LA VISEE ENTREPRENEURIALE ET L'AVENIR DES ENTREPRISES CREES PAR LES JEUNES EN COTE D'IVOIRE

LANDOU Konan Benoit[1]
Doctorant à l'Université Felix Houphouët Boigny Abidjan (Côte d'Ivoire)
konanlandou@gmail.com
KOUTOU N'guessan Claude[2]
Maitrise de conférences CAMES
À l'Université Felix Houphouët Boigny Abidjan (Côte d'Ivoire)
nkoutou2018@gmail.com

Résumé

La présente étude examine la visée entrepreneuriale et son influence sur l'avenir des entreprises créées par les jeunes en Côte d'Ivoire. L'objectif principal est d'analyser comment cette vision initiale influence le succès ou l'échec des projets entrepreneuriaux initiés par les jeunes. Pour atteindre cet objectif, nous avons opté pour une méthodologie mixte. D'une part, l'approche quantitative qui vise à démontrer la corrélation entre les aspirations de l'entrepreneur lors du processus de création et la durée de vie de l'entreprise et son impact sur la résilience. D'autre part, l'approche qualitative permet d'approfondir la compréhension des motivations intrinsèques et des raisons profondes qui poussent les jeunes à entreprendre.
Mots clés : *Entrepreneuriat, visée entrepreneuriale, jeunes entrepreneurs, succès entrepreneurial, Côte d'Ivoire.*

Abstract

This study investigates the entrepreneurial vision and its influence on the future of businesses created by young people in Côte d'Ivoire. Its main objective is to understand how this initial vision influences the success or failure of youth entrepreneurship project. To achieve this objective, we adopted a mixed methodology. The quantitative approach aims to demonstrate the correlation between the entrepreneur's aspirations during the creation process and the business's longevity. Concurrently, the qualitative method is used to understand the deep-seated reasons and intrinsic motivations behind youth business creation.

Keywords : *Entrepreneurship, entrepreneurial vision, youth entrepreneurs, entrepreneurial success, Côte d'Ivoire.*

INTRODUCTION

En Côte d'Ivoire, où une personne sur deux a moins de 20 ans, un échec sur le front de l'emploi des jeunes agirait comme le détonateur d'un mouvement à même de fracasser l'équilibre économique et social qui s'est fragilement mis en place depuis 2011. Basé sur les deux dernières vagues d'enquêtes (2014 et 2016) réalisées par l'Institut national de la statistique selon un nouveau système d'enquêtes emploi, ce « Repère » questionne le mode d'insertion des jeunes à partir d'une batterie d'indicateurs objectifs et d'une série de mesures plus subjectives, portant sur la perception que les jeunes ont de leur situation présente, ainsi que sur leurs aspirations.

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. L'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut présenter de l'intérêt pour les individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement dans la création d'entreprise des sources de satisfaction.

Ainsi, l'entrepreneuriat parait comme un moyen sûr de sortir les jeunes de leur situation de sans emploi ou de chômage.il est considéré indirectement comme le remède à la pauvreté dont souffrent les jeunes. De ce fait les jeunes se lancent en entrepreneuriat dans le but de trouver une solution à leurs problèmes existentiels.

Depuis le début des années 2010, l'emploi des jeunes occupe le devant de la scène des politiques de développement à l'échelle mondiale, tout particulièrement en Afrique. Répondant à l'objectif du développement durable (ODD) 8 sur l'accès à des

emplois décents, notamment pour les jeunes, cette question est au cœur de l'Agenda 2063 (Aspiration 6) adopté par l'Union africaine en 2015.

En 2012, le gouvernement ivoirien a adopté sa « Politique nationale pour l'emploi » fondée sur trois piliers : le développement des entreprises, la formation et la gouvernance des instruments en faveur de l'emploi. Il a également fait de l'éducation, de la formation et de l'insertion professionnelle des jeunes un axe prioritaire du « Plan national de développement vers une Côte d'Ivoire émergente ». Pour appuyer la mise en œuvre de ces politiques nationales et soutenir les dispositifs d'accompagnement de plus de 20 000 jeunes vers l'emploi. En 2012, l'AFD a octroyé dans le cadre du premier contrat de désendettement (C2D) une subvention à la Côte d'Ivoire de 15 millions d'euros. Deux ans plus tard, en 2014, l'enveloppe a été multipliée par quinze, avec 226 millions de subventions dans le cadre du second C2D, qui devraient être investies à horizon 2020 pour amplifier l'effet de ces réformes.

Au regard de ces actions et politiques en faveur des jeunes en Côte d'Ivoire on devrait s'attendre à l'émergence d'une classe de jeunes entrepreneurs en Côte d'Ivoire. Cependant nous assistons à l'échec des projets entrepreneuriaux initié par les jeunes en Côte d'Ivoire malgré l'existence de ces politiques et une forte volonté des jeunes à entreprendre.

