 19 543 entreprises. En ce qui concerne les SA et SAU, elles sont localisées en majorité dans la province d'Antananarivo, de Toamasina et de Mahajanga. La structure par branche d'activité de l'ensemble des entreprises formelles à Madagascar est caractérisée par la dominance du « Commerce, de réparation de véhicule et d'articles domestiques » soit 75.5% de l'effectif total des entreprises. Cette branche est suivie par les « activités de fabrication » à 3.1% et les activités de « Transports et communication » à 7.4%. Les entreprises individuelles formelles jouent un rôle important à Madagascar dans la mesure où elles contribuent à un peu moins de 70% de l'emploi total. Puis en 2015, le secteur de la transformation représentait 14.8 % du PIB. Le secteur est dominé par les entreprises des zones franches industrielles (5.5 % du PIB), suivies par les industries alimentaires (2.3 % du PIB) puis des industries de boisson (1.7 % du PIB).

A l'époque actuelle, Madagascar fait partie des pays en retard en matière d'industrialisation. Après la grande crise de 2009, les grandes entreprises ont plutôt laissé la place aux petites entreprises. Mais suite à une mauvaise gestion organisationnelle et financière, leur pérennisation demeure un problème de taille.

2 Essai de définition de l'entrepreneuriat

2.1 L'entrepreneuriat selon l'OCDE

Selon l'OCDE⁹ en 2007, 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* ». Toutes les variables qui favorisent ces actions humaines en vue d'un résultat économique contribuent à expliquer l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat entraîne donc la création de valeurs (richesse, emploi) nouvelles sur les marchés territoriaux ou extérieurs, telles que de nouvelles structures de production et la création de nouveaux biens.

2.2 Les 4 paradigmes de l'entrepreneuriat selon Verstraete et Fayolle

L'étymologie du mot *paradigme* tient son origine du mot grec ancien *paradeigma* qui signifie « exemple ». Dans le cas des sciences sociales, la notion est employée pour décrire l'ensemble d'expériences, de croyances et de valeurs qui influencent la façon dont un individu perçoit la réalité et réagit à cette perception. Selon Verstraete et Fayolle (2005), l'entrepreneuriat peut être distingué à travers quatre paradigmes principaux. Celui de la découverte de l'opportunité, de la création d'organisation, de la création de valeur, et enfin celui de l'innovation.

_ Le paradigme de l'opportunité en entrepreneuriat repose d'abord sur la recherche d'informations, dont la découverte participera au mûrissement (ou à l'abandon) d'une idée. Selon ces deux chercheurs, les fondements de l'entrepreneuriat demeurent dans l'identification d'une opportunité d'affaire, à la capacité de la percevoir et à l'engagement des moyens qui permettent de l'exploiter. L'entrepreneuriat peut se définir comme une activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunité ;

_ Le paradigme de la création d'organisation porte sur la naissance des nouvelles organisations c'est-à-dire sur les activités qui permettent à un individu de créer une nouvelle entité. Le processus de création d'organisation présente un caractère plus ou moins entrepreneurial dans la mesure où l'organisation émergente peut résulter d'une reproduction d'activité, d'une imitation ou encore d'un transfert d'activité déjà existante ;

⁹ Organisation de Coopération et de Développement Économiques

_ Le paradigme de la création de valeur, défini l'entrepreneuriat comme étant « un processus dynamique de création d'une valeur croissante. Cette valeur est créée par des individus qui assument, les risques majeurs en terme d'équité, de temps, et/ ou de l'engagement de carrière de fournir la valeur pour quelque produit ou service. Ce produit ou ce service peut ou ne pas être nouveau ou unique mais la valeur doit être infusé par l'entrepreneur en se procurant et allouant les compétences et les ressources nécessaires ».

La création de valeur constitue alors la préoccupation de l'entrepreneur quelle que soit la nature du bien ou du service produit par l'entreprise. L'entrepreneur grâce aux divers risques pris, affecte des ressources et des compétences nécessaires à la production ;

_ Le paradigme de l'innovation définit l'innovation comme la manière à travers laquelle les entrepreneurs puissent exploiter le changement dans le but de pouvoir créer un nouveau service ou bien une opportunité d'affaires. Elle ne devient une innovation que lorsqu'elle serait appliquée à un processus industriel et engendre une valeur ajoutée à la fonction de production suite à cette application.

3 Les diverses formes d'entrepreneuriat

3.1 Types d'entrepreneuriat possible selon Bruyat

Il est possible de définir une typologie des systèmes entrepreneuriaux qui illustrent l'hétérogénéité du phénomène entrepreneurial. Cette typologie conduit à identifier quatre catégories d'entrepreneurs en fonction de l'intensité du changement induit par la création d'entreprises sur le porteur de projet et en fonction de l'intensité de la création de valeur pour l'environnement.

- ✓ L'entrepreneuriat de reproduction: qui crée peu de nouvelle valeur, n'est pas en soi innovant et qui s'inscrit dans des compétences que l'individu maîtrise très bien. Il s'agit du type d'entrepreneuriat le plus courant qui est basé sur les compétences acquises et un risque réduit si le projet est bien réfléchi. On y retrouve les entreprises individuelles de restauration, de commerce de détail, des services personnels...
- ✓ L'entrepreneuriat d'imitation: qui crée peu de nouvelle valeur mais qui nécessite dans le chef du créateur une prise de risque conséquente au plan individuel. C'est le cas de créateur qui voulant changer de style de vie se lance dans une activité différente de ses

compétences initiales. C'est le cas par exemple d'un universitaire qui se lance dans une activité de restauration rapide dans la mesure où le changement du mode de vie qu'entraînera la nouvelle activité peut être important.

- ✓ L'entrepreneuriat de valorisation : qui possède une forte intensité en création de valeur et se base sur la valorisation d'une innovation et des compétences de haut niveau acquises. Le degré de risque est réduit dans la mesure où le créateur possède généralement une relative maîtrise de son métier ainsi qu'une bonne connaissance de la clientèle potentielle. C'est le cas des ingénieurs qui quittent une grande entreprise pour appliquer des nouvelles méthodes et développer des nouveaux produits. Ces entrepreneurs possèdent un haut niveau de qualification dans un domaine spécifique qu'ils entendent valoriser en toute indépendance.
- ✓ L'entrepreneuriat d'aventure: qui repose sur le lancement d'entreprises visant à valoriser des innovations et de nouvelles inventions comportant un haut degré de risque en matière de diffusion sur le marché. Il s'agit en l'occurrence d'innovation radicale qui affectera l'ensemble des activités économiques et favorisera l'émergence d'un nouveau secteur ou d'un domaine d'activité.

3.2 L'entrepreneuriat social et l'intrapreneuriat

L'entrepreneuriat social ou l'entrepreneuriat associatif a émergé aux Etats-Unis et en Europe dans les années 90 avec deux modèles de pensées différenciées. En Amérique, elle attache une grande importance au potentiel de transformation et d'innovation de l'entrepreneur. Et en Europe, elle accorde une plus grande importance au projet social de l'entreprise, à sa gouvernance participative et à ses activités non lucratives.

Il s'agit de la création d'une nouvelle organisation non marchande qui ne pose pas nécessairement la question de la contrepartie financière. L'entrepreneuriat associatif prône des principes d'action fondés sur la promotion et le respect des valeurs de solidarité et de partage. Les entreprises créées ont une finalité sociale en répondant aux besoins sociaux peu ou pas couverts par le marché.

Selon Sharma P. et Chrisman J. 1999, l'intrapreneuriat est le processus par lequel l'individu (ou le groupe d'individu), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou génère le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation.

C'est donc la mise en relief du développement de l'entrepreneuriat à l'intérieur d'une entreprise déjà existante.

Section 2 : L'entrepreneur, Personnage central au cœur de l'entrepreneuriat

À la base de l'entrepreneuriat, il y a toujours un entrepreneur, défini comme un réalisateur de projet et dans un sens plus strict, comme une personne capable de transformer un rêve, une idée, ou une occasion en une entreprise. Il s'agit d'une attitude générale qui peut constituer un atout précieux dans la vie quotidienne et professionnelle de tout citoyen.

Un entrepreneur a comme caractéristique prédominante l'innovation. Ainsi, il observe son milieu, ses faiblesses, ses forces, mais aussi les menaces et les opportunités qui se dessinent dans l'avenir. Il visualise ensuite son projet et le développe, en utilisant son imagination et l'innovation, venant ainsi répondre à un besoin de son environnement. Les entrepreneurs sont les créateurs indispensables à l'animation, au dynamisme et à la réussite de nos villes, de nos régions et de notre pays. Ils sont les organisateurs des processus de création de richesse économique. Ils poursuivent des opportunités et s'efforcent de les concrétiser en utilisant des techniques appropriées de gestion et de management.

1. Essaie de définition de l'entrepreneur

1.1 L'entrepreneur selon Richard CANTILLON

Cantillon (1680-1734) semble-t-il, est la première personne ayant utilisé pour la première fois le terme « Entrepreneur ». Selon lui, « Il désigne une personne ou groupe de personne qui assume les risques de créer et de gérer une entreprise en mettant en œuvre les divers facteurs de production en vue de produire et de vendre sur un marché des biens et/ou des services. »¹⁰ L'entrepreneur dans ses actions de gestion et de mise en œuvre des facteurs de production supporte ici tous les risques liés aux contraintes du marché et aux variations des prix sur le marché. Ce dernier est celui qui assume les risques (risque financier, risque de carrière) en décidant de tenir ses engagements envers un tiers par l'acquisition de moyens nécessaires à la production de certains biens ou services à un prix certain tout en sachant qu'il ne peut assurer des revenus certains lors de la vente de ceux-ci. Par ailleurs, le fait que l'entrepreneur assume les

¹⁰ Richard Cantillon, « Essai sur la nature du commerce en générale », 1755, édition moderne, Paris, INED, rééd.1997.

risques lors de ses actions le différencie tout d'abord du chef d'entreprise qui lui, peut n'être qu'un salarié et du capitaliste qui lui, n'est qu'un bailleur de fonds. En effet, les difficultés que peut rencontrer l'entrepreneur sont incertaines et imprévisibles surtout face à un environnement et à un marché en perpétuel changement. C'est cette notion de risque que l'entrepreneur doit gérer et l'incertitude de ses actions que Cantillon met en exergue dans ses travaux lorsque l'on parle d'entrepreneuriat.

1.2 L'entrepreneur selon Jean Baptiste Say 1767-1832

Economiste français du XIX^{ème} siècle, selon Say, le rôle de l'entrepreneur s'étend à la production et à la répartition des richesses¹¹. Profondément individualiste, l'entrepreneur travaille pour lui-même, pour son indépendance économique, quelques soit le secteur d'activité. L'entrepreneur calcule et met en place la meilleure combinaison possible des facteurs de production en fonction de l'état du marché. Pour Say, le rôle de l'entrepreneur se situe, en général, entre les travaux de recherche du savant et les tâches d'exécution de l'ouvrier. Enfin, il convient de noter que, afin de pouvoir mener à bien son activité, l'entrepreneur de Say ne peut pas s'appuyer sur son seul capital initial. Le crédit bancaire pallie l'absence ou l'insuffisance de sa fortune initiale, à condition de convaincre le banquier, qui peut être très méfiant à l'égard des risques engendrés.

1.3 L'entrepreneur selon Schumpeter 1883-1950

Dans son célèbre ouvrage publié en 1942, *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Joseph Schumpeter, le théoricien de l'innovation et de l'esprit d'entreprise écrivait dans un sous chapitre intitulé « **le crépuscule de la fonction d'entrepreneur** » : « *Le rôle de l'entrepreneur consiste à réformer ou à révolutionner la routine de production en exploitant une invention ou, plus généralement, une possibilité technique inédite. La construction de chemin de fer dans ses premiers stades, la production d'énergie électrique avant la première guerre mondiale, la vapeur et l'acier, l'automobile, les entreprises coloniales fournissent des exemples frappants d'une vaste catégorie d'affaires qui en comprend une quantité innombrable de plus modestes-jusqu'à celles consistant, au bas de l'échelle, à faire une réussite d'une saucisse ou brosse à dents d'un type spécifique.*

¹¹ SAY J-B, Traité d'économie politique, Calman Levy, Paris, 1972.

La mise en œuvre de telles innovations est difficile..., en premier lieu parce qu'elles se détachent des besognes de routine familières à quiconque et, en deuxième lieu, parce que le milieu économique y résiste par des moyens divers, allant, selon les conditions sociales, du refus pur et simple d'acquiescer ou de financer un nouvel objet, à l'agression physique contre l'homme qui tente de le produire »

A la lecture de cet extrait, on peut relever que ce qui caractérise l'entrepreneuriat – qui, pour nous, englobe aussi bien l'esprit d'entreprise que l'esprit d'entreprendre - c'est le goût du risque. C'est dire que pour agir avec confiance au-delà de la zone délimitée par les balises familières et surmonter ces résistances du milieu, des aptitudes sont nécessaires qui n'existent que chez une faible fraction de la population et qui caractérisent à la fois le type et la fonction d'entrepreneur. L'entrepreneur est donc celui qui introduit l'innovation tout en prenant des risques et l'initiative de créer jusqu'à pouvoir changer l'ordre économique établi. Soit comme quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion. En résumé, l'entrepreneur est un acteur incontournable dans le développement socio-économique d'un pays. Il est un créateur et un concepteur dont sa conception consiste à avoir des idées sur la mise en place d'une structure qui va produire des biens et /ou des services répondant aux besoins d'autres agents économiques.

2. Les caractéristiques de l'entrepreneur

La littérature scientifique identifie deux principaux profils d'entrepreneurs : l'entrepreneur par nécessité, et l'entrepreneur par opportunité. L'entrepreneur motivé par la nécessité crée une entreprise parce qu'il n'existe pas d'autres opportunités d'emploi rémunéré viables. Il recourt généralement à des technologies et à des processus anciens et peu productifs, et n'a pas d'idées innovantes ni des perspectives de forte croissance. En ce sens, ce ne sont pas des véritables entrepreneurs. L'entrepreneur motivé par des opportunités aspire au profit et à l'indépendance. Il innove et vise une forte croissance de son activité, notamment par une expansion au-delà des marchés, des produits et des services locaux.

Selon le Mc Stay (2008), les études antérieures sur l'entrepreneuriat peuvent être divisées en trois approches distinctes.

2.1 L'approche Trait

C'est une approche où les entrepreneurs sont supposés avoir certains traits de personnalité qui les rendaient unique telles que le besoin d'accomplissement (désigne que les individus doivent travailler dur pour atteindre le succès) ; le locus de contrôle, (la tendance que les individus ont à considérer que les événements qui les affectent sont le résultat de leurs actions ou, au contraire, qu'ils sont le fait de facteurs externes sur lesquels ils n'ont que peu d'influence, par exemple la chance, le hasard, les autres, les institutions ou l'État) ; la prise de risque ; la tolérance de l'ambiguïté, (qui décrit la capacité de l'individu à prendre des décisions avec des informations incomplètes) ; la créativité (qui décrit la tendance à l'expérimentation, les essais et les erreurs) ; la nécessité de l'autonomie (qui constitue le besoin d'être indépendant et d'avoir le contrôle) ; l'auto-efficacité (décrit la croyance qu'a un individu en sa capacité de réaliser une tâche).

2.2 Les approches comportementales

C'est une approche où l'entrepreneur est tenu comme créateur d'organisation grâce à ses importants réseaux, ses équipes et ses sources de financement. Ici, l'entrepreneur a été estimé en tant qu'individu ayant la capacité de reconnaître, d'exploiter et d'agir sur les opportunités non détectées par les autres.

2.3 Les approches cognitives

C'est une approche qui met l'accent sur la perception entrepreneuriale, c'est-à-dire sur la manière dont les entrepreneurs interprètent et donnent un sens à l'environnement. Premièrement, les entrepreneurs cherchent et reconnaissent les opportunités et ensuite ils évaluent le risque pour créer des nouvelles entreprises. Dans ce processus, les entrepreneurs n'utilisent non seulement leurs jugements affectifs (tels que leurs réponses émotives et leurs sentiments), mais aussi ils utilisent des raisonnements cognitifs (leurs croyances, leurs pensées et leurs aptitudes) pour prendre des décisions.

3. Les buts des entrepreneurs

Selon MARCHESNAY.M et FOURCADE.C dans leur livre, « gestion de la PME/PMI », édition, Nathan Paris, 1997. « Plus l'entreprise est petite, plus les buts que se fixe le dirigeant sont importants et conditionnent les choix stratégiques »

Pour Julien P.A dans « les PME Bilan et perspectives » Edition Economica, Paris 1996. « Trois buts ressortaient de la littérature consacrée aux typologies d'entrepreneurs : la recherche de la pérennisation et de la survie, la recherche de l'indépendance et de l'autonomie de décision et enfin, la recherche de la croissance et du pouvoir. »

Tout dirigeant d'une entreprise doit être en mesure de fixer les objectifs à atteindre dans un certain délai et sur un horizon de temps donné. Être un entrepreneur compétent est la garantie d'un revenu intéressant, d'un statut social enviable et de l'estime des autres. Il existe certainement une multitude d'autres buts. Nous pouvons citer par exemple : la volonté d'assurer un revenu ou un emploi pour sa famille et les satisfactions psychologiques à être le patron. Ici nous parlerons de la pérennité, de l'indépendance et de la puissance :

- La pérennité : l'entreprise est créée et développée en sorte qu'elle se pérennise, qu'elle survive à son créateur qui la transmettra à ses héritiers. Ce but apparaît déterminant lorsque l'affaire repose sur des capitaux familiaux.
- L'indépendance : le désir d'être « son propre patron », « de ne rien devoir à personne » marque, parfois de façon évidente le comportement des chefs de PME, il se manifeste dans la logique financière.
- La puissance : l'entrepreneur accorde une place essentielle au désir d'accomplissement, puis au goût du pouvoir.

Section 3 : L'entreprise

1 Essaie de définition

L'approche sociologique de l'entreprise distingue trois acteurs principaux ayant des objectifs et des stratégies individuelles différentes au sein de l'entreprise :

_ Les apporteurs de capitaux qui ont une logique purement financière, ils recherchent avant tout la rentabilité de leurs placements et choisissent les placements les plus rentables. Ils ont le capital financier comme source de pouvoir ;

_ Les dirigeants dont la logique est de maximiser les performances de l'entreprise que l'on évalue par la rentabilité économique des capitaux. Ils ont pour objectif de garantir leur place et élargir leur pouvoir ;

_ Les salariés ayant pour logique l'épanouissement et la sécurité de l'emploi, ont pour objectif de garantir leur emploi, si possible en réalisant un travail intéressant dans des bonnes conditions matérielles et psychologiques. La source de leur pouvoir se manifeste par le savoir-faire. Leur stratégie est celle de l'adhésion, c'est-à-dire de l'attrait de la carrière professionnelle.

La bonne marche de l'entreprise nécessite donc un consensus ou compromis organisationnel des trois acteurs identifiés en dépit de leurs stratégies individuelles.

L'activité d'une entreprise peut être décomposée en deux phases distinctes :

- l'activité productive, c'est à dire la création de biens ou services ;
- l'activité de répartition des richesses en contrepartie des biens ou services.

1.1 L'entreprise en tant qu'unité de production.

Par l'opération de production, l'entreprise transforme des flux d'entrée¹² en flux de sortie¹³.

Les intrants peuvent être classés en trois catégories :

- Le travail fourni par le personnel de l'entreprise ;
- Le capital technique : bâtiments, matériels, etc.
- Les consommations intermédiaires c'est les matières premières, les produits semi-finis, énergie...ou les services (publicité, transport, ...etc.) incorporés au processus de production.

¹²Intrants ou Inputs : matière première utilisée dans le processus de production pour l'élaboration d'un produit.

¹³Extrants ou outputs : produits sortant d'une production

1.2 L'entreprise en tant qu'unité de répartition

La contrepartie de l'activité de production de l'entreprise se traduit par la vente.

Le produit de cette vente doit permettre à l'entreprise de :

- rémunérer les facteurs de production ;
- payer ses charges sociales et fiscales ;
- réaliser un surplus destiné à assurer son avenir.

Une fois les richesses sont créées, l'entreprise distribue les rémunérations aux agents qui ont participé à la réalisation de la production. Ainsi :

- les employés perçoivent leurs salaires ;
- l'Etat, les organismes sociaux reçoivent les impôts (IGR, IS) et les cotisations sociales ;
- les prêteurs reçoivent leurs intérêts ;
- les apporteurs de capitaux reçoivent les dividendes ;
- l'entreprise garde pour elle les revenus non distribués.

2. Esprit d'entreprise

Pour Julien et Marchesnay : « L'esprit d'entreprise peut être défini comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir, voire s'investir) dans une sorte d'aventure (une entreprise), consistant à apporter quelque chose de neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses ».¹⁴

Selon, la définition du livre vert sur l'esprit d'entreprise en Europe : « L'esprit d'entreprise désigne un état d'esprit ainsi que le processus de création et de développement de l'activité économique par la combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante »

Et selon L'OCDE : « L'esprit d'entreprise est fondamental pour le fonctionnement des économies de marché. Dans ces économies, l'entrepreneur est le vecteur du changement et de la croissance, son action peut contribuer à accélérer l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre

¹⁴ Julien, P.A & Marchesnay, M. (1988), La petite entreprise, principes d'économie et de gestion, Vuibert Gestion, Paris.

d'idées novatrices. De ce fait, il permet non seulement une utilisation rationnelle des ressources, mais aussi un élargissement du champ de l'activité économique. Les entrepreneurs ne se bornent pas à rechercher les opportunités économiques susceptibles d'être rentables ; ils sont également prêts à prendre des risques pour vérifier le bien-fondé de leurs intuitions »¹⁵.

L'esprit d'entreprise est de ce fait la mentalité qui conduit un individu à prendre des initiatives, à relever des défis et à devenir acteur de son propre avenir personnel et professionnel. L'esprit d'entreprise puise son énergie dans les attitudes qui le définissent : la persévérance, la créativité, l'optimisme, la responsabilité, l'esprit d'équipe, l'énergie autonome, l'initiative et repose avant tout sur le savoir de l'individu. Nous pouvons alors comprendre son fondement par la combinaison de l'entrepreneuriat, la prise de risque et l'innovation. Nous avons déjà vu plus haut l'entrepreneuriat, nous allons donc aborder dans les prochaines lignes la prise de risque et l'innovation.

2.1 La prise de risque

Selon Knight (1921) : « L'acceptation du risque et de l'incertitude caractérise l'esprit d'entreprise et justifie le profil de l'entrepreneur »¹⁶.

La notion de risque a toujours été au centre de la définition de concepts tels que : entrepreneur, création d'entreprises et esprit d'entreprise. Pendant une longue période, les chercheurs en entrepreneuriat ont soutenu l'idée que créer une entreprise est un comportement risqué. Le risque est présent dans tout projet, quel que soit l'activité ou le secteur visé, il est une conséquence évidente de l'incertitude dans laquelle baigne chaque projet. Il peut être défini comme le degré de probabilité attaché à l'échec. En effet, il existe plusieurs types de risque que l'entrepreneur peut supporter durant son engagement dans l'activité entrepreneuriale. Julien et Marchesnay (1996) font la distinction entre trois types de risques liés à l'activité entrepreneuriale¹⁷ :

_ **Risque financier** : est un risque supporté sur les capitaux engagés dans l'entreprise. Souvent, l'entrepreneur engage ses propres capitaux et sa responsabilité s'étend, peu à peu à ses biens

¹⁵ Organisation de coopération et de développement économiques, "La stratégie de l'OCDE pour l'emploi Stimuler l'esprit d'entreprise", 1998, 320p

¹⁶ Knight Frank H., 1921, "Risk, Uncertainty, and Profit", Boston and New York.

¹⁷ JULIEN, P.A. et M. MARCHESNAY (1996), L'entrepreneuriat, Paris, Economica, collection Gestion/Poche.

personnels et familiaux. Il peut aussi faire appel à des capitaux extérieurs (amis, banques, ...) Le risque dans ce cas est celui de non-remboursement des emprunts par la non-rentabilité et la non-solvabilité.

_ Risque stratégique : ce type de risque est supporté par l'entrepreneur seul, dans le cas d'une entreprise personnelle. Ce risque est lié au choix des activités, en fonction des compétences de l'entrepreneur ; des ressources dont il dispose et du positionnement sur le marché. L'erreur ou l'échec de la stratégie se traduit bien souvent par la cessation de l'activité, le dépôt du bilan, voire la faillite.

_ Risque personnel : sont constitués de tous les dysfonctionnements possibles dans la gestion des ressources. Ils relèvent en principes de qualités de manager, de gestionnaire. Mais bien souvent l'entrepreneur doit en assumer seul une large partie, et ne peut faire la distinction entre les risques stratégiques et les risques opérationnels ; qu'il traite simultanément, au jour le jour.

2.2 Innovation

L'innovation est une caractéristique majeure pour définir l'entrepreneuriat et l'esprit d'entreprise. Elle peut prendre différentes formes, par exemple, l'introduction de nouveaux produits/services dans le marché ou la modification des caractéristiques des produits/services. Elle est vue comme un levier de la puissance économique et du développement commercial futur des entreprises. Elle est liée à un acteur social, qui est l'entrepreneur et implique une activité entrepreneuriale au sens schumpétérien du terme, généralement sous la forme de nouveaux produits, de nouveaux procédés de production, de nouvelles activités, ayant la capacité de générer un potentiel croissance économique et sociale.

A ce propos, Drucker (1985) signale : « L'innovation est l'instrument spécifique des entrepreneurs, le moyen d'utiliser le changement comme une opportunité ouverte sur une affaire ou un service différent. Elle peut être présentée comme une discipline, elle peut s'apprendre et se pratiquer. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovations qui peuvent réussir. Ils doivent connaître et appliquer les principes qui permettent à ces innovations de réussir »¹⁸

¹⁸ Drucker, P, « les entrepreneurs », Paris, l'expansion hachette, 1985

De leur côté, Julien et Marchesnay voient de l'innovation comme le moteur de l'entrepreneuriat, elle est au cœur même de la démarche entrepreneuriale : « l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou encore pour réorganiser l'entreprise. »¹⁹ Pour eux ; l'innovation est l'action de créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant.

L'OCDE (1997) considère l'innovation comme ; « le renouvellement et l'élargissement de la gamme de produits, de services et des marchés associés, la mise en place de nouvelles méthodes de production, d'approvisionnement et de distribution, l'introduction de changement dans la gestion, l'organisation du travail ainsi que dans les conditions de travail et les qualifications des travailleurs. Innover, c'est donc mener une réflexion globale sur le fonctionnement de l'entreprise afin de pouvoir la rendre plus souple, plus réactive et plus compétitive »²⁰

3. Création d'entreprises

Comme le souligne Julien et Marchesnay (1996), « La conséquence logique est que l'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprises »²¹. Ainsi, le résultat ultime de l'esprit d'entreprise est la création. Cependant, la création d'entreprise n'est pas souvent innovante ou ambitieuse mais peut être modeste toujours dans le but de créer son propre emploi sans pour autant avoir pour objectif de faire grandir l'organisation.

Bruyat, 1993²², a proposé un modèle personnel de la création d'entreprises. Le processus consiste en six étapes :

- L'action de créer n'est pas perçue par l'individu du fait d'une insuffisance d'information liée à l'éducation, à la personnalité et/ou à l'environnement de l'individu ;

¹⁹ JULIEN, P.A. et M. MARCHESNAY (1996), L'entrepreneuriat, Paris, Economica, collection Gestion/Poche.

²⁰ OCDE (1997), "Politique de l'innovation et de la technologie : nouveaux fondements et nouvelles approches", Revue STI N° 22, Paris.

²¹ JULIEN, P.A. et M. MARCHESNAY (1996), L'entrepreneuriat, Paris, Economica, collection Gestion/Poche.

²² Bruyat, Création d'entreprise ; contributions épistémologiques et modélisation, thèse de doctorat en sciences de gestion, université Pierre Mendès France, Grenoble II, 1993.

- L'action de créer est perçue par l'individu, il a l'information suffisante pour savoir et comprendre la création d'entreprises, mais la création ne fait pas l'objet d'une réflexion à ce stade ;
- L'action de créer est envisagée, la création se considère comme une alternative à la situation actuelle. L'acteur tente d'identifier une idée de création sans y consacrer beaucoup de temps et d'énergie ;
- L'action est recherchée, l'individu cherche activement une idée et essaie de l'évaluer. L'acteur agit, recherche des informations, réalise des études, développe son projet et investit du temps et de l'argent ;
- L'action est lancée, l'entreprise est créée, commence à produire et à vendre ;
- L'action est réalisée, l'entreprise assure son équilibre d'exploitation, le créateur a apporté la preuve que son projet était viable.

