

# Financement de l'auto-emploi des jeunes diplômés par le crowdfunding au Cameroun : Evaluation et proposition d'un cadre opératoire

Présenté par

**Diane DJOFANG**

pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département Management

Spécialité Management de projets

Directeur de mémoire : Dr Flavien TCHAPGA

le 28 Août 2021

Devant le jury composé de :

**Professeur Bonaventure MVE ONDO** Président

Vice-Recteur honoraire de l'AUF et directeur  
fondateur de l'IPAGU et ancêtre de l'IFGU (AUF),  
France

**Docteur Flavien TCHAPGA** Examineur

enseignant Ecole Nationale Supérieure des Mines de  
Paris, Université Paris 13

**Docteur Alioune DRAME** Examineur

Directeur du Département Management, Université  
Senghor, Alexandrie, Egypte

## Remerciements

Dale Carnegie, dans son livre intitulé *comment se faire des amis*, en 1936 disait : « abandonner le mérite aux autres est un art de vivre que l'on cultive parce qu'on leur est reconnaissant pour ce qu'ils sont et pour ce qu'ils nous apportent ». L'honneur me revient ici de témoigner toute ma reconnaissance à toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce projet. Vous avez su me revigorer, redonner la motivation et l'espoir lorsque le besoin se faisait sentir à travers vos encouragements, conseils, orientations, corrections et divers autres soutiens. Je pense particulièrement à :

- Mon Directeur de département, Dr Alioune DRAME et son assistante Mme Suzanne YOUSSEF pour leur accompagnement ;
- Mon Directeur de mémoire, Dr Flavien TCHAPGA pour son encadrement et sa disponibilité ;
- M. Gilbert EWEH MEH, mon tuteur de stage pour ses conseils et ses orientations ;
- M. Ulvick HOUSSOU, pour son accompagnement, ses précieux conseils et son apport à la méthodologie ;
- M. Richard ROCOUARD pour ses précieux conseils et son encadrement ;
- M. Jude NKENG, UWIMANIMPAYE, Janvier MUHIRE, pour avoir contribué au bon déroulement de mon stage ;
- Mme Mirène MALE, pour ses encouragements dans cette aventure ;
- Ma mère Claudine TCHATCHIE, pour tous les sacrifices consentis, son amour, sa disponibilité et ses précieux conseils ;
- Ma cousine Mme Angennes Nicole TCHAMO EPSE NGUEHOU pour avoir fait de moi celle que je suis, et Mme Christiane NGANSO pour des moments de convivialités ;
- M.KETCHASSONG Narcisse et M. FANGO N. Blaise Florent pour leur soutien inconditionnel ;
- Mes frères et sœurs ; David, Yves, Sandrine, Romuald, Bristhol, Yannick, Elvis, Raoul, Charlaïne, Sheila, Flora, et à tous mes nièces et neveux pour leur amour ;
- Mes camarades : Nassirou NIANDOU, Papa DJIBRIL, Firmin TAPE, Ben KADIMA, Ismaila TRAORE, Omar FAYE pour des ajouts rédactionnels, relectures et encouragements ;
- Delpeche FEUMBA, Serges NDEDOUM, Guilpin KOUOSSU, Mansour MOHAMADOU, Priscilla DACLEU et tous les autres compatriotes pour avoir rendu mon séjour à Kigali agréable ;
- Mes amis : Beleshi Jules ZAHNDA, Junior NKOUNG, Douglas Daquin NGANKAM pour leur présence, motivation, facilitation ;
- Christelle, Thierry, Roméo, Prisca, Akwen, Vanessa, Younoussa, Boris, Samira, Aicha, Maeva, Linda, ma famille d'Alexandrie ;
- Mes collègues du Département Management, spécifiquement ceux de management de projet pour la qualité des débats et les beaux moments passés ensemble...

## Dédicace

**A**

mes mères

mes frères et sœurs

mon père NGANKOU Jean, de regretté mémoire

et ma grand-mère DJOFANG Marie, de regretté mémoire

## Résumé

Le financement de l'auto-emploi des jeunes diplômés est non seulement un facteur de développement socio-économique mais aussi une solution pertinente et durable à la problématique de l'insertion professionnelle des jeunes diplômés au Cameroun ; insertion qui devient de plus en plus difficile. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat d'innovation est la stratégie propulsée par les décideurs politiques pour résorber le gap de chômage de la masse des jeunes diplômés qui sortent des universités chaque année.

Cependant, dans la stratégie d'auto-emploi de ces jeunes, on constate que la problématique d'accès au financement demeure le maillon faible. Malgré les appuis gouvernementaux et les offres financières proposées par le système financier actuel, les jeunes continuent d'avoir d'énormes difficultés d'accès aux financements adaptés pour implémenter et développer leurs projets à cause des exigences de garantie, garantie dont ne disposent pas les jeunes fraîchement sortis des universités.

Pour pallier ces exigences de garantie, une nouvelle forme de financement a vu le jour : le Crowdfunding qui permettrait de financer tout type de projet en faisant appel à une « foule » d'investisseurs ; ce qui réduirait considérablement le risque. C'est dans cette optique que la présente étude s'interroge sur la pertinence du modèle économique du crowdfunding dans la transformation des idées des étudiants entrepreneurs et jeunes diplômés en projets concrets et économiquement rentables ; pouvant contribuer à une meilleure insertion professionnelle. Elle s'appuie sur une approche méthodologique qualitative, basée sur une technique d'échantillonnage par choix raisonné. Ses résultats révèlent qu'il est pertinent et adapté à la cible et qu'il est important de faire sa promotion dans les universités afin d'accompagner le dispositif formatif mis en place dans pour booster l'entrepreneuriat des jeunes étudiants entrepreneurs à la sortie de leur formation universitaire. À cet effet, elle propose la mise en place d'une plateforme de crowdfunding universitaire pouvant servir de tremplin.

## Mots-clefs

Crowdfunding, entrepreneuriat d'innovation, jeunes diplômés, Etudiants

## **Abstract**

The financing of youth entrepreneurship, especially young graduates is not only a factor of socio-economic development but also a relevant and sustainable solution to the problem of professional insertion of young graduates in Cameroon; insertion which is becoming increasingly difficult. Today, innovation entrepreneurship is the strategy propelled by policy makers to reduce the unemployment gap of the mass of young graduates who leave the universities every year. However, in the youth self-employment strategy, the problem of access to financing remains the weak link.

Despite the governmental support and the financial offers proposed by the current financial system, young people continue to have enormous difficulties in accessing suitable financing to implement and develop their projects because of the guarantee requirements. Guarantee that young people fresh out of universities do not have.

To overcome these guarantee requirements, a new form of financing has emerged: Crowdfunding, which would allow to finance any type of project by appealing to a "crowd" of investors; which would considerably reduce the risk. It is in this perspective that the present study questions the relevance of the economic model of crowdfunding in the transformation of ideas of student entrepreneurs and young graduates into concrete and economically profitable projects, which can contribute to a better professional integration. It is based on a qualitative methodological approach, centered on the technique of non-probabilistic sampling of convenience. Its results reveal that it is relevant and adapted to the target and that it is important to promote it in the universities in order to accompany the formative device set up in order to boost the entrepreneurship of the young student entrepreneurs at the end of their university training. To this end, it proposes the establishment of a university crowdfunding platform that can serve as a springboard.

## **Keywords**

Crowdfunding, innovation entrepreneurship, young graduates,

## Liste des acronymes et abréviations utilisés

|           |  |
|-----------|--|
| ANTIC     | Agence Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication  |
| PME       | Petites et Moyennes Entreprises  |
| TPE       | Très Petites Entreprises   |
| APME      | Agence de Promotion des Petites et Moyennes Entreprises  |
| BAD       | Banque Africaine de Développement  |
| BIT       | Bureau International du Travail  |
| DSCE      | Document de Stratégies pour la Croissance et l'Emploi  |
| DSEJA     | Document de la Stratégie pour l'Emploi des jeunes en Afrique   |
| ECAM      | Enquête Camerounaise Auprès des Ménages  |
| INS       | Institut Nationale de la Statistique   |
| MINPMEESA | Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat                               |
| OCDE      | Organisation de Coopération et de Développement Economiques  |
| PAJER-U   | Programme d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine  |
| PANEJ     | Pacte National pour l'Emploi des Jeunes  |
| PIFMAS    | Projet d'Insertion socioéconomique des jeunes par la création de microentreprises de Fabrication du Matériel Sportif |
| SND       | Stratégie Nationale de Développement   |
| ZLECA     | Zone de Libre-Echange Continentale Africaine   |

## Tables des matières

|  |           |
|--|-----------|
| <b>REMERCIEMENTS.....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>DEDICACE.....</b>   | <b>2</b>  |
| <b>RESUME.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>ABSTRACT.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>LISTE DES ACRONYMES ET ABREVIATIONS UTILISES .....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>TABLES DES MATIERES.....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>1. INTRODUCTION.....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>1. STRATEGIE D'AUTO-EMPLOI ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES DIPLOMES : ENJEUX ET CONTRAINTES.....</b>                                      | <b>6</b>  |
| <b>1.1. ENTREPRENEURIAT DES ETUDIANTS ET JEUNES DIPLOMES : UNE ALTERNATIVE A L'INSERTION PROFESSIONNELLE .....</b>                                     | <b>6</b>  |
| 1.1.2. <i>Universités Camerounaises : acteur inconditionnel dans la promotion de la culture entrepreneuriale des jeunes.....</i>                       | <i>8</i>  |
| 1.1.3. <i>Ecosystème entrepreneurial au Cameroun.....</i>  | <i>12</i> |
| <b>1.2. ENTREPRENEURIAT DES JEUNES DIPLOMES : CONTRAINTES .....</b>  | <b>15</b> |
| 1.2.1. <i>Le capital confiance.....</i>  | <i>15</i> |
| 1.2.2. <i>L'inexpérience.....</i>  | <i>15</i> |
| 1.2.3. <i>Accès au financement .....</i>   | <i>16</i> |
| <b>1.3. ENONCE DES OBJECTIFS ET QUESTION DE RECHERCHE.....</b>   | <b>17</b> |
| 1.3.1. <i>Objectifs de recherche.....</i>  | <i>17</i> |
| 1.3.2. <i>Questions de recherche .....</i>   | <i>18</i> |
| 1.3.3. <i>Hypothèses de recherche.....</i>   | <i>18</i> |
| <b>2. FINANCEMENT DES PROJETS ENTREPRENEURIAUX EN CONTEXTE UNIVERSITAIRE : QUELLE OFFRE POUR LES ETUDIANTS ENTREPRENEURS ET JEUNES DIPLOMES ?.....</b> | <b>19</b> |
| <b>2.1. ETUDIANT ENTREPRENEUR ET JEUNES DIPLOMES : DES ACTEURS ATYPIQUES .....</b>   | <b>19</b> |
| 2.1.1. <i>Concept d'étudiants entrepreneur.....</i>  | <i>20</i> |
| 2.1.2. <i>Dynamique entrepreneuriale des étudiants vers une insertion professionnelle durable .....</i>  | <i>21</i> |
| 2.1.3. <i>Profil de l'étudiant entrepreneur et des jeunes diplômés : quelles spécificités face aux exigences de financement ?.....</i>                 | <i>22</i> |
| <b>2.2. LE PAYSAGE DE FINANCEMENT DES PROJETS ENTREPRENEURIAUX AU CAMEROUN.....</b>  | <b>24</b> |
| 2.2.1. <i>Cartographie des financements de l'entrepreneuriat au Cameroun .....</i>   | <i>24</i> |
| 2.2.2. <i>Autres types de financement dit « innovants ».....</i>   | <i>25</i> |
| <b>2.3. ZOOM SUR LE CROWDFUNDING ET SON MODELE ECONOMIQUE. ....</b>  | <b>28</b> |
| 2.3.2. <i>Modèle économique du crowdfunding.....</i>   | <i>32</i> |
| 2.3.3. <i>Condition de succès d'une campagne de crowdfunding.....</i>  | <i>34</i> |
| <b>3. LE CROWDFUNDING : UN LEVIER POUR UNE AMELIORATION DU TAUX DE TRANSFORMATION DES PROJETS ENTREPRENEURIAUX DES ETUDIANTS. ....</b>                 | <b>37</b> |
| <b>3.1. APPROCHE METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE : APPROCHE ET TYPE D'INVESTIGATION.....</b>   | <b>37</b> |
| 3.1.1. <i>Approche méthodologique de l'étude.....</i>  | <i>37</i> |
| 3.1.2. <i>Terrain de recherche.....</i>  | <i>38</i> |
| <b>3.2. INSTRUMENTS DE TRAITEMENT DE DONNEES.....</b>  | <b>38</b> |
| 3.2.1. <i>Elaboration et administration des données.....</i>   | <i>38</i> |

|             |   |           |
|-------------|---|-----------|
| 3.2.2.      | <i>Conditions d'exploitation des informations recueillies</i> .....   | 38        |
| <b>3.3.</b> | <b>APPORT DU STAGE</b> .....  | <b>38</b> |
| 3.3.1.      | <i>Présentation de StartUpNkap Rwanda</i> .....   | 38        |
| 3.3.2.      | <i>Activités du stage en rapport avec le sujet étudié</i> .....   | 39        |
| 3.3.3.      | <i>Leçons tirées des besoins des startups et petites et moyennes entreprises de Kigali</i> .....                    | 40        |
| <b>4.</b>   | <b>PROPOSITION D'UN CADRE OPERATOIRE POUR LA PROMOTION DU CROWDFUNDING EN MILIEU UNIVERSITAIRE</b> .....            | <b>41</b> |
| <b>4.1.</b> | <b>PRESENTATION DES RESULTATS ET PROPOSITION D'UN CADRE OPERATOIRE</b> .....  | <b>41</b> |
| 4.1.1.      | <i>Culture entrepreneuriale chez les étudiants et jeunes diplômés</i> .....   | 41        |
| 4.1.2.      | <i>Engagement entrepreneurial chez les étudiants et jeunes diplômés</i> .....                                       | 42        |
| 4.1.3.      | <i>Analyse SWOT du crowdfunding</i> .....   | 43        |
| <b>4.2.</b> | <b>POUR UNE AMELIORATION DU TAUX DE TRANSFORMATION DES PROJETS ETUDIANTS :</b>                                      |           |
|             | <b>RECOMMANDATION ET CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE</b> .....  | <b>45</b> |
| 4.2.1.      | <i>Recommandations</i> .....  | 45        |
| 4.2.2.      | <i>Condition de mise en œuvre</i> .....   | 46        |
| <b>4.3.</b> | <b>PROJET DE CREATION D'UNE PLATEFORME DE CROWDFUNDING DEDIEE AU ETUDIANTS ET JEUNES DIPLOMES AU CAMEROUN</b> ..... | <b>46</b> |
| 4.3.1.      | <i>Contexte et justification</i> .....  | 46        |
| 4.3.2.      | <i>Planification du projet</i> .....  | 47        |
| 4.3.3.      | <i>Budget prévisionnel</i> .....  | 48        |
| 4.3.4.      | <i>Cibles</i> .....   | 49        |
| <b>5.</b>   | <b>CONCLUSION</b> .....   | <b>51</b> |
| <b>6.</b>   | <b>REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES</b> .....  | <b>53</b> |
|             | <b>LISTE DES TABLEAUX</b> .....   | <b>57</b> |
|             | <b>LISTE DES ILLUSTRATIONS</b> .....  | <b>58</b> |
|             | <b>GLOSSAIRE</b> .....  | <b>59</b> |
|             | <b>ANNEXES</b> .....  | <b>60</b> |



## 1. Introduction

L'insertion professionnelle des jeunes diplômés est de plus en plus préoccupante et plus particulièrement dans les pays du sud. L'emploi, pour la plupart dans les années 80-90, était proposé par l'Etat. La crise économique de « Subprime » de 2008, d'envergure mondiale qui a particulièrement affecté les économies de l'Afrique Subsaharienne notamment le Cameroun, a eu pour corollaire un renforcement de la contrainte budgétaire entraînant ainsi un gel des recrutements dans l'administration publique. Les Etats à l'instar du Cameroun n'arrivent plus à absorber la masse des jeunes diplômés qui sortent des universités et écoles professionnelles. Les entreprises en activité, elles aussi offrent très peu d'opportunités en matière d'emploi à cause de la « *déconnexion de la croissance économique et du marché du travail qui se traduit par la baisse du taux d'activité global* » (ECAM 4, 2014). Le constat aujourd'hui est alarmant. Parmi les 11 millions de jeunes diplômés chaque année en Afrique, environ 73% sont au chômage ou en situation de sous-emploi (BAD, 2017). Au Cameroun, 40% seulement des 100 000 diplômés qui arrivent sur le marché de l'emploi décrochent un emploi décent selon rapport INS (2012). « *La création d'emploi n'est pas juste un problème social ou économique, c'est également une nécessité pour la paix, la sécurité et la stabilité* » (BAD, 2017)

Les praticiens du domaine s'accordent à dire, depuis des années, qu'une alternative à cette crise est l'auto-emploi propulsé par l'entrepreneuriat. L'Etat du Cameroun propose dans sa politique d'emploi (DSCE, 2010) et de l'insertion professionnelle, l'entrepreneuriat comme un facteur clé de résorption du gap d'offre d'emploi, et qui va se traduire par des meilleures performances et contribuer à la croissance économique du pays. L'entrepreneuriat aujourd'hui est un enjeu majeur pour beaucoup de pays. Il offre des avantages qui justifient l'intérêt croissant qu'il suscite notamment la contribution à la création d'emploi à travers l'innovation et la créativité. Cette solution de l'auto-emploi est d'ailleurs partagée par tous les pays. La BAD dans son document de « Stratégie pour l'Emploi des Jeunes en Afrique » y met un accent comme un levier pertinent pour contribuer à l'insertion professionnelle de beaucoup de jeunes diplômés.

Le déploiement de la stratégie d'auto-emploi dans l'économie camerounaise, comme dans beaucoup d'autres économies, demande de respecter certaines étapes importantes. Tout d'abord, mettre l'accent sur l'éducation et la formation pour promouvoir la culture et l'esprit entrepreneurial, d'aménager le climat des affaires, de faciliter l'accès sur le marché et surtout proposer des modèles de financement des projets adaptés. Pour y parvenir, des programmes d'enseignement au management et l'entrepreneuriat sont proposés dans les universités camerounaises permettant de développer la culture entrepreneuriale en milieu jeune (Evoua et Tagne, 2017). Des structures d'accompagnement et des centres d'incubation sont mis en place dans ces établissements pour permettre aux apprenants de mûrir leurs idées de

projets en des prototypes techniques et à valeur économique permettant de résoudre un problème ou d'améliorer la qualité des services existants dans la société.

Des analyses montrent qu'environ 40% des jeunes se disent intéressés par le statut d'indépendant (OCDE, 2012). Nonobstant ces motivations chez les jeunes diplômés et étudiants des universités camerounaises, le constat est que ces jeunes sortis de ces établissements de formation technique et professionnelle peinent à implémenter leurs projets. Le point commun est le problème de financement. Le manque de fonds peut tuer les idées brillantes des jeunes qui constituent une perte potentielle de création de richesse.

L'appui financier des projets s'est un peu développé au Cameroun avec la forte sensibilisation autour de l'entrepreneuriat et la création des entreprises par des jeunes. L'objectif est de subvenir aux besoins des entrepreneurs au cours de la phase critique de pré-crédation et de post-crédation. Ainsi, on assiste à une vague d'offres diversifiées de financement (système encore embryonnaire) des startups et porteurs d'idée de projet. Le financement d'amorçage des startups en milieu jeune s'est institutionnalisé notamment avec des programmes gouvernementaux tels que le Pacte National pour l'Emploi des Jeunes (PAN EJ) qui constitue le socle de la promotion de l'emploi des jeunes et vise à donner une chance aux jeunes d'acquérir un métier et d'accroître ainsi leur chance d'insertion professionnelle ; le Programme d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine (PAJER-U) qui ambitionne de placer en emploi salarié 2 000 jeunes, de soutenir 1 500 micro-activités et 125 juniors entreprises à hauteur respectivement d'un million et de 25 millions FCFA chacune ; le Projet d'Insertion socioéconomique des jeunes par la création de microentreprises de Fabrication du Matériel Sportif (PIFMAS) qui prévoit la création de 700 emplois directs et 200 emplois indirects etc. D'autres pratiques privées se sont développées telles que les « Business Angel » (financement privé des personnes physiques connues), le Capital-risque (financement privé à risque par une entreprise), le crowdfunding (finance par une « foule de petits investisseurs ») (Masmoudi, 2007 ; p.58). L'appui financier des créateurs est plusieurs fois mentionné comme un moyen efficace d'encourager l'initiative et d'encourager les entreprises naissantes (Leger-Jarniou, 2005).

Malgré les efforts des décideurs politiques et la diversité d'offres de financement (institutionnelles et informelles) sur le marché financier camerounais, Les analyses montrent que le financement est un problème dans la stagnation ou l'échec entrepreneurial. Il reste le « chaînon fragile » dans la stratégie d'auto-emploi propulsée par l'entrepreneuriat. Les entrepreneurs et jeunes évoquent le financement comme l'un des principaux freins à l'implémentation de leurs projets.