Nous avons choisi ce sujet sur la base de constat fait après une formation sur le développement personnel, leadership et insertion professionnelle au CAMPC en 2020 par le département de sociologie, il a été recommandé à chaque participant de créer une activité génératrice de revenu qui pourrai devenir dans l'avenir une entreprise à part entière. Selon le formateur l'entrepreneuriat est une porte de sortie du chômage des jeunes et une porte d'entrée dans le monde du travail.

Cependant, sur les 50 participants à la formation ayant rédigés leurs projets d'entrepreneuriat seuls 5 ont pu mettre une activité

génératrice de revenus (AGR) en place 1 mois après la formation. Les 45 autres n'ayant pu mettre en place une AGR bien qu'ayant des projets d'entrepreneuriat, ont évoqué des raisons économiques comme causes de la non réalisation de leur projet. Plusieurs sont les jeunes, qui sont dans la même situation que ces 45 participants ayant des projets d'entreprises sans moyen de financement. L'autre constat est que les cinq (5) qui ont pu mettre en place une activité génératrice de revenu ont fini par arrêter leurs activités en moins de 5 ans. Ce phénomène est aussi observé chez la plupart des jeunes qui se lancent dans l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire.

Les analyses portées sur les raisons de ces échecs se résument en termes de gestion du budget, de manque de compétences, le problème de financement, le manque d'encadrement, les formalités administratives assez lourdes et le manque d'informations. Ses analyses semblent ignorer l'intention de l'entrepreneur dans le processus de création de son entreprise.

Alors que selon Tournes (2007), l'entrepreneuriat est considéré comme un processus dynamique et complexe. Il est la résultante de facteurs psychologiques, socioculturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de normes, d'intentions et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné (Tounes, 2007, p. 74).

L'intention entrepreneuriale est définie selon Crant (1996) par les jugements de l'individu sur la probabilité de créer sa propre entreprise. Pour Bruyat (1993), l'intention entrepreneuriale est une volonté. Bird (1988 et 1992) la définit aussi comme une volonté individuelle, une liberté, un état de l'esprit qui oriente l'attention, et par conséquent, l'expérience et l'action de l'individu vers un objectif spécifique dans le but d'accomplir une mission (créer une entreprise, décisions de croissance, de changements). Bird (1988), tout comme Krueger et Carsrud (1993), considère l'intention comme un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de

l'individu. L'intention structure et guide l'action (Bird, 1988 et 1992 ; Krueger et al., 2000). Elle est une volonté personnelle, mais elle dépend aussi des variables contextuelles (Vesalainen et Pihkala, 1999).
Cette intention est considérée en psychologie positive par Fred Luthans (2004) comme le capital psychologie constituée de l'espoir, de l'efficacité, de la résilience et de l'optimisme. Pour lui le capital psychologique qui oriente la vision entrepreneuriale permet d'améliorer la performance et la persévérance.
Cordon (2008), soutient également que la visée entrepreneuriale est un préalable et une ressource clés qui nourrit et renforce la capacité ce résilience des entrepreneurs.
C'est dans cette optique qu'on se pose la question de savoir en quoi la visée entrepreneuriale influence-t-elle la pérennité des entreprises crée par les jeunes en Côte d'Ivoire ?
L'objectif principal est de monter en quoi les motivations et les aspirations contribuent au succès ou l'échec l'entrepreneuriat des jeunes.
Pour atteindre cet objectif nous l'avons spécifié en deux sous objectifs plus spécifiques : montrer en quoi la recherche de profit et la satisfaction de ses propres besoins comme sources de motivation conduit à l'échec de l'entrepreneuriat d'une part, et d'autre part, montrer dans quelle mesure les aspirations holistes favorisent le succès entrepreneurial.
Ainsi, nous avons formulé notre hypothèse comme suit : la visée entrepreneuriale contribue au succès ou à l'échec de l'action entrepreneuriale.

Cadre conceptuel et théorique

Les résultats de notre étude sont interprétés à partir de la théorie du succès entrepreneurial. Selon cette théorie le succès dans l'entrepreneuriat renvoie au profit que génère l'entreprise, la croissance de l'entreprise, la pérennité de l'entreprise. En ce qui

concerne l'entrepreneur nous avons la capacite de résilience, la création de valeur sociale et la capacité à s'adapter qui continue les critères essentiels de succès dans l'entrepreneuriat.

Chapitre1 : Méthodologie de la recherche

I-ECHANTILLONNAGE

L'échantillonnage (ou sampling en anglais) est le processus de sélection d'un groupe d'individus qui va être interroger dans le cadre d'une étude et qui symbolise une population de référence.[1] Il existe à cet effet plusieurs types d'échantillonnages qui sont utiliser de façon isoler ou combiner par les chercheurs dans les cas de recherches. Dans la section suivante nous verrons les techniques d'échantillonnages utilisées dans cette étude.

1-Technique d'échantillonnage.

La méthode d'échantillonnage désigne le processus de sélection d'un groupe restreint d'individus, à interroger dans le cadre d'une enquête à grande échelle. Dans le cadre de cette étude deux techniques d'échantillonnage sont retenus. Il s'agit de l'échantillonnage probabiliste et de l'échantillonnage par choix raisonne.