Cependant, elle dépend très souvent de son environnement. L'environnement de l'entreprise est l'ensemble des facteurs extérieurs à l'entreprise et qui ont une influence sur elle.

On distingue :

- le macro-environnement : environnement général de l'entreprise qui intègre les aspects sociologiques, économiques, juridiques, techniques ... tant nationaux qu'internationaux.
- le microenvironnement : environnement spécifique de l'entreprise constitué de ses clients, de ses fournisseurs, de ses sous-traitants, de ses concurrents...

3.1 Le macro-environnement de l'entreprise

Il existe de nombreux facteurs clés de cet environnement qui engendrent des conséquences pour l'entreprise. Celle-ci doit les connaître et les identifier pour agir efficacement. Par exemple, une entreprise qui décide de lancer un nouveau produit doit savoir que la demande future est fonction de multiples facteurs.

Tableau 6: Composition d'un macro-environnement d'une entreprise

Démographiques	Culturels	Juridiques	Economiques	Technologiques
Structure par âge, natalité, mortalité, projection future de la pyramide des âges...	État et évolution des valeurs et des croyances, niveau d'éducation...	Règlement, interdiction, conditions de garantie, conditions de vente,....	Croissance économique, évolution des prix, politique économique de l'Etat (impôt, taux d'intérêt...)	État et évolution des connaissances, nouveaux produits, diffusion internationale de l'innovation.

Source : Résumé et rappel sur les cours de gestion en sociologie

3.2 Le microenvironnement de l'entreprise

Le microenvironnement de l'entreprise est constitué par ses partenaires sur le marché. L'entreprise désirant connaître son environnement spécifique doit apprécier les différents aspects le concernant. Cette étude de l'environnement spécifique constitue le contenu essentiel des études de marché réalisées par les entreprises.

Tableau 7: Composition d'un microenvironnement d'une entreprise

Les clients	Les fournisseurs	Les concurrents
<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les besoins ; - Déterminer leur nombre; - Evaluer leurs forces et leur pouvoir ; - Envisager les évolutions 	<ul style="list-style-type: none"> - Déterminer leur nombre ; - Evaluer leur taille et leur pouvoir; -Apprécier les fournisseurs qui disposent d'un monopole... - Envisager les évolutions 	<ul style="list-style-type: none"> -Déterminer les concurrents directs (biens similaires) et les concurrents indirects (biens de substitution) ; -Apprécier leur force et leur pouvoir; -Envisager les évolutions en termes de rapport de force -Déterminer s'il est difficile d'entrer dans le secteur (barrières à l'entrée) ou d'en sortir (barrières à la sortie)

Source : Résumé et rappel sur les cours de gestion en sociologie

4. Classification des entreprises

Il existe plusieurs façons de classer une entreprise. Parmi lesquelles, on cite :

- la classification selon la nature économique ;
- la classification selon la taille ;
- la classification juridique.

4.1 La classification selon la nature économique

Cette classification peut se faire selon trois aspects :

- classification par secteur ;
- classification par type d'opérations accomplies ;
- classification selon la branche d'activité.

4.1.1 La classification par secteur

On distingue :

- Le secteur primaire qui regroupe toutes les entreprises utilisant à titre principal le facteur naturel. Il englobe l'agriculture, l'élevage, la pêche, etc...
- Le secteur secondaire qui réunit toutes les entreprises ayant comme activité la transformation des matières premières en produits finis et englobe donc toutes les industries.
- Le secteur tertiaire qui rassemble toutes les entreprises prestataires de service, à savoir : les activités de distribution, de transport, de loisir, de crédit, d'assurance, hôtellerie....
- Le secteur quaternaire qui rassemble toutes les entreprises ayant comme activité les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

4.1.2 La classification selon le type d'opérations accomplies

Les opérations effectuées dans une entreprise peuvent être classées en cinq catégories :

- Les opérations agricoles : ce sont des opérations dans lesquelles le facteur naturel est prédominant ;
- Les entreprises industrielles : effectuent des opérations de transformation de la matière en produits finis ;

- Les entreprises commerciales : réalisent les opérations de distribution des biens et assurent la fonction de grossiste (c'est-à-dire l'achat en grande quantité directement chez le fabricant et la vente en grande quantité au revendeur) ou de semi-grossistes (stade intermédiaire entre le grossiste et le détaillant) ou de détaillants qui vendent directement au consommateur ;
- Les entreprises de prestations de service : fournissent deux types de services : service de production vendue à d'autres entreprises : société d'étude, agences de publicité... (transport, restaurants, locations...) ;
- Les entreprises financières : réalisent des opérations financières à savoir : la création, la collecte, la transformation et la distribution des ressources monétaires et des ressources d'épargne. Elles sont constituées par les banques.

4.1.3 La classification selon la branche d'activité

À la différence du secteur, qui rassemble des activités variées, la branche ne regroupe que les entreprises fabriquant, à titre principal, la même catégorie de bien, entreprises de l'industrie pharmaceutique, industrie...

Les entreprises d'une même branche ont pour points communs :

- l'usage d'une même technique ;
- l'utilisation des mêmes matières premières ;
- des intérêts communs dans certains domaines : ce qui leur permet de regrouper certaines de leurs activités et de créer des services communs, notamment de recherche, d'achat ou de vente, filiales communes.

4.2 La classification selon la taille

Généralement, la classification de l'entreprise suivant sa taille repose sur le nombre d'employés, le capital initial apporté, le chiffre d'affaires qu'elle réalise au cours d'une période définie et sa forme juridique. A Madagascar, aucun critère de classification n'a été officiellement défini. Toutefois, le rapport d'enquête sur les entreprises à Madagascar a retenu la classification suivante.

4.2.1 Effectif du personnel employé

Selon ce critère, on distingue :

- les très petites entreprises (TPE) qui emploient moins de 5 employés ;

- les petites entreprises (PE) qui emploient un effectif compris entre 5 et 10 salariés ;
- les moyennes entreprises (ME) employant un effectif compris entre 10 et 100 salariés;
- les grandes entreprises qui emploient plus de 200 salariés.

4.2.2 Selon le chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires permet d'avoir une idée sur le volume des transactions de l'entreprise avec ses clients. L'importance d'une entreprise peut se définir par le volume de ses transactions. Ce critère est important pour les raisons suivantes :

- Il est utilisé pour apprécier l'évolution des entreprises et pour les classer par ordre d'importance selon leur chiffre d'affaires ;
- Pour l'entreprise, il constitue un outil de gestion: la variation du chiffre d'affaires permet à l'entreprise de mesurer la pertinence de ses méthodes de ventes. Ainsi, une baisse du chiffre d'affaires est souvent interprétée comme un indicateur important de la mauvaise santé de l'entreprise. Par ailleurs, il est utilisé à des fins comparatives dans la mesure où il permet à l'entreprise de se positionner par rapport aux autres entreprises de la même branche.

4.3 La classification juridique

Le choix d'une forme juridique donne à l'entreprise son identité. Il tient compte de plusieurs critères : l'apport financier, le statut social ou fiscal, la volonté ou non de s'associer, la nature de l'activité... Cette classification permet de distinguer entre :

4.3.1 Les entreprises du secteur public

- Les entreprises publiques : ce sont des entreprises qui appartiennent en totalité à l'Etat ; ce dernier détient l'intégralité du capital, le pouvoir de gestion et de décision.
- Les entreprises semi-publiques : ce sont des entreprises contrôlées par les pouvoirs publics : choix des investissements, niveau des prix, politique de l'emploi...etc, mais où des personnes privées participent au financement et/ou à la gestion.

4.3.2 Les entreprises privées

On distingue :

- L'entreprise individuelle qui appartient en totalité à une seule personne qui assure la gestion et la direction.
- La société est un contrat par lequel deux ou plusieurs personnes conviennent de mettre en commun leurs biens ou leur travail ou les deux à la fois en vue de partager le bénéfice qui pourra en résulter.
- La coopérative réunit des personnes qui désirent mettre en commun leurs économies ainsi que leurs compétences pour l'autosatisfaction des besoins spécifiques (logement, consommation) sans chercher le profit.

Chapitre III : Approche méthodologique

Section 1 : La notion de capital social de Pierre Bourdieu

Selon Pierre Bourdieu, « le capital social désigne le réseau de relations personnelles qu'un individu peut mobiliser quand il en a besoin »²³. Des relations qui rendent possible l'action collective et la facilitation des projets à entreprendre.

Le capital social réside uniquement dans les interactions sociales des agents, c'est-à-dire qu'il est essentiellement relationnel, il n'appartient pas à une personne isolément, mais réside à l'intérieur d'un groupe. Il constitue un bien public qui est partagé par un groupe d'individu et n'a pas un caractère privé et qui ne revêt aucun caractère privé.

D'une façon générale, les relations sociales et les contacts personnels que les individus développent tout au long de leur existence sont d'une grande utilité, car ils leur permettent d'accéder à des avantages et des bénéfices variés. Ainsi, les liens qu'un individu a pu nouer avec des personnes influentes, des amis ou des membres de la famille peuvent servir ses intérêts personnels comme de trouver de l'emploi ou encore d'obtenir des privilèges particuliers.

Les études sur le capital social pourraient avoir un rôle important dans le processus entrepreneurial. En effet, l'existence d'organisations établies peut activement encourager le développement des nouvelles activités. A tel point qu'une organisation bien structurée et bien ordonnée joue un rôle primordial en tant que source d'encouragement et de modèle pour mieux utiliser les ressources nécessaires pour créer une entreprise.

Section 2 : La théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié d'Ajzen²⁴ (1991)

²³ BOURDIEU P., « Le capital social », in Actes de la Recherche en Sciences Sociales, vol. 31, 1980.

Selon cette théorie, tout comportement peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné, c'est-à-dire qu'il suppose que les intentions englobent les effets des motivations qui influent les individus est déterminée par trois éléments :

- Son attitude à l'égard du comportement concerné : elle renvoie au degré d'appréciation que la personne porte sur ce comportement ;
- La perception des normes sociales : celles-ci font référence à la pression sociale perçue qui incite ou n'incite pas à mettre en place le comportement observé. Parallèlement, l'intention de créer une entreprise est d'autant plus forte que la création d'entreprises est perçue comme une action désirable ;
- Le contrôle qu'il pense avoir sur la situation, c'est-à-dire la perception qu'à l'individu des difficultés à surmonter pour mettre en œuvre le comportement étudié, ou, plus spécifiquement, de la perception de la présence ou l'absence des ressources et compétences individuelles propres nécessaires pour réaliser ce comportement.

Le comportement de créer une entreprise s'inscrit dans un processus au cours duquel de très nombreux événements peuvent se produire et remettre en cause le projet de création. Dans ces conditions, le déclenchement peut survenir sous la pression d'une intention très forte, conduisant à une planification des premières opérations telles que la recherche d'une idée ou d'une opportunité.

Section 3 : Michel Crozier « L'acteur stratégique »²⁵

Un individu dans sa nature est un être égoïste qui cherche toujours ses propres intérêts. En effet, dans cette perspective, il va utiliser les ressources dont ils disposent de la manière la plus judicieuse compte tenu des contraintes du moment... Car l'individu usera de ses tactiques tout en considérant les contraintes auxquelles il doit faire face. Dans la société aussi, un individu

²⁴ Ajzen, I., « The Theory of Planned Behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, n° 2, 1991, p. 179-211

²⁵ CROZIER Michel, « L'acteur et le système, les contraintes de l'action collectives », Paris, Le Seuil, 1977

ne peut pas trouver la solution optimale malgré les efforts de calculs stratégiques qu'il a adoptés, il doit se contenter d'une solution praticable, faisable, accessible voire possible.

Concernant cela, nous pouvons dire que chaque individu d'une société applique en majorité le stratège de ses actions. De ce fait, nous avons affaire, dans la société, à une multitude de stratégies des individus qui la composent. On retiendra donc l'idée que les individus et le groupe d'individu sont à la poursuite de leurs propres buts : l'organisation est donc traversée par une multiplicité de buts, de pouvoir, de prestige, d'autonomie... Toute organisation a donc besoin de la participation de ses membres et cette participation est toujours négociée car la réalisation des objectifs des acteurs doit s'accommoder avec les objectifs des organisations. Dans ce cas, l'individu est un acteur stratégique rationnel, mais limité par son environnement organisationnel.

Section 4 : La socialisation

La socialisation est une notion qui prend en compte le processus d'influence mutuelle entre une personne et une autre. Processus qui aboutit à l'acceptation de modèle de comportement social et au fait de s'y adapter. La socialisation peut être décrite de deux points de vue :

_ Objectivement de celui de la société agissant sur l'individu, c'est un processus qui permet à la société de transmettre des modèles culturels d'une génération à une autre et permet à un individu de s'intégrer dans sa communauté. La fonction de la socialisation est de développer les aptitudes et les disciplines dont l'individu a besoin, de communiquer les aspirations, les systèmes de valeurs, les idéaux de vie en cours dans une société particulière ; et spécialement d'enseigner les rôles sociaux que les individus ont à remplir.

_ Subjectivement de celui de l'individu répondant aux sollicitations de la société, c'est un processus par lequel passe l'individu en s'adaptant à ceux qui l'entourent. La personne reprend les manières d'agir de la société où elle vit. A partir de l'enfance elle se fait graduellement à la société. L'individu apprend et intériorise les modèles culturels, le langage, la valeur, les normes, et les règles sociales qu'il intègre enfin dans sa personnalité.

En somme, nous allons entamer cette recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes au sein de la JCI Antananarivo, en partant de l'hypothèse de la stratégie individualiste comme théorie de base.

Puis nous procéderons à l'analyse, dans la deuxième partie, où nous présenterons tous les résultats des travaux de terrain.

Conclusion partielle :

Pour cette première partie, nous avons vu les méthodes d'analyses à adopter, les grandes lignes de l'entrepreneuriat dans le temps et dans l'espace, suivis d'une présentation de notre terrain d'étude. Au cours du processus entrepreneurial, le jeune entrepreneur, vivant parmi une population dans une société donnée, subit des influences des variables psychosociologiques (valeurs culturelles, attitudes, motivations, aptitudes et intérêts) et du milieu environnant (milieu politique, institutionnel et économique, milieu familial, professionnel). Des influences qui affectent ses actions dans la mise sur pied d'une entreprise. A ce stade, l'émergence de l'entreprise se traduit par la création d'une structure, avec ou sans perspective de croissance exponentielle mais qui se veut être acceptable par la société et faisable pour le créateur. Nous allons donc voir dans les lignes suivantes, les résultats d'enquête sur terrain quant à l'entrepreneuriat des jeunes Malgaches de la ville d'Antananarivo dans le cas de la JCI.

Partie II : Résultats des enquêtes

Chapitre I : L'esprit entrepreneurial des membres de la JCI

Au sein de la JCI, lors d'une observation simple des réunions sur l'organisation d'un concours de projet sous l'impulsion d'un ONG Belge NEWCOPARK, la JCI en collaboration avec l'ESSCA organise un concours de création d'entreprise dénommé « NEWCOPARK » pour permettre à des jeunes entrepreneurs de créer et de développer leur entreprise en donnant à sa disposition les logistiques et un accompagnement technique. Et ce, dans le but de favoriser le développement de la création d'entreprises. Quant à la communication du concours, elle a été seulement fait via Facebook, et via quelques affiches dans quelques instituts et universités avec comme condition de participation l'envoi d'une vidéo de 2 à 3min de leur projet avec un formulaire à remplir en ligne. En effet, ce n'est pas tous les jeunes qui peuvent participer au concours. Seuls quelques individus liés à la JCI, à l'ESSCA, les abonnés des réseaux sociaux et les individus ayant une certaine connaissance en informatique et audiovisuel ont pu soumettre leur candidature. Soit vingt candidatures reçues sur des centaines de milliers de jeunes Tananariviens et trois sélectionnés pour la finale. Face à ce chiffre, nous pouvons dire que la communication et les conditions de participation au concours ne tient pas compte du contexte et de la réalité malgache.

A part NEWCOPARK, la JCI a pu organiser un autre concours de projet vers la fin du mois de juillet dénommé « Pitch contest ». En collaboration avec le Ministère de l'Industrie et du Développement du Secteur Privé, le meilleur projet était financé de 5.000.000ar dans le but d'aider le jeune gagnant dans la réalisation, la création d'emploi et le développement local. Les conditions du concours étaient les mêmes que pour NEWCOPARK, avoir un projet réalisable et viable avec une possibilité de création d'emploi au sein de la communauté tout en s'inspirant des Objectifs de Développement Durable. Pour la participation, Il fallait télécharger un formulaire d'inscription et y remplir son business model dans un délai de 1mois fixé d'avance par les organisateurs. Ensuite, passé un entretien devant les jurys pour la présentation du projet en face à face. D'une part, seuls les individus ayant de l'audace, la foi en son projet, un accès à Facebook et internet pouvaient y participer. Avec 4pages de questions à répondre, nous avons rencontré des difficultés dans la compréhension des termes techniques de gestion qui nécessitait de l'aide d'autres personnes. D'autre part, seuls des individus audacieux et ambitieux rêvant de vite gagner de l'argent en devenant PDG de sa propre entreprise ose s'aventurer dans le concours. Pour ce concours, avec 26 candidats ayant envoyé et rempli le dossier de candidature,

seul 21 candidats ont répondu présent lors de l'entretien. Puis, les 3 meilleurs projets sélectionnés lors de l'entretien ont passé à la finale. Vu le nombre de jeunes ayant un niveau d'étude supérieure et ayant accès à Facebook au sein de la ville, 26 est un chiffre assez bas qui peut révéler la difficulté des jeunes faces aux conditions de participation au concours, ou encore un problème de communication entre les organisateurs et les jeunes par un problème de ciblage et de choix de réseaux de communication.

Section 1 : Enquête auprès des jeunes membres de la JCI

Les jeunes ont une grande liberté par rapport aux adultes, ils n'ont généralement que peu de responsabilités, ils se caractérisent par leur *dynamisme*, et ont des activités culturelles, sportives. Ils sont très réactifs et aiment découvrir de nouvelles choses. La jeunesse n'est pas seulement fondée sur des critères naturels et physiques, mais elle est aussi fondée sur des critères culturels, sociologiques et psychologiques. Durant phase de l'adolescence, il apprend à devenir autonome en se confrontant aux défis que lui impose la société. Il prend, en même temps, conscience des difficultés de la vie, ce qui lui permet de se prendre en charge et de s'assumer dans sa vie future.

1. La perception des jeunes de l'entrepreneur

La perception des enquêtés d'un entrepreneur par une question ouverte a été engagé afin de recueillir des données qualitatives du sens que les membres de la JCI donnent à l'entrepreneur. Après dépouillement des résultats, plusieurs réponses se sont répétées à chaque questionnaires sur l'ensemble des enquêtés dont nous avons classé dans le tableau.

Tableau 8: La perception des jeunes membres de la JCI de l'entrepreneur

	étudiant	%	Travailleur	%	Total	%
Investisseur	3	10	2	6.7	5	16.7
Innovateur	-	0	2	6.7	2	6.7
Créateur d'entreprise	5	16.5	1	3.3	6	19.8
Gere une entreprise	1	3.5	3	10	4	13.5
Travail pour son propre compte	6	20	1	3.3	7	23.3
Sans réponse	-	0	6	20	6	20
Total	15	50	15	50	30	100

Source : Enquête personnelle, 2017

D'après les résultats obtenus dans ce tableau, en première position avec une majorité de 23.3% de l'ensemble des enquêtés dont 20% des étudiants et 3.3% des travailleurs perçoivent l'entrepreneur comme une personne qui travaille pour son propre compte. En d'autres termes, ils le définissent comme une personne indépendante travaillant pour son propre chef et de son propre chef. En deuxième position, un pourcentage de 20% de l'ensemble des enquêtés n'ont pas pu répondre à la question. Un pourcentage assez important dans notre échantillon dont 0% des étudiants et 20% des travailleurs qui n'ont pas donné de réponse par leur difficulté de définir un entrepreneur d'un non entrepreneur. En troisième position, 19.8% des individus enquêtés voient l'entrepreneur comme un créateur d'entreprise en expliquant leur choix de réponse, avec des exemples de création d'entreprise, à l'exemple d'un salon de coiffure, d'une restauration, d'un centre de formation, ... En quatrième position, 16.7% des enquêtés soit 10% des étudiants et 6.7% des travailleurs professionnelles conçoit l'idée d'un entrepreneur comme un investisseur, qui donne de son temps et de son argent dans une idée qu'il croit afin d'en tirer des bénéfices en retour. Et enfin, 6.7% des individus enquêtés ont déduit de l'entrepreneur une personne qui introduit quelques choses de nouveau sur le marché, soit un innovateur.

Ainsi, en prenant toutes les réponses des enquêtés nous avons une définition prédéfinie de ce qu'est un entrepreneur pour les membres de la JCI. En majorité, l'entrepreneur est pour eux une personne qui travaille pour son propre compte en créant sa propre entreprise et de l'emploi pour les autres. L'innovation étant presque inexistante dans les réponses, le terme « innovateur »

ne définit pas suffisamment leur perception de l'entrepreneur alors que l'innovation est à la base des activités entrepreneuriales. Cela peut s'expliquer par l'insuffisance d'entrepreneur innovateur dans le pays. De ce fait, il a été difficile pour les jeunes Malgaches de définir l'entrepreneur malgache en tant qu'innovateur. En effet, les Malgaches étant transportés par la mondialisation avec l'habitude de poursuivre les nouveautés dans le monde se font devancer de très loin dans l'innovation.

2. La participation des jeunes aux projets de la JCI

La JCI étant une ONG à but non lucratif, les projets qu'il entreprend ont pour mission d'une part de développer une culture entrepreneuriale chez les membres en leur donnant les pleins pouvoirs sur la réalisation d'un projet. Un projet déterminé au début de l'année avec l'accord du comité directeur de l'importance de sa réalisation. En rapport avec sa mission, le projet est aussi déterminé après analyse des besoins de la localité cible et pour le développement de la communauté. D'autre part, d'apprendre aux membres par la pratique comment réaliser un projet jusqu'à son terme. Parmi ces projets, voyons dans le tableau suivant la participation des jeunes aux projets de la JCI.

Tableau 9: La participation des jeunes aux projets de la JCI

		Etudiant		%	Travailleur		%	Total	%
Sexe		H	F		H	F			
OUI	Projet garabola		4	13.3	1	2	10	7	23.3
	Projet Newcopark	1	1	6.7			0	2	6.7
	Projet Pitch contest		1	3.3		1	3.3	2	6.6
	Projet Formation en entrepreneuriat	2	1	10	2		6.7	5	16.7
	Projet au secours de ma ville	1		3.3		1	3.3	2	6.6
NON		2	2	13.3	5	3	26.7	12	40
Total		6	9	50	8	7	50	30	100

Source : Enquête personnelle, 2017

Parmi les projets, il y a Garabola (projet communautaire axé à l'éducation, destinée aux enfants des EPP comme des dons de livres, kits scolaires...), Newcopark (Concours de création d'entreprises), Pitch contest (Concours business model pour la création d'entreprise), Formation en entrepreneuriat (Projet axé au développement individuel des membres de la localité), et au secours de ma ville (Projet de conscientisation de la communauté de l'importance d'un environnement sain). D'après le tableau, nous avons tout d'abord un pourcentage de 40% de membres inactifs et 60% de membres actifs dans les projets de la JCI.

Après analyse des résultats obtenus dans le tableau, nous pouvons voir que les membres actifs de la JCI sont plus attirés par le projet « Garabola » que par les autres projets soit 23.3% de l'ensemble des enquêtés. Cela peut s'expliquer par une grande défaillance remarquée dans l'infrastructure éducative de la ville d'Antananarivo ou encore avec la recherche d'assurer une éducation équitable, inclusive et de qualité pour les enfants de la ville.

Ensuite, nous avons 16.7% de l'ensemble des enquêtés dans le projet « Formation en entrepreneuriat » avec 10% pour la catégorie étudiants et 6.7% pour la catégorie travailleuse. Le projet « Formation en entrepreneuriat » est d'abord un projet qui forme les membres de la communauté à entreprendre, en leur donnant les conseils et consignes nécessaires pour créer leur propre entreprise. Dans ce projet, les étudiants sont généralement plus nombreux que les travailleurs. Dans le cas des étudiants, cela peut s'expliquer d'une part par la curiosité de ce qu'est une formation et son déroulement, et d'autre part, par le besoin d'accomplir un projet. Et dans le cas des travailleurs, il s'agit plutôt d'un perfectionnement de savoirs afin de pouvoir la pratiquer dans leur milieu de travail respectif ou encore en complétant leur manque de connaissance dans les projets qu'ils veulent entreprendre.

Puis, il y a 6.6% dans les projets « Newcopark », « Pitch Contest » et « Au secours de ma ville » dont les étudiants sont les plus actifs par rapport aux travailleurs, allant jusqu'à 0% de travailleurs dans le projet « Newcopark ». La participation à un projet demande beaucoup de temps que les travailleurs engagés dans leur travail ne peuvent suivre. Rien que pour les réunions et les actions à accomplir dans un deadline prédéfini, les étudiants ont plus de temps libres que les travailleurs d'où le chiffre obtenu dans notre tableau. Par ailleurs, lors de notre enquête, nous avons remarqué qu'il ne s'agit pas seulement d'un problème de temps mais aussi du règlement de la JCI qui exclut la participation aux concours des membres organisateurs du projet.

La participation aux projets de la JCI n'est pas obligatoire mais dépend du choix de chacun, en fonction de ses priorités, de son intérêt et de sa motivation. Selon Crozier, un individu

dans sa nature est un être égoïste qui cherche toujours ses propres intérêts. En devenant membre de la JCI, chaque membre connaît sa mission et les valeurs qu'elle prône. Cependant, sachant que chaque projet de la JCI débute à Oariary, c'est-à-dire que le financement de chaque projet dépend des membres du projet et du capital social en leur disposition pour le financer. Par conséquent, chaque membre du projet se doit de trouver les fonds nécessaires pour sa réalisation. Nous avons remarqué que malgré cela, le nombre des jeunes étudiants participants aux projets est supérieur au nombre des jeunes travailleurs. Durant nos échanges avec les étudiants, cultiver le sens de l'entrepreneuriat s'avère être utile pour assurer leur avenir dans ce domaine afin d'apprendre à leur tour comment financer leur projet personnel.

Section 2 : L'écart entre la théorie et la pratique dans le devenir d'être entrepreneur

Face à diverses incitations auxquelles les jeunes sont exposés dans le domaine de l'entrepreneuriat, les règles et consignes de réussite sont partagées par des formations et témoignages. Toutefois, la réalisation du projet ne dépend pas simplement de la théorie mais aussi de la motivation et des difficultés perçues dans les démarches de la création d'entreprises.

1. La motivation de devenir entrepreneur

Selon la théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié d'Ajzen, l'action d'un individu est déterminée par sa motivation d'adopter le comportement. La motivation étant l'ensemble des facteurs qui orientent l'action d'un individu vers un but donné, qui déterminent sa conduite suscitant chez la personne un désir de vouloir atteindre un but. Il nous est alors nécessaire de déterminer les raisons qui peuvent pousser les membres de la JCI à entreprendre. Nous allons voir dans le tableau qui suit les différentes motivations des enquêtées.