Face à cette situation, il importe de développer des outils et mécanismes de financement plus adaptés aux besoins des étudiants et jeunes diplômés entrepreneurs. Les spécialistes de la finance ont remis au goût du jour des pratiques innovantes de financement qui touchent une

large gamme d'investisseurs (peu conventionnels) parmi lesquels le crowdfunding. Cette pratique fait appel à la foule pour collecter des fonds afin de financer leurs projets. Le risque pris par ces petits investisseurs étant significativement réduit, cette méthode vient contribuer à instaurer le « capital confiance » des investisseurs envers un porteur de projet.

Partant du postulat selon lequel, une meilleure offre financière de développement des projets améliorerait la stratégie d'insertion professionnelle des jeunes par l'entrepreneuriat de croissance et innovant, le présent travail se fonde sur une approche méthodologique qualitative. Elle se sert d'une technique d'échantillonnage par choix raisonné pour essayer d'apporter des éléments de réponses à la question de recherche autour de laquelle elle se construit. En plus de l'état de l'art, l'administration d'un questionnaire ont permis de collecter les données nécessaires à la réalisation de ce travail.

Cette démarche vise à analyser la méthode à suivre pour faire du crowdfunding un levier de progrès des projets entrepreneuriaux des étudiants et jeunes diplômés au Cameroun. Elle vise également à contribuer à l'insertion des jeunes diplômés en proposant une démarche pratique par le crowdfunding, permettant aux étudiants et jeunes entrepreneurs de réunir les compétences et le capital d'amorçage nécessaire pour transformer leurs belles idées en projets concrets et viables permettant de créer de la valeur ajoutée dans l'économie camerounaise. Au regard de ce qui précède, une meilleure appréhension de cette étude demande tout d'abord de présenter les enjeux et contraintes de la stratégie de l'auto emploi et de l'insertion des jeunes par l'entrepreneuriat dans son contexte actuel, ainsi que le potentiel de l'entrepreneurs jeunes et étudiants en tant qu'acteur atypique (1), de situer la problématique de financement des projets entrepreneuriaux dans un contexte universitaire (2) et enfin, de partir des résultats de recherche pour montrer que le crowdfunding est un mode de financement qui permettrait d'améliorer les initiatives entrepreneuriales des jeunes diplômés et étudiants entrepreneurs et pour proposer un cadre opératoire pour la promotion de cette pratique au sein des universités (3).

## **1. Stratégie d'auto-emploi et l'insertion professionnelle des jeunes diplômés : enjeux et contraintes**

L'insertion des jeunes a toujours rencontré un profond écho autant chez les populations que chez les gouvernements ; étant donné ses aspects multiformes touchant aux domaines de l'éducation, des marchés du travail et des systèmes de formation.

L'analyse socio-économique de l'économie camerounaise montre que l'entrepreneuriat a le potentiel de résoudre de nombreux défis auxquels font face la population et en particulier les jeunes diplômés (Evoua et Tagne, 2017) ; en ce sens qu'elle actionne les leviers du développement de l'économie de manière inclusive et solidaire. Bien que l'insertion professionnelle des jeunes diplômés par l'entrepreneuriat soit un meilleur moyen de réduction du taux de chômage galopant dans l'économie camerounaise, son effectivité demeure très faible. « Depuis 2009, il y a environ 75 000 jeunes qui arrivent chaque année sur le marché de l'emploi au Cameroun. Près de 40% de jeunes au chômage sont des diplômés de l'enseignement supérieur », d'après les chiffres de l'Institut national des statistiques (INS, 2012). C'est dans cette optique que le présent chapitre s'intéresse aux enjeux et contraintes de l'insertion professionnelle des jeunes diplômés par l'entrepreneuriat au Cameroun. Il cherche à analyser la stratégie d'auto emploi des jeunes au Cameroun et ses contraintes afin d'en dégager les objectifs et les questions de recherche.

### **1.1. Entrepreneuriat des étudiants et jeunes diplômés : une alternative à l'insertion professionnelle**

L'entrepreneuriat universitaire est très important pour encourager le développement économique local. Les chercheurs ont démontré qu'encourager l'activité économique génère plusieurs bénéfices. Tout d'abord, elle génère une valeur économique significative en produisant des produits innovants qui répondent aux besoins et attentes des clients. Ensuite elle génère des emplois, en particulier pour les personnes hautement qualifiées ; induit l'investissement dans le développement de la technologie universitaire et enfin elle a un impact économique très localisé (OCDE, 1998). Le développement économique est de plus en plus lié à la capacité d'une nation à acquérir et à appliquer des connaissances techniques et socio-économiques (BIT, 2007), et le processus de mondialisation accélère cette tendance.

L'entrepreneuriat dont il est question est un entrepreneuriat de croissance et d'innovation et non l'entrepreneuriat de subsistance que nous observons très souvent dans des économies faibles. La rareté de l'emploi pousse des jeunes à se tourner vers l'entrepreneuriat de subsistance pour survivre. Ce type d'entrepreneuriat n'est pas générateur d'emploi pérennes et donc pas moteur du développement économique du pays. L'entrepreneuriat est une aventure par nécessité pour 30%<sup>1</sup>des entrepreneurs africains âgés entre 16 et 35 ans.

---

<sup>1</sup> 1 Jacqui Kew, Mike Herrington, Yana Litovsky, and Helen Gale. 2015. Generation entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship. Youth Business international (YBI) and global Entrepreneurship Monitor

L'entrepreneuriat innovant et de croissance quant à lui est très déterminant pour l'économie en ce sens qu'il stimule la productivité, crée des emplois et contribue à améliorer la qualité de vie des citoyens.

### *1.1.1. Définition de l'entrepreneuriat*

L'entrepreneuriat est un phénomène très ancien. On faisait du commerce dans le temps des grecs et des romains, en Occident et en Orient dans les vieilles civilisations chinoises. Cependant, il faut reculer au 18<sup>e</sup> siècle pour voir apparaître les premières définitions qui expliquaient le travail des banquiers et des artisans. À cette époque la notion d'entrepreneuriat se référait à : « ... quelqu'un qui achète la matière première à un prix certain pour la revendre à un prix incertain. » (Cantillon, dans Filion, 1999). Les économistes contemporains considèrent en général l'entrepreneur comme un leader dans les affaires ayant le rôle clé de stimuler la croissance économique et le développement (Gasse, 1982). On constate que les études sur l'entrepreneuriat de cette époque suivaient une perspective économique où l'objectif principal était de faire des gains, de diminuer les coûts et d'augmenter les bénéfices.

Dans la littérature économique actuelle, l'entrepreneuriat se définit comme le fait de reconnaître une opportunité de créer de la valeur ajoutée, de saisir cette opportunité, que cela implique ou non la constitution d'une nouvelle organisation. La création de la valeur ajoutée est une dimension fondamentale de l'entrepreneuriat, mais créer de la valeur ajoutée est le fruit d'une réflexion stratégique et de créativité que les jeunes peinent à développer. D'où la sensibilisation des politiques sur la nécessité de renforcer leurs compétences entrepreneuriales chez les jeunes dès les premières années universitaires.

Pour Schumpeter (1950), un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie. K. Knight (1967) et Peter Drucker (1970), pensent que l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques. L'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, à mettre son temps et son capital dans une entreprise risquée. Une autre définition de l'entrepreneuriat décrit le processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation d'occasions. Ainsi, un entrepreneur peut être défini comme « quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion » (Jeffrey Timmons).

Pour Verstraete et Fayolle (2005), certains éléments permettent de cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat : la création d'une organisation, la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaires, la création de valeur, l'innovation. Ces éléments peuvent se combiner, plutôt que s'opposer. Le premier est le plus caractéristique de

---

(GEM). London: Global Entrepreneurship Monitor (GEM). <https://www.youthbusiness.org/wp-content/uploads/2013/09/GenerationEntrepreneur.pdf>

l'entrepreneuriat, mais ne peut se penser sans les trois autres, qu'il peut incorporer. L'innovation est le plus contestable, puisque certains phénomènes entrepreneuriaux ne sont pas innovants. Pour autant, certains, comme Paturel (2007) proposent cependant une définition d'après lui, plus globale de l'entrepreneuriat : *c'«est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à économie de gaspillage de valeur existante»* Dans cette perspective, l'entrepreneuriat est indissociable de l'approche projet.

### 1.1.2. *Universités Camerounaises : acteur inconditionnel dans la promotion de la culture entrepreneuriale des jeunes*

Les universités sont également considérées comme des institutions précieuses pour le développement économique. Peut-être parce que la mission première des universités est l'éducation, et que l'éducation est considérée par pratiquement tout le monde comme une bonne chose, et peut-être parce que les universités sont parmi les entités géographiquement les plus stables qui existent, qui se délocalisent rarement. Les décideurs politiques cherchent souvent des moyens de transformer les universités de leur pays en moteurs du développement économique. C'est un mécanisme permettant d'améliorer le transfert de technologie depuis les universités, de réduire la fuite des cerveaux hors du pays et d'améliorer la qualité de l'enseignement. Les politiques visant à créer des liens entre les universités et l'industrie font partie des nombreux efforts choisis par les décideurs politiques pour utiliser les universités afin d'améliorer le développement économique.

Les promoteurs de la « cause » entrepreneuriale se sont intéressés à l'université en tant qu'instance capable d'infléchir la socialisation de la jeunesse. Leur préoccupation initiale était la sensibilisation et l'éducation à l'entrepreneuriat à toutes les disciplines universitaires même les plus rétifs à l'esprit d'entreprise tels que ceux de lettres, sciences humaines et art. Ainsi, dans le rapport publié par l'OCDE parlant de la promotion de l'entrepreneuriat en 1998, il est question avant toute chose de diminuer le chômage en incitant les individus à créer des emplois (au moins le leur) et, partant de là, de « lutter contre la pauvreté » (p. 37). Cette réponse entrepreneuriale aux problèmes du chômage et de la pauvreté aurait de plus l'avantage de générer des « effets secondaires » positifs tels que le renforcement de la concurrence, le privilège donné à l'initiative privée pour alimenter la création d'emplois, la réduction des déficits publics, « *alléger les charges dues à l'intervention des pouvoirs publics* », p. 21 ; « *alléger le fardeau des entreprises* », p. 22). C'est également un processus susceptible de renforcer l'innovation et donc de contribuer à soutenir la compétitivité nationale et mondialisée dans lequel le rôle des petites et moyennes entreprises devient décisif. L'enjeu de l'enseignement de l'entrepreneuriat est donc ici économique : ce dernier est souhaité en raison de la contribution supposée qu'il peut apporter à la croissance et c'est d'abord de création d'activité dont est question.

L'éducation à l'entrepreneuriat vise aussi à agir plus en profondeur sur les mentalités et les comportements ajoutant un plus à la création d'entreprises et de la croissance économique. C'est quasiment d'une « révolution culturelle ». Il s'agit de transformer les individus en entrepreneurs d'eux-mêmes, de socialiser les étudiants à un comportement social et économique en investissant de manière stratégique dans le capital humain afin de maximiser leur « employabilité ». Alain Fayolle estime ainsi dans son rapport (2001) qu'apprendre à entreprendre passe par « l'apprentissage tout au long de la vie » de la manière de « cultiver son jardin de compétences, comme un jardinier cultive son potager, pour ne pas prendre le risque de vivre des situations d'exclusion » (p. 31). On comprend à travers les propos de Fayolle l'avènement d'un nouveau type de rapport au travail, voire à l'existence, marqué par le renvoi de chacun à sa responsabilité individuelle. L'éducation à l'entrepreneuriat peut en effet être envisagée non pas comme une entreprise normative mais aussi comme un moyen de fournir aux individus des compétences supplémentaires à même d'élargir leurs perspectives professionnelles, que ce soit en tant qu'indépendants ou salariés, dans le secteur de l'économie classique, de l'économie sociale et solidaire ou même du secteur associatif. Les sujets clés du processus de création d'une nouvelle entreprise comprennent l'opportunité ou l'idée commerciale sur laquelle la nouvelle entreprise est basée, les individus ou les entrepreneurs impliqués dans le démarrage, et le contexte organisationnel dans lequel l'entreprise est lancée (Bruyat et Julien, 2001 ; Phan, 2004 ; Rasmussen, 2006). Les entreprises dérivées des universités sont spéciales en raison de certaines caractéristiques communes : elles se sont développées à partir d'une opportunité émergeant de la recherche universitaire. Les inventeurs universitaires jouent souvent un rôle clé dans le processus de développement, et les phases initiales de développement se déroulent souvent dans un cadre universitaire (incubateur universitaire).

A mesure que la catégorie d'entrepreneuriat s'installe dans le champ éducatif, les enjeux spécifiques dont elle est porteuse en matière de politique d'enseignement supérieur s'affirment eux aussi. De la même manière que le développement de la formation continue a pu contribuer à la redéfinition de l'éducation en termes d'accumulation de capital humain (Buisson-Fenet, Pons, 2012). En France, la loi relative aux libertés et responsabilités des universités (LRU), adoptée en 2007, a été perçue comme une opportunité par les acteurs français cherchant à développer l'entrepreneuriat. Réciproquement, la mise en place de vingt pôles de l'entrepreneuriat étudiant (les PEE sont une dimension du plan « Étudiants entrepreneurs » de 2009) a été considérée par le ministère de l'Enseignement supérieur comme une manière parmi d'autres d'instiller dans l'institution universitaire un ensemble de « bonnes pratiques ».

Le Cameroun, à travers son programme INCUB'CAM du MINPMEESA, a mis en place un programme d'incubation national et doté plusieurs universités et écoles publiques des centres d'incubations.

### *Centre d'incubation universitaire dans la stratégie d'auto emploi*

Dans la stratégie d'insertion professionnelle par l'auto-emploi notamment dans le dispositif formation ; la mise en œuvre des centres d'incubation est la deuxième phase après la phase d'enseignement à la culture entrepreneuriale.

Les idées créatives ont besoin d'être mûries pour créer de la valeur. Les incubateurs sont des milieux propices pour développer des idées créatrices de valeur.

Dans l'enseignement supérieur, de multiples et fructueuses expériences ont été conduites avec la création d'incubateurs. Un incubateur prépare donc les étudiants à opérationnaliser sur projet. C'est une structure d'accueil, de formation et d'accompagnement des porteurs de projets de création d'entreprise et d'accompagnement aux entreprises créées depuis moins de 05 ans. En France, Le Plan Etudiants Pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat (PEPITE) cofinancé par le Ministère de de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (MENESR), le Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique (MEIN) et la Caisse des Dépôts et Consignations (CDC) traduisent un profond changement culturel vers la culture entrepreneuriale des jeunes. L'objectif visé est de doubler le nombre de diplômé.e.s de moins de 30 ans créant des entreprises.

La formation et l'accompagnement universitaire s'appesantit sur les processus de maturation des projets et les perspectives de commercialisation. Les programmes universitaires mettent aussi en avant les ressources latentes dans le contexte universitaire (compétitions, concours de meilleurs projets). Cependant, les besoins financiers de l'entreprise restent un filon à développer pour que les projets étudiants prennent forme dans leur majorité. En outre, les capacités organisationnelles des programmes de soutien permettent d'équilibrer les intérêts sans entraver le dynamisme des projets et l'esprit d'entreprise des chercheurs impliqués. D'où la mise sur pied des centres d'incubation dans plusieurs établissements publics.

Le Cameroun dispose plusieurs incubateurs universitaires pour accompagner l'engagement entrepreneurial des étudiants et la mise en œuvre de leurs projets à la sortie de leur formation. Plusieurs conventions ont été signées entre certaines universités d'Etat et grandes écoles avec le MINPMESA<sup>2</sup> pour héberger les incubateurs d'entreprises. Le rôle du MINPMESA est d'offrir un soutien financier conséquent sous forme d'appui pour soutenir les charges de fonctionnement y relative et financer quelques porteurs de start-up (source MINPMESA).

---

<sup>2</sup> Ministère des petites et moyennes entreprises et de l'économie sociale et de l'artisanat



**Tableau 1:** les universités disposant d'un centre d'incubation au Cameroun

| N° | Incubateurs   | Ville      |
|----|---|------------|
| 1  | Technopole SUP-VALOR de l'Ecole polytechnique   | Yaoundé    |
| 2  | Incubateur de l'ESSEC   | Douala     |
| 3  | Incubateur de l'institut du Sahel   | Maroua     |
| 4  | Incubateur de la faculté du génie industriel  | Douala     |
| 5  | Incubateur LICE (Laboratoire d'ingénierie en création d'entreprise) de l'Ecole nationale supérieure des postes et télécommunication | Yaoundé    |
| 6  | Incubateur de l'ENSAI (Ecole nationale supérieure des sciences agroindustrielles)   | Ngaoundéré |
| 7  | Incubateur de l'université de Buea  | Buea       |
| 8  | Incubateur de l'université de Yaoundé II  | Yaoundé    |
| 9  | Incubateur de l'institut technologique des bois de Mbalmayo   |            |
| 10 | Centre d'incubation et d'assistance aux entreprises agro sylvo- pastorales  | Binguela   |
| 11 | Centre d'incubation de l'institut d'agriculture   | OBALA      |

Source : *INCUB'CAM (programme national d'incubation) du MINPMEESA, 2021*

#### *Accompagnement des universités par les politiques au Cameroun.*

Toutes les économies africaines et en particulier le Cameroun ambitionnent un développement rapide, durable et inclusif. Ceci à travers la promotion de l'entrepreneuriat comme une nécessité. L'entrepreneuriat participe à la dynamique économique. Pour assurer leurs compétitivités, les pays doivent faire une promotion de masse à l'esprit entrepreneurial ; ceci notamment à travers le système éducatif.

Les préoccupations de chômage des jeunes et du sous-emploi sont classées prioritaire dans la stratégie du pays notamment dans le Document de Stratégie pour la Croissance et l'Emploi (DSCE), repris dans le document de la Stratégie Nationale de Développement (SND30). L'emploi des jeunes étant considéré comme levier important pour assurer une croissance économique inclusive et durable. L'autonomisation des jeunes et de leur participation au développement à travers leur insertion dans les circuits de production est une question centrale. Le DSCE ambitionnait de ramener le sous-emploi à moins de 50% en 2020 (contre 75.8% en 2013).

Plusieurs programmes et projets spécifiques de mobilisation, de formation et d'insertion socio-économique ont été développés en faveur de l'entrepreneuriat des jeunes, en collaboration avec les partenaires au développement, notamment les Nations unies, l'Union Africaine, Union Européenne, la BAD, La GIZ etc. en alignement avec plusieurs conventions internationales. Il en résulte de ces collaborations, plusieurs projets au niveau national pour soutenir l'entrepreneuriat jeune (tableau 2).

**Tableau 2:** Quelques programmes de promotion de l'entrepreneuriat en faveur des jeunes

| Programme   | Objectifs  |
|---|--|
| Pacte National pour l'Emploi des Jeunes (PANEJ)   | Le document de politique constitue le socle de la promotion de l'emploi des jeunes ; il vise à donner une chance aux jeunes d'acquérir un métier et d'accroître ainsi leur chance d'insertion professionnelle  |
| Programme d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine (PAJER-U)   | Ambitionne de placer en emploi salarié 2 000 jeunes, de soutenir 1 500 micro-activités et 125 juniors entreprises à hauteur respectivement d'un million et de 25 millions FCFA chacune   |
| Projet d'Insertion socioéconomique des jeunes par la création de microentreprises de Fabrication du Matériel Sportif (PIFMAS) | Il prévoit la création de 700 emplois directs et 200 emplois indirects   |
| Programme d'Appui à la Composante Technologique et Professionnelle de L'enseignement supérieur (PRO-ACTP)                     | Objectif général d'améliorer les capacités de l'Enseignement Supérieur à accompagner le développement socio-économique du pays. Spécifiquement, il s'agit d'améliorer les capacités du dispositif de pilotage et de management, de renforcer le dispositif institutionnel d'appui à l'insertion et à l'implication du milieu socioprofessionnel dans la vie des institutions Technologiques et professionnelles, et d'améliorer la capacité de la composante technologique et professionnelle à produire des professionnels adaptés aux besoins du pays dans les filières de la santé, de l'ingénierie et de l'éducation |

Source : Site des différents programmes

### 1.1.3. Ecosystème entrepreneurial au Cameroun

#### 1.1.3.1. Définition

Un environnement propice au développement des entreprises favorise la création des startups et leur développement à des niveaux très élevés. L'écosystème entrepreneurial est la combinaison opérationnelle d'un ensemble de facteurs qui permet aux entreprises de réaliser leur fort potentiel de croissance. Il existe six facteurs principaux constitutifs de ces environnements à savoir la culture, le marché, les dispositifs de soutien, le capital humain, la réglementation, etc. L'accessibilité et la diversité de financement. Les composantes de l'écosystème entrepreneurial doivent être interdépendantes pour assurer une fluidité du système. La réglementation est très importante car c'est elle qui assure l'encadrement des autres composantes.

Figure 1: Ecosystème entrepreneurial



Source: Daniel Isenberg.2014 What an entrepreneurship ecosystem actually is. Harvard Business Review. Watertown, Massachusetts, *rapporté dans memoire Mirène MALE, 2019*

### 1.1.3.2. La culture

Le processus entrepreneurial est une démarche « progressive et évolutive dans le temps » (Omrane et al.201, p94). Il permet un apprentissage progressif qui amène l'apprenant à acquérir de nouvelles compétences par une pédagogie entreprenante. Dans ce contexte, l'apprenant est à la fois acteur de son apprentissage, de la mise en pratique de sa démarche selon Beghain (2019). Les facteurs stimulant l'esprit d'entreprendre et particulièrement chez les étudiants sont l'intention d'entreprendre et ses motivations. L'intention entrepreneuriale est définie par les jugements de l'individu sur la probabilité de créer sa propre entreprise selon Crant (1996).