1-1-Echantillonnage probabiliste

1-1-1-Echantillonnage par réseau

Pour cette étude nous avons procédé par la technique boule de neige pour déterminer l'échantillon quantitatif. En effet, nous avons créé un lien de notre questionnaire puis l'avions partagé

[1] https://www.qualtrics.com/fr/gestion-de-l-experience/etude-marche/methode-echantillonnage/#:~:text=L'%C3%A9chantillonnage%20(ou%20sampling%20en,symbolise%20une%20population%20de%20r%C3%A9f%C3%A9rence.

aux entrepreneurs qui ont à leur tour partage à d'autres entrepreneurs qu'ils connaissent.
Aussi, nous avons assisté à des conférences des entrepreneurs et des aspirants a l'entrepreneuriat. Pendant ces conférences nous avons profité pour partager nos questionnaires aux participants. Nous l'avions partagé avec nos connaissances qui ont à leur tour partagé à leurs connaissances.
Certains entretiens ont été réalisés de face à face. C'est cet ensemble d'entretien qui a constitué notre échantillon pour l'étude quantitative.
En plus des réseaux nous avons procédé par Hasard pour sélectionner certains individus de notre échantillon. En effet, nous sommes rendus dans les marchés pour sélectionner certains entrepreneurs au hasard. C'est ainsi que nous avons procédé pour administrer notre questionnaire à certains commerçants un peu partout dans le district d'Abidjan.
Pour vérifier notre échantillon nous avons appliqué la formule $n=z^2(p \times q) /d^2$.

1-1-2-Echantillon quantitatif

Dans les conditions standards l'échantillon théorique échantillon sur la base de la formule $n=z^2 \times (p \times q) /d^2$ avec $z=1,96$ soit un taux de confiance de 95%, $d=0,05$ soit une marge d'erreur de 5% et $p=0,5$ soit 50% représentant le cas le plus conservateur, on a :
$n=(1,96)^2x0,25/(/(0,05)^2=)^2=384,16$
$n\approx385$
Cependant, dans notre cas, nous avons procédé par un échantillonnage empirique. En effet, nous avons administré notre questionnaire à un ensemble de 503 individus. Puis par la suite nous avons déterminé la marge d'erreur de cet échantillon sur la base de la formule $n=z^2 \times (p \times q) /d^2$. Dans cette formule n correspondant à notre échantillon de base, p la proportion estimée de la variable étudiée, q=1-p et d est la marge d'erreur.

Nous avons déterminé la marge d'erreur pour n=503 avec p=0,5 le cas le plus conservateur et z=1,96 :

$n=z^2(p.q)/d^2$

$d^2=z^2(p.q)/n$

$d^2=(1,96)^2x0,25/503$

$d^2=3,8416x0,25/503$

$d^2=0,001909$

$d=\sqrt{0,001909}$

$d=0,0437$

Soit une marge d'erreur de 4,4%

Si on garde d=0,5 et p=0,5

On a :

$n=z^2x0,25/0,0025$

$503=z^2x100$

$z^2=503/100$

$z^2=5,03$

$z=\sqrt{5,03}$

$z=2,24$

Ce qui correspond à un niveau de confiance d'environ 97,5% car pour z= 2,24 dans la table donne environ 0,9875.

Alors notre échantillon de 503 adonne un niveau de confiance de 97,5% et une marge d'erreur de 4,4%. Un tel échantillon nous permet d'avoir un pouvoir statistique plus amélioré, une excellente robustesse aux non-réponses et les analyses plus fines selon les domaines d'activités.

1-1-3-Unités statistiques

DOMAINE D'ACTIVITES	EFFECTIFS
COMMERCE	376
RESTAURATION	27
ENERGIE	20
BTP	15
AGROALIMENTAIRE	17
INDUSTRIE	10
TICE	21
MODE	12
LOGISTIQUE	5
TOTAL	503

1-2-Echantillonage non probabiliste (L'échantillonnage par boules de neige)

Cette méthode s'avère utile lorsque le chercheur éprouve des difficultés à trouver les sujets de l'enquête parce qu'ils constituent une population minoritaire ou une catégorie sociale bien précise. Elle est basée sur le principe des contacts personnels ou professionnels permettant de retracer les sujets recherchés. En d'autres mots, il s'agit de constituer un réseau permettant de trouver les répondants au fur et à mesure de la progression de l'enquête (Hervé Gumuchian et Claude Marois,2018).

Dans cette étude, nous avons utilisé cette méthode pour construire notre échantillon qualitatif. En effet, nous avions mis en contact avec nos enquêtés par le biais de nos contacts. Après chaque entretien nous demandons à notre interviewé de nous mettre en contacts avec d'autres entrepreneurs avec qui il est en contact. C'est ainsi que nous avons constitué notre échantillon qualitatif.