Tableau 10 : La motivation des jeunes de devenir entrepreneur

		Etudiant	%	Travailleur	%	Total	%
OUI	Pour devenir riche	3	10	-	0	3	10
	Pour être autonome et indépendant	5	16.7	6	20	11	36.7
	Pour avoir une entreprise et créer des emplois	4	13.3	5	16.7	9	30
	Pour développer Madagascar	3	10	4	13.3	7	23.3
NON		-	0	-	0		0
Total		15	50	15	50	30	100

Source : Enquête personnelle, 2017

Nous avons pu recueillir ces données avec la question ouverte « Voulez-vous devenir un entrepreneur ? Si oui pour quelle raison? » Afin de donner aux enquêtés une liberté dans leur réponse et de connaître vraiment leur motivation dans le choix de vouloir devenir entrepreneur. Avant de commencer notre interprétation, nous allons tout d'abord accorder une attention particulière à la rubrique cadrée par la réponse OUI. Dans la motivation « pour devenir riche », il y a 10% pour les étudiants et de 0% pour les travailleurs. L'une des raisons de ce pourcentage nul pour les travailleurs réside peut-être sur le fait qu'ils sont déjà titulaire d'un emploi, et qu'ils ont déjà en tant que tel les moyens pour s'enrichir. Tandis que pour les étudiants, le cas est très différent. En effet, c'est par le biais des expériences en tant qu'entrepreneur qu'ils pourront peut-être s'enrichir. Ensuite pour la motivation « d'être autonome et indépendante » nous avons un pourcentage de 16,7% pour les étudiants et 20% pour les travailleurs. Les résultats sont à peu près égaux du fait que devenir autonome et indépendant fait partie de la nature commune à tout individu. Puis, nous avons un pourcentage de 13,3% pour les étudiants et 16,7% pour les travailleurs qui ont répondu « pour avoir une entreprise et créer des emplois ». Dans leur cas, l'influence de l'organisation peut se refléter à travers leur motivation. En effet, à chaque formation, témoignage et partage, la phrase « Vous pouvez créer votre propre entreprise et aider les autres à trouver de l'emploi » se répète de façon à l'idéaliser et pour faire comprendre à l'assemblée que c'est la voix à suivre. Par ailleurs, nous avons aussi remarqué l'influence de la réussite de grands entrepreneurs dans leur domaine tels que Bill Gates, Ford, Marc Ravalomanana, ... chez les 23.3% des enquêtés qui ont répondu « pour développer Madagascar ». De grands entrepreneurs qui ont marqué leur nom dans l'histoire et qui ont pu trouver leur place parmi les célébrités connues nationalement et même internationalement en devenant des millionnaires et milliardaires du monde.

En bref, le fait d'entreprendre ne s'explique pas uniquement par l'attrait important face à l'entrepreneuriat et la vision de sa réussite, mais, au regard d'une situation sociale plus dégradée. L'entrepreneuriat constitue alors pour les jeunes, une voie d'évitement de difficultés d'insertion sociale. Pour les uns, le fait d'échapper au chômage prime sur toutes les autres motivations à se lancer dans la création d'entreprises. Et pour les autres, l'entrepreneuriat résulte de la volonté de travailler pour son propre compte c'est-à-dire le goût d'entreprendre et de la prise de risque.

2. Les difficultés perçues dans les démarches de la création d'entreprises

La majorité des enquêtés connaissent en théorie les démarches à suivre pour pouvoir créer une entreprise. Mais en pratique, quelles ont été les difficultés, qui font que la création d'entreprises n'aboutisse pas. Dans ce sens, est-il alors facile de créer sa propre entreprise après une bonne base théorique ? Si non quelles sont les difficultés rencontrées ?

Tableau 11 : Les difficultés dans la création d'entreprise

		Etudiant	%	Travailleur	%	Total	%
NON	Problème de financement	6	20	6	20	12	40
	Problème au niveau des papiers administratifs	2	6.7	3	10	5	16.7
	Problème au niveau de la concurrence	2	6.7	2	6.7	4	13.4
	Problème de ressources humaines	5	16.7	3	10	8	26.7
OUI		0	0	1	3.3	1	3.3
Total		15	50	15	50	30	100

Source : Enquête personnelle, 2017

D'après ce tableau, 96.8% des enquêtés ont rencontré des problèmes dans les démarches de création d'entreprises. Le problème de financement est l'une des variables les plus distinguées qui est de 40% de l'ensemble des individus enquêtés. En tenant compte de la difficulté d'accès au marché du travail et un taux de chômage inquiétant chez les jeunes Tananariviens, le budget nécessaire à la création d'entreprises devient une charge assez lourde à supporter. Selon l'EDBM, il faut au moins 1 000 000 ariary pour pouvoir formellement monter sa propre entreprise sans compter les frais d'établissement, les coûts d'investissement, l'ouverture de compte bancaire et les besoins de l'entreprise. Il faut aussi signaler le comportement des banquiers qui accordent des crédits en se basant souvent sur des critères de confiance, des critères financiers ou encore de réseau relationnel. Par critère de confiance nous voyons l'analyse de rentabilité, dont les nouveaux projets reçoivent difficilement ou presque jamais de financement. Les banquiers préfèrent financer des projets déjà existants qui ont fait ses preuves

au lieu de risquer dans un nouveau projet sur le marché. Un autre facteur qui a pour conséquence de tuer la création et l'innovation des entrepreneurs.

Puis, 26.7% des enquêtés ont répondu avoir rencontré un problème de ressources humaines ou encore un problème d'associé dans la réalisation de leur projet ou dans la création de l'entreprise. Avec 16.7% des étudiants et 10% des travailleurs, notre enquête a révélé que les étudiants par manque de confiance en soi dans la réalisation d'un projet recherchaient des amis, des partenaires ou des associés pour les aider et pour travailler avec eux, tandis que les travailleurs recherchaient des subordonnés de qualité. Ensuite, pour 16.7% des enquêtés, il y a eu les problèmes au niveau des papiers administratifs. Les dossiers à fournir sont écrits en français et non dans notre langue officielle, les frais d'instruction de dossiers sont en valeur monétaire étrangère. Enfin, 10% de nos enquêtés ont abordé le problème de concurrence dans leur réponse. Un problème qui détruit l'idée même de créer par la peur de la concurrence soit par le monopole, soit par la notoriété de la concurrence sur le marché. Mais un pourcentage assez bas dans notre échantillon qui n'est pas significatif. En effet, la peur de concurrencer les grandes entreprises reste de taille. Elle engendre souvent le manque de confiance en soi qui pourrait nuire au projet elle-même. Nous remarquons aussi la concurrence déloyale qui pèse sur les petites entreprises et sur les nouvelles entreprises surtout au niveau de la capitale.

En bref, les jeunes se heurtent en général à un certain nombre d'obstacles plus difficiles à surmonter que les adultes d'où les raisons de leur manque de confiance à se lancer dans l'entrepreneuriat. Ils peuvent ne pas avoir les compétences sociales nécessaires à leur activité. Ils peuvent par exemple ne pas se sentir à l'aise pour essayer de vendre à des personnes plus âgées. Les jeunes les moins expérimentés peuvent ne pas être au courant des dispositifs de soutien qui existent. En outre, il peut y avoir une certaine méfiance à l'égard des organismes publics. Mais les principales limitations tiennent à leur manque de moyens humains et financiers, et d'expérience du travail et de l'entreprise.

Section 3 : Effet de l'environnement sur l'entrepreneuriat des jeunes

L'environnement général de l'individu joue un rôle fondamental en tant qu'élément facilitateur ou de blocage en matière de création et de pérennisation d'entreprise. Ce facteur est encore plus déterminant lorsqu'il s'agit des petites entreprises créées ou gérées par des jeunes. Des différences fondamentales existent, en particulier dans les choix et les ambitions des jeunes entrepreneurs suivant leur environnement. D'où, nous allons voir en premièrement, l'expérience du jeune entrepreneur de la création d'entreprises. En deuxièmement, on abordera la motivation à la création d'entreprises. Et pour finir, les difficultés rencontrées par le jeune entrepreneur à la création d'entreprises.

1. L'expérience du jeune entrepreneur de la création d'entreprises

Dès l'enfance, chaque individu se forme par la socialisation en prenant référence ses parents, ses amis ou à une autre personne de son entourage. Un environnement social qui peut influencer le choix de carrière de l'enfant arrivé à l'âge adulte. Dans cette optique, le tableau suivant nous montre les réponses des enquêtées sur la question fermée : « Quelle expérience aviez-vous de la création d'entreprises? »

Tableau 12 : L'expérience du jeune entrepreneur de la création d'entreprise

Choix de réponse	Effectif	%
Issu(e) d'une famille d'entrepreneurs	8	40
Un membre de votre famille a créé une entreprise	5	25
Quelqu'un que vous connaissez a créé une entreprise	7	35
Total	20	100

Source : Enquête personnelle, 2017

D'après ce tableau, nous pouvons dire qu'être issu(e) d'une famille d'entrepreneurs ou encore avoir un entrepreneur au sein de la famille procure une culture entrepreneuriale. A travers ce résultat, on peut intégrer que l'individu issu de famille où un parent ou un proche était, ou est entrepreneur, puisse voir une vision de vouloir entreprendre à son tour. Donc une capacité accrue

à favoriser son acte. Ici 40% des enquêtées sont issu(e) d'une famille d'entrepreneurs, 25% ayant un membre de la famille qui a créé une entreprise et 35% connaissant quelqu'un qui a créé une entreprise à travers la JCI. De ce fait, l'environnement social influe sur le choix de carrière de l'individu. Un choix qui peut être inconscient pour l'individu mais par la socialisation qui s'opère sur lui, suivi de l'expérience acquise auprès de ses proches, le choix devient naturel. On va voir dans les résultats suivants leur réelle motivation quant à la création de leur propre entreprise.

2. La motivation à la création d'entreprise

La motivation à la création d'entreprises est à la base de l'action de l'entrepreneur. Une motivation qui peut venir d'un facteur économique, social, ou individuel. Comme nous l'avons dit plus haut, l'environnement joue un rôle important dans l'action de l'entrepreneur à la création d'entreprise. Durant notre enquête, les réponses à la question ouverte, « qu'est-ce qui vous a motivé à créer une entreprise ? » sont réparties dans le tableau suivant où on peut voir plusieurs réponses qui se sont répétées pour les 20 entrepreneurs enquêtés.

Tableau 13 : La motivation à la création d'entreprise

	Etudiant	%	Travailleur	%	Total	%
Existence de besoins	2	10	2	10	4	20
Témoignage de réussite	2	10	0	0	2	10
Chômage	2	10	3	15	5	25
Aider par un proche entrepreneur	4	20	5	25	9	45
Total	10	50	10	50	20	100

Source : Enquête personnelle, 2017

D'après ce tableau, 45% des enquêtés ont été influencé à créer leur entreprise en étant aidé par un proche entrepreneur dont 20% d'étudiants et 25% de travailleurs. Au sein de la JCI, avec un capital social composé majoritairement d'entrepreneur, il est évident que le jeune ne soit à son tour influencé à créer sa propre entreprise. Ensuite, 25% de l'ensemble des enquêtés ont fait face à un environnement hostile à l'obtention d'emploi, un environnement qui ne leur

permettait pas de trouver du travail dont leur seul recours était la création de leur propre emploi. Une situation qui les poussait à choisir entre créer ou être des chômeurs. Enfin, selon notre enquête, l'existence de besoin insatisfait au sein de la société soit la réponse des 10% des travailleurs ainsi que les témoignages de réussite encourageant l'action entrepreneuriale soit la réponse des 10% des étudiants ont pu les amener à créer leur entreprise.

Par ordre d'importance, le contact direct reste le plus influant dans l'incitation des jeunes à entreprendre. En effet, le passage de l'individu dans le monde de l'entrepreneuriat se fait par un contact avec d'autres entrepreneurs qui montre le chemin à suivre dans les démarches de création en cultivant un sens de l'entrepreneuriat dans la socialisation et sachant que donner l'exemple fait partie des moyens principaux d'influencer les autres.

Le travail considéré comme le pilier de la société moderne a aussi sa part dans le changement comportemental d'un individu. En effet, nous avons remarqué durant notre enquête que les questions principales qui se posent lors d'une rencontre familiale ou amicale sont principalement centrées autour du travail avec le fameux : "que faites-vous dans la vie?" Dès lors il est aisé de comprendre le sentiment d'un chômeur. Des sanctions morales s'imposent sur les sans-emplois pouvant se traduire par l'exclusion sociale. En effet, chaque homme a le devoir de travailler pour son confort et sa survie car le travail est valorisant. Cependant, si le marché du travail est saturé et qu'il ne reste que des travaux dénigrants, l'acte de création d'emploi par la création d'entreprises se manifeste. Cet environnement d'insatisfaction de besoin peut amener l'individu à l'initiative et la prise de risque pour entrer dans l'entrepreneuriat par nécessité.

Enfin, Madagascar étant un pays pauvre et sous-développé, divers besoins sont donc insatisfaits en son sein. Comme dans la ville d'Antananarivo par exemple, l'insécurité, le problème de déchets, l'embouteillage, ... qui peuvent être vu comme un problème sont vus comme des opportunités d'affaires pour d'autres. En essayant d'analyser les besoins et d'aider la société à satisfaire ces besoins, le sens de l'entrepreneuriat se cultive au sein des opportunistes. Dans ce même ordre d'idée, des témoignages de réussite faits par ces entrepreneurs seront à leur tour une source d'inspiration et d'idée pour d'autres jeunes qui tenteront à leur tour d'en faire de même.

3. Difficultés de la création d'entreprises

Tout projet d'entreprise se heurte à des difficultés. Des difficultés qui se doivent d'être identifiées. Pour cela, nous allons voir dans le tableau suivant quelles sont ces difficultés.

Tableau 14 : Les difficultés de la création d'entreprises des jeunes entrepreneurs

Difficulté à la création	Effectifs	Pourcentages
Manque de soutien moral	2	10
Manque de fonds propres	5	25
Manque de personnel qualifié	1	5
Lenteurs et lourdeurs administratives	12	60
TOTAL	20	100

Source : Enquête personnelle, 2017

De la lecture de tableau ci-dessus, on remarque que les lenteurs et lourdeurs des procédures administratives constituent la principale difficulté qui entrave les jeunes potentiels à se lancer dans l'aventure de création d'une entreprise. Soit un blocage indépendant de l'individu qui se traduit généralement par l'excès des démarches et des procédures exigées, la complexité et la non-coordination de ces dernières pour obtenir auprès des administrations locales et même centrales les accords nécessaires à l'installation, à l'établissement et au démarrage effectifs de l'entreprise. Et puis en deuxième position avec 25% des réponses le manque de fonds propres. Ce qui n'est pas surprenant vu les résultats de notre enquête auprès des simples membres de la JCI concernant les difficultés qu'ils perçoivent dans les démarches de la création d'entreprises. Cependant avec l'expérience passé au sein de la JCI dans la réalisation des projets, le principal blocage se révèle dans la défaillance du système étatique.

Section 4 : La création d'entreprises

Selon les jeunes entrepreneurs de la JCI durant nos discussions, la création d'entreprises est considérée comme étant une étape difficile à franchir compte tenu de toutes les difficultés à surpasser pour le légaliser et pour le mettre sur pied surtout si la motivation et l'intention de le créer provient de jeune novice. Nous allons voir où est ce que l'entrepreneur trouve la source de

financement au démarrage de son entreprise, ensuite, le choix de leur secteur d'activité, puis le choix de la formalisation ou non de l'entreprise et enfin le nombre d'emploi créé par l'entreprise.

1. Les ressources pour la création d'entreprises

Une des étapes importantes dans la création d'entreprise est l'appropriation des ressources nécessaires pour son démarrage. Avec la question fermée à choix multiple, Où avez-vous trouvé le financement nécessaire pour la création de votre entreprise ? nous avons pu recueillir les résultats suivants.

Tableau 15 : Les ressources pour la création d'entreprises

	Effectifs	Pourcentage
Capitaux propres (fonds personnels)	13	65
Emprunts auprès des membres de la famille ou des amis	7	35
Prêts auprès des banques ou institutions de microfinance	0	0
Autres à préciser	0	0
TOTAL	20	100

Source : Enquête personnelle, 2017

On constate à travers la lecture de ce tableau, l'existence de deux sources de financement qui constituent l'apport personnel du jeune enquêté. En effet, les capitaux propres constituent la première ressource de financement avec 65% des réponses. Et puis il y a le recours au financement informel ou les emprunts auprès des membres de la famille ou des amis avec 35% des réponses des interrogés. Le recours à ce type de financement constitue une source de financement appréciable selon les jeunes entrepreneurs compte tenu de ses caractéristiques : pas de formalités à remplir, pas des démarches à effectuer et surtout pas de garantie à avancer. Selon eux, ce type de financement permet un apport financier aux moments et aux endroits voulus et sans intérêts. Le capital social joue donc un rôle important dans la création d'entreprises en utilisant les ressources humaines et les relations acquis par l'entrepreneur au cours de sa vie de la manière la plus judicieuse.

2. La création d'entreprises par secteur d'activité

Avant de créer une entreprise, de grands nombres de questions se posent, parmi lesquels le choix du secteur d'activité qui est une décision importante à prendre. Ce choix s'effectue généralement en fonction de divers critères tels que le savoir-faire, l'expérience ou encore le budget, soit l'identité de l'entrepreneur. Dans le tableau suivant nous allons voir dans quel secteur d'activité nos enquêtés se sont investis.

Tableau 16: La création d'entreprises selon les secteurs d'activités

Secteur	Etudiant	Travailleur	%	Total
Primaire	-	-	-	-
Secondaire	6	2	40	8
Tertiaire	4	8	60	12
Total	10	10	100	20

Source : Enquête personnelle, 2017

Les données provenant de l'enquête montrent que la majorité des répondants soit 60% des enquêtés ont opté pour le secteur tertiaire comme secteur d'activité de l'entreprise, 40 % des répondants dans le secteur secondaire et 0% dans le secteur primaire. Des choix assez raisonnés compte tenu de l'environnement de la ville d'Antananarivo, dont le secteur tertiaire est le plus demandé, sachant qu'il rassemble toutes les entreprises prestataires de services, à savoir : les activités de distribution, de transport, de loisir, d'assurance, d'hôtellerie, ... Où la plupart des entrepreneurs enquêtés ont opté pour l'activité de loisir comme les espaces de jeux et les salles de sport ou de fitness ou l'activité commerciale comme la restauration, le commerce en détail.

Pour ceux qui ont choisi le secteur secondaire, un secteur qui réunit toutes les entreprises ayant comme activité la transformation des matières premières en produits finis. La plupart des entrepreneurs de ce secteur ont opté pour la fabrication de jus de fruit, de produit à base de lait tels que le yaourt, le fromage, ...

En bref, les jeunes entrepreneurs créent leur entreprise lorsqu'ils sont à peu près certains de leur réussite qui constitue leur principale motivation. Un acte raisonné où ils doivent être persuadés de la réussite de leur projet dans le secteur d'activité choisit.

3. La formalisation de l'entreprise

Après avoir trouvé le budget nécessaire et fait le choix du secteur d'activité, vient l'étape du choix entre la formalisation ou non de l'entreprise. La formalisation dont on parle ici est l'étape de la légalisation de l'entreprise auprès de l'Etat dans le but d'obtenir un NIF/STAT. Connaissant les avantages, obligations et inconvénients du choix, nous allons voir dans le tableau suivant le choix des jeunes entrepreneurs enquêtés en fonction de leur activité.

Tableau 17 : La formalisation de l'entreprise

Enquêté N°	Secteur d'activité	Localité	Entreprise	Secteur	
				Formelle	Informelle
1	II	Ambatomainy	Producteur de yaourt		X
2	III	Ambohimananarina	Restauration	X	
3	II	Ambatomainy	Confection de vêtement		X
4	III	Ambohimananarina	Restauration	X	
5	II	Ambatomainy	Confection de vêtement		X
6	III	Ambohimananarina	Cabinet d'avocat	X	
7	II	Ambohimananarina	Producteur de yaourt		X
8	III	Antaninandro	Salle de jeux		X
9	II	Ambatomainy	Producteur de yaourt		X
10	III	Ambanidia	Commerce de détail		X
11	III	Tsimbazaza	Commerce de détail		X
12	II	Amboditsiry	Producteur de jus fruités		X
13	III	Ambanidia	Salle de gymnastique	X	
14	III	Ambohimananarina	Cyber	X	
15	II	Ambatomainy	Producteur de fruits séchés		X
16	III	Behoririka	Commerce de détail		X
17	III	Behoririka	Commerce de détail		X
18	III	Ambohimananarina	Service traiteur		X
19	III	Ankorondrano	Cabinet de dentiste	X	
20	II	Analakely	Commerce de détail		X

Source : Enquête personnelle, 2017

D'après ce tableau, 30% des enquêtés se trouvent dans le formel contre 70% qui se retrouvent dans l'informel. Lors de notre enquête, l'entrée des 30% enquêtés dans le secteur formel est pour eux une obligation qu'un choix. Car leur activité ne leur donnait pas le droit de le pratiquer dans l'informel. Par là nous avons la restauration, le cabinet d'avocat, le cyber, ... Pour les 70% restant, une partie répondent trouver plus d'avantage dans l'informel que dans le formel, car ils n'ont pas besoin de payer d'impôt, la publicité se fait de bouche à oreille, et qu'il leur suffit de s'associer avec des entreprises formelles pour les prestations de grande envergure. Pour

eux, l'Etat ne protège pas le secteur formel mais le presse à payer de plus en plus d'impôt et taxes, donc peu de bénéfice à être dans le formelle. Et une autre partie envisage de légaliser leur entreprise en attendant de voir après 4 à 5 ans si l'entreprise fonctionne ou non, et si l'entreprise rapporte vraiment ou non. En bref, le choix d'être dans le formel ou non dépend de l'activité de l'entreprise, de l'ambition de l'entrepreneur et des obligations imposées par le marché pour faire fonctionner l'entreprise. Nous pouvons voir par-là, la faiblesse du système étatique dans la gestion de la création des entreprises sur son territoire.

4. Le nombre d'emplois crée par l'entreprise

Comme nous l'avons vu, la création d'entreprises se voit comme une activité entrepreneuriale qui n'est pas souvent innovante ou ambitieuse mais peut être modeste toujours dans le but de créer son propre emploi sans pour autant avoir pour objectif de faire grandir l'organisation. Voyons dans le tableau suivant, le nombre d'emplois crée par nos entrepreneurs au sein de leur localité.

Tableau 18 : Le nombre d'emploi crée par l'entreprise

Enquête N°	Secteur d'activité	Localité	Nombre d'emploi crée au sein de la localité		
			Moins de 5	5 à 10	Plus de 10
1	II	Ambatomainty	X		
2	III	Ambohimanarina	X		
3	II	Ambatomainty	X		
4	III	Ambohimanarina	X		
5	II	Ambatomainty	X		
6	III	Ambohimanarina	X		
7	II	Ambohimanarina	X		
8	III	Antaninandro	X		
9	II	Ambatomainty	X		
10	III	Ambanidia	X		
11	III	Tsimbazaza	X		
12	II	Amboditsiry	X		
13	III	Ambanidia	X		
14	III	Ambohimanarina	X		
15	II	Ambatomainty	X		
16	III	Behoririka	X		
17	III	Behoririka	X		
18	III	Ambohimanarina	X		
19	III	Ankorondrano	X		
20	II	Analakely	X		

Source : Enquête personnelle, 2017

D'après notre enquête, 100% des enquêtés ayant créé une entreprise dans le secteur secondaire et tertiaire ont répondu avoir créé moins de 5 emplois chacun dans leur localité. Nous avons donc là de très petites entreprises avec un chiffre d'affaires inférieur à 1 000 000ariary. Etant donné qu'il s'agit de la première entreprise créée par des jeunes entrepreneurs d'une ancienneté de 6mois à 4ans, ces données nous montrent une moindre de risque pour de gros investissement ou encore un manque de budget et de financement de projet. Car comme le dit, Michel Crozier, chaque acteur de la société dans ses actions recherche ses propres intérêts en fonction de ses contraintes.

Connaissant le nombre d'habitants au sein de la ville d'Antananarivo, et le nombre de chômeurs qui s'accumule chaque année avec l'arrivée de nouveau jeune diplômé sur le marché du travail, le nombre d'emplois créés par une entreprise est minime par rapport aux attentes, surtout si l'emploi créé se limite à celui de l'entrepreneur. Sachant que la création d'entreprises n'est pas souvent ambitieuse, l'impact économique se distingue par le grand nombre de très petites entreprises qui se concentre dans la localité.

Selon le tableau, Ambatomainy concentre cinq entreprises dirigées par des membres de la JCI dans le secteur secondaire et Ambohimananarina cinq entreprises dans le secteur tertiaire. La concentration de création d'entreprises dans une localité donne lieu à un dynamisme économique des activités, engendrant alliance et concurrence entre les entités. Par ailleurs, comme nous l'avons déjà vu plus haut, l'entrepreneuriat de reproduction et d'imitation sont les plus dominants chez les jeunes, ce qui explique la concentration d'entreprise de même secteur d'activité dans une localité. Une guerre cachée se met en place entre les entités pour l'appropriation de part de marché laissant place à la faillite de l'un ou de l'autre, ou encore à une coexistence par l'application d'un tarif commun, qui dans le cas des très petites entreprises, la coexistence est le plus appliqué. En bref, chaque création d'entreprises participe à l'amélioration de la qualité de vie de la population, par la création d'emploi et par la répartition des richesses.

Section 5 : Le développement de l'entreprise créé par le jeune entrepreneur

L'entreprise est une structure qui se positionne sur des marchés en perpétuels mouvements où elle est amenée à déterminer ses axes de développement et les moyens lui permettant de survivre. Des moyens qui dépendent de la vision et des objectifs de l'entrepreneur pour son entreprise.

1. Réussir dans la création d'entreprises

Dans le cadre de la réussite d'une entreprise, l'entrepreneur est le premier responsable de son développement. Nous allons voir dans le tableau suivant les variables qui ont permis aux jeunes entrepreneurs de réussir à créer leur entreprise.

Tableau 19 : La réussite entrepreneuriale pour les jeunes entrepreneurs

Réussite dans la création d'entreprises	Effectifs	Pourcentages
Beaucoup de chance	4	20
Une bonne formation professionnelle et une certaine qualité personnelle	3	15
Connaissance des gens influents	8	40
Prendre des risques	2	10
Ouverture à l'innovation	3	15
Total	20	100

Source : Enquête personnelle, 2017

D'après ce tableau, on constate que les jeunes entrepreneurs estiment que la réussite entrepreneuriale dépend de la connaissance des gens influents soit la réponse de 40% des enquêtés. Un choix qui reste aux yeux de plusieurs jeunes la clé de la réussite vu leur jeune âge et leur manque d'expérience. L'appropriation d'un capital social important dans le domaine de l'entrepreneuriat devient donc un facteur de réussite pour la création et le développement de l'entreprise. En deuxième position se classe beaucoup de chance, soit la réponse de 20% des enquêtés qui ont tenté l'aventure sans une planification au préalable de leur projet. Une catégorie de jeune optimiste qui place la réussite de ses actions sur le facteur chance.

Enfin, l'ouverture à l'innovation (15%) et la disponibilité à prendre des risques (10%) qui constituent des éléments essentiels de l'esprit entrepreneurial et un gage d'efficacité et de

pérennité, ne constituent que la réponse d'une minorité de nos enquêtés. Nous pouvons donc remarquer que la culture entrepreneuriale est presque inexistante chez les jeunes enquêtés.

2. Attitudes par rapport à l'innovation de l'activité

Au sens Schumpétérien du terme, l'innovation est liée à l'entrepreneur et généralement sous la forme de nouveaux produits, des nouveaux procédés de production, ou de nouvelles activités, ayant la capacité de générer un potentiel de croissance économique ou sociale. Il s'agit donc d'une pratique de nouvelles connaissances pour les rendre productives.

Tableau 20 : Intention des entrepreneurs à l'innovation

Innover les activités de l'entreprise	Effectifs	Pourcentages
OUI	7	35
NON	13	65
Total	20	100

Source : Enquête personnelle, 2017

A travers ces résultats, la majorité des jeunes estiment que prendre la décision à l'innovation des activités est un risque. Nous constatons que la plupart des produits et services sont des imitations ou des reproductions dont la plupart du temps non porteuses de valeur nouvelle, ni de changement pour l'environnement. Ce résultat est justifié par 65% des jeunes qui déclarent avoir une intention négative vis-à-vis de l'innovation, et qui estiment que l'activité à créer n'est pas du tout nouvelle. Dans ce cas, l'entrepreneuriat des jeunes malgaches se trouvent être dans la peur de prise de risque en se limitant à des activités déjà existantes.

« C'est très dur de fabriquer des objets pour une catégorie de gens. La plupart du temps, les gens ne savent pas ce qu'ils veulent avant que vous le leur montriez » Steve Jobs

3. Formation pour développer l'entreprise

La formation est un ensemble de mesure adoptée en vue de l'acquisition ou du perfectionnement d'une qualification professionnelle. Etant à la tête d'une entreprise, nous allons voir dans le tableau suivant si OUI ou NON les jeunes entrepreneurs ont suivi une formation pour développer leur entreprise.