Le développement d'une culture entrepreneuriale et de l'innovation et l'incitation à entreprendre constituent indéniablement des actions en faveur de l'employabilité des étudiant.e.s dans des organisations existantes (intrapreneuriat , conduite de projets) ou du passage à l'acte entrepreneurial. Selon l'index du Global Entrepreneurship Network (2018), la culture entrepreneuriale est le degré auquel la population considère l'entrepreneuriat comme un choix valorisant. Le même index indique que l'acceptation du risque est très faible en Afrique centrale ; ce qui constitue un obstacle à la création des entreprises.

#### *1.1.3.3. Le marché*

En se référant toujours à l'index du Global Entrepreneurship Network (2018), les entrepreneurs africains notamment de l'Afrique centrale réussissent à se constituer des réseaux professionnels solides, mais l'accès sur le marché reste difficile. Au Cameroun, l'accès aux données fiables pourrait faciliter les liens commerciaux entre les entrepreneurs.

#### *1.1.3.4. Infrastructure et dispositif de soutien*

Le déficit des infrastructures physiques est un facteur de frein au développement des activités des entreprises. L'accès à l'électricité au Cameroun est considéré comme une contrainte majeure, Banque Mondiale (2015), également l'accessibilité en termes de prix. En ce qui concerne l'internet, selon le même rapport le taux de pénétration reste faible. Le coût de la connexion aussi est élevé.

Pour ce qui est du soutien à l'entrepreneuriat, le Cameroun à travers le MINPMEESA, a doté plusieurs universités et écoles professionnelles dans centres d'incubation. Il s'agit du programme national INCUB'CAM. Plusieurs acteurs sont impliqués : en plus des incubateurs, on note des accélérateurs d'entreprises, les espaces privés de Coworking en partenariat avec l'Etat, les concours et prix divers, les laboratoires de recherches universitaires, les réseaux d'experts.

#### *1.1.3.5. Réglementation*

Le Gouvernement Camerounais accorde une place de choix au développement de l'entrepreneuriat jeune. La mise en place par exemple de l'APME (Agence de promotion des PME) pour accompagner les entreprises dans leurs actions. Selon l'index Doing Business qui évalue le niveau de facilitation des affaires dans les pays du monde, le Cameroun se situe sur la partie inférieure du classement, ce qui traduit un climat des affaires peu favorable. Cependant beaucoup d'efforts sont en train d'être faits pour inverser la tendance.

#### *1.1.3.6. Le financement*

Peu importe le type d'entrepreneuriat opté, il est très difficile d'entreprendre au Cameroun. L'accès au financement bancaire est rare, le cadre juridique et parfois inadapté aux besoins des jeunes entrepreneurs ; on note aussi peu de données fiables sur le marché. Plusieurs autres études (Banque Mondiale, 2006 ; Africapractice, 2005 ; FMI, 2004 ; E. Aryeetey, 1998) montrent que les difficultés d'accès au financement constituent le premier obstacle au développement des PME d'Afrique Subsaharienne.

Les résultats de l'enquête du Ministère des PME (2009) indiquent que près de 77,1 % des PME camerounaises connaissent des problèmes de financement bancaire. L'offre de la microfinance n'est pas adaptée aux besoins des entrepreneurs parce qu'elle propose des sommes parfois très micros, le plus souvent sur le court terme avec des taux d'intérêts élevés. La frilosité des banques et microfinances peut s'expliquer par le risque très élevé quant au profil des entrepreneurs, notamment les jeunes diplômés. Ils n'ont pas encore de

l'expérience, ni de traçabilité de leurs opérations pour prouver leur solvabilité. Certains instruments financiers plus adaptés sont en train de gagner du terrain sur le marché financier au Cameroun à l'instar des fonds de capital-risque, les Business Angels (Club 237 Business Angel), les outils alternatifs comme les prêts d'honneur (mis en place par l'APME) et le crowdfunding.

L'analyse de l'écosystème entrepreneurial camerounais fait ressortir que le financement (notamment de l'entrepreneuriat) reste le chaînon fragile. Son impact est très significatif sur les autres composantes du système. Les entrepreneurs font face très souvent à une période critique qui est le gap entre le moment où les fonds provenant de ses proches (famille, amis, épargne personnelle) tendent à s'épuiser et le moment où l'entreprise est suffisamment viable pour attirer les financements et investissements disponibles sur le marché. Pendant cette période critique, beaucoup de projets meurent.

## **1.2. Entrepreneuriat des jeunes diplômés : contraintes**

Que ce soit pour saisir une opportunité ou pour survivre, entreprendre reste difficile au Cameroun. Au premier rang de la difficulté, le problème d'accès au financement bancaire reste rare, le cadre juridique et fiscal parfois inadapté, peu de données sur le marché etc. D'après les résultats du Recensement Général des Entreprises (RGE, 2009), 58,8% d'entreprises identifient la fiscalité comme le principal obstacle à l'entrepreneuriat au Cameroun. Ce taux passe à 77,3% dans le Business Climate Survey de 2011 (INS, 2012). Le développement de l'enseignement supérieur est, partout dans le monde, un enjeu pour le développement social et pour celui d'une société de la connaissance. La réussite universitaire passe par l'apprentissage d'un véritable métier d'étudiant. L'entrepreneuriat n'est pas inné, le souligne (Stevenson, 2007). C'est un ensemble de comportements, d'attitudes qui peuvent s'acquérir par la formation.

### *1.2.1. Le capital confiance*

La confiance est un élément fondamental tant dans les affaires que dans la finance. Elle se base sur plusieurs critères très souvent subjectifs. Le manque de confiance dans l'écosystème financier camerounais et les recommandations du comité de Bâle II poussent les institutions financières à développer plus exigences en matière de garantie. Ce qui entrave le problème d'accessibilité au fonds par les entrepreneurs.

### *1.2.2. L'inexpérience*

Beaucoup de jeunes sont intéressés par l'entrepreneuriat. Parmi leurs motivations, on peut citer le besoin d'indépendance (Gasse, Tremblay, 2007, p.9), le besoin d'accomplissement qui fait d'ailleurs partie d'un des besoins dominants (Fayolle, 2004, p.62). Le milieu familial et son entourage est aussi un facteur déterminant (Gasse, 2003, p.51), l'éducation et l'expérience, le

territoire (Fayolle, 2004 p.65-66), les ressources humaines (Capron et Lerminiaux, 2009, p.60), l'accessibilité sur le marché et ressources financières.

Cependant, de nombreux défis persistent, réduisant considérablement leurs capacités à se lancer dans un emploi indépendant. Le manque de technique d'entrepreneuriat, de formation appropriée, de moyens financiers, de programmes d'accompagnement des pouvoirs publics, d'informations sur le marché, etc. UNIDO, UNOWA, YEN, (2007)<sup>3</sup>.

### 1.2.3. Accès au financement

Plusieurs études (Banque Mondiale, 2006 ; Africapractice, 2005 ; FMI, 2004 ; E. Aryeetey, 1998) montrent que les difficultés d'accès au financement constituent le premier obstacle au développement des PME et startups en Afrique Subsaharienne. Certains travaux empiriques mettent en avant le manque de financement comme déterminant de la stagnation ou de l'échec entrepreneurial. « *Le capital financier de départ encourage beaucoup l'entrepreneuriat. L'entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers rencontrera plusieurs difficultés* » (Matouk et Nacéra, 2013). Le constat est que la problématique d'accès au financement reste le maillon faible de la chaîne et entrave l'efficacité de toute la stratégie.

Au Cameroun, l'appui financier des projets s'est un peu développé avec la forte sensibilisation autour de l'entrepreneuriat et la création des entreprises par des jeunes. L'objectif de cet appui financier est de subvenir aux besoins des entrepreneurs au cours de la phase critique de pré-crédation et de post-crédation. Ainsi, on assiste à une vague d'offres diversifiées de financement (système encore embryonnaire) des startups et porteur d'idées de projets. Le financement d'amorçage des startups en milieu jeune s'est institutionnalisé ces derniers temps notamment avec des programmes gouvernementaux tels que (1) le Pacte National pour l'Emploi des Jeunes (PANEJ) qui constitue le socle de la promotion de l'emploi des jeunes et vise à donner une chance aux jeunes d'acquérir un métier et d'accroître ainsi leur chance d'insertion professionnelle ; (2) Programme d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine (PAJER-U) qui ambitionne de placer en emploi salarié 2 000 jeunes, de soutenir 1 500 micro-activités et 125 juniors entreprises à hauteur respectivement d'un million et de 25 millions FCFA chacune ; (3) le Projet d'Insertion socioéconomique des jeunes par la création de microentreprises de Fabrication du Matériel Sportif (PIFMAS) qui prévoit la création de 700 emplois directs et 200 emplois indirects etc.

D'autres pratiques privées se sont développées telles que les « Business Angel » (financement privé des personnes physiques connues), le Capital-risque (financement privé à risque par une entreprise), le crowdfunding (finance par une « foule de petits investisseurs ») Masmoudi (2007 ; p.58). Ces offres sont destinées à contribuer et booster au fonds de démarrage du projet dépendamment du type de projet et du porteur lui-même Leger-Jarniou (2005). L'appui

---

<sup>3</sup> « Best practices. Policy Environment, Tools and Methodologies for Youth Employment in West Africa »

financier des créateurs est plusieurs fois mentionné comme un moyen efficace d'encourager l'initiative et d'encourager les entreprises naissantes.

Parmi ces pratiques de financement privé, le récent engouement et les études faites sur le crowdfunding relèvent que cet outil s'avérerait pertinent pour financer les projets entrepreneuriaux des jeunes diplômés. Son modèle économique du crowdfunding permet à la demande et à l'offre d'un processus de financement d'interagir directement avec une foule de « petits investisseurs » et supprime les fonctions intermédiaires qui étaient auparavant assurées par de nombreuses institutions financières. Il pourrait simplifier considérablement le processus de financement et d'investissement et réduire de manière significative le coût du financement Wang, al (2018).

Cette panoplie d'offres de financement, y compris la finance informelle, sur le marché ne résorbe toujours pas le problème d'accès des étudiants entrepreneurs et jeunes diplômés au financement pour développer leurs projets. Les exigences de ces modes de financement excluent la plupart de ces jeunes porteurs de projets n'ayant pas de garantie, de l'expérience, encore moins les états financiers montrant la rentabilité et la croissance de l'activité.

Ce qui nous amène à nous questionner sur les solutions de financements adaptées aux projets entrepreneuriaux des étudiants. Le niveau de chômage et de sous-emploi des jeunes, le faible niveau de transformation des projets entrepreneuriaux de ces jeunes relèvent qu'il y a un chaînon manquant ou insuffisant dans l'écosystème entrepreneurial au Cameroun : L'accès au financement. Les ressources financières sont disponibles mais son accessibilité par les jeunes porteurs d'idées reste problématique.

Nous avons vu à travers l'analyse de l'écosystème que le financement est un problème dans la stagnation ou l'échec entrepreneurial. Il est question maintenant de comprendre les critères et attentes des étudiants en matière de financement de leurs projets de création d'entreprise, de déceler les spécificités de la modalité de financement pertinent compte tenu de leur situation afin de faire un rapprochement entre le crowdfunding et leur besoin de financement.

### ***1.3. Enoncé des objectifs et question de recherche***

La présente étude vise à accompagner le dispositif formatif mis en place dans les universités pour booster l'entrepreneuriat des jeunes étudiants entrepreneurs à la sortie de leur formation universitaire. Elle se veut également d'enrichir la littérature au sujet de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités.

#### ***1.3.1. Objectifs de recherche***

L'objectif général de ce travail vise à contribuer à l'insertion des jeunes diplômés en examinant la démarche à suivre pour faire du crowdfunding un levier de progrès des projets entrepreneuriaux des étudiants et jeunes diplômés au Cameroun. Il vise également à

contribuer à l'insertion des jeunes diplômés en proposant une démarche pratique par le crowdfunding, permettant aux étudiants et jeunes entrepreneurs de réunir les compétences et le capital d'amorçage nécessaire pour transformer leurs belles idées en projets concrets et viables permettant de créer de la valeur ajoutée dans l'économie camerounaise. De manière spécifique il s'agira de :

**OBS1** : caractériser de la problématique de financement des projets entrepreneuriaux dans un contexte universitaire

**OBS2** : Identifier les besoins et les attentes des étudiants en matière de financement de leurs projets entrepreneuriaux

**OBS 3** : Caractériser le crowdfunding et proposer une démarche pratique par le crowdfunding, permettant aux étudiants et jeunes entrepreneurs de lever les fonds nécessaires au financement de leurs projets

### 1.3.2. Questions de recherche

Le problème central que la présente étude souhaite résoudre est le faible taux de transformation des projets qui sortent des centres d'incubation ou des structures faisant office d'accompagnement des porteurs de projet dans les universités et écoles professionnelles au Cameroun. Concrètement il sera question de répondre aux questions spécifiques suivantes :

**Q 1** : *quelles sont les conditions de réussite d'une stratégie d'insertion professionnelle par l'auto-emploi.*

**Q 2** : *Quelles sont les exigences de financement des projets entrepreneuriaux sur le marché financier camerounais ?*

**Q3** : *Quelles démarches pratique pour promouvoir le crowdfunding comme levier de progrès des projets entrepreneuriaux des étudiants et jeunes diplômés au Cameroun ?*

### 1.3.3. Hypothèses de recherche

Dans la pratique, le constat est que la stratégie d'auto-emploi par l'insertion professionnelle présenterait quelques insuffisances, notamment sur le segment de financement des projets entrepreneuriaux. Les types de financement de création d'entreprise disponibles sur le marché ne sont pas adaptés aux besoins des étudiants. Cependant, un nouveau modèle de financement qu'est le crowdfunding, adapté à tout type de projet a revu le jour depuis la crise de 2008, en particulier par son modèle économique. D'où l'hypothèse suivante :

**H1** : Le modèle économique du crowdfunding permettrait de transformer les idées des étudiants entrepreneurs en projets concrets et économiquement rentables.

On retient de ce chapitre que la sensibilisation à la culture entrepreneuriale est très déterminante pour l'insertion des jeunes diplômés dans l'économie et assurer leur carrière professionnelle. Elle est une solution durable contre le chômage des jeunes. Cependant, dans la stratégie de l'insertion professionnelle par l'entrepreneuriat mise en place par le



gouvernement camerounais, on constate que l'accès des porteurs d'idées jeunes au financement est le maillon faible de la chaîne des mesures en faveur de l'auto-emploi. Ce qui fragilise l'efficacité de la politique. Il est à se demander ce qui caractérise le jeune étudiant et diplômé d'université qui le rend plus vulnérable en termes d'accessibilité au financement. Que peut-on dire de ce profil de jeune qui fonce de plus en plus dans les activités qui exigent plus de challenge ?

## **2. Financement des projets entrepreneuriaux en contexte universitaire : quelle offre pour les étudiants entrepreneurs et jeunes diplômés ?**

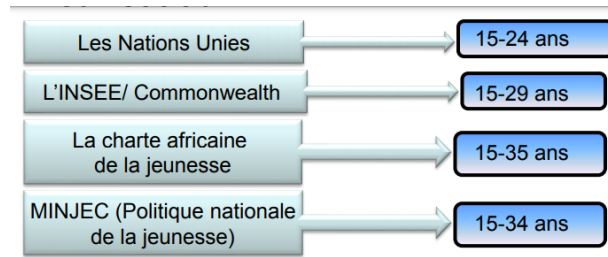
Le premier chapitre a permis de définir et de circonscrire notre problématique, qui est celle de l'accès des étudiants entrepreneurs et jeunes diplômés au financement pour implémenter leurs projets. Les études sur l'entrepreneuriat des jeunes sont émergentes. Avant, les analyses se focalisent sur le comportement des jeunes en tant qu'employé. Il existe peu de travaux de recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes (Tremblay et al., 2010). Qu'entend-on par entrepreneur étudiant ? Jeunes diplômés ? Quelles sont ses caractéristiques, sa particularité par rapport aux critères de la finance entrepreneuriale ? quel est son potentiel ? Quel type d'entrepreneuriat faut-il envisager pour les amener à une insertion efficace ? Sont autant de questions auxquelles ce chapitre s'attelle à répondre. Il s'agit ici de dresser le profil de l'entrepreneur étudiant par rapport à celui d'un entrepreneur-type afin de ressortir les similitudes et disparités et d'en dégager la particularité de l'étudiant ; ensuite de ressortir les caractéristiques entrepreneuriales des jeunes, de faire un rapprochement entre le profil d'un étudiant entrepreneur et jeune diplômé et les critères d'éligibilités du financement des projets sur le marché camerounais, et enfin de formuler les hypothèses de travail.

### **2.1. Etudiant entrepreneur et jeunes diplômés : des acteurs atypiques**

Selon le dictionnaire Larousse, un étudiant est une « personne qui fait des études supérieures dans une université ou un établissement d'enseignement supérieur, une grande école ». Il n'existe pas une harmonisation claire des caractéristiques des étudiants. Chaque Etat détermine la façon dont il classifie et gère cette population. Pour parvenir à faire le profilage des étudiants, il est important de les intégrer dans la génération auxquelles ils appartiennent. Les étudiants étant eux-mêmes des jeunes, la définition de la jeunesse varie d'un pays à l'autre. La jeunesse se définit généralement comme le groupe de la population âgé de 15 à 24 ans (Nations unies). Dans de nombreux pays africains, la limite d'âge de la jeunesse s'allonge jusqu'à 35 ans (Union africaine). Par définition, un jeune diplômé est « un salarié ayant au maximum 30 ans, et est titulaire d'un diplôme de niveau II (diplôme de second cycle universitaire ou d'écoles) ou de niveau I (diplôme de 3e cycle universitaire ou d'école) délivré par l'éducation nationale. Il dispose d'une expérience professionnelle inférieure à 36 mois au sein de la branche (au titre de tout type de contrat de travail) »<sup>4</sup>. Dans le cadre de ce projet nous considérons un jeune diplômé, comme un individu ayant reçu un diplôme universitaire dont l'âge varie entre 21-35 ans.

---

<sup>4</sup> <https://www.fo-cadres.fr/identite-cadre/les-jeunes-diplomes/> consulté le 02/08/2021



Il n'est pas aisé de dresser un profil type d'un entrepreneur encore moins un entrepreneur jeune. Les motivations, les comportements et attitudes varient selon certains facteurs tels que l'environnement des affaires, le niveau de compétences, qualifications, l'âge, l'expérience etc. La littérature sur le profilage d'un entrepreneur est abondante. Des auteurs tentent de ressortir des points communs qu'on peut qualifier de caractéristique d'un entrepreneur. Cependant, il n'est pas prudent de le généraliser.

### 2.1.1. Concept d'étudiants entrepreneur

Être entrepreneur au Cameroun, comme ailleurs, signifie créer une entreprise, la développer et la maintenir dans le marché en innovant et en demeurant concurrentiel (Julien, 2000). Les jeunes, étudiants, jeunes diplômés, voire ceux qui n'ont pas été loin dans les études développent de plus en plus un fort engouement pour l'entrepreneuriat indépendant.

Pour les jeunes non diplômés, l'envie d'entreprendre est plus comme une nécessité ; un moyen de subsistance. On assiste alors à l'entrepreneuriat de subsistance plutôt que de croissance. Dans la ville de Douala au Cameroun, on compte plus de 150.000 motos taximen diplômés de l'enseignement supérieur<sup>5</sup>. Ce type d'emploi règle partiellement l'insertion professionnelle de jeune qui s'y engage mais ne crée pas de nouveaux emplois. Ce type d'entrepreneuriat n'est donc pas générateur d'emplois pérennes et par conséquent ne participe pas véritablement au développement du tissu économique.

Pour les jeunes qualifiés, cette appétence grandissante n'est pas une nécessité mais un entrepreneuriat d'opportunité. Leur perception du travail, leur agilité à intégrer les modèles de la nouvelle économie numérique, leur capacité à se mouvoir dans leur carrière professionnelle, en font des acteurs clés pour préparer les emplois de demain. Cet entrepreneuriat innovant est un facteur déterminant de la croissance car il stimule la productivité, crée des emplois et contribue à améliorer la qualité de vie des citoyens.

Dresser le profil de l'étudiant entrepreneur revient dans notre contexte à dresser des facteurs motivationnels des jeunes étudiants-entrepreneurs de la génération Y et aux valeurs qui y sont rattachées. On note une évolution des caractéristiques étudiantes : plus grande confiance en soi, plus optimiste, conception plus décontractée de la vie, désir relever des défis, groupes plus hétérogènes, davantage cosmopolites, moyenne d'âge plus élevée, plus

<sup>5</sup> I.N.S. (2012), Rapport principal de l'enquête sur l'emploi et le secteur informel au Cameroun en 2010, Institut National de la Statistique

diversifiés sur le plan ethnique ou culturel, conciliation travail-études, expérience internationale.

L'expérience entrepreneuriale mérite qu'on ressorte toutes ou presque les caractéristiques qui poussent à l'action et au succès. Que l'on soit étudiant, jeunes diplômés ou acteurs dans la société, lorsque les caractéristiques qui favorisent la réussite dans les projets seront connues et assimilées dans l'esprit des jeunes, mieux elles vont contribuer au succès. Il est donc important de comprendre la nature et la dynamique de l'esprit d'entreprise avant de dresser le profil particulier de l'entrepreneur étudiant.