1-2-1-Le principe de saturation

Selon Pierre Mongeau, la taille de notre échantillon dépend principalement des objectifs poursuivis (compréhension-modélisation, exploration ou vérification-généralisation), du cadre financier ainsi que du temps dont nous disposons. Généralement, les études exploratoires et qualitatives ne requièrent pas de grands échantillons, tandis que les études de vérification et de généralisation en exigent de plus grands. L'échantillon d'une recherche poursuivant des objectifs de nature plus qualitative peut être relativement petit, car l'objectif n'est pas de rendre compte d'une population, mais de recueillir de l'information pertinente pour mieux comprendre un phénomène. Il ne s'agit pas de refléter fidèlement la répartition de caractéristiques d'une population, mais de proposer une compréhension d'un phénomène à partir de perceptions existantes dans la population. Aussi, le nombre de personnes à rencontrer ou de documents à prendre en considération est soumis au principe de saturation de l'information. En simple, l'échantillon a atteint la taille souhaitable lorsque l'ajout d'information (d'entrevues) ne permet plus d'enrichir le modèle élabore. Une première entrevue pourrait nous permettre de définir les principales fonctions, une deuxième d'éclaircir les points qui sont demeurés obscurs. Une troisième pourrait nous permettre d'ajouter des détails et de découvrir les fonctions avancées. Une quatrième encore pourrait nous aider à clarifier notre compréhension, etc. Mais, après la sixième ou la septième entrevue, il est très probable que nous percevions plusieurs redites et que nous ayons franchement l'impression d'avoir compris. L'ajout d'entrevues ne nous permettrait pas d'améliorer de manière significative notre compréhension. Nous serions alors saturés, plus d'information n'ajouterait plus rien à notre compréhension. Ainsi, en pratique, on atteint généralement cette saturation après sept à douze entrevues, Pierre Mongeau, (2009).

En résumé, le principe de saturation consiste a repéré les informations redondantes dans le discours des interviewées. La saturation est atteinte lorsque les entretiens ne permettent pas de faire émerger de nouveaux thèmes ou thématiques.
Pour les questions concernant la raison pour laquelle les jeunes créent des entreprises, ceux-ci répondent qu'ils le font pour subvenir à leur besoin ou pour avoir de l'argent. Alors on constate les expressions telles que « ***mais si on fait quelque chose c'est pour avoir l'avoir*** ».

1-2-2-Processus de saturation

Les trois premiers entretiens (1-3) avec les acteurs institutionnels nous ont permis d'identifier les thèmes suivants : « **mais tout ce qu'on faite c'est pour avoir de l'argent et satisfaire ses besoins »**
A partir du quatrième entretien au huitième (4-8) entretien nous avons l'émergence des thèmes tels :
A partir du neuvième au douzième entretien (9-12) les thèmes précèdent revenaient avec de nouveaux thèmes tels que : ***« on le fait pour aider les gens autour de nous »***. Ainsi, nous avons réalisé trois autres entretiens pour vérifier si de nouveaux thèmes apparaissent de l'entretien 13 à 15 nous constatons les mêmes thèmes des entretiens 3,5,7,8,10 et 11 tels que : la recherche de profit, la satisfaction des besoins.

1-2-3-Tableau de saturation

Numéros d'entretien	Nouveaux thèmes/Informations apportées	Observation
1-3	Avoir de l'argent, satisfaire ses besoins. **Moyen de subsistance ; accomplissement de soi**	On observe des raisons qui sont tourner vers l'entrepreneur lui-même
4-8	C'est pour prendre soin de sa famille Aider les membres de la communauté ; avoir de l'argent, prendre soin de soi même	On constate l'émergence de raison plus communautaire.
9-12	La passion comme source de motivation, les aides communautaires,	Ici nous assistons a l'émergence de facteur explicatif du suces

	avoir de l'argent et satisfaction de ses propres besoins.	entrepreneurial et de l'importance du financement participatif.
13-15	Les raisons évoquées sont les mêmes que dans les entretiens précédant.	On constate une redondance des informations, plus de nouveaux thèmes.

Tableau 1:Tableau de saturation

1-2-4-Unités statistique de l'échantillon qualitatif

Cibles	**Nombre**
Chambre du commerce	01
INIE	01
GUDE-PME	01
BC-Emplois	01
MPME	02
Fondateurs de plateforme de financement participatif	02
Détenteurs de start-ups	06
TOTAL	**15**