Tableau 21 : La participation à des formations pour développer une entreprise

Formation	Effectifs	Pourcentages
OUI	15	75
NON	5	25
Total	20	100

Source : Enquête personnelle, 2017

On constate qu'une grande partie soit 75% des créateurs ont reçu des formations pour le développement de leur entreprise. Etant membre au sein de la JCI, ils ont pu avoir l'opportunité de se former à la gestion d'une entreprise, la gestion du personnel, ou encore à l'étude de marché. Cependant, il existe 25% des jeunes entrepreneurs qui n'ont pas participé à des formations en rapport au domaine de l'entrepreneuriat et de la gestion d'entreprise en se limitant à leur formation de base et à la maîtrise de leur métier pensant que cela est suffisant. Nous pouvons donc dire que la majorité des jeunes entrepreneurs sont conscients de l'importance d'une formation pour leur développement personnel et pour leur entreprise.

Chapitre II : Les responsabilités tenus par la JCI sur le plan entrepreneurial

Le comité directeur de la JCI est composé des membres ayant une fonction exécutive au sein de l'organisation. Parmi le comité directeur nous avons, la présidente, les vice-présidents, les directeurs de commissions et les directeurs de projets. Nous avons donc demandé une entrevue auprès des membres du comité directeur susceptible d'être concerné dans le domaine de l'entrepreneuriat des jeunes. Et ainsi voir l'environnement JCI qui cultive le sens de l'entrepreneuriat de ses membres.

Section 1 : Entretien auprès de la présidente 2017 de la JCI Antananarivo madame Valérie ANDRIANAVALONA

Pourrez-vous nous expliquer ce que les valeurs de la JCI veulent réellement dire?

Nous avons en effet pour coutume de citer tous ensemble les valeurs de la JCI avant chaque réunion et avant chaque formation pour que chacun puisse comprendre nos motivations et les fondements de notre organisation. Car un leader qui n'a pas de valeur n'est pas un leader.

Nous croyons :

- Que la foi en Dieu donne à la vie son véritable sens,

Ici « Dieu » ne fait référence à aucun dieu spécifique, mais à une puissance suprême omnipotente. Il n'y a pas d'importance sur qui ou ce que notre Dieu est. Cette ligne veut dire que nous devons croire en quelques choses et que la vie ait une signification et une orientation. Les jaycees, issus de différents milieux religieux sont unis par un lien commun : la foi.

- Que la fraternité humaine transcende la souveraineté des nations,

Le désir de paix et de liberté pour l'humanité : le patriotisme utilisé pour construire une nation est vertu noble ; exploité pour servir les ambitions des hommes, il est mal. La souveraineté appartient au peuple où hommes et femmes sont égaux. « Les frontières artificielles dessinées séparent la race humaine. Mais la relation dans l'art, la science, le commerce et la religion prouve que la fraternité universelle de l'homme est la valeur fondamentale ».

- Que la liberté des individus et de l'entreprise assure mieux la justice économique,

Toute justice relève de l'équité et l'intégrité donc de la liberté. L'homme doit être libre d'utiliser ses compétences et aptitudes pour améliorer son économie et son bien-être. « Là où amélioration économique a été la plus forte, l'homme a été libre de suivre son rêve de faire fortune, en faisant quelque chose de jamais fait avant, ou en la faisant mieux » W.Brownfield²⁶.

- Que le gouvernement doit s'appuyer sur la loi et non sur l'arbitraire,

Personne ne devrait être au-dessus de la loi et celle-ci doit être la même pour tout le monde, quel que soit le statut dans la société. L'autorité doit être fondée sur l'Etat de Droit : « un Gouvernement du peuple, pour le peuple, et par le peuple » Abraham Lincoln.

- Que la personne humaine est la plus précieuse des richesses,

Chaque être humain est distinct et unique doté d'une personnalité ce qui en fait un trésor précieux. « Le véritable trésor est dans les cœurs des hommes. Il y a autour de nous un vaste champ de possibilités pour la culture de la personnalité humaine. Ce n'est ni la quantité ni la durée de la vie qui donne son élan, mais la qualité, et la réalisation. » W. Brownfield

- Et que servir l'humanité constitue l'œuvre la plus noble d'une vie.

Servir l'humanité c'est plus qu'un don charitable, c'est le don de soi. La vie vécue sans penser à soi rend heureux, plus riche et plus complet. La joie est plus durable et la paix d'esprit plus certaine, c'est un besoin : noblesse.

En effet, les valeurs de la JCI exercent une influence sociale ou une pression sociale sur chacun de ses membres aboutissant à lui imposer ses normes dominantes en matière d'attitude et de comportement. Une influence qui correspond à la modification des attitudes, croyances, opinions d'un individu ou d'un groupe suite au contact avec un autre individu ou groupe en lui faisant adopter les normes et valeurs voulus. Puis elles sont basées sur l'étude des changements obtenus des individus (comportements, jugements) en leur faisant connaître le point de vue ou le comportement d'autrui. La création de ses valeurs conduit alors l'individu à la socialisation et

²⁶C. William Brownfield, ancien Président des Jaycees de l'Ohio et Vice-président National des Jaycees des Etats-Unis. Il avait fait la rédaction du Credo au mois de Juillet 1946 pendant un parcours en voiture d'environ 75 minutes qui conduisait Brownfield de sa ville natale de Columbus dans l'Ohio à sa mine de charbon de New Lexington

aide l'organisation à former des membres de qualité dans la réalisation et la réussite de ses projets.

Quels sont les projets que vous avez prévus cette année pour les membres et pour la société?

Les projets réalisés répondent aux quatre aires d'opportunité de la JCI :

- L'individu: promotion de jeunes artistes, mise en avant d'activités développées par des jeunes remarquables en encourageant son développement, prix du Jeune Entrepreneur;
- La communauté: création d'une plus-value pour la société (ex : journée internationale des droits de l'enfant, construction d'école, dons de livres pour des écoles)
- Le business: développement des relations d'affaires comme la sensibilisation de la population à l'entrepreneuriat, formation au commerce extérieur, concours de création d'entreprise, concours de l'entreprise innovante, mise en réseau des écoles et des entreprises;
- L'international : le développement de relations internationales qui est le rapprochement de régions ou villes par le développement de jumelages entre organisations locales de différentes régions ou de différents pays, participation à la conférence européenne ou au congrès mondial.

Dans le domaine individuel avec la Vice-présidente Antsa RAMANANTSOA, il y a le concours d'Art oratoire et de débat qui donnera l'opportunité aux participants d'apprendre à défendre ses idées et de convaincre un auditoire par ses mots. Un exercice aussi pour les membres d'apprendre à communiquer efficacement dans l'accomplissement de ses projets. Par ailleurs, il y a aussi l'organisation des formations à la demande des membres pour leur développement personnel tels que la formation en art oratoire et débat, la formation gestion de temps, comment rédiger une fiche de projet, ...

Dans le domaine communautaire avec Vice-présidente Sambatra RAMAHAVONJY, il y a le reboisement et le Projet Madio dont l'objectif est la sensibilisation à la propreté. Puis le projet Zazasoia Garabola dont la bénéficiaire sera l'EPP Flacourt Ambavahadimitafo. Les actions à réaliser pour ce projet sont la rénovation du portail, des tables bancs, la construction de murailles et aires de jeux, ainsi que la sensibilisation à l'hygiène et à la protection de l'environnement.

Dans le domaine international avec Vice-président Rova RAMAROJAONA, il y a le projet Go To Joburg du 04 au 07 Mai 2017 qui est une réunion des membres de la JCI pour échanger des idées, et collaborer avec d'autres organisations. Lors des conférences, les membres ont l'occasion d'aborder les questions internationales et de montrer leur engagement à devenir des

leaders et des entrepreneurs socialement responsables. Ensuite le projet TOYP, ou encore The Outstanding Young Person : il s'agit d'une cérémonie annuelle récompensant des personnalités JCI ou non qui se sont distinguées dans divers domaines proches de la Jeune Chambre.

Et enfin dans le domaine affaire par Vice-président Hasina RASOLOFOMANANA, il y a le projet salon de l'entrepreneur, le concours Newcopark et le concours de business model ou pitch contest.

Voici donc quelques constats de la situation actuelle, la démarche de développement personnel et l'évolution recherchée ou bénéfice espéré.

Tableau 22 : L'environnement JCI

Situation actuelle, Constat	Démarche de développement personnel	Evolution recherchée, bénéfice espéré
Frilosité à exprimer ses besoins, ses opinions	Affirmation de soi (au Moyen de: ateliers, théâtre...)	Dire ce que je pense : authenticité
Susceptibilité, caractère rancunier	Travail sur l'estime de soi (au Moyen de lectures...)	Rire si on te taquine ou si on te chambre gentiment
Complexe sur son physique	Team building	Se mettre en maillot même si son corps est imparfait : Acceptation de soi, se sentir bien dans sa peau
Pas Très à l'aise en société, timidité	Exercices de « Compétences sociales », Art oratoire et débat	Etat d'esprit ouvert aux rencontres et à la convivialité. Aisance relationnelle
Peur de la prise de risque, timidité, frilosité à passer à l'action	Participation aux projets	Prendre confiance en ses capacités, oser se lancer, spontanéité, audace

Source : Enquête personnelle, 2017

Avant d'entrer à la JCI, la participation de chaque individu à un projet est un passage obligatoire. Un passage à la socialisation des normes et valeurs ainsi qu'à l'apprentissage par la pratique des démarches de réussite de projet. L'environnement au sein de la JCI façonne les membres à cultiver leur personnalité et à avoir une attitude capable de surmonter les difficultés et les problèmes qui leur sont imposés. L'apprentissage à avoir confiance en soi, à devenir audacieux et à avoir une aisance relationnelle leur donne un esprit créatif et développe leur sens de l'entrepreneuriat pour leur permettre d'être capables de détecter les besoins de la société.

Section 2 : Entretien auprès de la directrice de formation mademoiselle Anissa RATOVONDRAHONA

Comment la JCI Antananarivo choisit-elle les formations de ses membres et des individus extérieurs à l'organisation ?

La Jeune Chambre est un lieu où les questions de société peuvent être abordées: le surendettement, l'éducation et la garde des enfants, le développement économique de nos régions, la communication, sont autant de thèmes qui ont récemment été traités lors de conférences ou des débats. La JCI choisit les formations en fonction des demandes des membres et des besoins de la société.

D'une part, des formations axées sur l'épanouissement individuel comme la gestion du stress, l'art oratoire et la gestion du temps. Dont l'art de communiquer en public est le plus demandé chez les jeunes. Et des formations axées sur le développement entrepreneurial comme la négociation commerciale, la gestion de projet, la conduite de réunion dont comment rédiger une fiche de projet est le plus demandé chez les membres de la JCI. D'autre part, les réunions de commission ou les assemblées générales sont déjà des lieux de formation pour les pratiques dont des débats et discussions permettent d'apprendre à développer un discours, une argumentation, de respecter les procédures parlementaires, afin d'aboutir à un consensus et à un plan de développement des actions.

Compte tenu du problème financier à Madagascar, à combien s'élèvent ces formations ?

Les formations à la JCI pour le grand public sont en général offertes gratuitement pour accomplir notre mission qui est d'offrir des opportunités de développement aux jeunes. Et d'autres formations réservées aux membres sont des formations certifiantes et payantes en donnant l'opportunité aux membres la capacité de former à leur tour d'autres jeunes. Le prix des formations certifiantes est à partir de 20 000ariary et plus en fonction de la durée de la formation.

Bref, l'environnement JCI renforce la capacité des membres et assure de la même manière leur épanouissement personnel. Quand l'individu s'intègre dans sa carrière d'entrepreneur, il développe une meilleure connaissance de lui-même, plus claire en termes de capacités, motivations et valeurs ; l'identité entrepreneuriale est ancrée dans la mission de la JCI. Par ailleurs, les expériences professionnelles et l'éducation renforcent et font évoluer l'intention entrepreneuriale selon les circonstances. A part les bénéficiaires de formations, les projets JCI

bénéficient aussi à ses membres l'opportunité de gérer eux-mêmes étape par étape le projet. En outre, les membres sont invités à participer directement à la réussite des projets, et l'organisation assure de son côté le soutien et les supports dont ils ont besoin.

La relation entre Formateur Formé reste théorique en laissant aux jeunes le côté pratique avec l'opportunité de diriger un projet au sein de la JCI dans son apprentissage. Durant les formations, les formateurs de la JCI stimulent l'esprit d'entreprise des jeunes par l'acceptation de l'échec en tant qu'apprentissage. Car l'échec fait partie du parcours de l'entrepreneur, il est source indispensable d'apprentissage et de montée en maturité.

Sans tenir compte du contexte malgache, les formateurs forme les jeunes d'une manière globale en essayant de toucher tous les domaines d'activités auquel les jeunes veulent se former et s'informer. La JCI agit donc comme un incubateur favorable à l'éclosion du sens de l'entrepreneuriat des jeunes.

Section 3 : Entretien auprès des formateurs en entrepreneuriat

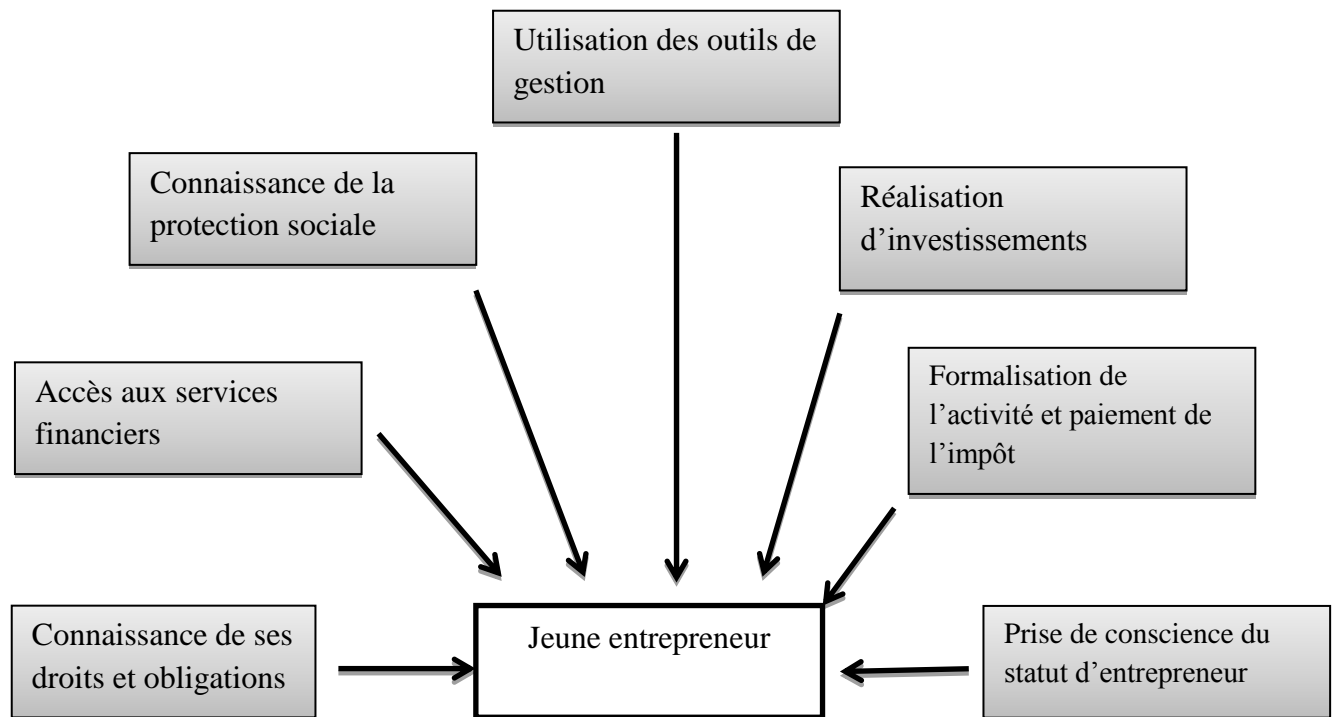
La JCI organise une formation axée au développement du sens de l'entrepreneuriat tous les 2mois avec des thèmes variés en fonction de la demande des membres et cela dans une durée de deux heures à trois heures. Après chaque formation, nous avons pu avoir un entretien auprès de chaque formateur sur l'intérêt des jeunes à la formation et les résultats attendus.

Selon Andry Jean Marc RAKOTOMANJAKA lors de sa formation le 18mars 2017 au siège de la JCI à Antaninandro sur le thème « Gestion de projet axé sur les ODD », rares sont les jeunes qui s'intéresse à venir à la formation malgré les efforts au niveau de la communication et son entrée gratuit. Seul une dizaine de jeunes ont pu venir sur une cinquantaine de jeunes attendus. Sur les jeunes qui ont pu venir, tous avaient un projet qu'ils voulaient réaliser mais ne savaient comment s'y prendre. Le but de la formation est en effet de faire savoir aux jeunes comment gérer un projet et l'importance d'axer son projet sur les ODD afin de bénéficier des aides et financements dans sa réalisation. Car comme nous le savons, les objectifs mondiaux pour le développement sont résumés dans les Objectifs de Développement Durable dont tous les projets qui y sont axés, y trouvent facilement sa réalisation.

Selon Mercedes RATSIRAHONANA lors de sa formation le 10 juin 2017 au siège de la JCI à Antaninandro sur le thème « Gestion d'image et e-marketing », le nombre de participant attendus à la formation était atteint. Le but de la formation était de conscientiser les jeunes sur la valeur de l'image et de l'e-marketing d'un produit ou d'un service dans une génération où le NTIC prennent de l'ampleur dans le quotidien. Car dans l'entrepreneuriat, il faut savoir attirer la population cible à se procurer des produits ou des services proposés, par l'image que l'entrepreneur lui donne. Selon la formatrice, le blocage des jeunes dans le développement de leur entreprise se trouve dans leur difficulté à valoriser leur produit par rapport aux produits importés et à la concurrence. Par ailleurs, il y a aussi l'environnement socio-économique instable du pays d'où l'importance de savoir donner une identité aux produits et services.

Selon Rovaniaina RAMAROJAONA, lors de sa formation le 16 septembre 2017 au siège de la JCI à Antaninandro sur le thème « Comment créer sa propre entreprise » et « Comment financer son projet d'entreprise », le nombre de participants était supérieur au nombre souhaité avec une majorité appartenant au secteur informel. Comme nous avons vu plus haut lors de notre enquête sur les difficultés des jeunes à créer leur entreprise, la participation des jeunes à la formation nous a permis de renforcer les résultats de notre enquête sur l'intérêt que portent les jeunes à vouloir créer leur propre entreprise. Des jeunes qui ne manquent pas d'idée mais qui ont besoin de soutien et d'accompagnement. Nombreux ont fait le pas pour entrer dans le monde de l'entrepreneuriat mais reste dans l'informel à cause de la lourdeur administrative et du coût demandé pour les formalités.

Figure 2 : L'impact de la formation auprès des jeunes



Source : Formateur en entrepreneuriat de la JCI, 2017

En bref, face à la pauvreté et au chômage, de nombreux jeunes trouvent du travail dans la création d'entreprise informel. Mais dans leur besoin de développer leur affaire, ils se trouvent obligés de se former à apprendre les bases de la gestion et l'importance de la formalisation de l'entreprise. Les jeunes participants à la formation sont majoritairement bloqués au niveau du financement, des obligations à payer envers l'Etat et des paperasses administratives. Par ailleurs, ce n'est pas tous les jeunes qui réussissent à créer et formaliser leur entreprise mais juste les preneurs de risques et les jeunes en interaction directe avec des facteurs favorisant l'esprit entrepreneurial. Alors, nous allons voir dans les prochaines lignes, l'importance accordée au développement de l'entrepreneuriat des jeunes.

Chapitre III : L'importance accordée au développement de l'entrepreneuriat

La mondialisation de ces idées de solidarité entre les nations, ou entre des groupes de nations, tel que le monde francophone, a fait ses preuves. Les enjeux économiques mondiaux se cristallisent autour des porteurs de projet d'entreprises qui viennent confronter leurs idées au sein des instituts, comme celui de la JCI, leur permettant d'accéder à un réseau inscrit dans une dynamique entrepreneuriale mondiale. Sous l'influence des Objectifs de Développement Durable, l'organisation de concours de projet est le meilleur moyen d'atteindre leur objectif par la participation de la population et l'ouverture à de nouvelles idées venant des jeunes prometteurs. Ils gagnent à la fois, de la notoriété au sein du grand public, et une image de confiance, avec une prise en charge des coûts de réalisation de leur objectif en fonction de leur budget par le lot donné aux gagnants de concours de projet.

Section 1 : Entretien auprès des organisateurs de concours de projet et de création d'entreprises au sein de la JCI

Selon le vice-président en charge du domaine affaire, Hasina RASOLOFOMANANA, l'organisation de Newcopark qui est un concours d'élaboration de projet et de création d'entreprises, a pour but de donner l'opportunité aux jeunes malgaches de présenter des idées de création d'entreprises en projet concret. L'événement est ouvert à tous les domaines d'activité, et à tous ceux qui veulent effectuer des partages de compétences ou d'expériences. La participation des étudiants est particulièrement sollicitée où les trois finalistes du concours auront l'occasion de présenter leur projet en seulement trois minutes devant une assistance très variée. Et un membre de jury composé de professionnel en matière de développement et de création d'entreprises choisira le meilleur projet. Au final, le lauréat gagnera une somme de 500 euros, et d'un accompagnement pour la réalisation du projet. Pour participer, il suffit au candidat d'envoyer une vidéo de 3 à 5 minutes comprenant une petite présentation d'eux même, d'une présentation de leur projet et leur motivation quant à la participation au concours.

Concernant le déroulement du concours, nous pouvons remarquer un manque de prise de risque et d'ambition chez les jeunes quant au nombre de vidéos reçus. En effet, connaissant le nombre de jeunes au sein de la ville d'Antananarivo et le prix du concours, 26 vidéos seulement ont été reçues. Voyons alors comment les organisateurs valident le projet prometteur.

1. Choix de l'idée de projet

Après un entretien auprès de Cedric Donck un des jurys et organisateur du concours Newcopark, nous avons pu avoir des informations sur comment ils choisissent les projets prometteurs ou les projets finalistes. Selon leur dire, la recherche de l'idée d'un produit ou d'un service servant à la création d'une entreprise, peut se faire dans trois directions : la vie quotidienne, la vie économique ou la vie professionnelle.

- La vie quotidienne : en observant son quotidien, on peut facilement trouver l'idée du projet qu'on veut mettre en place. Ainsi, on peut identifier certains besoins pouvant être satisfaits par la mise en place de produits ou services non commercialisés, ou copier une idée réussie et qui a été réalisée par un ami, un voisin ou un parent.

- La vie économique : la consultation des revues et magazines nationaux et internationaux peut constituer une source d'idées pour des opportunités nouvelles. Ainsi des idées pouvant être transposées d'un pays à un autre, en l'état ou adaptées, en fonction du contexte de ce pays.

- La vie professionnelle : présente la troisième source possible d'identification des idées entrepreneuriales puisque l'observation de son milieu professionnel peut permettre de découvrir des produits ou services complémentaires de ceux qui sont commercialisés par son patron.

De même, ils peuvent juger l'idée d'un projet intéressant ou non en empruntant les quatre voies suivantes :

1. La commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le marché ;
2. La mise en place d'un nouveau produit ou d'un nouveau service ;
3. L'acquisition d'une franchise ;
4. La reprise d'une entreprise.

Tableau 23 : Les avantages et les inconvénients de chaque option

Option	Avantages	Inconvénients
Commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le Marché	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité des statistiques sur le produit ou le service. - Possibilité d'amélioration de l'existant. 	<ul style="list-style-type: none"> - Risque d'être copié. - Risque de saturation du marché.
Mise au point d'un nouveau produit ou service	<ul style="list-style-type: none"> - Bénéfice de la nouveauté. - Coût peu élevé. 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité d'une mauvaise réaction du marché. - Absence des données chiffrées sur le produit ou le service.
Acquisition d'une franchise	<ul style="list-style-type: none"> - Avantage de l'expérience et de la notoriété du franchiseur. - Gain de temps. - Mise en place rapide. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dépendance vis-à-vis du franchiseur (prix, approvisionnements, ...) - Possibilité du rejet de la franchise par le marché. - Coûts élevés (droits d'entrée, royalties,...)
Reprise d'une entreprise	<ul style="list-style-type: none"> - Gain de temps. - Activité déjà opérationnelle. 	<ul style="list-style-type: none"> - Risque de changement des attitudes des partenaires (banquiers, fournisseurs, clients, ...). - Possibilité d'héritage d'une mauvaise marque.

Source : Membre du jury du concours Newcopark, 2017

Le processus de recherche d'idée peut s'inspirer de son savoir-faire professionnel, de sa personnalité, des opportunités, et des problèmes rencontrés. Le choix du projet dépend de son origine, de son histoire, de sa mise en œuvre, de son impact au niveau de la société et de sa viabilité. Mais après avoir choisi les projets prometteurs, il faut encore la valider autour d'une table ronde entre les jurys. Dont une méthodologie de validation d'idée de création d'entreprises nous a été informée.

2. Méthodologie de validation d'idée de création d'entreprises

Sans se soucier du réalisme des idées dans un premier temps et en s'interdisant toute critique, toute justification de l'idée de projet. La méthodologie consiste à :

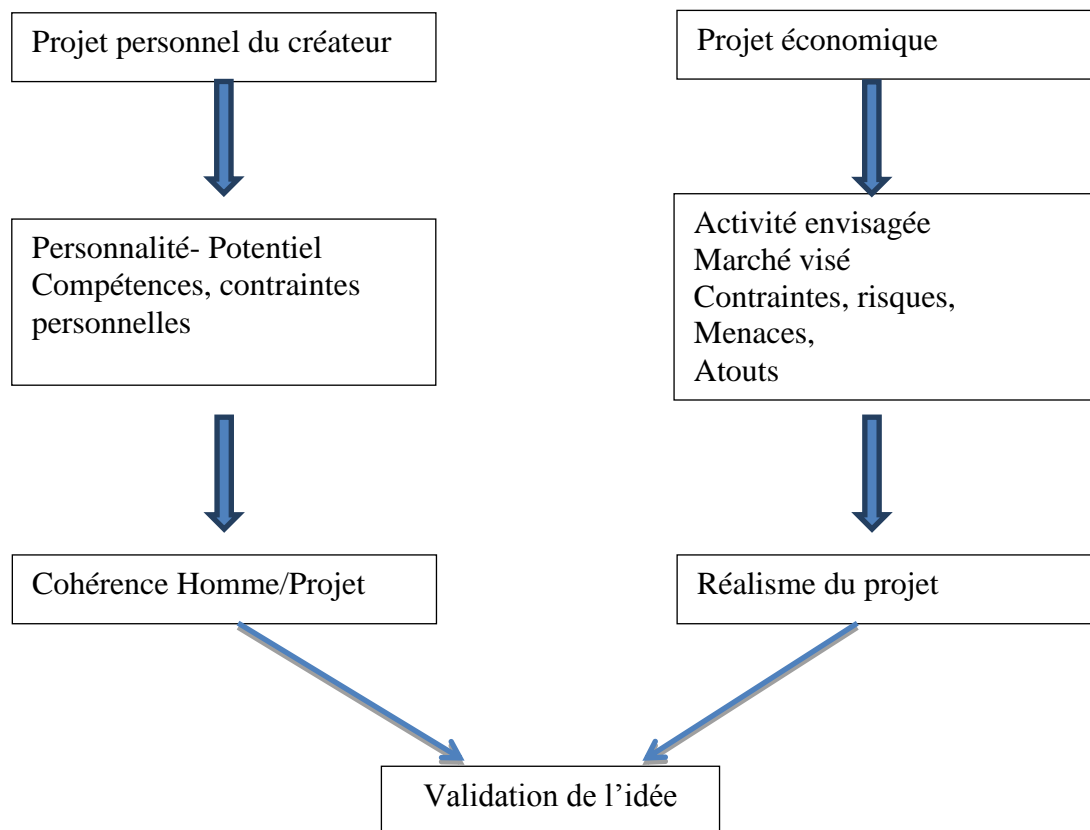
- recenser tous les défauts, inconvénients ou faiblesses d'un produit ou d'un service ;
- les classer en fonction des critères choisis ;
- rechercher des solutions d'amélioration ou de suppression de ces éléments insatisfaisants.

Ensuite, utilisé un tableau intitulé « Espace de consommation » qui permet de définir un produit ou un service existant et vendable selon tous ses critères commerciaux. Puis, la technique de

différenciation qui permet d'identifier si l'idée apporté à un produit / service ou à une offre commerciale lui procure un caractère apte à se distinguer nettement des offres concurrentes. Et enfin, la sélection des idées se fait à travers une analyse objective et subjective du réalisme des idées en tenant compte:

- des compétences indispensables ;
- des moyens financiers, humains et techniques ;
- du contexte juridique ;
- du temps disponible.