### *2.1.2. Dynamique entrepreneuriale des étudiants vers une insertion professionnelle durable*

Les entrepreneurs sont des personnes passionnées, prêtes à réaliser de grandes choses, qui travaillent des heures interminables sans compter, capables de réaliser des projets d'envergure avec toujours une plus grande énergie. Ces personnes, très souvent sont proches de nous. Que ce soit dans notre communauté, famille, entourage proche, dans le pays, on trouve des modèles ; ses personnes qui par leurs grandes réalisations correspondent aux entrepreneurs ou des personnes avec un fort profil entrepreneurial.

Les caractéristiques que Schumpeter (1934) avait identifiées à l'époque seraient aujourd'hui celles d'un intrapreneur, c'est-à-dire quelqu'un qui joue un rôle entrepreneurial au sein d'une organisation (Filion, 1999). Le champ de recherche de l'entrepreneuriat touche plusieurs courants de pensée : l'approche des traits, l'approche environnementale, l'approche des intentions entrepreneuriales et la dernière, l'approche de l'entrepreneur naissant. Les partisans de l'approche des traits s'intéressent au phénomène de la création d'entreprise dans le but de comprendre pourquoi, dans des circonstances similaires, certaines personnes décidaient de se lancer en affaires alors que d'autres ne le font pas (Audet, 2001). Les résultats ont démontré que les individus qui passaient à l'action possédaient certains traits de caractère et une personnalité propre qui les distinguaient des autres. Certaines critiques ont été soulevées notamment le fait de trouver les caractéristiques de l'entrepreneur-type chez certaines personnes qui ne choisissaient la voie de l'entrepreneuriat (Audet, 2001). Ces critiques ont fait naître une autre approche dite environnementale. Cette approche soutient l'hypothèse selon laquelle plusieurs événements peuvent agir comme catalyseur dans la décision de créer une entreprise. Par exemple, une opportunité ou un désir de réaliser son rêve (perçus comme facteurs positifs), la perte d'un emploi, l'insatisfaction au travail (des facteurs négatifs). Le fait que le milieu dans lequel une personne grandit et évolue serait susceptible d'influencer son cheminement de carrière (Cooper et Dunkelberg, 1981 ; Dana, 1993 ; dans Audet, 2001). L'approche des intentions entrepreneuriales, selon Audet (2001), suppose que tout comportement qui nécessite une certaine planification peut être prédit par l'intention d'avoir ce comportement (même auteur, 2001). Cette approche vise à étudier les intentions avant même qu'un comportement ait été observé. L'approche de « l'entrepreneur

naissant » quant à se concentrer sur la période de gestation du projet d'entreprise, soit à partir du moment où l'aspirant entrepreneur commence à concrétiser son projet et ce, jusqu'à son accomplissement (Reynolds et Miller, 1992 ; dans Audet, 2001). Elle vise tant les comportements, les habiletés, les attitudes et les aptitudes des aspirants entrepreneurs que l'environnement dans lequel ils évoluent ou posent des gestes et des actions dans le cours du processus de création d'entreprise (Audet, 2001). « Un entrepreneur est une personne qui imagine, développe et réalise ses visions » Filion (1991).

Les facteurs motivationnels des jeunes étudiants-entrepreneurs et les valeurs qui y sont rattachées sont du point de vue théorique, expliqués grâce au modèle « Push/Pull » : c'est-à-dire que les individus sont soit attirés (par une opportunité d'affaires), soit poussés vers la création d'entreprise (afin de créer leurs propres emplois) (Schjoedt, Shaver, 2007; Gilad, Levine, 1986).

Figure 2: Les facteurs motivationnels des jeunes étudiants-entrepreneurs

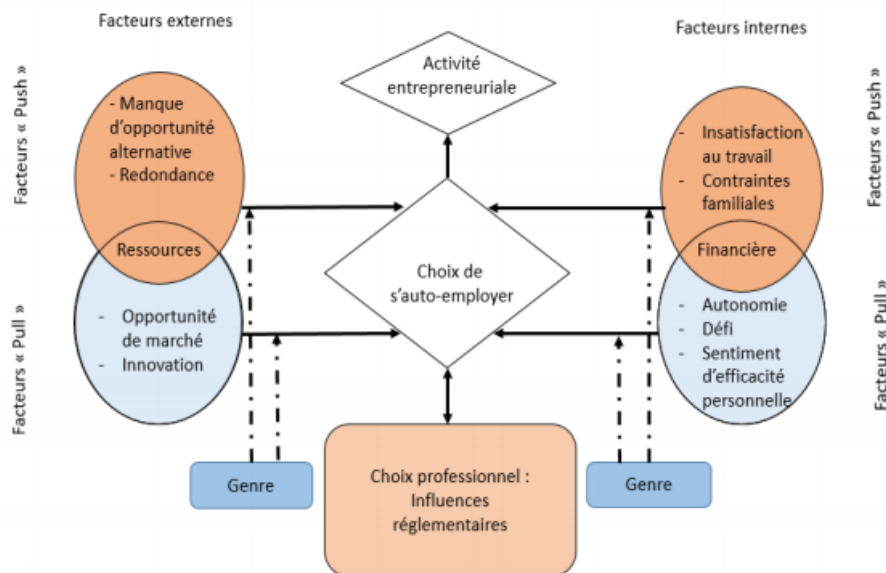


Fig. Traduction, représentation des facteurs pull et push de l'entrepreneuriat adapté de Dawson et Henley 2012, dans mémoire Mirène MALE, 2019

### 2.1.3. Profil de l'étudiant entrepreneur et des jeunes diplômés : quelles spécificités face aux exigences de financement ?

Définir le profil d'un étudiant n'est pas chose aisée. Cependant, du point de vue profilage, on peut classer l'étudiant en fonction de la génération à laquelle il appartient. Délimiter une génération est tout aussi difficile. Généralement, les démographes définissent une génération par rapport à leur année de naissance. Les historiens quant à eux le font en se référant à une histoire commune vécue par une communauté de personnes (Brillet et al., 2012 ; Bayad et al.,

2013). Pichault et Pleyers (2010) affirment qu'une génération s'étant très souvent sur une période de 20 ans.

Certains psychologues chercheurs ont tenté de segmenter plusieurs types de génération depuis les années 60. À l'origine, on ne parle que de théorie X et théorie Y. C'est Douglas McGregor, un professeur de management à la prestigieuse université du Massachusetts Institute of Technology (MIT), dans ses études sur les relations humaines au travail, qui a développé ce concept à partir des années 60. L'hypothèse dominante étant que les travailleurs n'ont pas les mêmes attentes au travail en fonction de leur génération. L'auteur distingue deux générations : la génération X et la génération Y. Strauss-howe dans sa théorie générationnelle va segmenter une autre génération qu'il va appeler les « baby-boomers »

Tableau 3: segmentation des différentes générations de 1943 à nos jours

| Type de génération   | Année de naissance | Caractéristiques  |
|----------------------|--------------------|---|
| Les « baby-boomers » | 1943-1960          | Caractérisés par les comportements orientés « objectifs ».  |
| La génération X      | 1961-1981          | Respectueuse des règles et de la hiérarchie et se montre fidèle à l'entreprise qui l'emploie, même si elle n'aime pas toujours le travail qu'elle fait    |
| La génération Y      | 1981- 1995         | Travail doit rimer avant tout avec plaisir et épanouissement. Pas de routine. Les « Y » veulent tout faire plus vite et réclament plus de responsabilités |
| La génération Z      | 1995-2010          | Ils sont nés avec des technologies matures, mais ne sont pas entrés dans le monde du travail  |

Dans notre étude, seule la génération Y fera l'objet d'analyse car elle est déjà entrée dans le monde du travail. Il existe peu de consensus sur le sujet délimitation temporelle de ladite « génération Y », (Minifie, Otto, 2011 ; Pichault, Pleyers, 2010) ; toutefois les avis se rapprochent. Elle est considérée comme une génération « entrepreneuriale » au vu de ses caractéristiques. Cependant, l'entrepreneuriat est différent de celui étudié dans la littérature classique selon les auteurs (Claire, 2012 ; Holt et al., 2012). En plus du succès économique, ils sont attirés par d'autres valeurs telles avoir une vie économique, impacter positivement leur communauté, poursuivre voire réaliser leur passion (Claire, 2012). Cette génération a de plus en plus une appétence pour les défis, cherche à se développer personnellement, veut aider les autres, réussir et avoir une stabilité financière (Holt et al., 2012), veut travailler de manière intelligente, aime la flexibilité et est constamment à la recherche d'un équilibre entre le travail et la famille (Minifie et Otto ,2011).

Au regard de la tranche d'âge et des motivations, les caractéristiques de la génération Y correspondent à celle des étudiants et jeunes diplômés qui entrent fraîchement dans le monde de l'emploi, et donc concernés par la problématique de l'insertion professionnelle.

## 2.2. Le paysage de financement des projets entrepreneuriaux au Cameroun

L'accès aux ressources est identifié comme un des défis structurels qui limitent de manière drastique l'auto-emploi des jeunes (REJ)<sup>6</sup>. Les entrepreneurs sont souvent très dépendants des instruments classiques de la dette pour satisfaire leurs besoins de démarrage, de trésorerie et d'investissement, mais ces instruments ne répondent pas pleinement aux différents besoins de financement aux divers stades de leur cycle de vie. Le financement par bancaire n'est pas adapté aux entreprises nouvelles, innovantes et à croissance rapide, qui se situent dans le haut de la fourchette risque-rendement. Le « déficit de financement » dont souffrent ces entreprises est souvent un « déficit en capitaux de croissance ». Pour financer des projets à fort potentiel de croissance, il faut des mécanismes innovants qui viendront pallier les sources traditionnelles de financement. Ces sources très souvent sévères pour les startups et porteurs de projet dont les revenus sont difficiles à prévoir, et dont le modèle d'activité s'appuyant sur des actifs incorporels qui sont très spécifiques à l'entreprise sont difficiles à utiliser en garantie dans un contrat de prêt classique.

### 2.2.1. Cartographie des financements de l'entrepreneuriat au Cameroun

Dans l'écosystème financier camerounais, il existe trois types de structure de financement : la finance institutionnelle, la finance non institutionnelle (tontine) et les autres types de finance dits innovants. Selon les rapports Doing Business (Banque Mondiale et de la SFI, 2010 & 2020), les entreprises camerounaises sont passées de la 135<sup>e</sup> position en 2010 à la 80<sup>e</sup> position en 2019 en ce qui concerne l'obtention des prêts. Une grande amélioration qui malheureusement ne comble pas le besoin grandissant des entrepreneurs en matière de financement.

#### ○ Finance institutionnelle

Les PME camerounaises connaissent de sérieuses difficultés d'accès au crédit bancaire.

Le Cameroun a, certes, amélioré l'accès à l'information sur le crédit en établissant un cadre par le biais de la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale pour l'octroi de licences et le fonctionnement des bureaux de crédit, mais son indice de crédit reste faible (E. Sacerdoti, 2009).

L'intérêt rémunère le risque. Le constat est simple, plus le risque est maîtrisé, plus le rendement est faible. Le rendement élevé va avec le même niveau de risque. Selon donc le rapport d'OCDE (2013), nous remarquons que le segment de startups est plus risqué, les services financiers proposés présentent d'énormes risques. Le système de garantie, habituellement exigé par le système bancaire, est contourné dans ces offres. Les produits financiers proposés sont pour la plupart les instruments de capitaux propres (voir tableau ci-dessous).

---

<sup>6</sup> Réseau des Entrepreneurs Jeunes

Tableau 4: les formes de prêts offerts par les institutions financières

| Risque/rendement faible   | Risque/rendement faible   | Risque/rendement Moyen   | Risque/rendement élevé   |
|---|---|--|--|
| <i>Financement par Nantissement d'actif</i>   | <i>Autres types d'emprunts</i>  | <i>Instruments « hybrides »</i>  | <i>Instruments de capitaux propres</i>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prêt contre nantissement d'actif</li> <li>• Affacturage</li> <li>• Financement de commandes</li> <li>• Crédit-stockage</li> <li>• Crédit-bail</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obligations d'entreprise</li> <li>• Titrisation de créances</li> <li>• Obligations sécurisées</li> <li>• Placements privés</li> <li>• Financement participatif (prêt)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prêt/obligation subordonné</li> <li>• Participation tacite</li> <li>• Prêt participatif</li> <li>• Droits de participation aux bénéficiaires</li> <li>• Obligations convertibles</li> <li>• Obligations avec bons de souscription</li> <li>• Financement mezzanine</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital-investissement</li> <li>• Capital-risque</li> <li>• Plates-formes spécialisées dans l'introduction en bourse de PME</li> <li>• Financement participatif (actions/equity)</li> </ul> |

Source: OCDE, (2013), Alternative financing instruments for SMEs and entrepreneurs: The case of mezzanine finance, OCDE, Paris

○ Finance non institutionnelle : tontine

Les tontines, encore appelées dans la littérature Associations d'épargne et de crédit rotatif, sont une association mutuelle, solidaire, dont le but est d'assister matériellement et moralement ses membres et de sauvegarder leurs intérêts. Cette pratique est assez populaire au Cameroun. On les trouve souvent sous deux formes : les tontines de consommation et les tontines d'investissement. Les tontines de consommation visent à satisfaire les besoins de consommation, souvent sans taux d'intérêt ; tandis que les tontines d'investissement, avec taux d'intérêts, sont consacrées aux investissements.

Selon une étude de Sonia Tello Rozas et Bernard Gauthier (2012) sur le rôle des tontines dans la performance des entreprises au Cameroun, les résultats révèlent que « *les tontines serviraient principalement à financer des opérations courantes (les flux de trésorerie) plutôt qu'à accroître le capital ou à réaliser des investissements* ».

2.2.2. Autres types de financement dit « innovants »

Au Cameroun, les banques sont très frileuses quant au financement des PME et startups qu'elles jugent trop risquées et ne disposant pas des garanties solides, ni d'historiques formels pour prouver leur solvabilité ni suffisamment de compétences. La réglementation bancaire notamment avec les recommandations du comité de Bâle II sont contraignantes pour les systèmes bancaires en général et les empêchent de financer l'économie. Les solutions de financement des porteurs d'idée et startups réellement adaptées telles que les fonds de capital-risque et les Business Angel, ou encore les outils de financement alternatifs/complémentaires notamment le mécanisme des prêts d'honneur et le



crowdfunding sont encore en train d'émerger et peu connues du public. Le gouvernement met également des fonds à disposition pour financer les jeunes porteurs de projets.

Les capitaux d'amorçage et de démarrage encouragent la création d'entreprises et leur développement. Plusieurs offres de financement dites « innovantes » sont observées dans le paysage financier des startups au Cameroun notamment les « Business Angels », le capital-risque et le crowdfunding.

Tableau 5: Niveau du cycle de vie des startups et leurs besoins de financement

| Etape                    | Idée  | Développement   | Prototype  | Preuve de conception   | Croissance  |
|--------------------------|---|---|--|--|---|
| Description              | Pré-produit et revenu, seulement l'idée   | Travail sur le développement du produit, service, recrutement de l'équipe               | Prototype terminé, test et retour d'utilisation  | Amélioration du produit, élargissement de l'audience   | Succès sur le marché, expansion   |
| Potentiels investisseurs | Angel investor, réseau, incubateurs, <b>famille/amis</b> , dons venant des fondations | Accélérateurs, Business Angels, réseau, <b>crowdfunding</b> , dons (publics ou privés), | Capital-risque, investisseurs "d'impact", <b>crowdfunding</b> , entreprises publiques ou privées | Capital-risque, investisseurs "d'impact", <b>crowdfunding</b> , entreprises publiques ou privées | Capital-risque, investisseurs "d'impact", <b>crowdfunding</b> , entreprises publiques ou privées, banques |

Source : traduction guide d'investissement Rwanda

#### ○ Business angels

Les « Business Angels » c'est une personne fortunée disposant des revenus assez significatifs et qui souhaite investir dans des startups. Dans la pratique, en plus de l'argent qu'elle met à disposition du start-upper, elle met également son temps pour coacher et suivre le projet et son réseau pour faciliter l'accès sur le marché. Cependant, les personnes fortunées au Cameroun, il en existe peu au regard du nombre de projets que portent les jeunes.

Cette activité est encore embryonnaire au Cameroun. Cependant on note dans le paysage une initiative visant à regrouper les Business Angels au sein d'un club avec de canaliser leurs actions et avec plus d'impact positif auprès des entrepreneurs<sup>7</sup>.

#### ○ Capital-risque

Le capital-investissement est un concept qui englobe l'ensemble des interventions en fonds propres aux différents stades du développement des entreprises de croissance (A. Dayan et al, 1999). Il s'agit des fonds d'investissement qui entrent dans le capital d'une entreprise sur le long terme en utilisant plusieurs canaux notamment le financement du fonds de roulement, recherche et développement, rachat ou transmission d'une entreprise etc. avec pour objectif

<sup>7</sup> <https://vc4a.com/about-us/?lang=fr> consulté le 17/08/2021 à 02h35min

de revendre sa participation (S. Raicher, 1998). Pour E. Aithnard (2008), le capital-investissement, dont le but avoué est de financer les PME, constitue une des réponses les plus complètes et les mieux adaptées aux besoins de ces structures. En effet, les investisseurs privés apportent dans un même package les fonds propres, une assistance en management ainsi que les possibilités d'accès à de nouveaux marchés et à de nouvelles technologies.

Au Cameroun, les acteurs du secteur se sont réunis en 2007 et ont décidé de créer ensemble la CAVCA (Cameroon Venture Capital Association), association dont l'objet serait de défendre les intérêts du capital-investissement. Les acteurs du private equity (SNI, SAPA, ECP, I&P) ont investi dans plus de 70 entreprises au Cameroun.

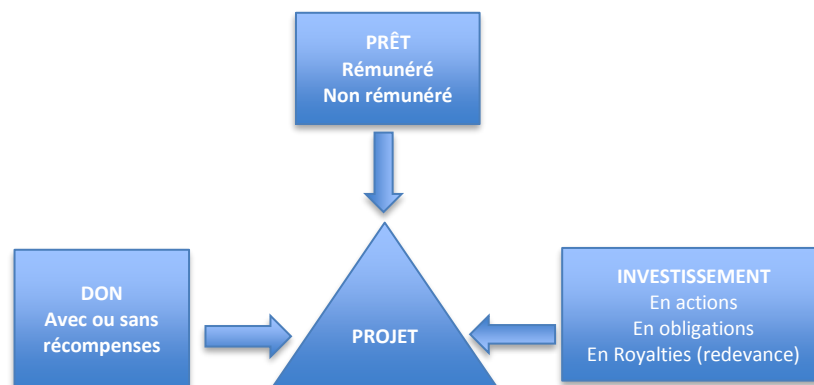
La plupart des fonds de « private equity » en Afrique, se refinancent en majeure partie auprès de bailleurs de fonds publics : la Société financière Internationale filiale de la banque mondiale – SFI ; le néerlandais Netherlands Development Finance Company – FMO ; le scandinave Norfund ; le britannique Commonwealth Development Corporation - CDC ; le français Proparco filiale de l'Agence Française de Développement ; la Banque Européenne d'Investissement – BEI d'après (Mohammadou Diop, 2007) et (R. Geiss, J. Hajdenberg et M. Renchon, 2008). Malgré un engouement constaté autour des métiers du capital-investissement, ce mécanisme fait face à différentes barrières réglementaires, juridiques et fiscales qui hypothèquent son développement.

Le capital-risque, au regard de notre tableau ci-dessus, intervient à partir de la phase de prototype, preuve de conception et croissance du projet/entreprise. Il offre de nouvelles solutions de financement aux startups innovantes à fort potentiel de croissance.

○ Crowdfunding

Le crowdfunding est un mécanisme qui permet de lever de petits montants d'argent venant d'un grand nombre de personnes. Le crowdfunding est un mode de financement de projets par une multitude de particuliers (Brabham ,2010).

Figure 3: les différents types de crowdfunding



L'analyse du tableau 5 nous montre que le crowdfunding a cette capacité d'accompagner un entrepreneur au tout début de son projet et pendant sa phase de développement et de

croissance. Les exigences de financement étant la capacité du promoteur de mobiliser sa communauté, gagner leur confiance et de faire une proposition de valeur claire, transparente et alléchante pour ses potentiels investisseurs. Une caractéristique qu'on ne trouve pas dans les offres de financement.

#### NUMBER OF ACTIVE CROWDFUNDING WEBSITES



Répartition géographique des plateformes sur le continent en 2015 -

Source : Etude Afrikstart « crowdfunding in Africa » 2015.

De ce qui précède, l'un des mécanismes les plus adaptés aux startups est le crowdfunding. Il présente des caractéristiques qui s'incrémentent le mieux dans les besoins des jeunes étudiants et est complémentaire aux autres types de financement. Il serait important de faire un zoom sur ce mode de financement afin de comprendre ses atouts dans la performance de l'entrepreneuriat étudiant.

### 2.3. Zoom sur le crowdfunding et son modèle économique.

Les opportunités qu'offre le crowdfunding pour les jeunes entrepreneurs nous commandent de faire un focus sur ce mode de financement et d'analyser son modèle économique.