Chapitre 2 : RESULTATS

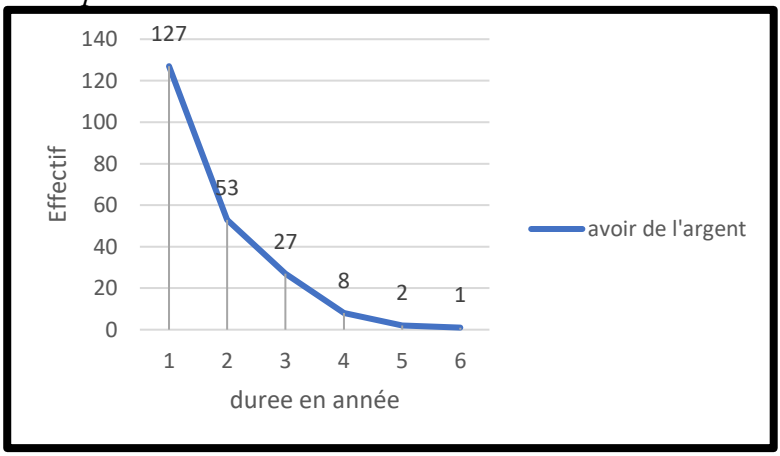
1-La visée entrepreneuriale et l'abandon des activités

La visée entrepreneuriale est la raison qui motive un individu à créer une AGR ou une entreprise. En effet, ils existent diverses raisons qui poussent les jeunes à se lancer dans l'entrepreneuriat. Dans cette optique les raisons telles que la recherche de profit, la satisfaction de ses propres besoins, la résolution de problèmes communautaires, la passion etc., motivent les jeunes à se lancer dans l'entrepreneuriat.

1-1-L'appât du gain comme source de motivation à la création de l'entreprise

Nos résultats montrent que près de la moitié de nos enquêtés ont choisi de se lancer dans l'entrepreneuriat dans le but d'obtenir de l'argent. Comme nous le constatons à travers la figure ci-dessous.

Figure 1:la recherche de profit et la durée dans l'entrepreneuriat



Cette réalité est perçue dans les propos de certains jeunes entrepreneurs comme on peut le constater dans le verbatim suivant : *« il faut être honnête hin arriver à un moment c'était chaud, donc j'étais obligé de me chercher. C'est comme ça que je me suis lancé dans le commerce de vêtement, après j'ai vendu des parfums aussi. En tout cas si je ne fais pas ça là je ne sais pas comment je vais faire pour avoir de l'argent. C'est ce qui me permet d'avoir de l'argent en attendant. On ne peut pas rester là comme ça oh* ».

A travers ces propos on comprend clairement que les jeunes se lancent dans l'entrepreneuriat dans l'optique d'obtenir de l'argent. De ce fait, l'entrepreneuriat devient un moyen de satisfaction de besoins personnels. Cette perception de l'entrepreneuriat conduit à l'abandon des activités lorsque ceux-ci ne perçoivent plus de l'argent au bout d'un certains temps. Alors que l'entrepreneuriat est constitué de moment de relâchement des activités que l'entrepreneur doit supporter. Comme le dit ce d'entrepreneur « *parfois on ne gagne rien mais continue de venir vendre on ne sait pas quand ça va marcher. Il y a des moments ça ne marche pas mais on est toujours là* ».

Ainsi, pour mieux résister l'entrepreneur doit persister même lorsqu'il ne parvient pas à faire du profit.

1-2-La satisfaction des besoins personnels comme source de motivation à l'entrepreneuriat

La figure ci-dessous nous présente le nombre de jeunes par année selon qu'ils aient choisit d'entreprendre dans le but de subvenir à leur besoins personnels.La figure nous montre que sur 131 qui ont choisi l'entrepreneuriat dans le but de satisfaire leur besoin la majorité (83) de cette population est représenté dans la première année. Le nombre chute lorsqu'on tend vers cinq(ans).

Figure 2:La satisfaction des besoins personnels et la durée dans l'entrepreneuriat

On peut également constate cela dans le discours de cet acteur lorsqu'il dit :*« C'est avec ça qu'on arrive à s'occuper de nous-même. Si on ne fait ça là comment on va faire pour manger.la vie est dure oh si tu ne débrouilles pas pour faire quelque chose pour avoir l'argent ça sera compliqué. On fait ça pour pouvoir payer la nourriture* ». Cela prouve que certains sont devenu entrepreneurs dans l'optique de satisfaire leurs besoins

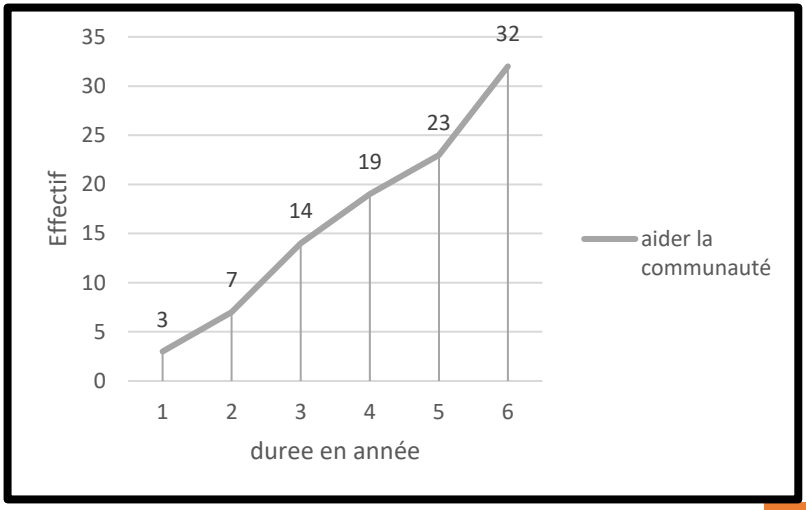
personnels. Alors choisir l'entrepreneuriat pour satisfaire ses besoins revient à utiliser les profits pour satisfaire ses besoins. A travers ce résultat on comprend que choisir l'entrepreneuriat pour satisfaire ses besoins limite l'entrepreneur dans l'évolution. Or l'entrepreneuriat va plus loin au-delà de la satisfaction de besoins personnels en visant la satisfaction de besoins communautaire. Ains, l'on peut créer une entreprise dans le but de résoudre un problème de la société.