Figure 3 : Méthodologie de validation d'idée de création d'entreprises



Source : Cédric Donck, membre de jury du concours Newcopark, 2017

Le lauréat de Newcopark

Après de longues discussions sur la validation de l'idée de projet, le meilleur projet de création d'entreprises de cette quatrième édition du concours organisé par Smartelia, Newcopark et la Jeune Chambre Internationale revient à une jeune femme. La grande gagnante, Ny Hasina Ratsarazaka, a pour projet de créer une entreprise de mode faisant honneur au *vita malagasy*. « Le fait de se vêtir est un besoin fondamental. Le *made in China* et les friperies dominent le secteur vestimentaire des malgaches. Je crée des vêtements et du prêt-à-porter de marque *Xinaya*, une marque typiquement malgache qui rehaussera le savoir-faire malgache. J'utilise des matières comme le '*lamba landy*' ou des tissus pas forcément malgaches mais avec une empreinte malgache dans la manière de les coudre », explique-t-elle. Son projet a été primé de 500 euros avec lesquels elle développera son projet, qui, pour le moment, cible les *fashionatas* et les clients virtuels via les réseaux sociaux et un site web. L'objectif du concours est de pouvoir donner une chance aux jeunes entrepreneurs. « Il y a beaucoup de projets mais qui ne se réalisent pas ou qui génèrent peu ou pas d'emplois », indique Cédric Donck de l'ONG NewcoPark. « Ce concours nous a permis, depuis quatre ans, de créer 39 entreprises et d'engendrer plus de 250 emplois », ajoute-t-il. La Jeune Chambre Internationale assure tout ce qui est coaching. Smartelia, l'entreprise lauréate de la troisième édition et des enseignants de l'école Sacré Cœur Antanimena soutiennent le côté organisation et formation des participants. Le deuxième prix est décerné à un projet de restaurant intégrant l'agriculture dans son fonctionnement et le troisième est attribué à un projet de géolocalisation.

En bref, l'importance de développer l'entrepreneuriat des jeunes est le souci de plus de 190 pays membres de l'ONU pour la réalisation des ODD et donne l'occasion à ces pays de créer des relations de partenariat pour les atteindre. Cependant, nous pouvons aussi voir la formation d'un système de domination douce par les pays riches sur les pays pauvres caché derrière les différentes aides qu'ils apportent à travers les ODD, par la continuité d'une dépendance des pays pauvres sur les pays riches.

Section 2 : Entretien auprès du ministère de l'industrie et du développement du secteur privé

Dans le domaine de notre étude, le ministère de l'industrie et du développement du secteur privé fait partie des ministères clés ayant participé activement à l'organisation de plusieurs concours de projet et à divers événements pour la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes. Conformément à l'orientation fixée par la politique Générale de l'Etat et le Plan National de Développement (PND), le Ministère de l'industrie et du développement du secteur privé a mis en place la Direction de l'appui aux entreprises (DAE). Elle a pour mission de promouvoir l'entrepreneuriat et d'être un catalyseur du développement du secteur privé à Madagascar.

Le lancement de la campagne de « sensibilisation sur l'entrepreneuriat des jeunes » appuyé par l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) a coïncidé avec l'ouverture officielle de la semaine de l'entrepreneuriat à Madagascar qui s'est déroulé du 13 au 19 novembre 2017. Il s'inscrit également dans le cadre du « Programme de promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes » ; lancé en 2015 par la Francophonie et la signature récente d'un partenariat conséquent entre l'OIF à travers sa Direction de la Francophonie économique et numérique (DFEN) et le MIDSP.

L'Accord cadre de l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes à Madagascar qui a été signé le 25 novembre 2016 comporte 3 volets :

Volet 1 : Incubateurs

Volet 2 : Environnement entrepreneurial

Volet 3 : Echange d'expérience

Ces volets comportent certains projets prioritaires. Pour cette première phase donc, trois projets prioritaires vont être mis en œuvre :

1-La mise en place d'une plateforme d'appui en ligne pour les entreprises dont l'objectif est de coordonner toutes les initiatives en faveur de la promotion et du développement de l'entrepreneuriat ;

2-L'organisation d'un forum national de l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes dont l'objectif est de permettre à tous les acteurs concernés par la problématique de l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes de se concerter d'une manière inclusive sur les voies et moyens pour résoudre les problèmes ;

3-La sensibilisation pour l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes dans six grandes villes de Madagascar dont l'objectif est d'augmenter la création d'entreprises par :

- La promotion de la culture entrepreneuriale et la culture d'innovation auprès des jeunes et des femmes ;
- La valorisation des ressources et potentialités locales ;
- Et, la favorisation de l'Industrialisation, notamment rurale.

La performance et la productivité du secteur privé boostent le dynamisme de l'économie nationale. Or, le secteur privé ne saura être productif et performant si l'entrepreneuriat ne l'est pas. Face à une conjoncture socio-économique difficile et instable, la majorité des malgaches intégrant la vie active se rue plus vers le salariat que l'entrepreneuriat. La culture entrepreneuriale observe ainsi un réel besoin de dynamisation, voire de sensibilisation à l'échelle nationale. Parmi les actions entreprise par le ministère, nous avons pu voir de près l'organisation du concours de projet en partenariat avec la JCI dénommé « Pitch Contest ». Un concours qui récompense le projet innovant et à fort impact socio-économique par la somme de 5 000 000 ariary pour le lancement et également un accompagnement technique à long terme dans les démarches relatives à la création d'entreprises.

De ce fait, nous pouvons voir l'importance que le ministère accorde à la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes à Madagascar. Cependant, l'initiative de l'organisation des concours ou des événements venait en majorité d'association des jeunes entrepreneurs, d'institution privée ou d'organisme internationale dont le rôle du MIDSP se limitait au soutien et à la facilitation des démarches administrative pour l'organisation de l'évènement.

Plusieurs motifs poussent les pouvoirs publics à encourager l'esprit d'entreprise. Les politiques ont cru voir dans l'action entrepreneuriale une issue aux divers problèmes sociaux. La dynamique de ce processus repose de plus en plus sur l'innovation continue à travers la valorisation et la stimulation de l'esprit d'entreprise. De façon générale, la notion de soutien aux jeunes entrepreneurs se résume en formation, prêts garantis, financement, conseil et accompagnement. Ce n'est pas seulement le ministère de l'industrie et du développement du secteur privé qui se donne à la promotion de l'entrepreneuriat mais aussi au niveau du ministère de la jeunesse et des sports par son programme pour la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes ou PPEJ et du ministère de l'emploi, de l'enseignement technique et de la formation professionnelle par son apport à l'organisation du salon de l'emploi et de l'entrepreneuriat.

Vérification des hypothèses

L'hypothèse selon laquelle « L'incitation des jeunes à la création d'entreprise par les autorités nationales, les institutions, les diverses associations et organisations est la cause profonde du développement de l'entrepreneuriat » est en partie Vérifiée. Nous savons que les autorités nationales, les institutions, les diverses associations et organisations sont les façonneurs de l'environnement social, économique et culturel de la société. Et durant notre enquête nous avons remarqué une importance accordée à l'entrepreneuriat des jeunes par les divers activités et programmes organisé par les entités publiques et privés. Dans cet ordre d'idée, la promotion de l'entrepreneuriat stimule l'esprit d'entreprise des jeunes et les conduit au choix de carrière entrepreneurial. Mais les résultats de notre enquête ont mis l'accent sur le poids de la socialisation primaire par le fait d'être issu(e) d'une famille d'entrepreneur dans le choix de carrière.

L'hypothèse selon laquelle, « Le développement de l'entrepreneuriat des jeunes est causé par la situation de pauvreté au sein de la société » est Vérifiée. L'accroissement du chômage marquant la pauvreté du pays est en partie responsable du choix de carrière entrepreneuriale des jeunes mais la pauvreté du pays laisse aussi la place à la recherche de l'indépendance et de l'autonomie financière chez les jeunes enquêtés par des moyens de facilité qui est la création de très petites entreprises informels basé sur l'entrepreneuriat de reproduction et d'imitation.

Conclusion partielle

On a vu le long de cette deuxième partie les résultats d'enquêtes réalisées sur l'entrepreneuriat des jeunes malgaches dans le cas de la JCI Antananarivo. Dans le but d'offrir des opportunités de développement, la JCI agit comme facilitateur du développement de l'entrepreneuriat des jeunes à travers ses projets. Des projets qui sont parfois en collaboration ou en partenariat avec l'Etat et d'autres organisations, l'objectif global revient à lutter contre la pauvreté et à réduire le chômage. Du côté des jeunes entrepreneurs, le besoin d'indépendance et la situation du chômage se heurtent pour donner naissance à la motivation de créer son propre emploi par la création d'une entreprise. Face aux problèmes de financement et à divers autres obstacles que le créateur fait face, le résultat se forme par une vague de petite et micro-entreprise dans le secteur informel.

Partie III : Discussion, évaluation et analyse prospective

Chapitre I : L'analyse sociologique de l'entrepreneur malgache

L'analyse suivante tâchera de déterminer l'identité de l'entrepreneuriat des jeunes tananariviens. Elle part de l'entrepreneur même en tant qu'individu évoluant au sein d'une société et prend également en considération l'environnement dans lequel il est inscrit.

Section 1 : L'identité sociale de l'entrepreneur

L'identité sociale de l'entrepreneur peut s'expliquer tout d'abord par les facteurs individuels c'est-à-dire le choix personnel de l'individu ou ses expériences au cours de sa vie. Ensuite, par les facteurs sociaux car l'environnement social d'où provient l'individu a un impact sur sa motivation de suivre une carrière entrepreneuriale. Enfin les facteurs économiques dont l'action de création est lancée soit quand il y a un manque d'opportunité d'emploi dans les organisations existantes, soit quand le budget le permet.

Dans une analyse des résultats d'enquête, l'entrepreneur malgache est issu(e) d'une famille d'entrepreneur, avec pour motivation l'obtention d'aide d'un proche dans la réalisation de son projet dont ses fonds personnels (ou capitaux propres) constituent l'une des principales ressources pour la création de son entreprise avec pour objectif de pouvoir être autonome et indépendant financièrement.

1. Le « fihavanana » malgache

Le « fihavanana » malgache évoque une floraison de mots tels que parenté, amitié, fraternité, respect mutuel ou encore solidarité. Il fait référence à la spécificité du peuple, à sa capacité à résoudre les problèmes par le dialogue sans aboutir à des affrontements physiques par la conscience de son appartenance sociale.

Tableau 24: Le fihavanana

L'homme Malgache	Le milieu	Critère de relation	Type de relation	Statut des Mpihavana	Nature du fihavanana
Réalité Humaine	Famille Nucléaire	Lien de sang	Relation d'ordre biologique	Père- mère Enfant	Fihavanana familial
	Grande Famille	Lien de sang	Relation sociobiologique	Les membres de sa parenté	Fihavanana Parental
	Société globale	Appartenance sociale et communautaire	Relation d'ordre sociologique	Les membres de la communauté	Fihavanana Social

Source : Raharilalao, 1991 (extrait)

Le fihavanana constitue donc un modèle de relation pour la société malgache par-delà les différences et les réelles inégalités entre ses membres, dans la perspective d'un mieux vivre harmonieux. Cette attitude « pacifique » qui part d'un bon principe est accusée de provoquer des revers dans ses attitudes. Le Malgache est dénoncé comme incapable de prendre une position ferme devant un problème, il est toujours à la recherche d'une solution de compromis au risque de tomber dans la compromission. Ce qui explique la concentration de plusieurs entreprises de même activité au sein d'une même localité.

Cette absence d'engagement et cette déresponsabilisation constituent un véritable frein au développement de l'esprit d'entreprise car elles s'opposent à l'esprit d'initiative, à la créativité, aux prises de risque et surtout au sens de responsabilité qui caractérise l'entrepreneur dans sa démarche et activité entrepreneuriale. Dans une préoccupation excessive de préserver le « fihavanana » et d'éviter les confrontations par peur du « tsiny et du tody ». En effet, l'entrepreneur malgache est souvent confronté à lui-même. Le système de régulation sociale à Madagascar repose fondamentalement sur le tsiny et le tody. Le tsiny considéré comme le blâme qu'on encourt à faillir à telle ou telle manière d'agir, telle ou telle coutume. Dont l'oubli d'une

de ces multiples règles qui régissent la société conduit la personne à être passible du tsiny pouvant conduire jusqu'à la culpabilisation. Quant au terme « today », il est l'effet boomerang de tout acte humain sur soit, que l'acte soit bon ou mauvais, tous les actes sont renvoyés sur la personne ou plus tard sur ses descendants, en portant atteinte à son patrimoine, sa santé, jusqu'à la fin de sa vie.

2. Le concept de « Ray aman-dreny »

Ce concept de « Ray aman-dreny » dicte les relations hiérarchiques du Malgache. Elle est assimilée à une échelle pyramidale dirigée vers le haut et où l'atteinte du sommet ne peut être faite que par une montée parallèle au cycle de la vie de l'homme, qui va de l'état de l'enfant à celui des parents. Dans notre étude, le jeune se positionne en « enfant » non seulement devant les aînés de la famille mais également devant toutes autres formes d'autorité. Cette attitude ne peut être qu'assimilée à un comportement permanent de soumission et constitue un véritable handicap à la réalisation individuelle et à son autonomie. Alors que dans une relation d'ordre sociologique, l'entrepreneur est considéré en supérieur hiérarchique. Un statut qui le propulse au même niveau que tout « aîné et père et mère » ou zoky ray aman-dreny. A ce titre, il est à la fois celui qui doit diriger et celui qui doit s'intégrer à un environnement commun. Toutefois, face aux valeurs accordées aux Ray aman-dreny, ses aînés, le jeune entrepreneur aura du mal à obtenir de la notoriété ou de la considération surtout lorsque celui-ci fait partie de son employé. Alors qu'à ce titre, l'entrepreneur devrait bénéficier du respect de la part de ses salariés quel que soit leur âge respectif. Par conséquent, l'entrepreneur se dédouble, d'une part, en cherchant à gérer son entreprise selon des règles de performance, d'autre part, en cherchant à s'intégrer dans son environnement social et naturel en prenant sa position de jeune, afin d'éviter le tsiny.

Une culture qui peut aussi nuire au développement de l'esprit entrepreneurial des jeunes malgaches par l'attentisme envers les aînés à la prise de décision. Un attentisme qui détruit l'esprit d'initiative et l'innovation par la dépendance au décision des aînés et au pratique traditionnel. Un attentisme qui peut s'expliquer par les conséquences de « l'Etat providence », dont l'Etat est considéré comme des « Ray aman-dreny » ayant la charge de subvenir aux besoins de la population. Alors que l'Etat n'en a ni les ressources ni la capacité.

Nous sommes conscients que le danger de critiquer cette hiérarchisation sociale et de rejeter l'autorité des parents et leur ascendance risque de conduire à un esprit de contestation et de

remettre en cause toute autorité. Mais pour expliquer cela, la réalité nous amène à dire que de nombreux enseignants se plaignent de la passivité, de la recherche de facilité et du moindre effort chez les élèves.

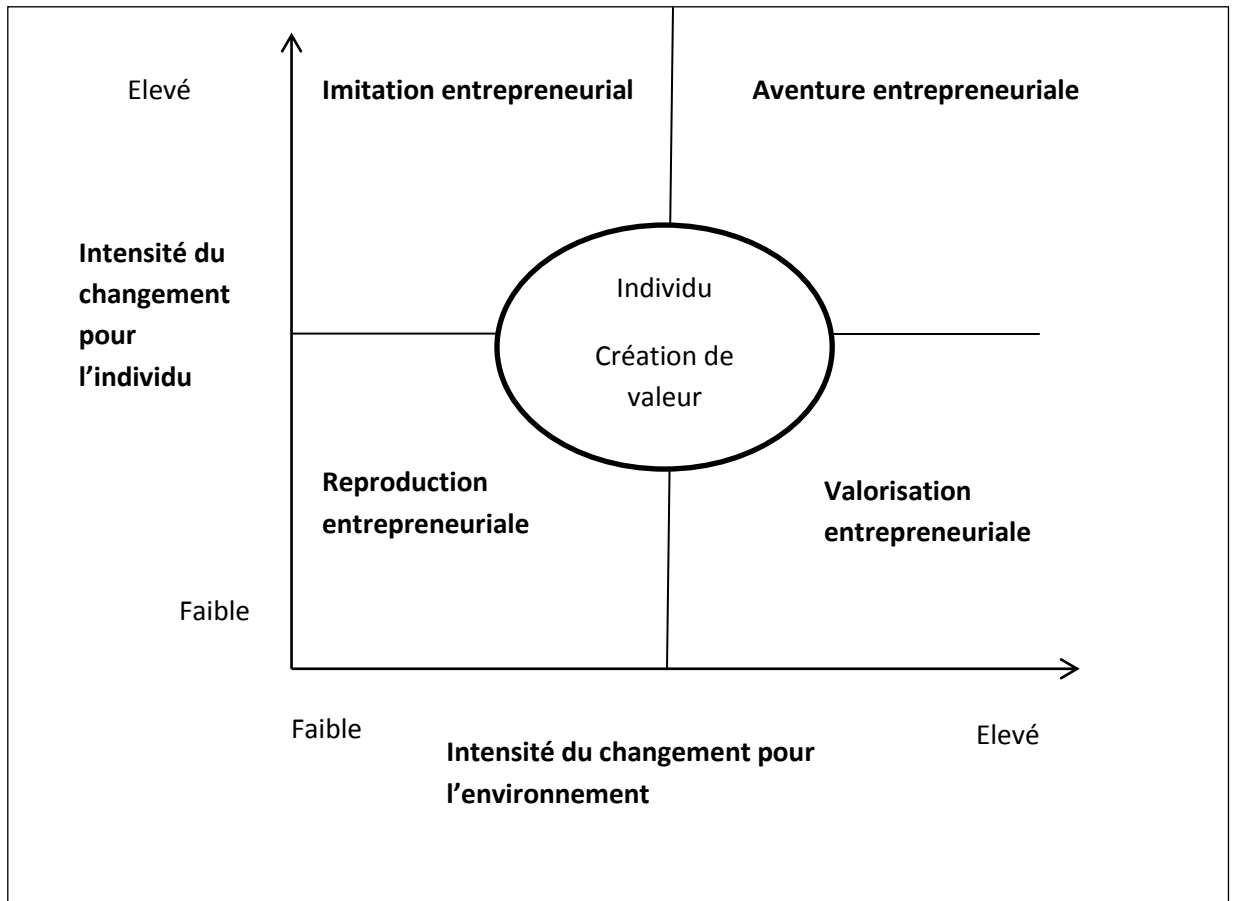
Section 2 : Analyse des catégories de jeunes entrepreneurs de la JCI

En se référant aux résultats de l'enquête réalisée, on distingue l'existence « d'une race de jeunes créateurs d'entreprise influencés par les programmes de la JCI ». Pour ces créateurs, la création d'entreprises représente la découverte d'un monde nouveau avec toutes les craintes et les difficultés que cette découverte engendre.

1. Types d'entrepreneuriat possible à travers l'analyse de Bruyat

Nous avons vu dans la première partie que Bruyat (1993), propose une typologie des logiques d'action de l'entrepreneur. Pour l'auteur, il existe un lien dialogique étroit entre le créateur d'entreprise et l'entreprise créée. L'entrepreneur est l'agent économique responsable du processus de création de valeur, ainsi en fonction de cette logique, il est possible de définir une typologie qui conduit à identifier quatre catégories d'entrepreneurs. Ils sont en fonction de l'intensité du changement induit par la création d'entreprises sur le porteur de projet et en fonction de l'intensité de la création de valeur pour l'environnement de l'entreprise.

Figure 4 : Les logiques d'action du créateur



Source : BRYUAT, 1993

Rappelons que, l'entrepreneuriat de reproduction : qui crée peu de nouvelle valeur, n'est pas en soi innovant et qui s'inscrit dans des compétences que l'individu maîtrise très bien. Il s'agit du type d'entrepreneuriat le plus courant qui est basé sur les compétences acquises et un risque réduit si le projet est bien réfléchi. On y retrouve les entreprises individuelles de restauration, de commerce de détail, de services personnels... Ces activités représentent 60% des créations dans notre échantillon.

L'entrepreneuriat d'imitation qui crée peu de nouvelle valeur mais qui nécessite dans le chef du créateur une prise de risque conséquente au plan individuel. C'est le cas de créateur qui voulant changer de style de vie se lance dans une activité différente de ses compétences initiales.

C'est le cas par exemple d'un universitaire qui se lance dans une activité de restauration rapide dans la mesure où le changement du mode de vie qu'entraînera la nouvelle activité peut être important. Cela concerne 40% des entrepreneurs.

L'entrepreneuriat de valorisation qui possède une forte intensité en création de valeur et se base sur la valorisation d'une innovation et de compétences de haut niveau acquises. Le degré de risque est réduit dans la mesure où le créateur possède généralement une relative maîtrise de son métier ainsi qu'une bonne connaissance de la clientèle potentielle. C'est le cas des ingénieurs qui quittent une grande entreprise pour appliquer de nouvelles méthodes et développer de nouveaux produits. Ces entrepreneurs possèdent un haut niveau de qualification dans un domaine spécifique qu'ils entendent valoriser en toute indépendance. Ceux-ci représentent une proportion quasi nulle des entrepreneurs dans notre échantillon.

L'entrepreneuriat d'aventure qui repose sur le lancement d'entreprises visant à valoriser des innovations et de nouvelles inventions comportant un haut degré de risque en matière de diffusion sur le marché. Il s'agit en l'occurrence d'innovations radicales qui affecteront l'ensemble des activités économiques et favoriseront l'émergence d'un nouveau secteur ou domaine d'activité. Ce type d'entrepreneuriat est relativement rare. A travers l'analyse de la vision des entrepreneurs de notre échantillon vis-à-vis de l'innovation et la nouveauté, il ressort que ce type d'entrepreneuriat est inexistant, aucun entrepreneur n'a affiché une volonté de créer une entreprise innovante. La plupart des interrogés estiment que l'innovation est un risque.

En créant des petites entreprises par reproduction ou par imitation, et dans des activités de subsistance comme les petits commerces et les restaurants rapides, les jeunes créateurs sont loin d'être considérés comme des entrepreneurs au sens schumpetérien qui sont à la base de l'apparition de nouvelles activités économiques et qui contribuent incontestablement à l'ouverture des nouveaux marchés. En effet, on signale que les secteurs d'activités choisis par les jeunes ne sont donc pas des secteurs que l'on peut considérer comme innovants, et à forte intensité technologique.

De ce fait, l'intensité du changement pour l'individu et pour l'environnement est faible. En ce sens, le développement de l'entrepreneuriat des jeunes malgaches ne peut être considéré comme un réel source de développement du pays dans la mesure où le nombre des entreprises créées augmente en quantité et non en qualité.

2. La forme de l'entrepreneuriat des jeunes à travers l'analyse de Fayolle

L'analyse de Fayolle est dirigée vers deux types d'entrepreneuriat : nécessité et opportunité, qui concentrent l'essentiel des préoccupations économiques et sociales, dans la plupart des pays.

_L'entrepreneuriat de nécessité concerne des individus poussés à créer leur propre emploi (ou leur activité) pour sortir du chômage et retrouver des revenus.

_L'entrepreneuriat d'opportunité correspond à des projets dotés d'un potentiel de développement, initiés par des individus très motivés pour les concrétiser

A part le fait d'être aidé par un proche pour la création d'entreprises, la majorité des entrepreneurs que nous avons enquêté déclarent avoir développé l'intention de créer une entreprise à cause du chômage et de la recherche de revenu. Effectivement, l'engagement dans le processus entrepreneurial, après une période plus ou moins longue d'inactivité, est motivé par le désir de créer son propre emploi. Il ressort à travers l'analyse des réponses à notre questionnaire que l'entrepreneuriat de nécessité convient mieux à notre échantillon. Cependant, la création d'entreprises par nécessité est de toute façon vue comme une option envisageable et une voie possible pour l'environnement.

Le développement d'une structure et son intégration dans l'économie ne sont pas les objectifs premiers de l'entrepreneur. Ce qui lui importe c'est l'indépendance, l'exercice pour son propre compte de son savoir-faire. Il s'estime satisfait si ses résultats financiers sont suffisants pour rembourser ses emprunts et vivre correctement. Pour ces entrepreneurs, le fait d'être à son propre compte lui procure certaines satisfactions comme l'exercice de son métier dans des conditions lui convenant. Par contre d'autres aspects de l'entrepreneuriat lui paraissent plus contraignants : les lourdeurs administratives, les problèmes de financement, les incertitudes économiques, ...

Ils sont conscients de la sévérité des conditions de la création, ainsi pour remédier à cette situation, ils construisent un capital social important en se faisant aidé par d'autres entrepreneurs dans l'exercice de leur activité. De même, ils ne se limitent pas seulement aux conseils, aides et

accompagnement de la JCI pour se lancer dans des aventures et des perspectives par les diverses entités concernées.

Section 3 : Analyse comparative et rapport de domination

L'histoire nous révèle un développement inégal de chaque pays où nous pouvons voir une culture propre à chaque société. Une évolution qui montre une avancée ou peut-être un retard chez certains pays par un système de rapport de domination. Nous avons en effet pu voir dans la première partie que l'esprit d'entreprise a existé dans tous les pays et systèmes économiques, quelle que soit la région ou la période. Dans cet optique, quel est donc la différence entre l'entrepreneur malgache et l'entrepreneur étranger ? La domination capitalo-impérialiste permet-elle l'industrialisation de Madagascar ? Dans quelle mesure ?

1. Analyse comparative entre l'entrepreneur malgache et l'entrepreneur étranger

Nous avons déjà vu plus haut l'entrepreneur malgache, dont la propension²⁷ entrepreneuriale est élevée si l'on considère déjà comme entreprises les petites unités informelles et les activités génératrices de revenus. Pourtant, loin de dénoter du dynamisme entrepreneurial ou l'évolution de l'esprit d'entreprise, cela témoigne plutôt de la pauvreté à Madagascar, et tout au contraire, du manque d'esprit entrepreneurial. En effet, même si l'entrepreneuriat et la création d'entreprise sont étroitement associés, voire de façon synonymique comme le prétend Vestraete, il faut garder paradoxalement à l'esprit que toute création d'entreprise ne constitue pas forcément l'acte entrepreneurial pur. C'est donc le niveau qualitatif de la propension à entreprendre à Madagascar qui revêt de graves lacunes. En effet entreprendre n'est surtout qu'un moyen de survie pour la plupart des Malgaches, ou une source additionnelle de revenus.

1.1 Les entrepreneurs d'origine indopakistanaise

La communauté indienne établie à Madagascar depuis des générations compte dans ses membres parmi les plus grosses fortunes du pays. Historiquement, c'est dans les années 50 que

²⁷ Tendance, penchant

les « karana »²⁸ qui travaillaient avec les grandes compagnies françaises commencèrent à prendre leur place et parvinrent à exporter eux-mêmes les produits agricoles. Au départ, leur don pour le commerce les avait poussés à exploiter les boutiques. Puis ils mirent en place tout un réseau de ramification dans tout le pays, stratégie qui leur a permis de former un fonds conséquent qu'ils ont réinvesti dans d'autres domaines. Avec la possibilité d'effectuer des études supérieures à l'étranger, ils adoptent un mode managérial plus occidentalisé.

Les individus de souche indopakistanaise se remarque donc par une forte propension à entreprendre. Cela s'explique par la constitution de réseaux leur permettant d'accéder à des informations rares, à des arrangements pour étaler les risques, à des conditions de crédit favorables, et à la solidarité des membres de chaque communauté. La solidarité familiale a permis à beaucoup d'indiens de se lancer dans les affaires. De ce fait, leur richesse face à la misère des Malgaches leur attire la jalousie, le ressentiment de ces derniers, d'où les manifestations d'animosité malgré les dons, la création d'emplois et nombreux gestes que font les indopakistanaïens envers la société malgache. Leur réussite paraît toujours suspecte aux yeux d'une bonne partie de l'opinion qui l'associe aux fraudes, magouilles, corruptions, ou encore à des exploitations.