#### 2.3.1. Zoom sur le crowdfunding

##### *Origine*

L'origine du crowdfunding remonte en fait au 18<sup>e</sup> siècle. Le poète britannique Alexander Pope prévoyait de traduire en anglais un poème grec ancien de 15 693 lignes, Homère, en 1713, demandant à chaque abonné de s'engager à verser deux guinées d'or (une ancienne monnaie britannique) pour soutenir son travail. En retour, Pope promettait d'inclure une reconnaissance à tous ceux qui s'étaient engagés. Cet engagement créatif a attiré plus de 500 sympathisants, et plus de 4 000 guinées ont été collectées pour l'aider à achever le travail de traduction. Avec le développement rapide et les applications plus larges d'Internet ces dernières années, une méthode de crowdfunding beaucoup plus efficace et efficiente - le

crowdfunding sur plateforme Internet - fait surface. Depuis 2007, un grand nombre de plateformes de crowdfunding a vu le jour en Europe et aux États-Unis. En avril 2009, la plateforme de crowdfunding la plus importante et la plus influente au monde, Kickstarter, a été officiellement mise en ligne. Dès sa création, elle a commencé à aider les entrepreneurs à lever des fonds avec succès et a rapidement attiré l'attention de toute la société. En guise de reconnaissance publique de cette toute nouvelle méthode de financement, le mot "crowdfunding" a été officiellement inclus dans le dictionnaire Macmillan et le dictionnaire Oxford, respectivement en février 2010 et en novembre 2011.

Le crowdfunding permet de récolter non seulement des idées, mais surtout des financements. Belleflamme, Lambert, et Schwienbacher (2010), rappellent qu'il s'agit de faire appel à une multitude d'investisseurs non « sophistiqués » (pas de professionnel de la finance) pour collecter des petites sommes d'argent en vue de financer un projet artistique, entrepreneurial ou autre, plutôt que de lever des fonds auprès d'investisseurs professionnels. De plus, toujours selon ces auteurs, le crowdfunding, parce qu'il utilise des nouveaux outils de communication et la puissance d'internet, apporte des fonds et l'occasion pour les porteurs de projet de tester leurs idées, de récolter des suggestions, d'apprendre à connaître leur clientèle cible et de gagner en notoriété. Ainsi, Lambert et Schwienbacher (2010) se sont appuyés sur la définition du crowdsourcing de Kleemann, Voss et Rieder (2008), pour proposer une définition conceptuelle qui prend en compte sa dimension numérique. Ils le décrivent comme un appel au public, via internet, pour l'obtention de ressources financières sous forme de dons, d'échanges contre récompense et/ou d'achat de droits de vote dans le but de soutenir des initiatives. Brabham (2010) fait également de l'utilisation d'internet un élément incontournable du développement du crowdfunding en cela qu'il permet d'accéder à la « foule ». Ce sont les outils numériques ainsi que le développement de plateformes de mise en relation qui ont favorisé l'interaction entre des inconnus, investisseurs pour certains, porteurs de projets pour d'autres. Schwienbacher et Larralde (2010) ont quant à eux mis en lumière, dans une étude empirique menée entre 2009 et 2010, le rôle prépondérant de la communication et du réseautage autour du projet en recherche de financements. En s'appuyant sur les recherches précédentes, Belleflamme et al. (2010) proposent une seconde définition : « Le crowdfunding implique un appel ouvert, principalement par le biais d'internet, pour la recherche de ressources financières, qu'elles soient sous forme de don, en échange d'une forme de récompense quelconque et/ou de droits de vote dans le but de soutenir des actions dédiées 22 ». Cette définition ne rend cependant pas compte d'un aspect essentiel du CF qui repose sur une multitude d'individus et de fait sur une multitude d'investissements. Nous adopterons donc la définition d'Hornuf et Schwienbacher (2015) selon laquelle le crowdfunding consiste en la collecte de petites sommes d'argent de la part d'un grand nombre de bailleurs de fonds qui financent un projet, via internet, sans intermédiaires traditionnels, de manière coopérative.

Tableau 6 : récapitulatifs des définitions du crowdfunding

| Auteurs                             | Définitions  |
|-------------------------------------|--|
| Belleflamme et al., 2010, p. 5      | Crowdfunding involves an open call, essentially through the internet, for the provision of financial resources either in form of donation in exchange for some form of reward and/or voting rights.  |
| Fiedler et Horsch, 2014, p.98       | Crowdfunding comprises forms of capital supply, with which capital seeking companies publicly present themselves on specific internet-based platforms to a big group of potential capital providers based on their innovative business idea an offer this group the opportunity to engage themselves with the allocation of funding. |
| Hemer et al., 2010, p.4             | Crowdfunding is a form of project and innovation funding with micropayments.   |
| Lambert et Schwiembacher, 2010, p.4 | An open call, essentially through the internet, for the provision of financial resources either in form of donation or in exchange for some form of reward and/or voting rights in order to support initiatives for specific purposes.   |
| Tomczak et Brem, 2013, p.338        | The act of taking a loan/funding traditionally performed by a designated agent and outsourcing it to an undefined, generally large group of people in the form of an open call.  |
| Wenzlaff et al., 2012               | Crowdfunding is a type of fundraising for creative projects, but also for companies. Most important aspect is that crowdfunding is open, uses the methods of web 2.0 for communication and has usually a type of material or immaterial rewarding  |
|                                     |  |

Source : Bouncken et al., 2015

#### *Etat des lieux dans le monde et en Afrique*

Le crowdfunding (financement participatif) est un phénomène en pleine expansion. Début 2013, le site [www.crowdsourcing.org](http://www.crowdsourcing.org) dénombrait 308 plateformes à travers le monde, 95% d'entre elles étant concentrées en Europe et en Amérique du Nord. En 2012, ces plateformes ont permis à plus d'un million de projets d'être financés et de récolter 2 milliards d'euros. Le potentiel de croissance du financement participatif est jugé important, comme l'indique une récente étude du cabinet Deloitte (2012), qui estime à 3 milliards d'euros les fonds qui seront récoltés en 2013 par l'intermédiaire du financement participatif. Parmi les pays leaders en matière de financement participatif, on comptait, début 2012, 07 pays qui disposaient de plus de 10 plateformes, à savoir les États-Unis, la Grande-Bretagne, les Pays-Bas, la France, l'Allemagne, l'Espagne et le Canada.

Ce mode de financement connaît une croissance remarquable. Par exemple, en 2017, 34 milliards de dollars ont été levés sur le site Fundly, 17.2 milliards aux USA, 10.54 milliards pour l'Asie et 241.6 millions de dollars pour l'Afrique. Des projections font état de ce que des levés de fonds via ce mode de financement pourraient atteindre 300 milliards de dollars d'ici 2025. Au regard de ces statistiques, il est indéniable que ce type de financement alternatif offre de nombreuses potentialités pour les porteurs de projet du secteur productif.

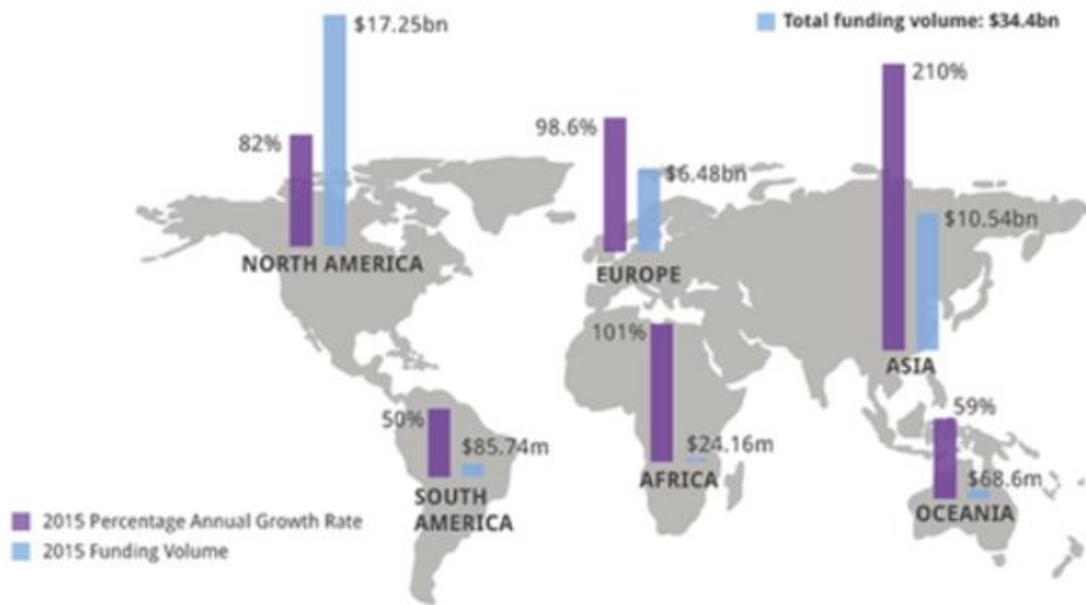


Figure 4: Evolution des fonds levés entre 2014 et 2015

En Afrique, ce mode de financement tel que définit actuellement par (Belleflamme et al., 2010, p. 5) tarde à prendre forme. Quelques pays seulement ont déjà une réglementation en la matière notamment le Maroc, le Nigéria, le Ghana. Par contre la pratique du crowdfunding se fait dans la culture africaine depuis des lustres notamment par les pratiques de « tontine ». L’Afrique mobilise déjà les fonds via ce canal. Toutefois, la mobilisation se fait sur des sites dédiés à cet effet domiciliés en France (pour le cas du Cameroun, Sénégal, Côte d’Ivoire, le Maroc...), en Angleterre et aux Etats unis (pour le cas des pays comme le Rwanda, le Kenya ; le Nigeria, la Ghana...). L’Afrique du sud pour l’instant est le seul pays qui dispose des sites web nationaux utilisés par sa population.

Au Cameroun, les premières expériences du crowdfunding ont vu le jour dans les années 2007-2008, avec quelques projets financés avec succès. Avec l’avènement de la technologie de plus en plus accrue, cette forme de financement s’est encore bien développée, bien que reste encore marginale par rapport aux performances des autres pays. D’après les données fournies par *Kiva.org*, on dénombre 4421 projets financés via le crowdfunding au Cameroun pour un montant de 1.1 milliards de francs CFA, soit 0.74 % des fonds levés sur le continent. Le site *aipforafrica.org* a réalisé une performance entre 2020 et juillet 2021, un montant de 520 millions de francs CFA, pour financer 09 projets dont 05 dans l’agro-pastoral.

Les entreprises savent-elles quelle peuvent exploiter le crowdfunding pour financer les projets ? augmenter le capital social voire le fonds de roulement ? Telles sont les réponses auxquelles tente de répondre le ministère de finance à travers l’organisation des ateliers sur l’élaboration d’une politique nationale du crowdfunding. En 2020 au Cameroun s’est tenu le premier atelier sur le Crowdfunding présidé par le Ministre des finances en fonction, Louis Paul MOTAZE. A

l'issue de l'atelier sur le crowdfunding, il a été mis en place un « groupe de travail interministériel » pour l'élaboration d'une politique nationale de crowdfunding. Le premier atelier a eu lieu le 06 Mai 2021 dans la salle des conférences du ministère des finances. Le second s'est tenu le 28 Juillet 2021. L'objectif de ce deuxième atelier était de faire un état de lieux du crowdfunding au Cameroun : le marché du crowdfunding des cinq dernières années, les acteurs, le cadre réglementaire utilisé ainsi que les difficultés liées à cette activité. Les travaux sont toujours en cours. Il n'existe pas encore de structure de crowdfunding au Cameroun, ni d'acteurs réels sur le marché, ni de réglementation en vigueur. Cependant, plusieurs projets sont financés au Cameroun via la méthode du crowdfunding.

Nous avons vu dans l'ensemble des offres financières que le crowdfunding par son principe de division de risque s'adapte mieux aux besoins des étudiants entrepreneurs. Le modèle de financement de crowdfunding encore naissant sur le marché financier camerounais offre certaines opportunités pouvant faciliter l'accès de cette catégorie d'entrepreneur au financement. Cette particularité de ce type de financement commande qu'on analyse davantage son modèle économique.

### 2.3.2. *Modèle économique du crowdfunding*

En se basant sur la littérature et les sites dédiés, Le crowdfunding se fonde sur quatre modèles de financement : les modèles basés sur le don, sur la contrepartie, sur l'investissement et sur le prêt ; segmenté en deux catégories : le modèle de rendement non financier et le modèle de rendement financier. La collecte des fonds peut se faire via des sites internet ou non.

| <b>Crowdfunding (financement participatif)</b>            |   |
|---|---|
| Modèle de rendement non financier                         |   |
| <i>Le modèle basé sur le don</i>                          | <i>Le modèle basé sur la contrepartie</i>                           |
| Modèle de rendement financier                             |   |
| <i>Le modèle basé sur l'investissement (Equity-based)</i> | <i>Le modèle basé sur le prêt (Loan-based/peer-to-peer lending)</i> |

Source : auteur

### Modèle de rendement non financier ne relève pas de la compétence des régulateurs financiers.

- ❖ **Le modèle basé sur le don (donation-based)** est utilisé pour financer des causes dans des domaines aussi variés que le sport, la culture ou l'humanitaire. On y trouve de nombreux projets des associations, fondations, artistes etc.
- ❖ **Le modèle basé sur la contrepartie (reward-based).** Dans ce modèle, les contributeurs versent une contribution pour soutenir un projet présenté sur une plateforme en échange d'une contrepartie préalablement définie.

Modèle de rendement financier quant à lui relève de la compétence des régulateurs financiers.

- ❖ **Le modèle basé sur l'investissement (Equity-based)** : ce modèle propose aux contributeurs de financer des projets présélectionnés par un comité d'experts et de devenir actionnaires de la société qui sollicite des fonds. Cela peut se faire via un club fermé d'investisseurs ou via un holding c'est-à-dire de collecter les fonds auprès du grand public et de les rassembler dans ce holding avant de les réinvestir auprès des porteurs de projets.
- ❖ **Le modèle basé sur le prêt (Loan-based)** : les contributeurs attendent un remboursement à une échéance convenue avec ou sans le versement d'intérêts en échange de leur apport. Ce modèle se rapproche du microcrédit effectué dans les établissements de microfinance.

Dans l'univers de la finance au Cameroun, nous constatons que l'offre financière concerne beaucoup plus les entreprises existantes. Parmi elles, les PME, TPME ont des difficultés à accéder au crédit à cause du manque de confiance des financeurs envers les promoteurs.

Les porteurs d'idée de projet et les *start-uppers* n'arrivent pas à s'insérer dans ce système à cause des exigences liées au financement. Cependant, les spécialistes de la finance, ont proposé un nouveau mécanisme de financement qui pourra mieux résorber ce gap d'accessibilité par les entrepreneurs à condition de bien s'y prendre.

Le crowdfunding, en plus de permettre de lever des fonds, présente plusieurs avantages pour les acteurs.

- ✓ tester l'intérêt de son projet : s'en remettre à l'évaluation de la foule permet au porteur de projet de faire une analyse efficace de son produit et d'obtenir les retours et critiques dans un délai très court. La sagesse de la foule devient une très grande force de proposition.
- ✓ obtenir des feedbacks de la foule : les critiques et les avis des uns et autres permettent d'améliorer son projet ou produit.
- ✓ la visibilité et l'accès au capital social : s'ouvrir à un grand nombre de personnes permet de faire son marketing en même temps.
- ✓ gagner en crédibilité auprès des financeurs traditionnels (banques) : le fait de mobiliser un grand nombre de projets renforce la crédibilité du projet au yeux des intermédiaires traditionnels.

En fin de compte, en faisant la preuve que le projet a pu attirer de nombreux investisseurs, le porteur de projet gagne en crédibilité auprès de financiers traditionnels. Si ces derniers ne souhaitaient pas le financer au début de son projet, ils accepteraient plus volontiers de l'accompagner dans le financement de sa croissance. Comme d'autres innovations financières



telles que les prêts en ligne, l'une des fonctionnalités principales du crowdfunding est de fournir une plateforme en ligne, par laquelle la partie qui cherche un financement et la partie qui est capable et désireuse de fournir des fonds peuvent s'interfacer afin de transférer les fonds des mains des investisseurs aux mains des bénéficiaires des fonds à des conditions préalablement convenues.

Comme le modèle économique du crowdfunding permet à la demande et à l'offre d'un processus de financement d'interagir directement et de supprimer les fonctions intermédiaires qui étaient auparavant assurées par de nombreuses institutions financières, le crowdfunding pourrait simplifier considérablement le processus de financement et d'investissement et réduire sensiblement le coût du financement pour les investisseurs (wang.2018). Dans ce sens, il permet de :

- contrôler tout, y compris les coûts, le calendrier, la livraison, la vision et l'exécution créatives, le marketing et les interactions avec les clients ;
- tester et prouver la popularité de votre modèle, en utilisant aussi peu qu'un prototype ou des matériaux de préproduction ;
- tester des éléments de l'approche marketing du produit et la façon dont les résultats de l'étude de faisabilité sont présentés ;
- gagner probablement beaucoup plus que ce qui a été prévu ou demandé ;
- pré-vendre votre produit ou service, et en fonction des coûts associés, obtenir plus que la valeur réelle de vente au détail des contributeurs qui croient au projet.

Cependant, comme dans toute opération, il n'y a pas que des avantages. Une campagne de crowdfunding peut être très stressante. Une campagne :

- demande beaucoup de préparation à l'avance ;
- place l'entrepreneur et ses idées, directement devant le jugement du public ;
- demande d'investir des efforts inlassables dans des campagnes de marketing social permanentes et une autopromotion constante, pendant toute la durée de la campagne de collecte de fonds ;
- ne marche pas toujours. Beaucoup de campagnes échouent. Le taux de réussite des campagnes tout secteur confondu s'élève à 77% sur [kisskissbankbank.com](https://www.kisskissbankbank.com) en 2020<sup>8</sup>. Ceci dit, 33% des projets échouent.

### 2.3.3. *Condition de succès d'une campagne de crowdfunding*

Une campagne de crowdfunding est un processus qui demande du temps et de l'implication des acteurs notamment le porteur du projet. Dans cette section, nous allons lister les démarches d'une campagne de crowdfunding réussie.

---

<sup>8</sup> <https://www.kisskissbankbank.com/fr/stats>, 21/08/2021

✓ *Préparation au lancement de la campagne*

Avant de commencer une campagne de crowdfunding, il faut :

- une idée solide et une vision vendable du produit ou du service ;
- une planification et une préparation minutieuses ;
- une présentation solide, idéalement associée à des valeurs de production élevées ;
- Une structure de récompense adaptée au public visé par le projet ;
- un contact permanent avec les bailleurs de fonds ;
- des stratégies efficaces en matière de médias sociaux, de marketing et de relations publiques ;
- Etc.

✓ *Coût d'une campagne de crowdfunding*

Le tableau ci-dessus retrace les différents coûts appliqués sur les sites de crowdfunding

Tableau 7: Quelques sites de crowdfunding et leurs coûts

| Site  | Type de collecte                        | Coût de transaction* <sup>9</sup> |                 | Principe       |
|---|---|-----------------------------------|-----------------|----------------|
|   |   | Projets réussis                   | Projets échoués | Model          |
| <a href="https://fr.ulule.com/">https://fr.ulule.com/</a>   | Don, prêt, récompense, equity (capital) | 5 %                               |                 | All or nothing |
| <a href="http://ready.33needs.com/">http://ready.33needs.com/</a>   |   | 5%                                |                 | All or nothing |
| <a href="http://www.spot.us">www.spot.us</a>  |   | Aucun                             |                 | All or nothing |
| <a href="https://www.spacehive.com/">https://www.spacehive.com/</a>   |   | -                                 |                 | All or nothing |
| <a href="https://www.kickstarter.com/?lang=fr">https://www.kickstarter.com/?lang=fr</a>                           |   | 5%                                |                 | All or nothing |
| <a href="https://www.indiegogo.com/">https://www.indiegogo.com/</a>   |   | 4%                                | 9%              | Keep-it-all    |
| <a href="https://www.crunchbase.com/organization/rockethub">https://www.crunchbase.com/organization/rockethub</a> |   |                                   |                 |                |
| <a href="https://www.crowdcube.com/">https://www.crowdcube.com/</a>   |   | -                                 |                 | All or nothing |
| microryza <a href="https://experiment.com/">https://experiment.com/</a>   |   | 10%                               |                 | Keep-it-all    |
| <a href="https://www.jamaafunding.com/">https://www.jamaafunding.com/</a>   |   | 12%                               |                 | All or nothing |

Le modèle « **all or nothing** » c'est-à-dire tout ou rien signifie que lorsque le montant sollicité par le promoteur du projet n'est pas réuni ou supérieur, on rembourse les investisseurs. Inversement le modèle « **Keep-it-all** » c'est-à-dire garder malgré toute la somme collectée même si elle n'atteint pas l'objectif visé.

<sup>9</sup> Les frais de transfert de fonds sont exclus.

Au regard des données mentionnées dans le tableau ci-dessus, chaque plateforme est libre de fixer ses frais. « *La réussite d'un projet dépend beaucoup du choix et de l'investissement de la plateforme* », le disait Raphaël Baudet, président de Solight, une start-up industrielle innovante dans le secteur de la carrosserie industrielle installée en Haute-Loire, a levé plus de 500 000 euros sur une plateforme d'equity crowdfunding lyonnaise, ABFunding, et sauvé son entreprise de la déroute.