2-La visée entrepreneuriale contribuant au succès dans l'entrepreneuriat.

2-1-La création d'entreprise pour résoudre un problème de la société

Les résultats de notre enquête sont traduits à travers la figure suivante. La courbe représente les effectifs selon que l'individu ait choit l'entrepreneuriat pour répondre à un besoin communautaire. Ainsi, nous constatons que le nombre de ceux augmente plus les années augmentent.

Figure 3: La résolution des problèmes communautaires et la durée dans l'entrepreneuriat



On peut également constater cela à travers les dires de cet entrepreneur *:« Moi j'ai constaté que, lorsque dit aux élèves d'aller acheter les matériels d'arts plastiques ils ne trouvent pas ou même quand ils trouvent ce n'est pas le bon. C'est comme ça j'ai eu l'idée d'aller chercher les matériels moi-même pour venir leur donner. Mais je vends quoi. Donc j'achète les matériels puis je fais un kit que je leur vends ça évite qu'ils se fatiguent inutilement, c'est plus pratique et je suis sûr de la qualité des éléments puisque moi-même je suis professeur d'arts plastiques. C'est comme ça que j'ai ouvert ma librairie.il faut le dire aujourd'hui je suis heureux d'aider les parents à trouver les fournitures de leurs enfants. En dehors de l'argent que je gagne je suis satisfais de l'aide que j'apporte autour de moi. Parfois je ne vends pas grand-chose mais je ne ferme pas ma librairie parce que je sais qu'il aura des gens qui auront besoin d'acheter des stylos, quelques petits trucs* ».

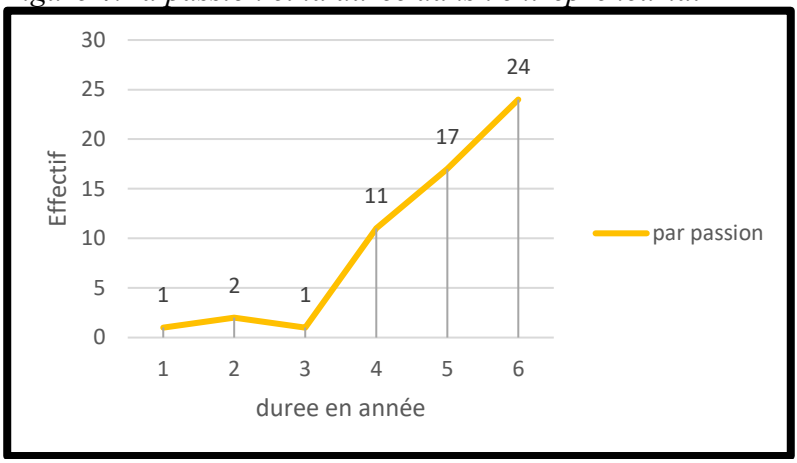
Ces propos montrent que l'on ne crée pas des entreprises seulement pour satisfaire des besoins personnels mais certains le font dans l'aide d'apporter une aide à leur communauté. On comprend à travers ces résultats que la visée communautaire de l'entrepreneuriat favorise une plus grande résistance de l'entrepreneur. Alors entreprendre dans le but d'aider la communauté aux entrepreneurs de durer plus longtemps dans l'entrepreneuriat. Lorsque l'entreprise répond à un besoin social celle-ci devient indispensable à la société, ce qui lui permet de rester plus longtemps dans la communauté.

2-2-Le choix de l'entrepreneuriat par passion

Nos résultats montrent que certains jeunes ont choisi l'entrepreneuriat par passion. Nous avons déterminé le nombre de ceux-ci par année. Dans la figure ci-dessous, on constate le nombre de jeunes qui ont choisi de se lancer dans l'entrepreneuriat par passion est plus élevé à la 6eme année (24

sur56). C'est-à-dire près de la moitie ont au moins cinq années d'existence.