1.2 Les entrepreneurs de souche chinoise

On distingue deux types d'entrepreneurs d'origine chinoise :

- Ceux qui sont installés dans le pays depuis plusieurs années et qui depuis sont mélangés avec les différentes ethnies du pays, communément appelés « anciens chinois » ;
- Ceux qui appartiennent à la nouvelle vague d'investisseurs chinois, plus communément désignés « nouveaux chinois »

Les chinois qui ont immigré il y a longtemps à Madagascar ont surtout investi dans le commerce et se sont illustrés dans les petites épiceries. Actuellement, on les retrouve principalement dans la restauration où ils se sont déjà beaucoup métissés et se sont bien intégrés à la population. Renforcée par la coopération Sino-Malagasy qui a été fructueuse avec la construction du Palais des Sports et de la Culture à Mahamasina, le flot migratoire grandit vite

²⁸ Nom donné aux indiens par les Malgaches

avec une motivation des migrants chinois. Une motivation liée à la surpopulation, la politique démographique très stricte en ce qui concerne l'accroissement démographique.

Au niveau de leur propension à entreprendre, on peut dire qu'ils sont assez agressifs du fait de l'hostilité du milieu. Ils sont handicapés par la langue même s'ils commencent à en apprendre les rudiments. Ils ont donc tendance à se regrouper dans les quartiers tels que Behoririka ou Soarano. Les nationaux se méfient d'eux et qualifient leur implantation de néocolonialisme économique. Leurs produits très bon marché, quoique de mauvaise qualité constituent une dure concurrence pour les produits locaux tels que les jouets, les vêtements, les sacs et les chaussures. Leur attitude hautaine et des gestes déplacés tels que le mauvais traitement des employés, conjugués à la concurrence jugée déloyale qu'ils pratiquent leur vaut une certaine hostilité des Malgaches qui ne s'en ruent pas moins sur leurs articles.

1.3 Les entrepreneurs français

Au début de l'année 2013, le registre des Français établis à Madagascar recensait 18 814 Français selon la Maison des Français de l'Etranger, avec 15 216 Français enregistrés à Antananarivo, 1902 à Tamatave et 1 656 à Majunga. La communauté française se monte à environ 25 000 personnes pour la majorité composée de bi-nationaux. Cette diaspora constitue la seconde communauté étrangère derrière la communauté comorienne. Et elle figure parmi les communautés françaises les plus importantes à l'étranger.

On dénombre en décembre 2012 près de 650 entreprises aux capitaux français à Madagascar. Pour la majeure partie, ce sont des entreprises de petite et moyenne taille. Ainsi, la moitié de ces entreprises comptent moins de 50 employés. Selon le Répertoire des filiales/principales sociétés françaises à capitaux privés élaboré par le Service Economique de Tananarive en mars 2010, les intérêts français se retrouvent principalement dans les activités financières (Crédit Agricole-BNI, BFV-Société Générale, BNP-Paribas avec la BMOI), dans les produits pétroliers et l'énergie (Total, LP, Vitogaz, Air Liquide), dans les BTP et l'immobilier (Colas, Guy Hoquet, Getim), dans les transports et le tourisme (Air France, Corsair/Nouvelles Frontières, Caillé/Sicam, CMA-CGM, AGS, et beaucoup de particuliers ont investi dans un hôtel ou un restaurant), dans l'ingénierie et les études (Socotec, Sofreco, Sogreah, Brl), et enfin, la grande distribution (Weldom/Ravate, Casino).

Certaines entreprises françaises peuvent être considérées comme des « zanatany » car elles sont implantées dans le pays depuis fort longtemps, comme la société Colas par exemple. D'autres sont de nouvelles venues. On remarque que les entrepreneurs français sont mieux considérés que les entrepreneurs indopakistanaï ou chinois. En effet leurs entreprises se remarquent par leur envergure et leur diversité. Ils sont d'ailleurs perçus comme plus sociables, plus professionnels et intègres. Ainsi, lorsqu'on enquête auprès de particuliers malgaches, la plupart préfèrent travailler pour un patron malgache, puis ensuite européen, avant de préférer un patron indopakistanaï ou chinois. Les patrons français et européens en général seraient selon eux plus compréhensifs, plus rigoureux dans leur travail, et montrent plus de considération aux employés, en plus d'apporter du changement.

En bref, la force des entrepreneurs de souche étrangère réside en grande partie dans la constitution de réseaux qui leur permettent de s'entraider et de bénéficier d'avantages tels que les informations, les modes de gestion occidentalisés, les crédits qu'ils s'accordent entre eux, contrairement aux Malgaches qui semblent se complaire à se mettre les bâtons dans les roues. Sur le plan psychologique et social, nous pouvons affirmer que le fait de constituer une minorité dans un pays qui n'est pas le leur les pousse à être plus entrepreneurs par la diffusion d'une culture qui leur est propre et à être plus dynamiques. Il faut en effet déjà une certaine audace pour s'installer dans un pays lointain, inconnu et à risque pour la plupart. Force est donc de constater que les étrangers qui se sont implantés à Madagascar bien avant la colonisation figurent parmi les plus audacieux de leurs pays et ont pour la plupart une tradition de commerce. Les étrangers implantés à Madagascar sont donc des personnes qui manifestent un certain esprit d'entreprise depuis le départ. Ce qui ne veut pas dire forcément que par exemple, en Chine ou en Inde, tous les habitants ont l'esprit d'entreprise.

2. Analyse de la domination capitalo-impérialiste sur l'industrialisation de Madagascar

D'abord, Le capitalisme est un système économique et politique dans lequel les individus sont propriétaires des ressources économiques et de l'industrie. Et dans une économie capitaliste, le système politique met l'accent sur la concurrence pour les ressources comme un moyen

d'augmentation du capital (ou de la richesse) ainsi que le développement de la réussite personnelle. Ensuite l'impérialisme est la politique d'un pays qui cherche à conserver ou à étendre sa domination sur d'autres peuples ou d'autres territoires. De manière générale, une nation est dite impérialiste lorsqu'elle en contrôle une ou plusieurs autres. Cette domination peut être économique par le contrôle des entreprises, des marchés ou plus généralement des systèmes de production. De manière plus stricte, l'impérialisme se rattache à une phase du développement de l'économie capitaliste. Nous pouvons voir le livre "L'impérialisme, stade suprême du capitalisme" écrit par Lénine (1870-1924), Lénine y analyse l'impérialisme comme le stade ultime du capitalisme, les Etats et les politiques étrangères sont, selon, lui des instruments de l'impérialisme. En effet, la recherche d'un maximum de profits conduit les différents pays à l'affrontement. Et enfin, l'industrialisation se définit comme "la structuration de tout un ensemble économique par emploi de systèmes de machines dans le dessein et avec l'effet d'augmenter cumulativement et à un coût décroissant en effort individuel, le pouvoir qu'a un groupe humain d'obtenir les objets qui lui sont bénéfiques"²⁹. En effet, l'industrialisation est conçue comme un processus d'accroissement des activités industrielles et une transformation des modes de production par l'utilisation des machines. Cependant, il ne s'agit pas seulement de produire, mais aussi d'être compétitif pour espérer tirer profit des marchés mondialisés de plus en plus ouverts et concurrentiels. Cette compétitivité dépend de la disponibilité des ressources humaines qualifiées, des potentialités naturelles, des infrastructures économiques et énergétiques viables et favorable à la prise de décisions commerciales sur les marchés. Elle dépend aussi des cadres incitatifs que mettent en place les pouvoirs publics pour rendre l'espace attractif et rentable aux investissements privés et publics.

Les pays du tiers monde sont longtemps restés à l'écart de tout processus massif d'industrialisation. Plusieurs types d'explication sont fréquemment évoqués: retard de développement, contexte naturel et/ou culturel, rôle de la colonisation... Il faut attendre l'émancipation des colonies et les années 1960 pour voir apparaître des politiques d'industrialisation fortes menées par les gouvernements des pays du Sud. Le bilan dressé alors montre que malgré les efforts engagés durant les années 1960 et 1970, le développement de l'industrie reste relativement modeste et le secteur n'a pas véritablement eu un effet de levier en matière de développement économique. Les années 1980 sont donc marquées par une évolution

²⁹ François PERROUX : L'économie des jeunes nations, p.21

des modèles de développement industriel insufflée (imposée) en grande partie par les structures telles que le FMI ou la banque mondiale. Les modèles industriels intègrent dès lors une politique attractive vis-à-vis des investissements étrangers et donc un ancrage plus grand dans la mondialisation.

Madagascar, souvent connu comme étant un pays pauvre malgré sa richesse naturelle en faune et flore. Victime de l'impérialisme étrangère, le retard de l'industrialisation de Madagascar a donné aux pays développés une certaine avance dans la domination du marché. L'évolution technologique des pays industrialisés et le bas prix des produits qu'ils fabriquent en masse ruinent par la concurrence l'industrialisation des pays moins avancés. Connaissant la richesse naturelle du pays, Madagascar devient le grenier de matières premières pour les pays industrialisés. Et, le prix abordable des mains d'œuvre attire l'implantation de la majorité des grandes entreprises étrangères à Madagascar, dont elle concerne principalement la création de zones franches. Par cette analyse, d'un côté, la domination capitalo-impérialiste permet l'industrialisation de Madagascar par les étrangers et d'un autre côté, cette domination ne permet pas l'industrialisation de Madagascar par l'initiative des citoyens malgaches du fait de la concurrence.

Chapitre II : Les impacts du développement de l'entrepreneuriat des jeunes malgaches

L'impact d'un modèle de développement basé sur l'entrepreneuriat dans la vie sociale peut s'apprécier en terme de réduction du chômage des jeunes, de réduction de la pauvreté, d'actions dirigées à l'endroit de la communauté ou simplement de changement de comportement des citoyens vis-à-vis de l'emploi. Après une analyse prospective des résultats de notre enquête, nous avons pu établir les impacts socio-économique, psychologique et culturelle du développement de l'entrepreneuriat des jeunes malgaches au sein de la ville d'Antananarivo.

Section 1 : Le développement de l'activité entrepreneuriale

Les statistiques et divers indicateurs socio-économiques ne font que confirmer l'état de pauvreté socio-économique de Madagascar qui est tellement visible dans le quotidien de sa population. Les gouvernements successifs et la communauté internationale ont déployé des efforts pour réduire cette pauvreté mais celui qui a marqué le monde de l'entrepreneuriat malgache est le Programme d'Ajustement Structurel ou PAS mis en œuvre dans les années 1980, élaboré avec le Fonds Monétaire International et la Banque Mondiale.

Le PAS préconisait notamment le retrait de l'appareil Etatique de la vie économique en ne lui attribuant qu'un rôle de structure d'appui et non plus de gestion d'entreprise. Ce désengagement de l'Etat a engendré une nouvelle orientation de la dynamique sociale et surtout entrepreneuriale. Dès lors, les Malgaches prenaient conscience que le monde entrepreneurial leur est ouvert et qu'il n'est plus réservé aux familles privilégiées et à l'Etat.

L'application de la politique du libéralisme économique ne permet plus à l'Etat de manière directe et formelle d'intervenir directement sur les activités économiques en fixant les prix de matières premières, d'agir sur les actions spéculatives et sur le surinvestissement. En conséquence, il tente durant ces dernières années de recentrer ses actions et de promouvoir l'investissement en instaurant des facteurs favorables sur plusieurs plans. Etant donné que les entreprises tananariviennes sont composées en majorité de Petites Entreprises, les mesures prises ont été surtout orientées dans le soutien de ces entités. Pour cela, l'EDBM a été créé pour faciliter les procédures à la création d'entreprises en réunissant en un seul et même endroit les services.

Les stratégies de développement ont ainsi été élaborées avec comme moyens des structures d'appui au développement de l'entrepreneuriat visant à atteindre les Objectifs de Développement Durable. Pour cela, elles ont pour mission de favoriser les initiatives de création d'entreprises et d'accompagner les entrepreneurs dans les étapes successives du processus d'entreprise.

L'entrepreneur constitue ainsi la cible des politiques publiques initiées pour promouvoir l'esprit d'entreprise. Plusieurs institutions telles que Newcopark, Incubons, startup weekend, ont vu le jour rien que pour aider l'entrepreneur à créer et à accroître son affaire. Nous pouvons penser que ces politiques ont une influence sur les motivations, comportements, aptitudes et les attitudes de l'entrepreneur et la destinée de son entreprise.

Les objectifs de ces diverses actions ont été identifiés comme favorisant le développement des activités entrepreneuriales. Ces dernières sont surtout axées vers l'amélioration de l'environnement des affaires telles que la facilitation d'accès au marché étranger, la recherche d'une stabilité monétaire, politique et administrative, l'ouverture de marché, la facilitation de l'accès au financement, la facilitation d'exportation. Certes l'environnement socio-économique et surtout politique présente encore des failles qui constituent de véritables obstacles dans l'épanouissement de l'activité de l'entrepreneur mais les mesures adoptées n'ont pas encore donné les effets attendus et le système entrepreneurial semble rester à son état établi depuis : limité à un cercle restreint d'individus et sans réelles perspectives d'expansion à long terme.

Le recensement des organismes d'appui au développement de l'entrepreneuriat a été impossible en raison du manque de centralisation des informations sur ces organismes. Toutefois, nous avons identifié les principaux organismes suivants :

_ Le CITE ou Centre d'Information Technique et Economique : ONG malgache née en 1967, il est constitué de représentants de groupements professionnels des secteurs d'activité (artisanat, agriculture et agro-alimentaire, formation, technologie de l'information) dans lesquels il œuvre dans tout le pays. Il offre un ensemble de services locaux aux opérateurs économiques en combinant information, formation et appui-conseil. Comme type de services, on observe : l'orientation ; le montage de projets et appui à la création d'entreprise, une formation professionnelle et un accompagnement personnalisé, un accompagnement sous forme d'appui-conseil de diagnostic, d'appui à la gestion et à la commercialisation, un appui à la structuration

des TPE. Il travaille pour le développement économique et social ainsi que de l'entrepreneuriat à Madagascar. Elle vise ainsi à renforcer progressivement les capacités des TPE jusqu'à leur professionnalisation.

_ Société Financière Internationale ou SFI qui a pour rôle d'encourager la croissance du secteur privé, de conseiller et d'assister techniquement le gouvernement, les entreprises publiques et privées. Il sert d'appui aux Investissements Directs Etrangers (IDE) et se propose en Centre de Solutions aux PME.

_ Pôles Intégrés de Croissance ou PIC qui est un programme qui consiste à mettre en œuvre un ensemble d'initiatives de développement dans les trois zones stratégiques ou « Pôles de croissance » que sont Nosy be, l'axe Antananarivo Antsirabe et Taolagnaro. Il aide également le Gouvernement à construire et réhabiliter des infrastructures essentielles et vise à établir des mesures d'incitation pour atteindre une croissance rapide.

_ L'incubateur ICREA : est une structure d'accueil et d'accompagnement pour la création d'entreprises. Il met ainsi à disposition, en termes d'accueil : un local de travail, des matériels informatiques, des facilités en communication, un service de documentation, une salle de conférence et de formation. Pour ce qui est de l'accompagnement, un coaching individuel, l'accès à des experts-conseils, la mise en relation d'affaires.

_ Economic Development Board of Madagascar ou EDBM : a pour mission de rendre le climat des affaires attractif et propice aux investissements. Ses objectifs revêtent plusieurs aspects ; à savoir : renforcer la compétitivité du secteur privé national en apportant des solutions d'appui en matière de recherche de partenaires potentiels, d'élaboration de business plans afin d'accroître l'investissement direct étranger en promouvant l'image de Madagascar comme destination favorable aux investissements. Pour cela, il élabore et recommande des mesures incitatives à la réalisation d'investissements privés à Madagascar et fournit un service d'accompagnement à l'endroit des investisseurs dans le cadre de leur implantation. Il assume ainsi le rôle d'interface entre le secteur privé et le secteur public en collaborant avec un réseau de cellules techniques au niveau des ministères et travaille également en synergie avec les représentants diplomatiques de Madagascar à l'étranger dans la mise en œuvre de stratégie de communication pour améliorer l'image du pays en tant que terre d'investissement. Il identifie six secteurs prioritaires dans leur

démarche : le tourisme, l'agri business, l'industrie légère exportatrice, les technologies de l'information et de la communication, l'infrastructure et les mines.

_ Les chambres de Commerces : ils sont des organismes d'appui et d'information aux entreprises locales dans leurs démarches de création, d'extension et de développement de ses membres. Ils offrent ainsi des formations en matière de gestion d'entreprise, des conseils et des opportunités d'affaire non seulement entre ses membres mais aussi avec les entreprises extérieures. Par exemple, la CCIFM ou la Chambre de Commerce et d'Industrie France Madagascar permet à leurs membres d'intégrer un réseau d'entreprises pour échanger des informations commerciales et bénéficier de l'appui et des expertises de ce réseau.

_ Incubons : est un incubateur social qui accompagne et soutient gratuitement des porteurs de projets à finalité sociétale dans leur aventure entrepreneuriale, jusqu'à la création des entreprises sociales viables et pérennes. C'est aussi une entreprise sociale qui propose aux entreprises désirant explorer de nouveaux modèles économiques des missions de conseil en développement stratégique, développement durable et responsabilité sociale d'entreprise. Il offre un accompagnement intensif individualisé : tutorat stratégique et opérationnel, assistance technique pour le développement organisationnel. Il donne des ateliers pratiques selon les besoins des incubées, organise des témoignages d'entrepreneurs malgaches, potentiels mentors, met en relation et mobilise de différents réseaux d'entrepreneurs.

_ Le Réseau Entreprises Développement ou RED créé en 2013 à Madagascar, réunit l'ensemble des associations qui mettent en œuvre le programme d'appui aux TPE pour lutter contre la pauvreté et stimuler le développement économique. Pour cela, il a pour mission de permettre aux petits entrepreneurs d'améliorer leurs conditions de vie, celles de leurs familles et de leurs employés. Ensuite de structurer et dynamiser le tissu de petites entreprises à Madagascar en améliorant les pratiques de gestion. Et enfin participer au développement économique local en favorisant la création d'entreprises.

_ Kentia holding est un groupe de sociétés de services aux entreprises qui a pour mission d'accompagner les entrepreneurs et les porteurs de projet dans la création de leurs organisations, d'apporter des solutions irréprochables aux entrepreneurs, chefs d'entreprises, cadres d'organisations et de PME, dans le développement et l'amélioration de leurs métiers et leurs affaires, au-delà de leurs attentes. Pour cela, il offre les services de création et domiciliation de

sociétés, d'externalisation (gestion, paie, recouvrement, recrutement, inventaire physique) ; de formation (commercial, leadership, management, entrepreneuriat, marketing, juridique).

Section 2 : Impact socio-économique

Après analyse des résultats de notre enquête, nous savons que les raisons qui poussent les jeunes à entreprendre sont le résultat de leur interaction avec d'autres entrepreneurs, des organisations, des clubs ou d'institutions pour la promotion de l'entrepreneuriat. Connaissant la pauvreté au sein du pays, les jeunes manquent de confiance en soi dans la réussite de leur idée d'entreprise et ne disposent pas d'assez de sources de revenus pour intégrer le système formel du pays. C'est à ce moment qu'elles se livrent à des stratégies de lutte contre la pauvreté aux allures d'initiatives entrepreneuriales.

On constate aussi que la majorité des nouveaux entrepreneurs n'aura qu'un impact limité sur le développement économique et la création d'emploi. Ces entrepreneurs s'intègrent aux activités économiques traditionnelles et leur contribution au processus de création de valeur est celle liée à la création de leur propre emploi. La majorité de ces entreprises relèvent du secteur de l'activité informelle et fonctionnent dans des activités de subsistance (petit commerce, salon de coiffure, fast food, cybercafé, etc...)

Les jeunes relevant de ces activités sont souvent des jeunes qui ne viennent pas des grandes écoles, ou des grandes universités mais d'écoles techniques et des centres de formation professionnelle où ils ont acquis un métier pratique. De ce fait, on déduit un manque d'originalité dans les projets d'affaires.

1. Impact économique

La quasi-totalité des collectivités locales cherche à développer la création d'entreprises par diverses incitations et concours de projet afin de créer des emplois et d'élever les revenus. Les investissements réalisés pour créer et développer les entreprises génèrent des emplois pour le dirigeant et les salariés. Il s'ensuit des effets multiplicateurs de revenu pour la collectivité locale. Stimuler l'esprit d'entreprise et attirer les investissements sont les deux piliers de la plupart des stratégies nationales de développement local et régional. Or ce type d'analyse n'est pas toujours

valable, car à certains égards les relations entre les entreprises et les économies locales ne fonctionnent pas de la même façon partout. La création d'entreprises dans les zones défavorisées ou dans les quartiers pauvres, par exemple, influe sur la probabilité de réussite de l'activité car la faiblesse des revenus et de l'épargne dans la population engendre une faible demande effective.

Par ailleurs, comme nous l'avons vu durant l'enquête, la majorité des entreprises créées par les entrepreneurs enquêtés sont des entreprises commerciales et de petites tailles. Et ce sont ces petites entreprises qui tendent à rester dans la localité auquel l'entrepreneur appartient avec le plus de chance d'employer du personnel local. Cependant, la création d'entreprises n'entraîne que peu de création d'emplois. Même si l'idée de base est que l'entrepreneur, dans la majorité des cas débute modestement par une petite affaire qui peut connaître par la suite une extension très importante, les résultats des enquêtes effectués montrent que les entrepreneurs ont du mal à développer leur entreprise et ne pensent pas tous à l'innovation.

2. Impact social

La société voit l'entrepreneur comme un individu d'initiative à la recherche d'indépendance financière. Dans le cas d'un pays dévasté par le chômage, l'entrepreneuriat devient une nécessité où son développement est suivi par les membres de la localité. En effet, la réussite d'une entreprise devient un modèle pour les membres de la localité et entraîne l'imitation ou la reproduction de cette activité par d'autres entrepreneurs. Tandis que l'échec de l'entreprise entraîne un processus de solidarité ou encore appelé Fihavanana entre l'entrepreneur et les membres de sa famille ou ses proches par une entraide relative dans la recherche de solution aux problèmes rencontrés par l'entreprise.

Dans tous les cas, réussir ou échouer à la création d'entreprises aide l'entrepreneur au développement personnel par les formations qu'il reçoit dans l'accomplissement de ses activités, par ses recherches en matière de satisfaction des besoins de la société et par l'élargissement de son contact professionnel. Des situations qui le place dans des positions qui peuvent changer sa vision, son point de vue sur son environnement et son comportement vis-à-vis des autres. Par ailleurs, réussir la création d'entreprises sans une légalisation au préalable peut aggraver la pauvreté du pays et la fermeture d'entreprises peut aggraver le chômage. D'où nous allons voir

l'impact psychologique du développement de l'entrepreneuriat chez les jeunes dans les lignes suivantes.

Section 3 : Impact psychologique

Le développement de l'entrepreneuriat des jeunes au sein de la ville conduit à un effet de mode où la réussite de l'un entraîne la motivation de l'autre. En voyant par exemple que la vente de yaourt est une affaire qui marche sur le marché alors nous verrons plus tard, plusieurs entreprises de différents noms dans la production de yaourt se créer un peu partout. Nous avons constaté durant notre enquête au sein de la JCI, l'influence des entrepreneurs confirmés sur le comportement des jeunes par la domination de l'entrepreneuriat de reproduction et d'imitations. En effet, le besoin d'indépendance financière crée chez l'individu une sorte de pression sociale qui le conduit à l'adoption d'un comportement conforme à l'atteinte de ses objectifs. Un comportement modèle ayant réussi à atteindre les objectifs qu'il s'est fixé par l'identification à une autre personne, « car elle est comme nous ». En remarquant le développement de l'entreprise d'une personne proche et la montée de son niveau de vie, le jeune désireux d'une indépendance financière et d'un travail souhaitant en faire de même copie l'activité de la personne en question en adoptant les mêmes méthodes de travail, en vendant les mêmes produits et ce au sein de la même ville.

Par ailleurs, la création d'entreprises reste un parcours du combattant pour tous dont nous avons relevé le problème financier comme dominant dans les réponses des enquêtés. Si une personne identifiée comme étant dans la même situation réussit malgré un point de départ difficile, l'effet de mode en devient puissant.

Par cette analyse, la motivation des jeunes à devenir entrepreneur vient de leur interaction avec des entrepreneurs confirmés accompagné d'un besoin d'accomplissement et de puissance. L'attitude des jeunes vis-à-vis de leurs problèmes financiers les conduit à appliquer des solutions faisables et accessibles voire possible dans la poursuite de leurs buts. Dans ce cas, l'individu est un acteur stratégique rationnel, mais limité par son environnement organisationnel. Un environnement qui délimite ses possibilités d'action dans le développement de ses idées et de ses activités.

Section 4 : Impact culturel

Le caractère récent de l'histoire de Madagascar explique en partie par le fort attachement de sa population à la tradition. Cette attitude traditionaliste est comme un rempart contre toute influence extérieure qui pourrait mettre en péril la reproduction du modèle social traditionnel. Car la socialisation est le fruit de l'éducation, de l'expérience professionnelle ou de créations antérieures qui préparent l'individu à remplir un rôle professionnel.

Après analyse nous pouvons voir que le développement de l'entrepreneuriat des jeunes change la mentalité de la société envers l'emploi d'entrepreneur. Il y a par exemple le fait de toujours imiter et reproduire les activités des autres et non de savoir innover que nous avons pu observer chez la plupart des entrepreneurs locaux de notre enquête. En principe, un bon entrepreneur sait percevoir les opportunités d'affaires, sait innover, créer et inventer des besoins. Cependant, la réalité pour les entrepreneurs malgaches paraît être orientée principalement sur le fait d'apprendre une activité et de reproduire après. Un fait qui s'explique par l'histoire de l'entrepreneuriat à Madagascar dont les étrangers ont initié la population malgache à l'industrie du savon, à la fabrication d'armes, de tissus et de réseaux de communication. A cet effet, les générations d'entrepreneur d'aujourd'hui semblent être influencées par cette habitude d'apprendre et d'être formé puis de reproduire l'activité qui a été héritée sur près de trois siècles de pratique. Cette pratique de toujours imiter autrui en fonction de l'entrepreneuriat a été le fruit d'un long processus aboutissant à une tendance commune des entrepreneurs malgaches.

Pourtant, d'un point de vue individualisme, un entrepreneur étant l'individu, est considéré comme étant libre de son choix, des aptitudes à adopter en fonction de ce qui lui convient être juste pour bien entreprendre, c'est-à-dire il adopte les meilleures méthodes et techniques pour atteindre son but. Nous parlons ici de but le fait d'avoir une entreprise prospère de vouloir l'épanouir et l'agrandir. Toutefois, même avec cette idée qu'un individu veut par lui-même s'améliorer, il est confronté à cette culture d'entrepreneuriat de reproduction et d'imitation.

Chapitre III : Mise en œuvre de FFOM : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces et Recommandations

Nous allons développer dans ce chapitre l'analyse FFOM et les recommandations qui pourront aider à analyser les facteurs de blocage et de réussite du développement de l'entrepreneuriat des jeunes. Cette démarche n'a pas l'intention de donner des solutions toutes faites ou sur mesure à chaque problématique identifiée mais, elle est comme une invitation à penser en profondeur et à avoir des réflexions critiques sur les idées reçues et valeurs établies qui bloquent et empêchent l'entrepreneuriat d'être un véritable moteur de développement à Madagascar.

Section 1 : Mise en œuvre de FFOM

1. Forces

D'un point de vue global, il est de plus en plus évident que l'esprit d'entreprise est l'une des clés du dynamisme économique et de la création d'emploi. La création d'entreprises renforce la concurrence sur le marché des produits et services avec les avantages qui peuvent en découler pour les consommateurs. Phénomène tout aussi, elle accélère la production, la diffusion et l'application d'innovation d'une matière de technologie et d'organisation.

Par ailleurs, l'appartenance à la JCI et la socialisation des membres aux nombreux projets de développement organisés par l'organisation développent leurs techniques de direction et de gestion. Les membres apprennent à assumer des responsabilités dans l'accomplissement de ces projets et en apprennent en même temps à réaliser ses propres projets d'où leur facilité à la création d'entreprises. D'abord, ils créent une plus-value pour la société et génèrent un énorme impact sur la société. Puis, ils suscitent des contacts économiques et réveillent l'esprit d'entreprise. Enfin, ils créent des opportunités de contacts au niveau international et transfrontalier par le caractère international de l'association. Bref, la JCI propose une multitude de changements pour ces membres, qu'il soit sur le plan intellectuel ou sur le plan moral, elle garantit néanmoins l'épanouissement personnel et une intégration relative basés sur le travail d'équipe et sur la confiance mutuelle dans l'accomplissement d'un objectif commun.

2. Faiblesses

Malgré ces forces, nous pouvons quand même voir quelques faiblesses qui se manifestent par la situation économique du pays. Une situation qui limite l'ambition des jeunes entrepreneurs à la création de petites entreprises par l'inexistence de culture d'entreprise malgré leur désir de s'épanouir dans le domaine de l'entrepreneuriat.