Au terme de ce chapitre, il convient de noter que l'inaccessibilité des entrepreneurs, porteurs d'idée de projets et start-uppeurs aux fonds nécessaires à financer leur projet les pousse au chômage. Situation de crise, difficile à gérer pour le pays. Nous convenons que tous les étudiants ne peuvent pas être des entrepreneurs, mais **la petite proportion qui s'y lance devra être soutenue afin créer de la richesse et de l'emploi pour les autres**. Le modèle du crowdfunding mérite de s'y pencher avec grand intérêt afin de booster l'entrepreneuriat jeune. L'élaboration d'une stratégie de financement par ce mécanisme adapté aux étudiants et jeunes diplômés dans un contexte universitaire pourrait très bien aboutir à une amélioration du taux d'insertion professionnelle de ces jeunes.

### **3. Le Crowdfunding : un levier pour une amélioration du taux de transformation des projets entrepreneuriaux des étudiants.**

#### *Approche théorique et méthodologie*

Dans les précédents chapitres, le point a été mis sur la clarification de la problématique et l'élaboration d'une revue de la littérature. Le rôle que tient l'entrepreneuriat dans le processus d'insertion professionnelle des jeunes, y ont été brossés. Les motivations qui poussent les universités à promouvoir l'entrepreneuriat, ainsi que les motivations des étudiants et jeunes diplômés ont été examinées. Dans ce chapitre, il est question de présenter et justifier le choix méthodologique, le choix des approches, techniques, outils de collectes et d'analyse de données utilisés dans la réalisation de cette étude ; tout en faisant une petite revue théorique de méthodologie de recherche vue par les scientifiques.

#### **3.1. Approche méthodologique de l'étude : approche et type d'investigation**

##### *3.1.1. Approche méthodologique de l'étude*

Choisir une stratégie de recherche n'est pas sans difficulté. Pour une meilleure appréhension du phénomène étudié, nous avons fondé notre recherche sur une approche qualitative et. Des moments forts ont marqué notre démarche, la revue de la littérature, les enquêtes de terrains et le traitement des informations collectées

Pour ce qui est de la revue de la littérature, elle nous a permis d'examiner les écrits des différents auteurs sur l'entrepreneuriat étudiants et des jeunes diplômés. Notre attention s'est particulièrement portée sur le rôle significatif du financement du capital d'amorçage et de démarrage dans l'amélioration des jeunes à l'insertion professionnelle. Elle a également guidé la définition de nos objectifs et a servi de fil conducteur à l'élaboration de nos outils de collecte de données.

Les techniques de collecte de données que sont : les entretiens semi-directifs, et l'administration du questionnaire, ont structuré la phase d'enquête de terrain. Nous avons collecté les informations auprès de StartUpNkap inc. et de 50 étudiants et jeunes diplômés camerounais, appuyé par l'enquête de (Feudjeu et Fofou, 2017)<sup>10</sup> sur un échantillon de 494 jeunes.

Nos hypothèses de recherche ont conditionné le choix de notre approche méthodologique. Le choix de l'approche qualitative était fonction de l'hypothèse H1 qui stipule que : « *Le modèle économique du crowdfunding permettrait de transformer les idées des étudiants entrepreneurs en projet concrets et économiquement rentables* »

---

<sup>10</sup> Évaluation du potentiel entrepreneurial et perspectives de promotion de l'esprit d'entreprise chez les jeunes au Cameroun, 08 décembre 2017

### *3.1.2. Terrain de recherche*

Le Cameroun est un pays d'Afrique centrale, d'une superficie de 475 442 km<sup>2</sup>. Elle compte 25.88 millions d'habitants selon le rapport de la Banque mondiale de 2019. Il est caractérisé par sa jeunesse. L'âge moyen de la population est de 22,1 ans (3<sup>ème</sup> RGPH). De manière détaillée, plus de la moitié des habitants du pays est constituée des personnes de moins de 17,7 ans. Il comptait 7 128 979 jeunes de la tranche d'âge 15-35 ans au 1<sup>er</sup> janvier 2010, soit 36,28% (Source : 3<sup>ème</sup>RGPH).

## **3.2. Instruments de traitement de données**

### *3.2.1. Elaboration et administration des données*

Pour la première étape du projet, un état de l'art a été effectué pour faire le bilan de ce que les études ont relevé à ce sujet. Ce qui nous a permis de circonscrire le sujet et d'en dégager les questions de recherches. Ensuite la démarche à consister à formuler les hypothèses de recherche. Ce qui nous a permis de dresser un protocole d'enquête en précisant l'objectif recherché c'est-à-dire comprendre pourquoi les jeunes sortis des écoles et universités entrepreneuriales n'arrivent pas à implémenter leur projet au Cameroun ; ce qui a conditionné le choix d'une approche qualitative. Des échanges ont été effectués lors des rencontres avec les entrepreneurs, jeunes surtout, et des étudiants qui venaient pour des renseignements et poser leurs problèmes, également lors des rencontres de CoffeeLab<sup>11</sup>. Ce qui a inspiré l'élaboration de notre questionnaire. La collecte des données s'est faite via un questionnaire googleform.

### *3.2.2. Conditions d'exploitation des informations recueillies*

Une fois les données collectées, nos questions ont été transcrites dans Excel. À la fin de la saisie, nous avons procédé à une vérification des données afin de s'assurer qu'il n'y avait pas d'erreur. L'analyse qualitative des données nous a permis d'extraire les informations intéressantes à la réalisation du présent travail. Les résultats issus de cette démarche sont présentés au chapitre.

## **3.3. Apport du stage**

### *3.3.1. Présentation de StartUpNkap Rwanda*

Dans le but de répondre efficacement aux besoins des startups et petites entreprises, StartUpNkap a été mis sur pied. Dans l'organisation de l'entreprise, StartUpNkap Rwanda est une succursale de StartUpNkap inc. qui a son siège au Cameroun et une autre branche en

---

<sup>11</sup> activités organisée par StartupNkap, permettant la rencontre entre entrepreneurs et potentiels investisseurs

Angleterre. Elle est une « entreprise financement et d'investissement innovants, conçue pour engager : des Business Angels, des Investisseurs en Capital Risque, des Investisseurs en Actions, en crowdfunding, et autres services financiers de divers secteurs de la finance, pour un financement inclusif pour les PME, avec un accent porté sur l'industrialisation. Son rôle est la mise en relation, la mobilisation des financements et des ressources des différents secteurs en vue d'investir dans les PME et les start-ups ».

Sa vision est d'« être le leader des institutions de financement innovant pour les PME et transformer le paysage de l'investissement en Afrique. »

StartUpNkap est constitué de :

- Chief Executive Officer ;
- Investment manager ;
- Communications and Public Relation Manager ;
- Front Desk & Administrator ;
- Legal & Financial Manager

StartUpNkap Rwanda est constitué de :

- Country manager ;
- Chief opération Manager ;
- Project manager

### 3.3.2. Activités du stage en rapport avec le sujet étudié

Notre passage à StartUpNkap Rwanda a eu un impact significatif et positif sur le déroulement de la présente étude. Les entretiens que nous avons réalisés nous ont permis de modifier les orientations de départ et de redéfinir notre sujet de recherche. C'est le cas par exemple des échanges que nous avons eus avec M. Gilbert EWEH MEH<sup>12</sup>. Cela nous a permis de faire une confrontation entre le sujet initial et les besoins sur le terrain.

Durant de notre stage, nous avons également rédigé des termes de références sous le thème « *Socializing with the African Continental Free Trade Area (AfCFTA) and some innovative financing concepts* » et le « memorandum of understanding » dans le cadre d'une future collaboration respectivement avec la Commission économique de l'Afrique de l'Est et le Rwanda Stock exchange. Avec la Commission économique, il s'agit de la sensibilisation à la ZLECA (Zone de Libre-Echange Continentale Africaine) et les financements innovants. Pour la Rwanda Stock exchange, il s'agit d'accompagner les entrepreneurs Rwanda au renforcement des capacités afin de leur permettre d'accéder au marché des capitaux et de se faire financer via ce canal.

Nous avons également donné une formation sur le thème « *Business strategies and investment pitch* ». Dans le cadre des activités de la société, nous avons participé également

---

<sup>12</sup> CEO et fondateur de StartUpNkap inc.

à des rencontres ministérielles pour solliciter l'appui du ministre des PME afin de faciliter l'activité SBEP (StartUpNkap Business Exchange Programm ) ainsi que des ateliers organisés dans le cadre des journées portes ouvertes intitulés « Journées de Coopération et de Partenariats, juillet 2021 »

### *3.3.3. Leçons tirées des besoins des startups et petites et moyennes entreprises de Kigali*

Les expériences que nous avons eues en rapport avec notre stage à Kigali est que beaucoup d'entrepreneurs Rwandais (de Kigali) souffrent d'un manque de conseils liés à leur domaine d'activité, des compétences limitées, difficultés d'accès sur le marché et plus particulièrement l'accès au Capital. Ces difficultés sont plus accentuées chez les femmes et les jeunes.

L'un des défis majeurs de ces startups et TPE est de trouver la meilleure option de financement pour leurs affaires. A côté de cela s'ajoute le manque d'informations nécessaires, des procédures de gestion qui doivent être mises en place, afin de respecter les conditions nécessaires d'option de financement des investisseurs. C'est à ce niveau que StartUpNkap intervient en formant les promoteurs des startups et TPE à travers le programme SAP « StartUpNkap Accelerator Programme », en assurant la mise en relation entre entrepreneurs et potentiel investisseur « programme CoffeeLab » et le programme « Business Exchange ». En outre, il s'agit de donner à ces entreprises les informations nécessaires sur les options de financement disponibles sur le marché, leurs avantages par rapport au besoin de la compagnie à chaque étape de son développement et comment y accéder.

En résumé, on peut dire que la présente étude est réalisée à partir d'une étude qualitative, s'inspirant des techniques d'entretiens semi-directifs et de l'administration d'un questionnaire pour collecter les données nécessaires à sa réalisation. L'étape suivante est d'analyser les résultats d'envisager des pistes de solutions.

## 4. Proposition d'un cadre opératoire pour la promotion du crowdfunding en milieu universitaire

Dans les précédents chapitres, les étapes de la réalisation du présent document ont été mises en exergue : l'approche méthodologique, les techniques de collecte et d'exploitation des données. Nous avons évoqué la méthode d'échantillonnage par choix raisonné pour la collecte des informations. Et à la fin, montrer le lien entre notre étude et le stage.

Dans ce chapitre, nous allons analyser et présenter les résultats issus de cette démarche, faire des recommandations et proposer un cadre de mise en œuvre.

### 4.1. Présentation des résultats et proposition d'un cadre opératoire

#### 4.1.1. Culture entrepreneuriale chez les étudiants et jeunes diplômés

L'analyse des questions Q1 « Pensez-vous que l'entrepreneuriat est une démarche pertinente pour vous assurer une meilleure carrière professionnelle ? », Q2 « Avez-vous déjà lancé votre projet ? » ont permis de ressortir les éléments suivants :

Les questions Q1 et Q2 avaient pour objectif d'évaluer le niveau de perception des étudiants et jeunes diplômés par rapport à l'entrepreneuriat. Ainsi, le constat est que 45% des répondants étaient des hommes et 55 % des femmes. 78.9% de la population enquêtée pensent que l'entrepreneuriat est la meilleure option pour bien réussir sa carrière professionnelle.

« L'entrepreneuriat permet de se lancer dans un secteur qui nous offre les opportunités ne nous donnant la possibilité d'affronter des challenges selon la vision que l'on prend, on peut avoir une deuxième chance autant de fois qu'on échoue ce qui ne sera pas tolérable facilement si l'on est employé. » **Roméo.**

« L'entrepreneuriat me permettra de créer de la richesse et de construire un système de revenus passifs nécessaire pour assurer mon avenir et celui de ma famille quand bien même je ne serais plus en activité. » **Romuald**

Ci-dessous le diagramme représentant le niveau de perception à l'entrepreneuriat chez les étudiants et jeunes diplômés.

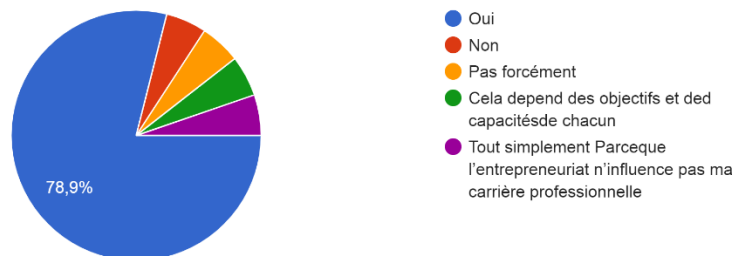


Figure 5: Diagrammes d'engagement entrepreneurial



#### 4.1.2. Engagement entrepreneurial chez les étudiants et jeunes diplômés

La question **Q3** était de savoir à quel point le financement est une difficulté d’implémenter leurs projets, le diagramme ci-dessous contient les éléments de réponses.

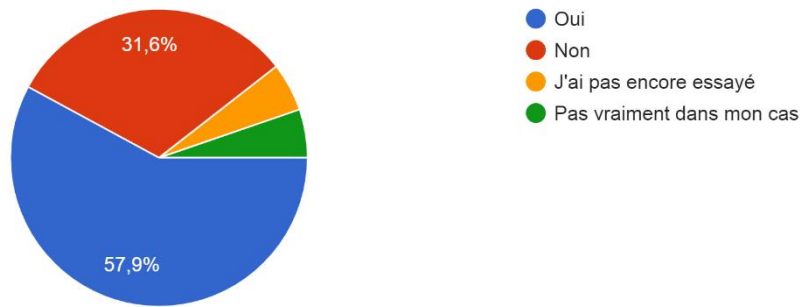


Figure 6: Diagrammes des difficultés de financement

Pour ce qui est des besoins de financement de ces jeunes, 62.5% souhaitent une participation au capital.

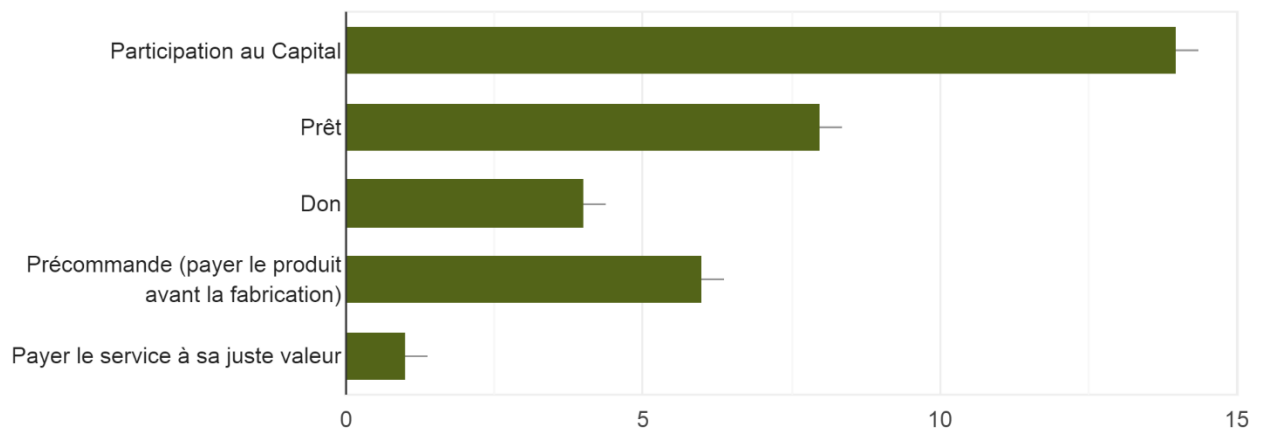


Figure 7: Diagramme des modes de financement souhaités

En ce qui concerne la sensibilisation au crowdfunding (financement participatif), 47.4% des répondants disent avoir entendu parler, mais vaguement sans connaître concrètement de quoi il s’agit.

« Permettre à un grand public de participer au financement d'un projet ou d'une entreprise »

**Alex**

« Le crowdfunding ou financement participatif est un mode de financement par lequel les gens se réunissent pour apporter un capital nécessaire à la réalisation d'un projet et en retour ils ont des parts d'actions sur les bénéfices que vont générer le projet »

**Rufus**

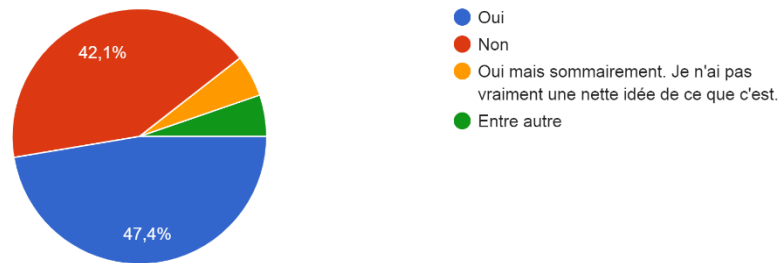


Figure 8: Niveau de connaissance du crowdfunding par les jeunes

#### 4.1.3. Analyse SWOT du crowdfunding

##### ➤ *Forces*

- réaliser une étude de marché à coût réduit ;
- bénéficier des conseils et accompagnement des investisseurs (Equity crowdfunding) ;
- partage de risque entre plusieurs investisseurs ;
- disposer d'un portefeuille de client réel ;
- signal positif constitué par la confiance accordée par les contributeurs ;
- crédibiliser le projet aux yeux d'autres investisseurs ;
- obtenir des suggestions et enrichir son projet ;
- constituer sa communauté ;

##### ➤ *Faiblesse*

- Taux d'intérêt élevé (en cas de prêt) ;
- Alourdir les frais de fonctionnement ;
- Dilue la participation des fondateurs (equity) ;
- Risque de plagiat du projet.

##### ➤ *Opportunités*

Beaucoup d'opportunités ont été identifiées au Cameroun

- La prédisposition de la population à cette pratique (forte propension à la tontine existe déjà) ;
- L'introduction de cet outil dans la stratégie nationale de développement (SND30).

##### ➤ *Menaces*

Les menaces ci-après sont les points qui doivent retenir les acteurs dans la promotion du crowdfunding.

- Le faible taux de pénétration internet ;
- L'absence de réglementation

Au regard de ce qui précède, la promotion du crowdfunding en milieu universitaire pourrait être un levier important pour le développement de l'entrepreneuriat des jeunes diplômés. L'ensemble des répondants sont unanimes sur le fait que l'accessibilité au fonds d'amorçage et de développement améliorerait le taux d'insertion des jeunes diplômés par l'entrepreneuriat. Il est important d'analyser les acteurs impliqués dans cette sensibilisation.

#### 4.1.4. Parties prenantes à la promotion du crowdfunding en milieu universitaire

Tableau 8: partie prenante, besoins, attentes

| Partie prenante                 | Besoins   | Attentes  | Préoccupation   | Exigences  |
|---------------------------------|---|---|---|--|
| Etudiants et jeunes diplômés    | Insertion professionnelle après diplomation                         | Obtenir des fonds et l'expertise nécessaire pour lancer leurs projets, faciliter la signature de contrat, accéder au marché | Inexpérience, manque de garantie, de réseau relationnel solide  | Mobiliser une forte communauté, disposer des ressources nécessaires à la réussite d'une campagne |
| Public (investisseurs)          | Investir dans des projets rentables                                 | Contribuer au développement, avoir un retour sur investissement   | Manque de lisibilité et de clarté dans les projets présentés  | Assurance et la crédibilité dans la réalisation des projets présentés                            |
| Incubateurs universitaires      | Voir plus de projets voir le jour                                   | Beaucoup d'initiative des jeunes  | Manque de ressources pour accompagner les projets   | Développement d'un cadre juridique légalisant le crowdfunding                                    |
| Etat                            | Encadrer l'activité par la mise en place d'une bonne réglementation | Répondre davantage aux besoins d'accès au financement des porteurs de projets et startups                                   | Que les projets des jeunes diplômés contribuent effectivement à la création de plus d'emploi et de richesse pour l'économie | Appui des bailleurs de fonds   |
| Institutions financières        | Obtenir des autorisations pour gérer les opérations                 | Que les transactions respectent la réglementation en vigueur en matière de dépôt de fonds                                   | Faible niveau de bancarisation  | Une réglementation claire en la matière définissant les responsabilités de chaque partie         |
| Opérateurs de téléphonie mobile | Autorisation pour faciliter les opérations                          | Que les transactions respectent la réglementation en vigueur en matière de dépôt de fonds                                   | Faible taux de pénétration d'internet   | Une réglementation claire en la matière définissant les responsabilités de chaque partie         |

## 4.1.5. Rôle des acteurs

Tableau 9: matrice des pouvoirs des acteurs

| Partie prenante                        | Type de pouvoir     | Résultats attendu   | Action à entreprendre   |
|--|---------------------|---|---|
| <b>Etudiants et jeunes diplômés</b>    | Pouvoir de décision | Développer plus de projets créatifs et innovants afin de lancer les campagnes de crowdfunding | Maintenir satisfait   |
| <b>Public (investisseurs)</b>          | Pouvoir de décision | Le succès des interventions dépend de leur adhésion du projet                                 | Gérer le public avec beaucoup d'attention, respecter les contrats |
| <b>Incubateurs universitaires</b>      | Pouvoir d'influence | Leurs actions peuvent influencer positivement ou négativement les opérations                  | Soutenir et gérer avec attention                                  |
| <b>Etat</b>                            | Pouvoir d'influence | Accompagnement est un facteur de clé succès   | Surveiller et maintenir informé                                   |
| <b>Institutions financières</b>        | Pouvoir d'influence | Leur participation est un facteur de succès   | Maintenir informé   |
| <b>Opérateurs de téléphonie mobile</b> | Pouvoir d'influence | Leur participation est un facteur de succès   | Maintenir informé   |

## 4.2. Pour une amélioration du taux de transformation des projets étudiants : Recommandation et conditions de mise en œuvre

### 4.2.1. Recommandations

Au vu des résultats obtenus et des analyses effectuées, nous recommandons ce qui suit :

#### ➤ *Etat du Cameroun*

Le plein-emploi des jeunes diplômés grâce à l'équilibre du marché du travail a toujours été une préoccupation majeure pour le Gouvernement. L'absorption des jeunes diplômés sur le marché à travers une stratégie entrepreneuriat est au cœur des politiques. Cependant, la problématique d'accès aux financements par ces jeunes diplômés est persistante. Au regard de cette difficulté, il est impératif de multiplier les sources de financement de plus en plus adaptées aux besoins des demandeurs. Pour ce faire, la mise en place de la réglementation claire en matière de crowdfunding et un cadre juridique propre au statut étudiant-entrepreneur contribuerait à favoriser cette pratique. De plus, une politique nationale de sensibilisation et de motivation des jeunes à cette pratique favoriserait la création de plus d'entreprise et par conséquent la réduction du taux de chômage au pays.