Figure 4:La passion et la durée dans l'entrepreneuriat



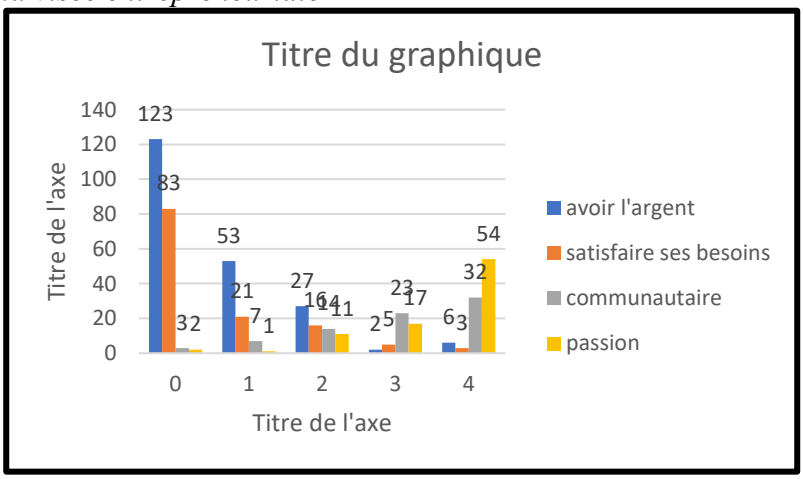
Cette manière de vivre l'entrepreneuriat est perçu dans les propos de cet entrepreneur qui nous disait ceci :« *Moi de base je suis quelqu'un qui aime le shoping. Lorsque j'étais enfants et je devrais aller au super marcher avec ma maman, j'étais tellement heureux. C'est ce plaisir la que je retrouve toujours lorsque je dois aller à Adjamé pour faire les achats. J'aime me retrouver dans les rayons en train d'acheter les petits trucs. Donc en faisant ce métier c'est ce plaisir que je ressens. Mon rêve c'est un jour avoir très grand magasin ou j'aurai assez d'espace pour m'épanouir à l'intérieur. C'est-à-dire un magasin ou j'aurai un petit salon ou lorsque je n'ai pas de clients je m'assois la pour prendre mon thé et regarder la télévision puis sillonner les rayons. En tout cas, je prends du plaisir à être au magasin ce qui fait que je suis tout le temps ici même lorsqu'il n'y a pas de clients* ».

Ces propos témoignent en quoi la passion guide l'action de certains entrepreneurs.

En résumé, l'observation de l'ensemble des graphiques montre deux catégories de personnes avec des profiles proches. Nous

avons la catégorie de ceux qui pensent que l'repreneuriat est fait pour avoir de l'argent et ceux qui pensent qui pensent qu'il est fait pour satisfaire ses besoins personnels qui ont un profil proche. Ceux-ci arrêtent l'entrepreneuriat un peu plus tôt avant d'atteindre l'âge de 5ans. Nous pouvons voir cela à travers la figure ci-dessous.

Figure 5:La capacite de résilience dans l'entrepreneuriat selon la visée entrepreneuriale



En observant la figure ci-dessous on remarque qu'au niveau du score 0 les effectifs de ceux qui ont choisi l'entrepreneuriat dans l'optique de se faire de l'argent et satisfaire les besoins sont les plus nombreux avec un taux de représentativité respectivement de 24,5% et de 16,5% contre de 0,5% de ceux qui pensent entreprendre pour des raisons communautaire et 0,3% de de ceux qui le font par passion. On constate également la même différence au niveau des score 2 et 3 avec un taux de représentativité de ceux qui pensent que l'entrepreneuriat est fait pour avoir de l'argent et satisfaire ses besoins, plus élevé que les d'autres catégories. Tandis que à partir du score 3 et 4 on constate une évolution des effectifs de ceux qui se lancent dans l'entrepreneuriat pour des raisons communautaire et par passion.

Chapitre3 : discussion des résultats

Les résultats de notre étude montrent que la vision initiale des jeunes a une influence sur la pérennisation de leurs activités.
D'abord, lorsque les jeunes choisissent de se lancer dans l'entrepreneuriat dans l'optique d'avoir de l'argent ou de satisfaire leurs besoins personnels ceux-ci ont tendance à vite abandonner l'entrepreneuriat. Alors, retenons que les aspirations individuelles tournées vers la recherche de profit et de la satisfaction de besoin diminue la résilience des jeunes faces aux chocs sociaux. Alors que pour qu'un entrepreneur puissent se pérenniser il lui faut une forte capacite de résilience. C'est-à-dire qu'il doit être capable de s'adapter aux différents changements qui surviennent dans son environnement en trouvant de nouvelles combinaisons. Comme le souligne Schumpeter (1953) que ce qui distingue l'entrepreneur du capitaliste est sa capacite d'innover.
Ensuite, les jeunes qui ont choisi l'entrepreneuriat pour des raisons communautaires durent plus dans l'entrepreneuriat. En effet, le fait de créer une entreprise dans le but de répondre a un besoin communautaire ou de résoudre un problème social permet a l'entrepreneur d'être plus résilient. Ainsi un entrepreneur qui a une vision plus sociale de l'entrepreneuriat. En effet, le profit est l'outil de travail de l'entrepreneur. Alors, utiliser le tout le profit pour satisfaire ses besoins personnels limites les actions de l'entrepreneur. Cette conception est similaire à la conception du profit dans l'esprit du capitalisme dont décrit MAX Weber (1904) dans l'éthique protestante et l'esprit du capitalisme.
Enfin la visée entrepreneuriale a un impact sur la résilience dans l'entrepreneuriat. Au regard de ce qui précède les entrepreneurs trop individualistes sont moins résilients que les entrepreneurs altruistes. Ainsi, plus un entrepreneur élargit sa vision en cherchant à résoudre les problèmes de sa communauté, il devient