La position passée et actuelle de dépendance du pays dans l'économie internationale qui laisse un déficit de facteurs de production et de possibilités commerciales et empêche l'exercice de l'autonomie nationale. Déjà nous pouvons voir la notoriété des grandes entreprises qui limite le développement des petites entreprises, le problème d'accès aux financements de projets par le manque de crédibilité des jeunes aux yeux des institutions de financement, et la lourdeur des procédures administratives pour la création d'entreprises.

Du point de vue culturel, le statut de jeune a du mal à s'imposer aux yeux des plus vieux par le poids de la tradition qui confère aux aînés l'autorité sur les plus jeunes. Surtout si l'employé se trouve être plus vieux que l'employeur, ou si les parents entrent dans la prise de décision de l'entreprise, la crédibilité et le manque d'expérience du jeune entrepreneur se trouve être une faiblesse pour le développement de l'entreprise. Sous un autre angle, l'entrepreneuriat de reproduction et d'imitation des jeunes malgaches se manifeste par l'apparition de plusieurs entreprises de même activité et de même secteur dans la même localité. Une identité entrepreneuriale qui peut être une faiblesse par son manque d'innovation et de créativité. A 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 soit saturé, et livré à une forte compétition, elle s'écroule. Mais aussi une faiblesse pour le pays quant à l'image de pauvreté qu'elle laisse voir quand la majorité des petites et microentreprises appartiennent au secteur commercial.

Certes, même si la JCI est une organisation qui forme les jeunes au développement personnel, et œuvre pour le développement sans aucun acquitté ni demande en retour, elle a cependant quelques failles. Les jeunes membres ne soutiennent pas nécessairement les mêmes points de vue que l'organisation, due à la différence d'objectif ou encore à une divergence de mentalité. Par ailleurs, nous remarquons aussi la réticence des membres dans les projets par le problème de financement. Ainsi, certains projets mis en œuvre ne font pas nécessairement l'objet de la demande des intéressés.

3. Opportunités

Face à la mondialisation et à la nécessité d'atteindre les objectifs de développement durable, l'entrepreneuriat devient l'opportunité des jeunes dans le but de gagner des financements pour leur projet. De ce fait, plusieurs organisations, clubs, institutions, ...s'engagent à la réalisation de ces ODD dans le monde. Ils s'intéressent à promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes par l'organisation de divers concours de projet, par l'application de divers programmes de formation, de suivi et d'accompagnement à la création d'entreprises orienté vers les ODD. Des concours de projet qui deviennent une opportunité aux jeunes de faire connaître leur projet et d'attirer des fonds pour le financer. Il ne s'agit pas seulement d'un phénomène mondial mais surtout national où la majorité des ministères de Madagascar concernés orientent leurs actions vers la promotion de l'entrepreneuriat à Madagascar.

Par ailleurs, la JCI donne l'opportunité à ses membres d'apprendre à conduire une commission ou un projet par la pratique avec le droit à l'essai et le droit à l'erreur. D'où le mot d'encouragement JCI, « on ne perd jamais, soit on réussit, soit on gagne une leçon. »

Les quatre domaines d'opportunités sont:

- _ Le domaine individuel via les projets de l'organisation, le membre réalise son développement personnel grâce aux formations pour s'ouvrir et créer.
- _ Le domaine communautaire consiste à discerner les problèmes sociaux et ses racines puis d'essayer de trouver une solution durable.
- _ Le domaine international présente dans plus de 100 pays, la JCI permet des approches culturelles développant la collaboration et l'amitié.
- _ Le domaine affaire permet aux Jaycees de développer leur esprit d'entreprendre via les projets de la JCI et le business Network.

4. Menaces

Les menaces qui pèsent sur l'entrepreneuriat des jeunes sont le manque de crédibilité de l'Etat au niveau de la gestion des recettes fiscales, le niveau de vie très faible de la population et la non implication de l'Etat dans le développement entrepreneurial des jeunes du pays en se limitant à l'encouragement. Si des efforts sont faits pour réduire la pression fiscale sur les

entreprises et de nombreuses mesures incitatives sont faites en matière d'impôt, la mauvaise utilisation des deniers public par les gouvernants n'encourage pas le Malgache à payer ses impôts. Tout prélèvement est considéré comme une contrainte injuste et injustifiée avec au fond des pensées : à quoi bon payer ses impôts puisque l'Etat ne va pas bien les utiliser ou même les détourner.

Cette absence de crédibilité de l'Etat engendre parallèlement une méfiance de toutes structures d'encadrement locales ou étrangères. D'autant que tout programme élaboré avec les bailleurs étrangers fait la plupart du temps l'accord avec les autorités malgaches. Par ailleurs l'Etat ne fait qu'encourager les jeunes entrepreneurs sans actions sur les véritables blocages. Par exemple, les impôts et taxes prélevés sur les petites entreprises. Au niveau de la concurrence, les grandes entreprises monopolisent le marché, le poids des multinationales et des grandes firmes industrielles étrangers se ressent chez les créateurs de petite entreprise.

En résumé, cette attitude de fuite devant les impôts n'est qu'une illustration de la déresponsabilisation qui marque le comportement social du Malgache. Dans ce même ordre d'idée, le déficit de crédibilité de l'Etat favorise le développement du secteur informel avec une multiplication des entreprises illégalement établies.

Concernant la JCI, comme toute organisation, elle n'est pas exempte de risque. La situation politique très précaire de Madagascar influe sur les donataires et les bailleurs extérieurs. Dont, les nombreuses crises politiques et instabilités politiques risque d'affaiblir les aides et appuis extérieurs mettant en péril la réalisation des projets. Des projets qui forment les membres avec le risque d'une mauvaise formation des jeunes novices peuvent influencer l'avenir de l'organisation pouvant créer un dysfonctionnement.

Section 2 : Recommandations

L'entrepreneuriat peut contribuer à stimuler la création d'emplois et la participation au marché du travail. Cependant, nous savons d'expérience qu'il n'existe pas de recette miracle permettant d'intégrer tous les jeunes sur le marché de l'emploi. Reconnaisant les obstacles auxquels les entrepreneurs sont confrontés, nous allons émettre quelques recommandations.

1. Favoriser le développement des compétences entrepreneuriales

1.1 Objectif

Cette première recommandation a pour objectif d'axer les programmes sur les compétences entrepreneuriales visant à éliminer l'obstacle que constituent le manque de connaissances, de compétences et des attitudes entrepreneuriales, ainsi que l'absence d'une expérience professionnelle préalable. Leur objectif est d'apprendre aux jeunes à reconnaître une opportunité, à élaborer un plan d'entreprise et à diriger une société, mais aussi de les aider à développer des compétences générales telles que le sens de l'initiative, la créativité, l'autonomie et le travail d'équipe. Ces compétences et aptitudes leur seront utiles pour la gestion de leur (future) entreprise, mais aussi dans le cadre d'un emploi salarié. Dans tous les cas, ces programmes jouent un rôle essentiel pour encourager les jeunes à envisager l'activité indépendante comme une véritable possibilité de carrière.

1.2 Mise en œuvre

Nous pouvons commencer par mettre en place ces programmes dans le système éducatif. Dans l'enseignement primaire, l'objectif est de promouvoir l'entrepreneuriat en tant que choix de carrière et d'encourager l'acquisition d'un ensemble de connaissances, de compétences et d'attitudes susceptibles de favoriser le développement d'un comportement entrepreneurial. Par exemple, en inviter des entrepreneurs locaux à venir expliquer aux élèves comment diriger une entreprise, ou invité les élèves à passer une journée au sein de l'entreprise afin de pouvoir observer et apprendre comment fonctionne une petite entreprise au quotidien.

À l'école secondaire, l'éducation à l'entrepreneuriat devrait se concentrer davantage sur l'acquisition de compétences techniques spécifiques, notamment grâce à des exercices sur l'organisation de mini-entreprises et d'activités impliquant un apprentissage actif et en situation.

Par exemple, les élèves devraient apprendre les bases de la gestion et à élaborer un plan d'entreprise.

Il en va de même au niveau universitaire, où il est encore plus important que les étudiants acquièrent les compétences de base nécessaires pour créer et gérer une entreprise réelle et prennent conscience de l'importance d'un capital social. A ce niveau, nous avons par exemple, le fait de créer des écoles d'entrepreneuriat au sein des universités ou à intégrer l'éducation à l'entrepreneuriat dans les disciplines traditionnelles.

Il est également essentiel que les décideurs politiques réexaminent la place de l'éducation à l'entrepreneuriat dans la formation professionnelle, et notamment la manière dont les écoles professionnelles interagissent avec l'industrie. Si nous voulons faire en sorte que les programmes de formation professionnelle soient réellement capables d'encourager un comportement entrepreneurial, il faudra revoir en profondeur la manière dont ces programmes sont exécutés.

Les compétences entrepreneuriales peuvent également être développées en dehors du système éducatif. Les gouvernements pourraient établir des partenariats avec des organisations professionnelles et communautaires afin de permettre aux étudiants de passer un peu moins de temps à l'école et un peu plus en entreprise. De tels programmes visent habituellement à donner aux étudiants l'occasion d'observer directement le fonctionnement quotidien de petites entreprises.

Bien que les données disponibles ne soient pas suffisantes pour affirmer avec certitude que l'éducation à l'entrepreneuriat favorise la création d'entreprises, notre enquête menée au sein de la JCI montre que l'intérêt des jeunes pour l'entrepreneuriat augmente lorsque ceux-ci ont été sensibilisés à cette activité.

2. Informer, conseiller, encadrer et accompagner

2.1 Objectif

Les jeunes qui souhaitent créer leur propre entreprise ont besoin d'informations, de conseils, d'un encadrement et d'un accompagnement pour les aider à surmonter leur manque de connaissances, à plus forte raison ceux qui non seulement ne possèdent aucune expérience entrepreneuriale, mais manquent aussi d'expérience sur le marché de l'emploi. Il est important

d'offrir ce genre de soutien pendant et après la phase de démarrage, car celui-ci complète ce que les étudiants ont appris à l'école et les aide à combler leurs éventuelles lacunes qui n'ont pas été abordées par le système éducatif.

2.2 Mise en œuvre

La première approche possible consiste à diffuser des informations. Cela peut se faire au moyen de canaux différents: l'internet, les centres de services mis en place par les gouvernements, les réseaux sociaux utilisés par les jeunes ou les interactions avec des entrepreneurs plus expérimentés. Bien qu'il s'agisse de la première étape, la diffusion d'informations est très importante. Nous avons l'exemple des formations et concours de projets organisés par la JCI ou par d'autres organismes privés ou publics qui sont presque inconnus du public limitant la participation des jeunes aux programmes.

Après la diffusion de l'information, conseiller est la 2^{ème} étape permettant de promouvoir l'entrepreneuriat auprès des jeunes. Pour cela, nous pouvons par exemple, créer un office tout spécialement chargé de s'occuper des reprises d'entreprises et de nouvelles entreprises. Un bureau qui fournit des services de conseils en offrant une assistance aux personnes qui souhaitent développer leur entreprise nouvellement créer, ou céder leur entreprise et aux jeunes entrepreneurs qui désirent les reprendre, en leur permettant de profiter de services de conseil et de formation.

La 3^{ème} étape qui sont l'encadrement et l'accompagnement sont d'autres outils précieux pouvant aider les jeunes à développer leurs compétences et à surmonter leur manque d'expérience. Pour cela, nous pouvons par exemple commencer par fournir aux jeunes entrepreneurs une formation sur le terrain et un encadrement grâce à un programme d'échanges dans le cadre duquel les jeunes qui ont créé ou dirigent une nouvelle entreprise peuvent passer jusqu'à six mois à l'étranger pour se former au contact d'un entrepreneur plus expérimenté. Le programme leur permet non seulement d'acquérir une expérience pratique, mais aussi d'étoffer leur carnet d'adresses.

3. Fournir un soutien financier

3.1 Objectif

Le manque de capital initial et les difficultés à obtenir un financement auprès de prêteurs privés sont souvent cités parmi les principaux obstacles à la création d'entreprises, en particulier chez les jeunes. Alors qu'un capital est nécessaire pour pouvoir procéder à des investissements dans des installations et des équipements utiles à l'entreprise. Pour cela, nous avons remarqué que le démarrage de l'entreprise des jeunes entrepreneurs comprend souvent ses économies personnelles combinées aux fonds obtenus auprès de ses connaissances. En ce qui concerne les crédits, les jeunes entrepreneurs éprouvent souvent des difficultés à obtenir un prêt auprès d'une banque, dans la mesure où ils ne sont généralement pas capables d'offrir des garanties suffisantes ou de prouver leur capacité de remboursement. Ce problème nous conduit à recommander divers programmes de financement pour soutenir les jeunes entrepreneurs.

3.2 Mise en œuvre

Pour fournir un soutien financier au jeune entrepreneur, l'Etat et les organismes concernés peuvent entamer une approche interactionniste, en créant un événement entrepreneurial. Un événement qui a pour objectif de permettre aux jeunes entrepreneurs et à des investisseurs de se rencontrer. Le principe de l'événement sera simple, offrir la scène aux jeunes devant les investisseurs en leur donnant 3 minutes pour présenter leur idée d'entreprise. A la fin de l'événement, les jeunes ayant convaincu l'auditoire seront contactés par les investisseurs pour le financement. Une autre option consiste à offrir un micro-financement, ce qui signifie que les jeunes entrepreneurs devront rembourser le montant prêté, mais à un taux d'intérêt plus bas que ceux du marché.

4. Recommandation à l'intention des pouvoirs publics

Les pouvoirs publics qui sont les premiers responsables de l'avenir de l'entrepreneuriat des jeunes et du développement économique du pays doivent s'engager résolument en faveur de l'éducation à tous les niveaux, tant au niveau de l'enseignement primaire que de l'enseignement secondaire et universitaire et alléger les procédures administratives. Par ailleurs, il est impératif d'instaurer un environnement culturel et réglementaire qui incite les individus à développer des idées originales, à recruter les talents appropriés et à développer leur activité.

La politique publique à destination des petites et moyennes entreprises doit notamment se recentrer sur les aspects qualitatifs, et non pas seulement sur les aspects quantitatifs, ainsi que former les individus de façon à ce qu'ils contribuent à la croissance locale. De surcroît, il faut améliorer les taux d'entrepreneuriat en s'attachant à promouvoir l'esprit d'initiative. Les pouvoirs publics, à tous les niveaux, doivent soutenir la création d'entreprises innovantes et viables, avec des droits de brevet qui protègent l'innovation, et ils doivent également encourager la recherche et le progrès technologique en accordant, si nécessaire, des exonérations fiscales. Il est alors essentiel de mener des études sur les entrepreneurs et les propriétaires d'entreprises en vue de formuler de meilleures politiques pour accompagner les entrepreneurs et les entreprises. Lorsque l'État sait précisément ce qu'il souhaite pour le secteur privé, il peut commencer à prendre des mesures qui soutiendront ce secteur. En ce qui concerne l'élaboration de la politique publique, il convient également de s'attacher à mieux définir ce que recouvre le terme « entrepreneur ». Car il ne suffit pas de posséder ou de gérer une entreprise pour être un chef d'entreprise, et il existe une différence entre les entrepreneurs motivés par la nécessité et les entrepreneurs motivés par des opportunités.

Les autorités locales ont un rôle à jouer dans l'adaptation des programmes à la situation locale. La création d'entreprises nécessite dans certains cas des conseils stratégiques de l'autorité locale. Ceci est particulièrement vrai lorsqu'il y a de graves problèmes de coordination entre de nombreux acteurs économiques. Face à la fermeture d'une grosse usine par exemple, les taux locaux d'emploi indépendant augmentent en général fortement. Cependant, beaucoup de chômeurs qui se lancent dans le travail indépendant choisissent des marchés d'accès facile, surtout si leurs qualifications sont faibles ou moyennes. Cet afflux vers des secteurs facilement accessibles va accroître les difficultés, car dans des marchés où l'offre est surabondante, une entreprise peut n'avoir qu'une faible marge de gains ou carrément cesser son activité. Ce type de problème peut être évité ou atténué si des organismes locaux d'aide aux entreprises encouragent la diversification et découragent un afflux excessif sur certains marchés.

L'initiative individuelle n'est rien sans l'Etat qui apporte à l'entrepreneur de la sécurité, des marchés et même des capitaux dont il a besoin pour mener à terme ses projets.

Pour favoriser le développement de l'entrepreneuriat, les autorités doivent tout faire pour encourager et faciliter le travail de l'entrepreneur potentiel en éliminant les obstacles, tout en augmentant l'attrait lié à l'exploitation des occasions identifiées comme prometteuses.

Conclusion partielle

En bref, le développement du secteur des PME/PMI dépend dans une large mesure du climat des affaires, c'est dans cette optique, qu'apparaît le rôle primordial que les PME/PMI sont appelées à accomplir dans la conduite d'un développement économique national et durable et ce malgré l'existence d'un environnement entrepreneurial spécifique, lié au chômage et travail informel, à la lourdeur des procédures administratives, au manque de financement, ainsi qu'à l'incertitude qui règne sur le marché depuis des décennies. Les réformes à venir devraient insister sur la simplification des procédures administratives par la lutte contre la bureaucratie, la corruption et inciter le système bancaire à s'y impliquer davantage dans la promotion de nouvelles entreprises, sous forme de crédit et d'aides diverses. L'enjeu principal est de faciliter le travail du futur entrepreneur dans l'économie officielle et de réduire ainsi l'économie informelle.

CONCLUSION GENERALE

L'entrepreneuriat considéré comme un levier de développement par la création de richesse et d'emploi, fait désormais partie des stratégies du pouvoir public, où les jeunes constituent une cible privilégiée de sensibilisation et d'encouragement à l'esprit entrepreneurial. Certes, nombreux sont les jeunes qui rêvent de pouvoir créer leur propre entreprise. Cependant, il apparaît très clairement que peu d'entre eux parviennent effectivement à franchir le pas face à la stabilité économique du pays qui constitue le facteur le plus déterminant dans la décision de l'entrepreneur. Il est évident qu'il est presque impossible de s'engager dans l'activité entrepreneuriale de façon satisfaisante dans un contexte d'inflation galopante, de taux d'intérêt imprévisible et d'instabilité constante des taux de devise. Bien que la survie des nouvelles entreprises soit la résultante d'une combinaison complexe entre plusieurs facteurs entremêlés, les divers mécanismes d'aides publiques peuvent, le cas échéant influencer favorablement cette survie.

Pour ce faire, à travers une lecture historique, nous sommes montés dans l'histoire de la pensée économique, pour examiner l'origine de ce concept qui remonte aux économistes classiques, et connaître son évolution à travers les diverses écoles de pensée. Une multitude de figures a mis en exergue les grands traits du personnage de l'entrepreneur. Nous nous sommes également intéressés aux contributions des différentes disciplines au champ de l'entrepreneuriat. A cet égard, nous avons pu faire une comparaison entre l'entrepreneuriat malgache et l'entrepreneuriat étrangère. Quel est donc la cause profonde du non-développement de l'entrepreneuriat des jeunes Malgaches? Malgré l'intérêt porté par les pouvoirs publics au phénomène de l'entrepreneuriat, le phénomène de la création est un processus qui s'étale dans le temps et qui nécessite donc la présence de divers intervenants. Cependant, pour voir si ces aides publiques constitueraient un gage automatique de succès et de pérennisation des petites entreprises nouvellement créées par les jeunes diplômés, l'enquête a montré que la majorité des jeunes entrepreneurs déclare avoir été accompagné par la famille ou par des amis entrepreneurs dans leur démarche. Les organismes publics et privés quant à eux ne restent qu'à la communication, à la formation et à l'incitation des jeunes à entreprendre. L'accompagnement et le financement ne sont dédiés que pour les gagnants aux concours de création d'entreprise qu'ils organisent. Il est donc à noter que le cadre familial dans lequel l'entrepreneur a été élevé forme un milieu qui

semble constituer un élément important, voire décisif, dans l'émergence de l'idée d'entreprendre. En effet, la majorité des entrepreneurs ont affirmé que les relations familiales et personnelles sont à l'origine de l'idée de la création du projet. De plus, disposer d'un entourage entrepreneurial constitue des opportunités non négligeables de recevoir des conseils ou de s'imprégner du métier de dirigeant.

L'acte d'entreprendre n'est donc pas aussi simple, d'après les entrevues menées avec les entrepreneurs, plusieurs contraintes entravent leur processus entrepreneurial qui rendent la durée de création de leur entreprise un peu longue, ces contraintes-là peuvent même freiner leur décision. La réalisation d'un projet d'investissement demeure alors difficile là où le climat des affaires et l'environnement étatique sont complexe surtout dans le cas des jeunes entrepreneurs désirant créer de petite ou moyenne entreprise non seulement dans les démarches de création de l'entreprise mais aussi au niveau de la culture entrepreneuriale. Dans notre enquête, le jeune entrepreneur imite ou reproduit des entreprises déjà existantes par peur de prendre des risques et préfère créer une entreprise dans le secteur informel avec les difficultés que lui donne la formalisation. Une situation qui remet en cause les pouvoirs de l'État et démontre la pauvreté du pays par l'accumulation des microentreprises marchandes.

Cela démontre l'existence des obstacles entravant l'entrepreneuriat des jeunes, notamment en ce qui concerne les compétences, les relations et le financement. Ces obstacles sont souvent spécifiques aux jeunes ou plus importants que ceux rencontrés par les adultes. Bien sûr, l'entrepreneuriat n'est pas la panacée qui permettra de résoudre définitivement le problème du chômage chez les jeunes malgaches, mais il peut certainement faciliter l'entrée sur le marché du travail pour un certain nombre d'entre eux qui ont l'ambition et les moyens de devenir entrepreneurs. Nous considérons que les efforts pour promouvoir l'entrepreneuriat demandent du travail des institutions d'enseignement mais aussi de la participation des établissements publics d'assistance notamment pour les démarches administratives. Les politiques de promotion de l'entrepreneuriat des jeunes doivent encore évoluer, notamment en ce qui concerne leur couverture et leur portée, ainsi que la qualité des approches utilisées.

Il est vrai que, l'entrepreneuriat a des effets sur l'économie locale et que l'entrepreneuriat des jeunes assure la création d'emploi et de valeur au sein de la société. Mais, il faut impérativement que ces entreprises créées soient formelles, innovantes et ambitieuses pour assurer le bon déroulement des activités de la société. En parallèle avec une bonne gouvernance de la

part des dirigeants politiques, les recommandations seraient d'agir sur les réels besoins des jeunes entrepreneurs.

Toutefois, le capital social y joue aussi son rôle par la facilitation de l'accès aux ressources nécessaires à la réalisation de l'idée de projet. Nous pouvons souligner la nécessité de favoriser le développement des compétences entrepreneuriales en intégrant l'apprentissage de l'entrepreneuriat à tous les niveaux du système éducatif, en offrant des informations, des conseils, un encadrement et un accompagnement, en facilitant l'accès au financement et en créant des infrastructures de soutien pour les entreprises en phase de démarrage. Enfin, il serait utile de collecter un maximum des données afin de pouvoir évaluer l'impact de ces politiques sur l'insertion des jeunes sur le marché du travail, notamment en procédant à des évaluations fiables, fondées sur des objectifs clairs et précis.

Avec la fin de la crise politique, donc le retour des financements venant des bailleurs de fonds, le pays devra songer à faire respecter les normes en matière des conditions de travail, et à formaliser l'informel. Ce que nous voyons dans les rues comme activités entrepreneuriales ne constituent qu'une sorte de système de débrouillardise économique. Une manifestation de l'instinct de survie, ou au mieux, de la capacité à s'adapter à toutes les situations. La promotion de l'emploi présente en effet un double enjeu. D'abord, l'enjeu économique car le travail est le moteur de croissance de l'économie privée. Puis, l'enjeu social car l'emploi constitue le meilleur moyen pour les ménages malgaches d'émerger de la pauvreté. Si on veut vraiment que la ville d'Antananarivo entame son processus de développement, il faut que ce soit l'environnement économique qui s'adapte à la population plutôt que l'inverse. De nombreuses mesures incitatives ont été initiées mais ces multiples formations et avantages sont-ils suffisants pour insuffler le sens de l'entrepreneuriat chez les jeunes vers un développement global?

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages généraux :

- 1/ Ajzen, I., « *The Theory of Planned Behavior* », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, n° 2, 1991, p. 179-211
- 2/ BOURDIEU P., « *Le capital social* », in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. 31, 1980.
- 3/ CROZIER Michel, « *L'acteur et le système, les contraintes de l'action collectives* », Paris, Le Seuil, 1977
- 4/ VESTRAETE Thierry, FAYOLLE Alain, « *quatre paradigmes pour cerner le domaine de l'entrepreneuriat* », 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 27, 28 et 29 Octobre 2004, Montpellier

Ouvrages spécifiques :

- 5/ Alexandre Christian, « *Violences malgaches, foi et justices* », série Arts et culture malgaches, 2007
- 6/ BAUMOL W.J., « *Entrepreneurship in Economic Theory*, » *American Economic Review*, 1968.
Montpellier, Octobre 2004, 23pages
- 7/ BOUTILLER S. et UZUNIDIS D, « *Entrepreneur, esprit d'entreprise et économie* » communication au 1^{er} congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Lille, 1999
- 8/ CANTILLON Richard, « *Essai sur la nature du commerce en générale* », 1755, édition moderne, Paris, INED, réed.1997.
- 9/ DRUCKER P, « *les entrepreneurs* », Paris, l'expansion hachette, 1985
- 10/ FAYOLLE, « *Introduction à l'entrepreneuriat* », Edition Dunod, Paris, 2005
- 11/ FAYOLLE : « *Nécessité et opportunité : les attracteurs étranges de l'entrepreneuriat* ». 2010

- 12/ GARTNER, “*Entrepreneurship theory and practice: Who is an entrepreneur?*”, American Journal of small business, spring 1988
- 13/ HOPKINS, « *Les entrepreneurs africains et le développement de l’Afrique, une perspective historique* », in entreprises et entrepreneurs africains, Edition Fauré, 1995
- 14/ Israel M Krizner « *Concurrence & esprit d’entreprise* », in Chicago and London: University of Chicago Press, 1973, traduit de l’anglais par Raoul Audain, avril 2005,
- 15/ JULIEN P.A « *les PME Bilan et perspectives* » Edition Economic, Paris 1996.
- 16/ JULIEN P.A & Marchesnay, M. “*La petite entreprise, principes d’économie et de gestion*”, Vuibert Gestion, Paris, 1988
- 17/ JULIEN P.A. et MARCHESNAY M. “*L ’entrepreneuriat*”, Paris, Economica, collection Gestion/Poche, 1996.
- 18/ KNIGHT Frank H., “*Risk, Uncertainty, and Profit*”, Boston, 1921; rééd. New York, A. M. Kelley, 1964
- 19/ LIOUVILLE Jacques, « *La fonction d’entrepreneur : schumpeter revisité.* » 2e congrès de l’Académie de l’Entrepreneuriat 17 & 18 Avril 2002 – Université Montesquieu – Bordeaux
- 20/ McSTAY, D. An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience: School Of Business, Bond University, Australia, 2008.
- 21/ MARCHESNAY.M et FOURCADE.C, « *gestion de la PME/PMI* », édition, nathan paris, 1997
- 22/ SCHUMPETER J. A., « *Théorie de l’évolution économique* ». Cambridge Mass., US: Harvard University Press, 1934. réédition, Dalloz, 1999.
- 23/ SAY J-B, “*Traité d’économie politique*”, Calman Levy, Paris, 1972
- 24/ SCHUMPETER J. A., « *Capitalisme, socialisme et démocratie* », traduite en français en 1951 aux éditions Payot, 1942

25/ ZALIO Pierre-Paul, « *L'entreprise, l'entrepreneure et les sociologues* », in Entreprises et histoire, 2004.

Revues et rapports:

26/ Rapport de l'enquête sur les entreprises à Madagascar, année 2005, INSTAT

27/ BRUYAT, Création d'entreprise ; contributions épistémologiques et modélisation, thèse de doctorat en sciences de gestion, université Pierre Mendès France, Grenoble II, 1993.

28/ Organisation de coopération et de développement économiques, "La stratégie de l'OCDE pour l'emploi Stimuler l'esprit d'entreprise", 1998

29/ OCDE (1997), "Politique de l'innovation et de la technologie : nouveaux fondements et nouvelles approches", Revue STI N° 22, Paris.