#### ➤ *Université à travers les centres d'incubation*

La mobilisation des acteurs nationaux ou internationaux pour soutenir leurs étudiants améliorerait le niveau d'engagement entrepreneurial des étudiants et jeunes diplômés. De plus, elles doivent favoriser la création des plateformes internet dédiées aux étudiants qui

leur permettront de se déployer plus aisément, et permettre à toutes autres entreprises ou fondation dédiées à la cause entrepreneuriale de soutenir directement les projets des étudiants.

➤ *Aux institutions financières et opérateurs de téléphonie mobile*

La mise en œuvre d'un cadre favorisant la mobilisation et la gestion des fonds levés améliorerait la confiance des investisseurs à s'y engager. De plus, le crowdfunding étant un mode de financement complémentaire, cette mobilisation va encourager ces institutions à accompagner davantage les projets.

#### 4.2.2. *Condition de mise en œuvre*

Pour un meilleur résultat, la promotion du crowdfunding en milieu universitaire doit être fondée sur une approche inclusive. Il s'agit de l'inclure comme module dans les cours destinés à l'entrepreneuriat, ceci permettrait de booster les initiatives entrepreneuriales chez les jeunes étudiants et futurs diplômés.

### 4.3. **Projet de création d'une plateforme de crowdfunding dédiée au étudiants et jeunes diplômés au Cameroun**

| Promoteur        | Etud'Crowd   |
|------------------|--|
| Partenaires      | Universités du Cameroun, Institutions financières, Opérateurs de téléphonie mobile |
| Localisation     | Cameroun   |
| Date de début    | <b>01/12/2021</b>  |
| Date de fin      | <b>31/12/2022</b>  |
| Budget estimatif | 25 000 euros   |

#### 4.3.1. *Contexte et justification*

L'amélioration des conditions d'accès aux sources de financements plus adaptées aux porteurs de projet, notamment les étudiants et jeunes diplômés peut avoir une incidence positive sur l'insertion professionnelle de ces jeunes après leurs formations. En effet, l'insertion professionnelle par l'entrepreneuriat est vue par les scientifiques et pouvoirs politiques comme un moyen efficace et une solution pertinente pour l'emploi des jeunes et la résorption du gap de chômage dans le pays.

Nonobstant les difficultés et lacunes des offres de financement aux entrepreneurs actuels, la promotion de la plateforme de crowdfunding pourrait contribuer significativement à renforcer le chaînon fragile, qu'est le financement, dans la stratégie de l'insertion professionnelle des jeunes par l'entrepreneuriat et contribuer à leur développement.

## 4.3.2. Planification du projet

Tableau 10: planification opérationnelle du projet Etud'Crowd

| N° | Nom de la tâche  | Durée            | Dépendance | Equipe projet  |
|----|--|------------------|------------|--|
| 1  | Etud'Crowd   | 327 jours        |            | <b>Chef de projet ;<br/>Comité de sélection du projet ;<br/>Gestionnaire de la plateforme ;<br/>Responsable du projet<br/>conception</b> |
| 2  | <b>Création de l'entreprise Etud'Crowd</b>   | <b>72 jours</b>  |            |  |
| 3  | Réunion de préparation   | 1 jour           |            | Chef de projet   |
| 4  | Rédactions des textes relatifs au fonctionnement de l'entreprise et de la plateforme | 11 jours         | 3          | Chef de projet   |
| 5  | Réunion de mise au point des textes  | 0 jour           | 4          | Chef de projet   |
| 6  | Démarche de légalisation de l'entreprise, certification et autorisation              | 40 jours         | 5          | Chef de projet   |
| 7  | Aménagement et achat des matériels et équipements                                    | 20 jours         | 6          | Chef de projet   |
| 8  | Réunion de fin   | 0 jour           | 7          | Chef de projet   |
| 9  | <b>Création de la plateforme Etud'Crowd</b>  | <b>295 jours</b> |            |  |
| 10 | Réunion de préparation des travaux de conception de la plateforme                    | 5 jours          |            | Responsable du projet<br>conception  |
| 11 | Constitution de l'équipe technique et de coordination                                | 1 jour           | 10         | Responsable du projet<br>conception  |
| 12 | Négociation et signature contrats des partenariats                                   | 139 jours        | 10         | Chef de projet   |
| 13 | Conception de la plateforme  | 150 jours        | 12         | Responsable du projet<br>conception  |
| 14 | Test et rajustement de la base de données  | 30 jours         | 12         | Responsable du projet<br>conception  |
| 15 | Réunion de lancement de la plateforme  | 1 jour           | 13         | Gestionnaire de la plateforme  |
| 16 | Promotion de la plateforme   | 65 jours         | 14         | Gestionnaire de la plateforme  |
| 17 | <b>Première campagne de crowdfunding</b>   | <b>30 jours</b>  |            |  |
| 18 | Mise en place d'un comité de sélection des projets                                   | 30 jours         | 13         | Chef de projet   |
| 19 | <b>Suivi post-financement :</b>  | <b>307 jours</b> |            |  |
| 20 | Réunion de mise au point avec les investisseurs                                      | 3 jours          | 18         | Comité de sélection du projet  |
| 21 | <b>Rapports, feedbacks, statistiques</b>   | <b>262 jours</b> | <b>20</b>  | <b>Gestionnaire de la plateforme</b>   |
| 22 | <b>Animation de la plateforme</b>  | <b>110 jours</b> | <b>20</b>  | <b>Gestionnaire de la plateforme</b>   |

## 4.3.3. Budget prévisionnel

| N°        | Nom de la tâche  | Durée            | Montant en Euros |
|-----------|--|------------------|------------------|
| <b>1</b>  | <b>Etud'Crowd</b>  | <b>327 jours</b> | <b>25 000</b>    |
| <b>2</b>  | <b>Création de l'entreprise Etud'Crowd</b>   | <b>72 jours</b>  | <b>14 600</b>    |
| 3         | Réunion de préparation   | 1 jour           | 200              |
| 4         | Rédactions des textes relatifs au fonctionnement de l'entreprise et de la plateforme | 11 jours         | 1 000            |
| 5         | Réunion de mise au point des textes  | 0 jour           | 200              |
| 6         | Démarche de légalisation de l'entreprise, certification et autorisation, caution     | 40 jours         | 10 000           |
| 7         | Aménagement et achat des matériels et équipements                                    | 20 jours         | 3 000            |
| 8         | Réunion de fin   | 0 jour           | 200              |
| <b>9</b>  | <b>Création de la plateforme Etud'Crowd</b>  | <b>295 jours</b> | <b>9 600</b>     |
| 10        | Réunion de préparation des travaux de conception de la plateforme                    | 5 jours          | 500              |
| 11        | Constitution de l'équipe technique et de coordination                                | 1 jour           | 250              |
| 12        | Négociation et signature contrats des partenariats                                   | 139 jours        | 500              |
| 13        | Conception de la plateforme  | 150 jours        | 5 600            |
| 14        | Test et rajustement de la base de données  | 30 jours         | 1 500            |
| 15        | Réunion de lancement de la plateforme  | 1 jour           | 250              |
| 16        | Promotion de la plateforme   | 65 jours         | 1 000            |
| <b>17</b> | <b>Première campagne de crowdfunding</b>   | <b>30 jours</b>  | <b>100</b>       |
| 18        | Mise en place d'un comité de sélection des projets                                   | 30 jours         | 100              |
| <b>19</b> | <b>Suivi post-financement :</b>  | <b>307 jours</b> | <b>200</b>       |
| 20        | Réunion de mise au point avec les investisseurs                                      | 3 jours          | 200              |
| <b>21</b> | <b>Rapports, feedbacks, statistiques</b>   | <b>262 jours</b> | <b>500</b>       |
| <b>22</b> | <b>Animation de la plateforme</b>  | <b>110 jours</b> | <b>500</b>       |

#### *4.3.4. Cibles*

La cible principale est constituée des étudiants et jeunes diplômés, public (investisseurs), incubateurs universitaires, Etat, institutions financières, opérateurs de téléphonie mobile

#### *4.3.5. Activités à mener et planning*

Les activités et le planning d'exécution du projet pour la première année sont présentés au tableau 13.

#### *4.3.6. Cadre logique du projet*

Voir tableau 11



Tableau 11: Cadre logique du projet

|                              | <b>Logique d'intervention</b>  | <b>Indicateurs objectivement vérifiables</b>  | <b>Sources et moyens de vérification</b>  | <b>Hypothèses</b>   |
|------------------------------|--|---|---|---|
| <b>Objectif global</b>       | Contribuer à la création d'entreprises par les étudiants et jeunes diplômés au Cameroun  | 5% d'étudiants et jeunes diplômés créent une entreprise   | Nombre d'entreprises créées par les étudiants, les rapports de suivi  | Les motivations entrepreneuriales des étudiants et jeunes diplômés sont des facteurs clés de succès   |
| <b>Objectifs spécifiques</b> | <p>Entreprendre des démarches préalables à la création et sécurisation de la plateforme</p> <p>Nouer des partenariats avec des entités publiques et privées</p> <p>Créer et rendre fonctionnelle le site de crowdfunding pour étudiants et jeunes diplômés</p> | <p>Les textes qui régissent le fonctionnement et l'hébergement des plateformes sont disponibles ;</p> <p>Nombre de contrats de collaborations signés avec des entités du secteur public et privé ;</p> <p>Nombre de projets financés cours de la première phase du projet</p> | Statuts et plan d'affaire, Demande d'accréditation de la plateforme, certification par l'ANTIC <sup>13</sup> , rapports de création de la plateforme, site internet | Plusieurs paramètres sont à considérer dans la réussite de la démarche, car ils peuvent soit retarder soit accélérer le processus                 |
| <b>Résultats attendus</b>    | <p>La plateforme est opérationnelle,</p> <p>Les documents nécessaires et formalités de fonctionnement sont disponibles</p> <p>Les partenariats sont signés tant avec le public que le privé ; ainsi que les acteurs directs</p>                                | <p>Nombre de projets mis en ligne ;</p> <p>Volume de levée de fonds ;</p> <p>Nombre de partenariats signés ;</p> <p>Une plateforme de crowdfunding pour étudiants et jeunes diplômés est fonctionnel au Cameroun</p>  | Statuts et plan d'affaire, Demande d'accréditation de la plateforme, Certification par l'ANTIC <sup>14</sup> , Rapports de création de la plateforme, Site internet | La création et la mise en fonction de la plateforme dépend des autorisations et certifications et la signature d'un nombre minimum de partenariat |
| <b>Activités</b>             | <p>Création de l'entreprise Etud'Crowd</p> <p>Création de la plateforme ;</p> <p>Lancement des premières campagnes de crowdfunding ;</p> <p>Suivi post-financement</p> <p>Budget</p>   | <p>Une plateforme de crowdfunding pour étudiants et jeunes diplômés ;</p> <p>Nombre de projets retenus sur la plateforme ;</p> <p>Taux de réussite de levée de fonds</p> <p>25 000 euros</p>  | Rapports d'activité, Liste des projets accompagnés Etats financiers   | La non adhésion des institutions financières et opérateurs de téléphonie mobile peut être un véritable obstacle aux activités identifiés          |

<sup>13</sup> L'Agence Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication

<sup>14</sup> L'Agence Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication

Figure 9: diagramme GANTT du projet Etud'Crowd

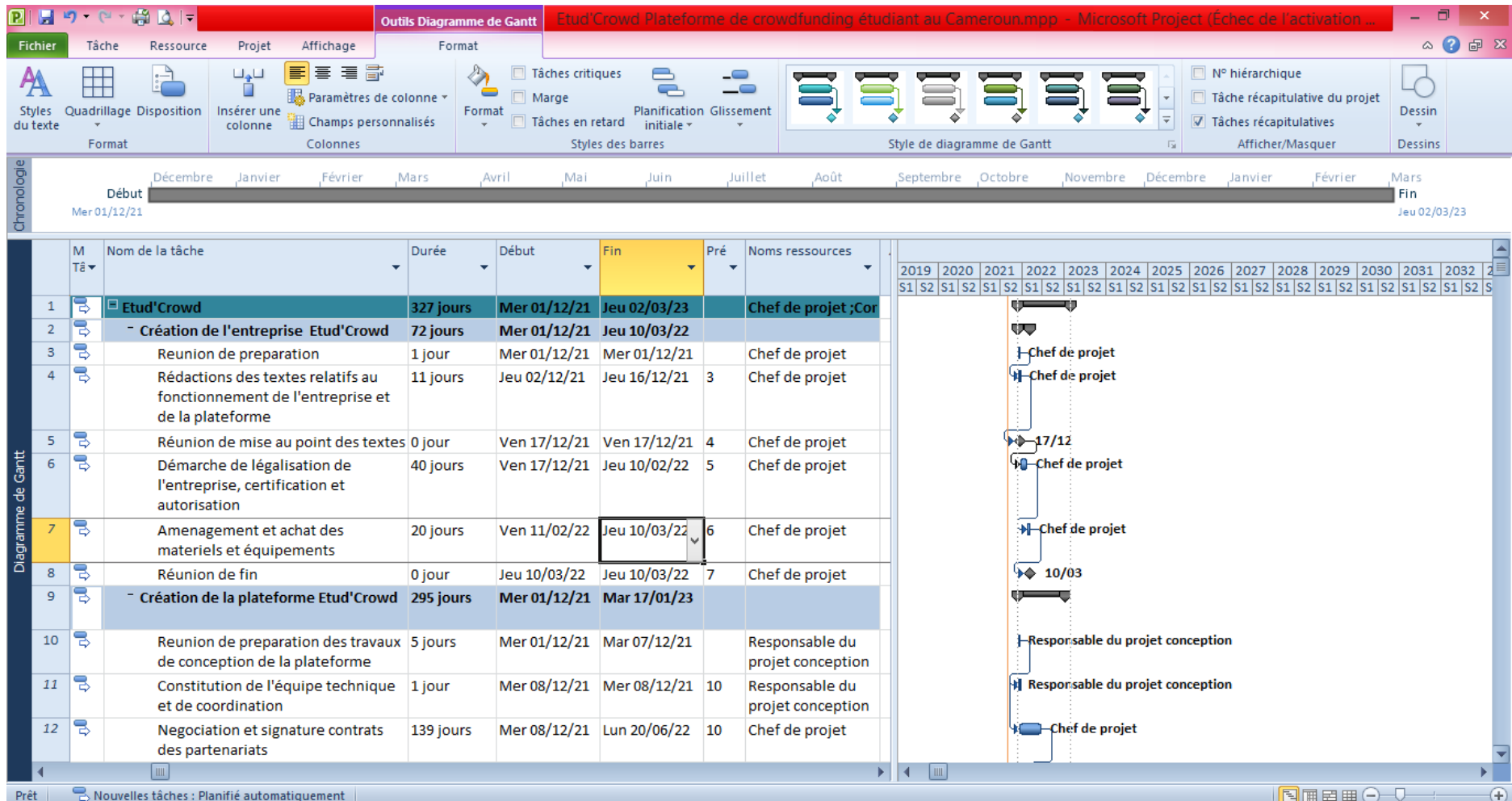
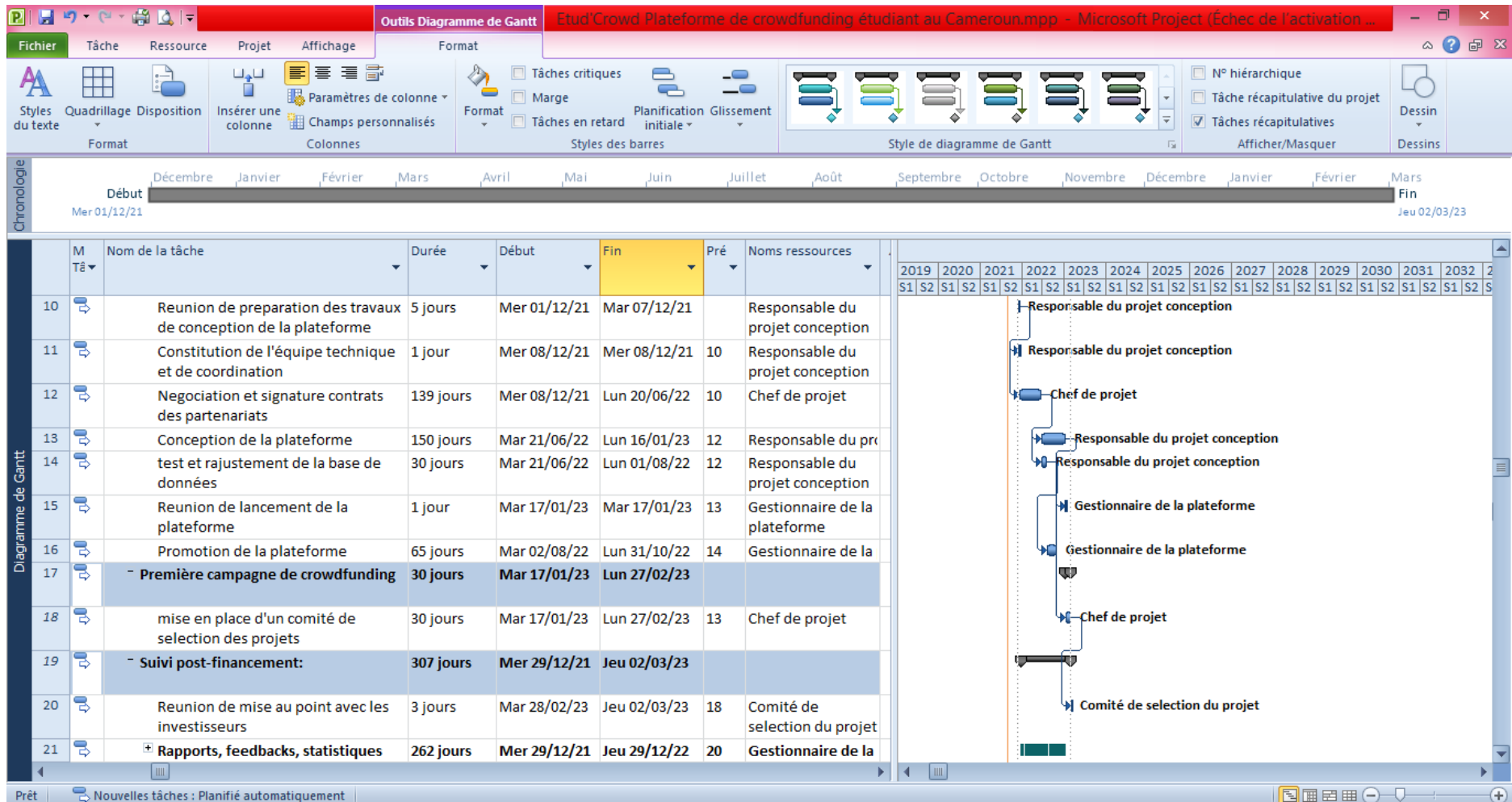


Figure 10:diagramme GANTT du projet Etud'Crowd (suite/fin)



## 5. Conclusion

Le renforcement du « chaînon fragile » qu'est le financement des projets des jeunes diplômés dans la stratégie d'auto-emploi est un impératif pour les décideurs politiques. Notre étude propose d'exploiter un nouveau mécanisme de financement qu'est le crowdfunding, plus adapté aux jeunes diplômés car ces derniers présentent des caractéristiques qui correspondent aux exigences de ce mode de financement. Pour ce faire, nous avons commencé par analyser la situation d'insertion professionnelle des jeunes au Cameroun ; évaluer la stratégie mise en place par les décideurs politiques notamment l'insertion par l'entrepreneuriat d'innovation, décrypter le profil des étudiants et jeunes diplômés ainsi que les caractéristiques des mécanismes de financement de l'entrepreneuriat au Cameroun.