plus résilient et dure dans le temps. A contrario, lorsque l'entrepreneur focalise son objectif sur ses besoins personnels cela réduit sa vision et le contraint à rester statique en répétant les mêmes actions ou en abandonne l'activité. De ce fait la visée entrepreneuriale permet d'améliorer ou de constituer un frein au développement de l'entreprise selon quelle permet de fixer des objectifs à long terme ou à court termes.

Cette idée est soutenue dans la conception de la psychologie positive avec Fred Luthans (2004) qui postule que le capital psychologie constituée de l'espoir, de l'efficacité, de la résilience et de l'optimisme. Pour lui le capital psychologique qui oriente la vision entrepreneuriale permet d'améliorer la performance et la persévérance. Cette même idée est également soutenue par cardon (2009) qui pense que la visée entrepreneuriale est un préalable et une ressource clés qui nourrit et renforce la capacité ce résilience des entrepreneurs.

Cette étude nous permet de connaitre les facteurs à l'origine de l'échec entrepreneuriale chez les jeunes. En analysant les facteurs conduisant à l'échec entrepreneurial on peut éviter de reproduire ces mêmes erreurs. En s'inspirant des facteurs de succès l'on peut pérenniser les bonnes pratiques en matière d'entrepreneuriat.

Conclusion

Nos propos portent sur la visée entrepreneurial et l'avenir des entreprises crées par les jeunes en Côte d'Ivoire. Nous avons constaté que malgré les actions entreprises en faveur de l'entrepreneuriat des jeunes et leur volonté d'entreprendre, il est difficile d'observer l'émergence d'une classe de jeunes entrepreneurs en Côte d'ivoire. Ainsi, l'objectif de cette étude est de montrer l'influence de la visée entrepreneuriale l'avenir des entreprises crées par les jeunes en Côte d'Ivoire. A travers une méthodologie mixte, les résultats montre que l'intention

initiale des entrepreneurs et leurs aspirations ont un impact sur l'avenir des entreprises de jeunes en Côte d'Ivoire. Ainsi, plus les motivations des entrepreneurs sont tournées vers la recherche de profit et de la satisfaction des besoins personnels l'entreprise dure moins dans le temps. Et plus la vision de l'entrepreneur est plus large, c'est à dire tourne vers la résolution des problèmes sociaux l'entreprise dure plus longtemps. De ce fait, nous retenons que la visée entrepreneuriale a un impact sur la résilience de l'entrepreneur. Une vision à long terme produit des entrepreneurs avec une forte capacité de résilience.

Cette étude montre facteurs motivationnels de l'échec et du succès entrepreneurial. De ce fait, analysant les facteurs d'échec d'entrepreneurial, cela aide les jeunes à réorienter leur vision entrepreneuriale afin d'éviter l'échec. Aussi, en se référant aux facteurs de succès, les jeunes entrepreneurs trouvent des motivations nécessaires à la réussite de leurs projets entrepreneuriaux. Connaitre l'ensemble de ces facteurs permet aux jeunes de comprendre que l'entrepreneuriat n'est pas fait uniquement dans le but d'obtenir de l'argent afin de satisfaire ses besoins personnels, mais aussi qu'il est un moyen de résolution de problèmes sociaux et qu'il doit être fait par passion. Cette conception de l'entrepreneuriat permet aux jeunes entrepreneurs résister plus longtemps dans l'entrepreneuriat

REFERENCE BIBLIOGRAPHIQUE

BAD, CEA, PNUD, OCDE, Perspectives économiques en Afrique 2012. Promouvoir l'emploi des jeunes, Paris, Éditions de l'OCDE.

BIRD Barbara ,1988, Implementing Entrepreneurial Ideas : The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.

BRUYAT Christian,1993, *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation* (Thèse pour le doctorat en

Sciences de Gestion), Université Pierre Mendès-France (Grenoble II).
CARDON Melissa, WINCENTJoakim, SINGH Jasmer et DRNEVICH Paul ,2009, The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion, *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532.
CRANT Michael,1996, The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42–49.
LUTHANS Fred, et YOUSSEF Carolyn ,2004, Human, Social, and Now Positive Psychological Capital : Management of Change in the Investing Era, *Psychological Capital : Developing the Human Competitive Edge.*
MONGEAU Pierre,2008, *Réaliser son mémoire et sa thèse : Côtés Jeans et Côté Tenue de soirée*. Presses de l'Université du Québec, 145 p.