Webographie :

30/ <http://www.matin-mada.com>, Femmes et jeunes entrepreneurs – Quand le futur de Madagascar se conjugue au temps présent, juin 2017, consulté le 17 novembre 2017

31/ <http://www.id.erudit.org/iderudit/602243ar>, La théorie de l'entrepreneur chez Jean Baptiste Say et la tradition Cantillon, L'actualité économique, vol 13, N°4, décembre 1997, consulté le 17 novembre 2017

32/ <http://français.doingbusiness.org/rankings>, Doing business, classement des économies par rapport à la facilité d'y faire des affaires, juin 2017, consulté le 17 novembre 2017

Table des matières

REMERCIEMENTS

SOMMAIRE

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des acronymes

INTRODUCTION GENERALE 1

Partie I : Généralités et présentation du terrain..... 1

Chapitre I : Etat des lieux 9

Section 1 : Historique de la Jeune Chambre Internationale..... 9

Section 2 : Organigramme et fonction des membres de bureau de la JCI Antananarivo 12

Section 3 : ADHESION DES MEMBRES..... 14

1. Conditions d'adhésion 14

2. Période probatoire 15

3. Admission définitive 16

4. Intronisation 16

5. Obligation des membres 16

Chapitre II : Cadrage théorique 9

Section 1 : L'entrepreneuriat 9

1. Généralités 10

1.1 Historique et fondement de l'entrepreneuriat..... 10

1.2 L'entrepreneuriat en Afrique..... 13

1.3 L'entrepreneuriat à Madagascar..... 14

2 Essai de définition de l'entrepreneuriat 17

2.1 L'entrepreneuriat selon l'OCDE 17

2.2 Les 4 paradigmes de l'entrepreneuriat selon Vestraete et Fayolle..... 17

3 Les diverses formes d'entrepreneuriat 18

3.1 Types d'entrepreneuriat possible selon Bruyat 18

3.2 L'entrepreneuriat social et l'intrapreneuriat..... 19

Section 2 : L'entrepreneur, Personnage central au cœur de l'entrepreneuriat..... 20

1. Essai de définition de l'entrepreneur 20

1.1 L'entrepreneur selon Richard CANTILLON.....	20
1.2 L'entrepreneur selon Jean Baptiste Say 1767-1832.....	21
1.3 L'entrepreneur selon Schumpeter 1883-1950.....	21
2. Les caractéristiques de l'entrepreneur.....	22
2.1 L'approche Trait.....	23
2.2 Les approches comportementales.....	23
2.3 Les approches cognitives.....	23
3. Les buts des entrepreneurs.....	24
Section 3 : L'entreprise.....	25
1 Essai de définition.....	25
1.1 L'entreprise en tant qu'unité de production.....	25
1.2 L'entreprise en tant qu'unité de répartition.....	26
2. Esprit d'entreprise.....	26
2.1 La prise de risque.....	27
2.2 Innovation.....	28
3. Création d'entreprises.....	29
3.1 Le macro-environnement de l'entreprise.....	30
3.2 Le microenvironnement de l'entreprise.....	31
4. Classification des entreprises.....	32
4.1 La classification selon la nature économique.....	32
4.1.1 La classification par secteur.....	32
4.1.2 La classification selon le type d'opérations accomplies.....	32
4.1.3 La classification selon la branche d'activité.....	33
4.2 La classification selon la taille.....	33
4.2.1 Effectif du personnel employé.....	33
4.2.2 Selon le chiffre d'affaires.....	34
4.3 La classification juridique.....	34
4.3.1 Les entreprises du secteur public.....	34
4.3.2 Les entreprises privées.....	35
Chapitre III : Approche méthodologique.....	36
Section 1 : La notion de capital social de Pierre Bourdieu.....	36

Section 2 : La théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié d'Ajzen (1991)...	36
Section 3 : Michel Crozier « L'acteur stratégique ».....	37
Section 4 : La socialisation.....	38
Partie II : Résultats des enquêtes	9
Chapitre I : L'esprit entrepreneurial des membres de la JCI	40
Section 1 : Enquête auprès des jeunes membres de la JCI	41
1. La perception des jeunes de l'entrepreneur	41
2. La participation des jeunes aux projets de la JCI	43
Section 2 : L'écart entre la théorie et la pratique dans le devenir d'être entrepreneur.....	45
1. La motivation de devenir entrepreneur.....	45
2. Les difficultés perçues dans les démarches de la création d'entreprises	47
Section 3 : Effet de l'environnement sur l'entrepreneuriat des jeunes.....	49
1. L'expérience du jeune entrepreneur de la création d'entreprises	49
2. La motivation à la création d'entreprise	50
3. Difficultés de la création d'entreprises	52
Section 4 : La création d'entreprises	52
1. Les ressources pour la création d'entreprises	53
2. La création d'entreprises par secteur d'activité.....	54
3. La formalisation de l'entreprise.....	55
4. Le nombre d'emplois créés par l'entreprise	56
Section 5 : Le développement de l'entreprise créée par le jeune entrepreneur	58
1. Réussir dans la création d'entreprises	58
2. Attitudes par rapport à l'innovation de l'activité.....	59
3. Formation pour développer l'entreprise	60
Chapitre II : Les responsabilités tenues par la JCI sur le plan entrepreneurial	61
Section 1 : Entretien auprès de la présidente 2017 de la JCI Antananarivo madame Valérie ANDRIANAVALONA	61
Section 2 : Entretien auprès de la directrice de formation mademoiselle Anissa RATOVONDRAHONA.....	65
Section 3 : Entretien auprès des formateurs en entrepreneuriat	66
Chapitre III : L'importance accordée au développement de l'entrepreneuriat	69

Section 1 : Entretien auprès des organisateurs de concours de projet et de création d'entreprises au sein de la JCI	69
1. Choix de l'idée de projet	70
2. Méthodologie de validation d'idée de création d'entreprises	71
3. Le lauréat de Newcopark	73
Section 2 : Entretien auprès du ministère de l'industrie et du développement du secteur privé	74
Partie III : Discussion, évaluation et analyse prospective	40
Chapitre I : L'analyse sociologique de l'entrepreneur malgache	77
Section 1 : L'identité sociale de l'entrepreneur	77
1. Le « fihavanana » malgache	77
2. Le concept de « Ray aman-dreny »	88
Section 2 : Analyse des catégories de jeunes entrepreneurs de la JCI	89
1. Types d'entrepreneuriat possible à travers l'analyse de Bruyat	89
2. La forme de l'entrepreneuriat des jeunes à travers l'analyse de Fayolle	92
Section 3 : Analyse comparative et rapport de domination	93
1. Analyse comparative entre l'entrepreneur malgache et l'entrepreneur étranger	93
1.1 Les entrepreneurs d'origine indopakistanaise	93
1.2 Les entrepreneurs de souche chinoise	94
1.3 Les entrepreneurs français	95
2. Analyse de la domination capitalo-impérialiste sur l'industrialisation de Madagascar	96
Chapitre II : Les impacts du développement de l'entrepreneuriat des jeunes malgaches	99
Section 1 : Le développement de l'activité entrepreneuriale	99
Section 2 : Impact socio-économique	103
1. Impact économique	103
2. Impact social	104
Section 3 : Impact psychologique	105
Section 4 : Impact culturel	106
Chapitre III : Mise en œuvre de FFOM : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces et Recommandations	107
Section 1 : Mise en œuvre de FFOM	107

1. Forces.....	107
2. Faiblesses.....	108
3. Opportunités	109
4. Menaces	109
Section 2 : Recommandations	111
1. Favoriser le développement des compétences entrepreneuriales	111
1.1 Objectif.....	111
1.2 Mise en œuvre	111
2. Informer, conseiller, encadrer et accompagner	112
2.1 Objectif.....	112
2.2 Mise en œuvre	113
3. Fournir un soutien financier	114
3.1 Objectif.....	114
3.2 Mise en œuvre	114
4. Recommandation à l'intention des pouvoirs publics.....	114
CONCLUSION GENERALE.....	117
BIBLIOGRAPHIE.....	120
ANNEXES	133

ANNEXES

I: Quelques projets et formations organisés par la JCI disponibles en affiche

II : Les dossiers à fournir pour la création de société à l'EDBM

III : La liste des Objectifs de Développement Durable

IV : Questionnaires

V : Guide d'entretien

ANNEXE I: Quelques projets et formations organisés par la JCI disponibles en affiche



Donnez vie à vos idées !

BEST BUSINESS MODEL

- Concours de création d'entreprise -

Lancez votre projet !

Envoyez votre vidéo de
présentation jusqu'au
2 février 2017

* préparez une vidéo de présentation
de votre projet (2 à 3 mn à uploader sur
le site lors de l'inscription)

CONTACT

✉ contact@newcopark.com

🖱 www.newcopark.com

📘 NEWCOPARK



Formation

La psychologie du consommateur et le web

Avec :

Past President 2010 de la JCI Belgique,
Olivier Henrotte



Vendredi 10 Mars 2017
Smartelia (Behoririka)
à 18h30

10 000 MGA pour le pot d'amitié

 JCI Antananarivo
 @jcitana
 @jcitana
 jciantanarivo.tumblr.com

ivenco

#BuildABetterFuture #WillPowerOurBest #ActionsChangeThings

Partenaires JCI Madagascar



Partenaire JCI Antananarivo





Gestion de projet axé sur l'ODD

Samedi 18 Mars 2017 à 9h

Siège JCI Antaninandro

Formateur:

Andry Jean Marc RAKOTOMANJAKA

Contact : 032 70 741 70

ivenco

f JCI Antananarivo
@jcitana
@jcitana
jciantanarivo.tumblr.com

#BuildABetterFuture #WillPowerOurBest #ActionsChangeThings

Partenaires JCI Madagascar



Air Madagascar



GROUPE PACOM
Le meilleur reste à bâtir.



Partenaire JCI Antananarivo



Ne dites jamais: je n'ai pas
eu le temps"



Gestion du Temps

06 mai - 09h

Siège Antaninandro

" dites plutôt: je n'ai pas pris
le temps"

avec

Aina
Rakotoarisoa
(Formateur)



Sambatra
Ramahavonjy
(Assistante
formateur)

Partenaire Permanent de la JCI Antananarivo



Partenaires Permanents de la JCI Madagascar



Groupe STAR



Air Madagascar



GROUPE PACOM
la main à la main

Formation



L'ART DE PARLER ET DE CONVAINCRE

Samedi 20 mai à 9h

Siège JCI à Antaninandro, près Acces Banque


AVEC

Mamy Eric Andrianirina

Tsilavina Rakotoarisoa

Partenaires permanents de la
JCI Madagascar

Groupe  **STAR**

 **GROUPE PACOM**
Le meilleur reste à voir.

 **Air Madagascar**



Partenaire permanent de
la JCI Antananarivo



FORMATION



Gestion d'Image et e-marketing

Samedi 10 juin - 09h
Siège Antaninandro

RDC immeuble Coreali- près Acces Banque



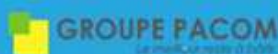
Formateurs:

Mercedes Ratsirahonana
Omar Ibn Abdillah

Contact:

Aliçia Andriamihaja

*Partenaires Permanents de
la JCI Madagascar*



*Partenaire Permanent de
la JCI Antananarivo*



FORMATION

DÉCROCHEZ LE TRAVAIL DE VOS RÊVES



C.V



Lettre de motivation



Entretien d'embauche

Faites la différence qui
déclenche



à 10h

FORMATEURS:

Omar Ibn Abdillah

&

Tsilavina RAKOTOARISOA



Siège de la JCI à Antaninandro,
immeuble COREALI à côté de
l'Acces Banque



Contact



ANDRIAMIHAJA Aliçia

Partenaires de la JCI Madagascar:



Air Madagascar



GROUPE PACOM
Le meilleur reste à voir.

Groupe **STAR**



Partenaire de la JCI Antananarivo:



Formation


Créer sa propre entreprise



Venez le 16 septembre 2017 à 8h30

📍 **Siège JCI à Antaninandro immeuble COREALI,**
près de l'Accès Banque

Avec **Rovaniaina & Tsilavina**
Ramarojaona Rakotoarisoa

Pour toute information:  **Aliçia ANDRIAMIHAJA**

Partenaires JCI Madagascar



Air Madagascar



GROUPE FACOM

Groupe **STAR**



Partenaire JCI Antananarivo 

Formation 2 en 1



COMMENT FINANCER SON PROJET D'ENTREPRISE

Avec

Rovaniaina

RAMAROJAONA

Samedi 14 octobre 2017 à 8h30



Siège de la JCI à Antananinandro,
immeuble COREALI à côté de
l'Acces Banque

Réservation à faire par mp auprès de :

Aliçia ANDRIAMIHAJA

Participation: 5 000 ariary

Partenaires JCI Madagascar



Air Madagascar



GROUPE PACOM

Groupe STAR



Partenaires JCI Antananarivo

ivenco

ANNEXE II : Les dossiers à fournir pour la création de société à l'EDBM

Création de société

Documents à fournir

Désignation	Qté
<i>Procédure de base</i>	
Statuts de la société (*) Paraphés par page et signés en dernière page par tous les associés Le lieu d'exercice doit être mentionné dans les statuts ou dans un PV	6
Copie de la Carte d'Identité Nationale (CIN) du (des) gérant(s)	3
OU SI ETRANGER, copie du Passeport avec Visa long séjour	4
Certificat de résidence (original) du (des) gérant(s) <3 mois	2
Jouissance de local (siège et/ou lieu d'exercice) : contrat de bail OU contrat de sous-location (*) (y mentionner le numéro de téléphone du bailleur)	5 2
<u>A joindre :</u>	
Si bailleur = propriétaire inscrit : Copie intégrale du Titre de propriété du bailleur OU Certificat de situation juridique (CSJ) <3 mois	
Si bailleur = héritier ne figurant pas dans le CSJ ou le Titre foncier : Acte de notoriété du propriétaire inscrit et autorisation de louer par les cohéritiers	
Si bailleur = mandataire : Procuration donnée par le propriétaire	
Si bailleur = acheteur : Acte de vente enregistré <1 an	
Si bailleur = locataire, c'est-à-dire il y a sous-location : Contrat de bail précédent et enregistré régulièrement avec autorisation expresse du propriétaire	
Plan de repérage visé par le Fokontany	2
Procuration et copie de la CIN du mandataire	2
Déclaration relative aux dirigeants sociaux (gérant et co-gérant) (*)	1
Eventuellement, les Autorisations des Ministères concernés pour les activités réglementées	2
(*) : Modèle ou formulaire téléchargeable sur ce site	
<i>Compléments pour associé personne morale</i>	
Extrait du Registre du Commerce et des Sociétés (RCS) <3 mois	2
SI PERSONNE MORALE ETRANGERE, copie statuts et KBIS de la société	1
SI PERSONNE MORALE MALAGASY, PV de prise de participation enregistré + copie de la Carte fiscale non expirée	1
<i>Compléments pour société anonyme (SA)</i>	

PV de l'Assemblée générale constitutive	6
PV du Conseil d'administration	6
Déclaration de souscription et de versement	6
Bulletin de souscription	6
Etat de souscription et de versement	6
sAttestation de blocage/de capital libéré	2
<i>Complément pour bureau de liaison, agence ou succursale</i>	
Statuts de la société mère	5
Plus besoin de statuts pour le bureau de liaison, agence ou succursale	
PV (duplicata) portant : nomination du représentant, ouverture d'un bureau de liaison, d'une agence ou d'une succursale, désignation de l'adresse du siège et du lieu d'exploitation à Madagascar ainsi que de la date de début et de fin de l'exercice social	5
Extrait du RCS <3 mois en version française de la société mère (traduction en français des autres versions)	1
<i>Pièces à fournir pour l'activité de grossiste, d'industriel, de collecteur et d'importateur</i>	
Certificat d'existence du lieu d'exercice (magasin de vente et de dépôts) délivrés par le Fokontany du lieu d'implantation	2
Plans détaillés des locaux affectés à l'activité avec indication explicite de la salle, des magasins, des lieux de dépôts visés par le Fokontany	2
Déclaration sur l'honneur (*) pour les industriels et les importateurs/Autorisation préalable pour les grossistes (auprès de la Direction Régionale des Impôts Analamanga 67 ha)	2

Frais (Payable en espèces auprès du Front Office-EDBM)

Désignation	Montant	
<i>Enregistrement des statuts</i>	0,5% du capital social (minimum de perception : 10.000 Ar)	
<i>Enregistrement du bail commercial</i>	2% du montant total du loyer pendant la durée du bail	
<i>PV-Procuration</i>	2.000 Ar	
<i>Immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS)</i>	16.000 Ar	
<i>Immatriculation statistique (STAT)</i>	40.000 Ar	
Impôts sur les Revenus (IR) (cf. Art 01.01.14 du Code Général des Impôts) ou Impôt Synthétique (IS) (cf. Art 01.02.05 du Code Général	si option IR	si option IS
	100.000Ar pour les personnes imposables exerçant des activités agricoles, artisanales, industrielles. minières.	16.000 Ar pour les agriculteurs, éleveurs, pêcheurs, petits exploitants miniers. transporteurs

des Impôts)	hôtelières, touristiques ou de transport	utilisant des véhicules non motorisés (charrette, pousse-pousse, pirogue etc.)
	320.000 Ar pour les autres entreprises	50.000 Ar pour les artisans, gargotiers, petits producteurs
		100.000 Ar pour les artisans miniers, artistes et assimilés, commerçants, hôteliers, prestataires, restaurateurs
		150 000 Ar pour professions libérales et autres, activités multiples, Autres

Documents délivrés (sous 4 jours) à condition que le dossier soit complet

- Documents enregistrés (statuts et contrats de bail commercial : original et duplicata ; bordereau de versement d'acompte provisionnel)
- Carte statistique avec numéro STAT
- Carte fiscale
- Extrait du registre du commerce
- Reçu RCS avec numéro RCS
- Récépissé de paiement des droits d'enregistrements et de l'acompte provisionnel de l'IR
- Copie de l'avis de constitution extrait du site web de l'EDBM

Département(s) concerné(s)

- EDBM-Fiscalité : Ministère des Finances et du Budget (MFB)/Direction Générale des Impôts (DGI)
- EDBM-RCS : Ministère de la Justice (MinJus)/Greffes du Tribunal du Commerce
- EDBM-INSTAT : Institut National de la Statistique

Notes et références

- Loi n°2014-010 du 21 août 2014 modifiant et complétant certaines dispositions de la Loi N°2003-036 du 30 janvier 2004 sur les Sociétés Commerciales
- Code Général des Impôts 2017
- Loi N°2016-032 du 28 décembre 2016 portant Loi de Finances 2017
- Loi N°2016-007 du 12 juillet 2016 portant Loi de Finances rectificative pour 2016

- Décret N°2011-050 du 1 février 2011 portant modification des Décret N°2005-151 du 22 mars 2005 et Décret N°2004-453 du 06 avril 2004 fixant les conditions d'application de la Loi N°2003-036 du 30 janvier 2004 sur les Sociétés Commerciales
- Décret N°2008-440 du 5 mai 2008 sur le Registre du Commerce et des Sociétés et la publicité du crédit mobilier
- Décret N°2005-380 du 22 juin 2005 portant nouvelle immatriculation statistique des établissements exerçant une activité économique ou sociale à Madagascar
- Arrêté N°15981/2011 du 26 avril 2011 sur le tarif du Registre du Commerce et des Sociétés à payer en espèces auprès du département Accueil/EDBM ou RCS/EDBM
- Décret N°2002-1008 du 11 septembre 2002 portant nouveaux statuts de l'INSTAT, Avis N°16-13/VPEI/SG/INSTAT/DG/DAF du 08 mars 2013 sur le tarif des cartes statistiques et Communication N°2271-13/VPEI/SG/INSTAT/DG portant renouvellement des cartes statistiques à payer en espèces auprès du département INSTAT/EDBM

Horaire

- Réception des dossiers au niveau de l'EDBM: 08h30-12h00
- Délivrance des dossiers : à partir de 14h30

NB : Pas de réception de dossiers le jour de fin du mois (établissement état mensuel)

SI PERSONNE MORALE ETRANGERE, copie statuts et KBIS de la société

ANNEXE III : La liste des Objectifs de Développement Durable



ANNEXE IV : Questionnaires

Questionnaire membre

2017 - JCI

Information élémentaires

1. Numéro:

2. Sexe

☐ 1. M ☐ 2. F

3. Statut:

4. Si étudiant, filière

5. Niveau d'étude:

6. Si dans le domaine du travail, travail en tant que:

7. Travail du père et travail de la mère

Questionnaire

8. Êtes-vous membre de la JCI?

☐ 1. OUI ☐ 2. NON

9. Selon vous, qu'est ce qu'un entrepreneur?

10. Comment trouvez vous l'entrepreneuriat des jeunes à Madagascar

11. Participez-vous aux projets de la JCI?

☐ 1. OUI ☐ 2. NON

12. Si oui, dans quel projet êtes-vous actifs?

13. Pourquoi avoir choisit ce projet?

14. Aimerez vous devenir entrepreneur?

☐ 1. OUI ☐ 2. NON

16. Quelle entreprise aimeriez vous créer et pourquoi ce choix?

17. Quels sont les moyens en votre disposition pour monter votre entreprise ?

18. Selon vous, est-il facile de créer sa propre entreprise après une bonne base théorique ?

19. Si non quelles sont les difficultés rencontrées ?

- ☐ 1. Problème de financement
- ☐ 2. Problème au niveau des papiers administratifs
- ☐ 3. Problème au niveau de la concurrence
- ☐ 4. Problème de ressources humaines

20. Quelles solutions proposeriez-vous au gouvernement pour dynamiser l'entrepreneuriat des jeunes ?

14. Aimeriez vous devenir entrepreneur?

☐ 1. OUI ☐ 2. NON

15. Si oui, pour quel raison?

21. Connaissez-vous un club ou une association ou une institution qui fournisse une aide aux jeunes créateurs d'entreprise? laquelle ?

22. Selon vous qu'est-ce qui motiveront les jeunes à entreprendre ?

23. Comment trouvez-vous le marché du travail à Madagascar ?

Questionnaire d'enquête pour les jeunes entrepreneurs

2017 - JCI

Information Élémentaires

1. Numéro:	<input type="text"/>
2. Sexe	<input type="radio"/> M <input type="radio"/> F
3. Statut au sein de la JCI	<input type="text"/>
4. Si étudiant, filière:	<input type="text"/>
5. Niveau d'étude	<input type="text"/>

6. Si, dans le domaine du travail, travail en tant que	<input type="text"/>
7. Travail du père et travail de la mère	<input type="text"/>

Questionnaire

8. Êtes-vous membre de la JCI?	<input type="radio"/> OUI <input type="radio"/> NON
9. Êtes-vous un entrepreneur?	<input type="radio"/> OUI <input type="radio"/> NON
10. Selon vous, quel est le travail d'un entrepreneur?	<input type="text"/>
11. Quel expérience avez-vous de la création d'entreprise?	<input type="radio"/> Vous êtes issu(e) d'une famille d'entrepreneurs <input type="radio"/> Un membre de votre famille a créé une entreprise <input type="radio"/> Quelqu'un que vous connaissez a créé une entreprise
12. Qu'est-ce qui vous a motivé à créer une entreprise?	<input type="text"/>
13. Quelle difficulté avez-vous rencontrée lors de la création de votre entreprise?	<input type="text"/>
14. Où avez-vous trouvé le financement nécessaire pour la création de votre entreprise?	<input type="radio"/> Capitaux propres (fonds personnels) <input type="radio"/> Emprunts auprès des membres de la famille ou des amis <input type="radio"/> Prêts auprès des banques ou institutions de micro-finance <i>Autres à préciser :</i>

15. Dans quel secteur d'activité avez-vous investi?	<input type="text"/>
16. Comment se passe la légalisation des papiers pour la création d'entreprise et à combien s'élève le montant à payer pour sa création?	<input type="text"/>
17. Avez-vous formalisé votre entreprise?	<input type="text"/>
18. Combien d'emploi avez-vous créé à la création de votre entreprise?	<input type="radio"/> Moins de 5 <input type="radio"/> Entre 5 à 10 <input type="radio"/> plus de 10
19. Selon vous, qu'est-ce qu'il faut pour réussir une entreprise?	<input type="radio"/> Avoir beaucoup de chance <input type="radio"/> Une bonne formation professionnelle et une certaine qualité personnelle <input type="radio"/> Connaissance des gens influents <input type="radio"/> Prendre des risques <input type="radio"/> Ouverture à l'innovation
20. Comptez-vous apporter des innovations à votre entreprise?	<input type="radio"/> OUI <input type="radio"/> NON
21. Avez-vous reçu une formation pour développer votre entreprise?	<input type="radio"/> OUI <input type="radio"/> NON
22. Combien de mois ou quel âge a votre entreprise?	<input type="text"/>

23. Pourquoi avez-vous choisit cette localité pour implanter votre entreprise ?

24. Quel l'impact positif avez-vous remarqué au sein de votre localité depuis la mise en activité de votre entreprise?

25. Selon vous, quels sont les problèmes qui bloquent les jeunes à créer une entreprise ?

26. Quelles solutions proposeriez-vous au gouvernement pour dynamiser l'entrepreneuriat des jeunes ?

27. Existe-t-il une institution qui fournisse une aide aux jeunes entrepreneurs ? laquelle ?

28. Comment voyez-vous votre entreprise dans 10ans ?

ANNEXE V : Guide d'entretien

1. Guide d'entretien auprès de la Présidente 2017 de la JCI Antananarivo

_ Pouvez-vous nous parler des valeurs de la JCI et de ces activités?

2. Guide d'entretien auprès de la Directrice de formation 2017 de la JCI Antananarivo

_ Comment la JCI Antananarivo choisit-elle les formations de ses membres et des individus extérieurs à l'organisation ?

_ Compte tenu du problème financier à Madagascar, à combien s'élèvent ces formations ?

3. Guide d'entretien auprès des Formateurs en entrepreneuriat de la JCI

_ Parlé nous des objectifs de votre formation et de l'intérêt que porte les jeunes à la formation

4. Guide d'entretien auprès des Organismes de concours de projet et de création d'entreprise au sein de la JCI

_ Quel genre de concours organisé vous ? Parlez-nous du son déroulement et de ses objectifs

_ Sur quel critère vous basez-vous pour choisir le meilleur projet ?

5. Guide d'entretien auprès de la Gagnante du concours de projet Newcopark

_ Parle nous de ton projet ?

6. Guide d'entretien auprès Ministère de l'industrie et du développement du secteur privé

_ Quel est le rôle du ministère dans le développement de l'entrepreneuriat des jeunes ?

_ Le ministère a-t-il un programme pour la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes ? Parlé nous de ce programme.

7. Guide d'entretien auprès de quelques institutions, associations, organisations et groupements des jeunes entrepreneurs pour le développement de l'entrepreneuriat

Parlez-nous de l'entrepreneuriat des jeunes malgaches

COORDONNEES ET RESUME

Nom : ANDRIAMIHAJA

Prénom : Salohy Aliçia

Adresse électronique: salohy_03@yahoo.fr

Rubrique épistémologique : Sociologie de l'entrepreneuriat

Nombre de pages : 126

Nombre de tableaux : 24

Nombre de figure : 4



Aujourd'hui, la culture entrepreneuriale est une priorité des politiciens dans le but de faciliter la création d'entreprises et de contrecarrer le chômage. Sur le terrain, il paraît difficile pour les acteurs de contribuer efficacement à bâtir une culture entrepreneuriale favorable dans un milieu donné, probablement en raison du manque de conviction, de savoir-faire, de motivation ou simplement des facteurs socioculturels qui l'ont modelé.

Vu cette inefficacité et dans l'espoir de donner un coup d'accélérateur au développement de l'entrepreneuriat, le gouvernement a entrepris de réaliser des actions incitatives en mettant à contribution différents organismes d'aide à la promotion de l'entrepreneuriat. Malgré l'intérêt que suscitent ces actions, les manières de les entreprendre sont loin des attentes et les résultats demeurent mitigés. Cette situation nous motive à comprendre le développement de l'entrepreneuriat des jeunes à travers le comportement des acteurs concernés et à étudier les facteurs socioculturels et motivationnels qui les guident. Notre recherche nous a donc permis de comprendre le poids de la socialisation, de l'organisation et du travail au développement de l'esprit d'entreprise. Dans ce processus, le jeune entrepreneur est au cœur de l'analyse du fait qu'il est l'acteur principal de son développement.

Mots clés : Entrepreneuriat, entrepreneur, entreprise, développement, jeune, financement, formalisation, emploi.

Encadré par : Monsieur Martial Nirina RAZAFINDRALAMBO