Nous avons situé la problématique de l'étude à travers une revue documentaire afin de clarifier les différentes notions et de faire le constat. A travers notre enquête auprès d'un échantillon de 50 étudiants et jeunes diplômés camerounais, appuyée par l'enquête de (Feudjeu et Fofou, 2017)<sup>15</sup> sur un échantillon de 494 jeunes, nous avons constaté que la difficulté d'accès au financement est le premier facteur de frein à l'engagement entrepreneurial chez les jeunes diplômés. Malgré les initiatives du gouvernement et de certaines entreprises et fondations pour soutenir l'entrepreneuriat jeunes, le problème de financement reste le « talon d'Achille » de la stratégie. Les attentes de ces jeunes vis-à-vis des offres financières sur le marché ne sont pas satisfaites. Ils sont jeunes avec diverses compétences, ils manquent d'expérience, pas de traçabilité de leurs opérations pour prouver leur solvabilité, ni de garanties fiables ; ce qui constitue un véritable obstacle à l'obtention de bon financement pour soutenir leurs initiatives. L'analyse des offres de financement révèle parmi un autre mécanisme de financement plus flexible : le Crowdfunding. L'évaluation de ce mode de financement a permis de comprendre que ses caractéristiques sont plus adaptées au profil des étudiants et jeunes diplômés. D'où l'hypothèse qui suit « *Le modèle économique du crowdfunding permettrait de transformer les idées des étudiants entrepreneurs en projets concrets et économiquement rentables* », est vérifié. Il faut donc faire la promotion de cet outil afin de transformer leurs belles idées entrepreneuriales en projets concrets, viables et rentables. Actuellement ce n'est pas encore le cas.

La démarche de l'étude était fondée sur une approche qualitative. La théorie de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) a servi de base de recherche sur le profil et les motivations entrepreneuriales. Les résultats de l'étude ont permis de faire le lien entre le profil des jeunes diplômés et le crowdfunding, ensuite de faire une analyse des

---

<sup>15</sup> Évaluation du potentiel entrepreneurial et perspectives de promotion de l'esprit d'entreprise chez les jeunes au Cameroun, 08 décembre 2017

forces et faiblesses, ainsi que les opportunités et les menaces à la promotion du crowdfunding en milieu universitaire au Cameroun. C'est dans cet ordre d'idée qu'une proposition d'élaboration d'un cadre opératoire de promotion du crowdfunding en milieu universitaire a été faite. Les axes d'intervention retenus pour ce projet sont : Création d'une plateforme de crowdfunding pour étudiants et jeunes diplômés ; signatures des partenariats tant avec le public que le privé, création d'un comité de sélection des projets pour les campagnes de crowdfunding.

Nous avons également identifié plusieurs parties prenantes à la promotion du crowdfunding en milieu universitaire pouvant booster cette pratique auprès des étudiants et des finissants. Pour l'heure, elles agissent de manière séparée. Pour une meilleure efficacité, il faut qu'un mécanisme de coordination soit mis en place. Les parties prenantes identifiées sont : les étudiants et jeunes diplômés, le public « investisseur », l'Etat, les incubateurs des universités, les institutions financières, les compagnies de téléphonie mobile.

Cette étude présente toutefois des limites notamment en ce qui concerne l'échantillonnage. La taille de notre échantillon ne nous permet pas de généraliser. Aussi, tous les étudiants et jeunes qui affirment que l'entrepreneuriat est une solution pertinente pour réussir leur carrière professionnelle, ne nous donnent aucune garantie qu'ils sont véritablement prêts à s'engager dans cette aventure entrepreneuriale « parfois périlleuse » si toutes les conditions en termes de ressources sont réunies. Les restrictions dues à la pandémie ne nous a pas permis d'élargir la taille de l'échantillon. D'autres études pourront compléter le présent travail.

Au terme de la présente étude, nous pouvons dire que l'amélioration des conditions de financement des projets entrepreneuriaux des jeunes au Cameroun contribuerait à résorber significativement le taux d'insertion professionnelle des par l'auto-emploi.

## 6. Références bibliographiques

- 1 Rasmussen, E. Moen and M. Gulbrandsen (2006), 'Initiatives to promote commercialization of university knowledge', *Technovation*, 26(4), 518–33.
- 2 [Africappractice, Access to Finance : Profiles of African MSEs, \(2005\), Document de travail préparé pour Jetro London, disponible sur http://www.africappractice.com/uploads/JETRO.pdf](http://www.africappractice.com/uploads/JETRO.pdf)
- 3 Audet J., J. ST-Pierre et Thi Hong Van Pham, « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », (2009), 11<sup>e</sup> Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.
- 4 Audet, J.2001. Une étude des aspirations entrepreneuriales d'étudiants universitaires québécois : Seront-ils des entrepreneurs de demain ? Projet de recherche, Concordia University, ASAC 2001 : London, Ontario, p.31-40
- 5 Ayyagari M., T. Beck and A. Demircuc-Kunt, "Small and Medium Enterprises Across the Globe", (2007), in *Small Business Economics*, Vol. 29, n° 4, pp. 415-434
- 6 BAD, 2017, *Stratégie pour l'Emploi des Jeunes en Afrique*, 18 octobre 2016 au 27 février 2017
- 7 Banque Mondiale et de la Société Financière Internationale, *Doing Business : comparaison des réglementations dans 181 pays*, (2009 & 2010), 6<sup>e</sup> Edition, Washington, DC 20433.
- 8 Banque Mondiale, *Making Finance Work for Africa*, (2006), Banque Mondiale.
- 9 Banque Mondiale. (2015) *Entreprise survey*. Washington DC : Banque Mondiale
- 10 Bayad M, Ait Razouk A, Kleber A, 2013, "Peter Pan au pays de l'entrepreneuriat : appa - rition d'un mythe ?", Actes du 8<sup>ème</sup> Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innova - tion, 22-25 Octobre, Fribourg
- 11 Beghain V. (sous la direction de O'Dorchai S.) (2017) « Les Jeunes et leur perception du monde du travail : vers une nouvelle génération d'entrepreneurs ? Le cas des étudiants candidats-entrepreneurs de l'enseignement supérieur en Région wallonne. », mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de Master en Sciences du travail, ULB
- 12 Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2010). Crowdfunding: An industrial organization perspective. In Prepared for the workshop Digital Business Models: Understanding Strategies', held in Paris on June (p. 25–26)
- 13 Berger A. and G.F. Udell, "The economics of small business finance: the roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle", (1998), in *Journal of Banking & Finance*, Vol. 22, n° 8, pp. 613-673.
- 14 Borges, C., Filion, L.J. et Simard, G. (2007), *Jeunes créateurs d'entreprise : leur parcours, de l'initiation à la consolidation*, 5<sup>ème</sup> IAE, 22
- 15 BRILLET, F, COUTELLE, P, HULIN, A, 2012, "Quelles trajectoires professionnelles pour la génération Y ? ", *Gestion 2000*, septembre – octobre, pp. 69-88.
- 16 Bruyat C. (2001) « Créer ou ne pas créer ? Une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », *Revue de l'entrepreneuriat*, Vol. 12, p. 28-51
- 17 Bruyat, C. and P.A. Julien (2001), 'Defining the field of research in entrepreneurship', *Journal of Business Venturing*, 16(2), 165–80
- 18 Capron, H., Lerminiaux, G. & Marcourt, J.-C. (2009, 5 juin). *Entrepreneuriat et création d'entreprises : Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise*, Bruxelles : de Boeck.

- 19 Claire, L, 2012, “Re-Storing the Entrepreneurial Ideal: Lifestyle Entrepreneurs as Hero?”, Tamara Journal for Critical Organization Inquiry, Vol. 10, Issue 1, pp. 31-39.
- 20 Crant, J.M. (1996). the Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions, Journal of Small Business Management, 34(3), 42-49
- 21 Dale, C (1933), « comment se faire des amis », Presses du Châtelet, 2013 P.193
- 22 Danjou, I. (2004), *Entreprendre : La passion d’accomplir ensemble*, Edition L'Harmattan Paris, Collection Économie et innovation
- 23 Duan H., Han X. and Yang H., “An analyses of causes for SMEs financing difficulty”, (2009), in International Journal of Business and Management, Vol. 4, n° 6, pp. 74-75
- 24 Evoua J.P et Tagne J. S, (2017) « *Curricula universitaires et entrepreneuriat des jeunes au Cameroun* », Revue africaine de management
- 25 Fayolle A. (2004) « A la recherche du cœur de l’entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine », Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol.17, n°1, p. 101-121
- 26 Filion, L-J. (1999). Espace de soi et vision, Cahier de recherche, 99-01, mars 1999. HEC: Montréal. 7p.
- 27 Filion, L-J.(1999). Tintin. Minville, L'entrepreneur et la potion magique, Cahier de recherche: 99-04-14, Éditions des HEC: Montréal, 25 p.
- 28 Fonds Monétaire International, Republic of Mozambique: Financial System Stability Assessment Including Report on the Observance of Standards and Codes on the following topics: Banking Supervision, Payment Systems, and Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism, (2004), IMF Country Report 04/52, FMI
- 29 Gasse, Y. & tremblay, M. (2007, 6-9 Juin). L’impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l’égard de l’entrepreneuriat, XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique Montréal
- 30 Gasse, Y.(1982). « L’entrepreneur moderne: attributs et fonctions», Revue Internationale de Gestion :Montréal, vo1.7, No.4, p.3-10
- 31 Geiss, R.; Hajdenberg J. et Renchon M., (2008), « l’Afrique, terre d’investissement », [www.capafrique.org](http://www.capafrique.org)
- 32 [Global Entrepreneurship and Development institute and Global Entrepreneurship Network.2018. Global Entrepreneurship index. Washington DC: Global Entrepreneurship and Development institute and Global Entrepreneurship Network. http://thegeedi.org/2018-global-entrepreneurship-index-data/.](http://thegeedi.org/2018-global-entrepreneurship-index-data/)
- 33 Hans-Joachim G., “Transaction costs in finance and inventory research”, (2003), in International Journal Production Economics, pp. 341-350.
- 34 Hernandez, E.M. (2006), Les trois dimensions de la décision d'entreprendre, Revue Française de Gestion, 32, 168/169, 337-357
- 35 HOLT, S, MARQUES, J, WAY, D, 2012, “Bracing for the Millennial Workforce: Looking for Ways to Inspire Generation Y”, Journal of Leadership, Accountability and Ethics, Vol. 9, n° 6, pp. 81- 93.
- 36 Julien, P.A. (2000). L 'entrepreneuriat au Québec. Les Éditions Transcontinental inc.: Montréal. 400p.
- 37 Masmoudi M.R (2007)., « Etude exploratoire des processus et des modèles d’incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », thèse de doctorat en sciences de gestion, Université du sud Toulon -Var, France, 2007

- 38 Matouk B., Nacéra N. *Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Béjaïa*, N° 14 - Janvier-Juin 2013 • *La Responsabilité sociale des entreprises et les PME*
- 39 Minifie, J, otto, V, 2011, "Worker Fulfillment at the Service Industry Entry Level", *Business Re - naissance Quarterly*, Vol. 6, n° 1, pp. 29-38
- 40 Ministère des PME, « Etude sur la formulation du plan directeur (M/P) pour le développement des petites et moyennes entreprises en république du Cameroun », Rapport final, janvier 2009, Agence Japonaise de Coopération Internationale, Unico International Corporation, IDD-JR-08-069.
- 41 Moreau, R. (2006), *la formation des équipes d'entrepreneurs*, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 5: 2, 55-68
- 42 Moreau, R. (2006), *Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale ? 8ème CIFEPME*, Fribourg, Suisse, 18.
- 43 OCDE, 2012 « Synthèse sur l'entrepreneuriat des jeunes, l'activité entrepreneuriale en Europe »
- 44 Omrane A., Fayolle A. et Zeribi-BenSlimane O., (2011) « Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique », *La Revue des Sciences de Gestion*, n° 251, p. 91-100
- 45 Omri A. et M. Bellouma, « L'impact de la qualité de la Relation Banque-Entreprise sur la prime de risque exigée des entreprises tunisiennes », (2008), in *Revue des Sciences de Gestion*, n° 229, pp 95-102.
- 46 Paturel R. (2007a), *Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat*, Editorial du na spécial de la *Revue Internationale de Psychosociologie: Représentations entrepreneuriales*, Direction R. PATUREL, C. SCHMITT et C. BOURION, Volume XIII, na 31, Hiver 2007, pages 27-43.
- 47 Paturel R. (2007b), *Démarche stratégique et performance des PME*, chapitre 30 de l'ouvrage « *Management des PME, de la création à la croissance* », sous la direction de Louis-Jacques FILION, Pearson Education, 2007, pages 429-443.
- 48 Phan, P.H. (2004), 'Entrepreneurship theory: possibilities and future directions', *Journal of Business Venturing*, 19(5), 617–20
- 49 Pichault, F, pleyers, M, (2010), "Pour en finir avec la génération Y...Enquête sur une représen - tation managériale", XXIème Congrès AGRH, 17-19 Novembre, Rennes/St. Malo.
- 50 Raicher, S. (1998) « Le capital-investissement européen devient adulte », *Revue d'Économie Financière*, n° 50, p. 7-15
- 51 Rasmussen, E. (2006), 'Facilitating university spin-off ventures – an entrepreneurship process perspective', Bodø, Norway. Bodø Graduate School of Business.
- 52 Steijvers T., *Existence of credit rationing for SME's in the Belgian corporate bank loan market*, (2008), Working Paper.
- 53 Stiglitz J. and A. Weiss, "Credit rationing in markets with imperfect information", (1981), in *American Economic Review*, Vol. 71, n° 3, pp. 393-410.
- 54 Tyler B., R. Mayank and S. Pradeep, "Ethnic networks and access to credit: evidence from the manufacturing sector in Kenya", (2002), in *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 49, pp. 473-486
- 55 UNIDO, African Union, YEN, and UNOWA, *Productive and Decent Work for Youth in the Mano River Union: Guinea, Liberia, Sierra Leone and in Cote d'Ivoire*» 2007, Issues paper
- 56 UNIDO, YEN and UNOWA, 2007. "Best Practices, Policy Environment, Tools, and Methodologies for Youth Employment in West Africa



- 57 Verstraete T., Fayolle A. (2005), Paradigmes et entrepreneuriat, Revue de l'entrepreneuriat, 4, 1, 33-52.
- 58 Wamba H. et L. Tchamanbé-Djine, "Information financière et politique d'offre de crédit bancaire aux PME : cas du Cameroun", (2002), in Revue Internationale PME, Vol. 15, n° 1, pp. 87-114.
- 59 Wanda R., « Risques, comportements bancaires et déterminants de la surliquidité », (2007), in Revue des Sciences de Gestion, n° 228, pp.93-102.
- 60 Zambaldi F., F. Aranha, H. Lopes and R. Politi, "Credit granting to small firms: A Brazilian case", (2009), in Journal of Business Research, Vol 30, disponible sur doi:10.1016/j.jbusres.2009.11.018

**Sitographie/ Webographie**

- 61 <https://français.doingbusiness.org/fr/doingbusiness>
- 62 <https://www.gemconsortium.org/>
- 63 <https://au.int/fr/node/3587>

## Liste des tableaux

|  |    |
|--|----|
| Tableau 1: les universités disposant d'un centre d'incubation au Cameroun -----            | 11 |
| Tableau 2: Quelques programmes de promotion de l'entrepreneuriat en faveur des jeunes----- | 12 |
| Tableau 3: segmentation des différentes générations de 1943 à nos jours -----              | 23 |
| Tableau 4: les formes de prêts offerts par les institutions financières -----              | 25 |
| Tableau 5:Niveau du cycle de vie des startups et leurs besoins de financement -----        | 26 |
| Tableau 6 : récapitulatifs des définitions du crowdfunding -----                           | 30 |
| Tableau 7: Quelques sites de crowdfunding et leurs coûts -----                             | 35 |
| Tableau 8: partie prenante, besoins, attentes -----  | 44 |
| Tableau 9: matrice des pouvoirs des acteurs-----   | 45 |
| Tableau 10: planification opérationnelle du projet Etud'Crowd -----                        | 47 |
| Tableau 11: Cadre logique du projet -----  | 50 |

## Liste des illustrations

|  |    |
|--|----|
| Figure 1: Ecosystème entrepreneurial _____                                     | 13 |
| Figure 2: Les facteurs motivationnels des jeunes étudiants-entrepreneurs _____ | 22 |
| Figure 3: les différents types de crowdfunding _____                           | 27 |
| Figure 4: Evolution des fonds levés entre 2014 et 2015 _____                   | 31 |
| Figure 5: Diagrammes d'engagement entrepreneurial _____                        | 41 |
| Figure 6: Diagrammes des difficultés de financement _____                      | 42 |
| Figure 7: Diagramme des modes de financement souhaités _____                   | 42 |
| Figure 8: Niveau de connaissance du crowdfunding par les jeunes _____          | 43 |
| Figure 9: diagramme GANTT du projet Etud'Crowd _____                           | 51 |
| Figure 10: diagramme GANTT du projet Etud'Crowd (suite/fin) _____              | 52 |

## Glossaire

**Auto-emploi :** « ou emploi indépendant est un emploi dont la rémunération est directement liée aux bénéfices et dont le titulaire prend les décisions de gestion affectant l'entreprise ou est tenu pour responsable de la bonne santé de l'entreprise » (OCDE, 2000, P. 166)

**Crowdfunding :** est un mode de financement de projets par une multitude de particuliers

**Incubateur :** C'est une structure d'accueil, de formation et d'accompagnement des porteurs de projets de création d'entreprise et d'accompagnement aux entreprises créées

## Annexes

### Enquête sur les modes de financement adaptés aux startups au Cameroun

Salut à tous. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire de Master 2 en Management de projets, une recherche sur les modes de financement pertinents et adaptés aux projets des étudiants entrepreneurs et jeunes diplômés qui veulent se lancer ou qui se sont déjà lancés dans l'entrepreneuriat au Cameroun. Cette recherche a pour but de trouver et proposer un mode de financement adaptés aux besoins des startup et porteurs de projet au Cameroun.

Ce questionnaire cherche à comprendre pourquoi les jeunes sortis des écoles et universités entrepreneuriales n'arrivent pas à implémenter leur projet au Cameroun. Les analyses ont fait ressortir que le problème de financement est la principale cause, sans toutefois négliger les autres éléments. Votre participation m'aidera à bien cerner les contraintes entrepreneuriales des jeunes diplômés et étudiants entrepreneurs Camerounais.

NB: Ce questionnaire est anonyme.

Cible: \* étudiants à partir de BAC+3 à Bac+5 voir plus

\* les jeunes diplômés de 03 maximum après l'obtention du diplômes et âgés de 35 ans au maximum.

Je vous remercie de bien vouloir m'accorder 03 min de votre temps pour répondre aux questions ci-après:

Prénom \*

Réponse courte

Age \*

Réponse courte

Niveau d'études \*

BACC +3

BACC + 4

Dernière année d'étude \*

2018

2019

2020

Autre...

Etablissement/Université \*

Réponse courte

Nombre d'année d'expériences professionnelles \*

0

1

2

3

4

Pensez-vous que l'entrepreneuriat est une démarche pertinente pour vous assurer une meilleure carrière professionnelle ? \*

Oui

Non

Autre...

Expliquez votre choix

Réponse longue

Avez-vous déjà lancé votre projet ? \*

Oui

Non

Autre...

Si oui, quelles sont vos difficultés (le cas échéant) ?

Si oui, quelles sont vos difficultés (le cas échéant) ?

Réponse longue

Est-ce que le financement est un problème ? \*

Oui

Non

Autre...

SI OUI, Comment Est-ce que le financement selon vous devrait vous accompagner ?

Réponse longue

Donnez vos critères

Réponse longue

Comment aimeriez-vous que l'argent soit mis a votre disposition ? \*

Participation au Capital

Prêt

Don

Précommande (payer le produit avant la fabrication)

Autre...

5. Avez-vous eu recours à un financement par le passé? \*

Oui

Non

Autre...

Avez-vous déjà entendu parler du financement participatif (Crowdfunding)? \*

Oui

Non

## Questionnaire

Dans le but de comprendre pour pourquoi les jeunes sortis des écoles et universités entrepreneuriales n'arrivent pas à implémenter leur projet au Cameroun, nous allons leur adresser ce questionnaire afin de comprendre les raisons. Les analyses ont fait ressortir que le problème de financement est la principale cause, sans toutefois négliger les autres éléments. Nous avons ciblé les étudiants à partir de BAC+3 à Bac+5 voir plus et les jeunes diplômés de 03 maximum après l'obtention du diplômes et âgés de 35 ans au maximum.

1. Comment l'idée de démarrer votre entreprise a-t-elle surgit ? Quand exactement ?  
Quelle situation en est à l'origine ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. Qu'est-ce qui vous pousse, aujourd'hui, à entreprendre ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. Quels sont les éléments qui vous poussent à réaliser votre projet (expliquer ce qu'est une vision). \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Positifs \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Négatifs \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. Avez-vous déjà lance votre projet ? Si non pourquoi ? Si oui, quelles sont les difficultés que vous rencontrez au sujet de l'entreprise ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. Est-ce que le financement est un problème ? SI OUI Comment est-ce que le financement selon vous devrait vous accompagner ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Quelles sont les spécificités de la modalité de financement qui sont pertinent compte tenu de votre situation ? Comment aimeriez-vous que l'argent soit mis a votre disposition ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



-----  
-----  
Prêts ? \_\_\_\_\_  
Participation au Capital ? \_\_\_\_\_  
Fréquence de remboursement ? \_\_\_\_\_  
-----  
-----