



**FORMATIONS UNIVERSITAIRES, TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES ET
ENTREPRENEURIAT : ANALYSE DE L'APPÉTENCE ET DES COMPÉTENCES
EN ENTREPRENEURIAT DES ÉTUDIANTS DANS UNE UNIVERSITÉ
PUBLIQUE SÉNÉGALAISE**

Ousmane NIANG

Enseignant-chercheur, ESEA-UCAD

ousmane23.niang@ucad.edu.sn

&

Mohamet DIOP

Economiste, DER/FJ

mohametdiop@yahoo.fr

&

Sémou SOW

Enseignant-chercheur, ESEA-UCAD

semou.sow@ucad.edu.sn

Résumé : Cet article a pour objectif de mesurer l'appétence et les compétences entrepreneuriales des étudiants d'une université publique sénégalaise. Il passe en revue un contexte marqué par deux dividendes à savoir démographique et digital. Pourtant, l'emploi constitue un problème public d'ordre sociétal au Sénégal. L'évolution du niveau d'éducation et la forte diffusion des technologies numériques constituent les vecteurs de la société de la connaissance. Ce qui replace les universités au centre des sociétés contemporaine. En outre, le rôle de plus en plus accordé à l'entrepreneuriat pour résoudre la lancinante question de l'emploi fait de l'éducation à l'entrepreneuriat un objet et un problème de recherche pertinent.

**UNIVERSITY TRAINING, DIGITAL TECHNOLOGIES AND
ENTREPRENEURSHIP: ANALYSIS OF STUDENTS' APPETITE AND SKILLS
FOR ENTREPRENEURSHIP IN A SENEGALESE PUBLIC UNIVERSITY**

Abstract : This article aims to measure the entrepreneurial appetite and skills of students at a Senegalese public university. It reviews a context marked by two dividends: demographic and digital. Yet, employment is a public societal issue in Senegal. The evolution of the level of education and the strong diffusion of digital technologies are vectors of the knowledge society. Such a context puts the universities at the center. Moreover, the increasing role given to entrepreneurship to solve the haunting issue of employment makes entrepreneurship education a relevant research object and problem. This is mainly done by external actors. How does this contribute to the development of students' skills in the field of entrepreneurship?

Introduction

Cet article mesure l'appétence et les compétences entrepreneuriales des étudiants d'une université publique sénégalaise. Il est issu de travaux de recherches doctorales portant sur l'entrepreneuriat et les innovations des étudiants soit dans le domaine des technologies numériques soit avec les technologies numériques. Le choix de ce secteur comme champ de recherche résulte de la place de plus en plus importante accordée au développement des technologies numériques. Les investissements publics, les réformes juridiques et politiques effectuées au Sénégal pour favoriser l'éclosion d'un écosystème du digital constitue une source de réflexion scientifique pertinente. Au sein des universités publiques, des stratégies nationales et locales sont appliquées pour favoriser l'appropriation des technologies numériques par les étudiants. La construction d'un écosystème autour des compétences nationales favorise aussi au début des années 2000, l'apparition des premiers incubateurs d'entreprises technologiques. Ces incubateurs, reproduits à partir du modèle américain, utilisent une approche causale de l'entrepreneuriat. Pourtant, à côté de l'approche causale, existe une littérature scientifique et académique sur le modèle de l'effectuation. Selon plusieurs chercheurs le modèle effectual est adapté au continent africain dont une grande partie de l'économie est absorbée par le secteur informel qui ignore les modèles classiques de l'économie et de la gestion. Or, c'est dans ce secteur qu'existe la majeure partie des entrepreneurs en Afrique.

Cet article identifie premièrement les compétences et appétences entrepreneuriales des étudiants suivant le modèle causal. Elle analyse ensuite, les expériences entrepreneuriales estudiantines.

1. Contexte

L'Afrique contemporaine est caractérisée par deux dividendes à savoir démographique et digital. La structure de la population sénégalaise s'inscrit aussi dans cette dynamique. 42% d'entre elle a moins de quinze ans. Ce qui engendre des besoins croissants pour le marché de l'emploi. Au Sénégal, le nombre de nouveaux demandeurs d'emplois est estimé à 350 000 par an. La capacité de l'Etat du Sénégal à créer des emplois s'est affaiblie depuis le début des années 1980. Les programmes d'ajustements structurels recommandent alors aux Etats de dégraisser la fonction publique et de privatiser les entreprises parapubliques et publiques. Le Sénégal est alors confronté à un phénomène nouveau : des diplômés sans emplois. Les revendications estudiantines poussent le gouvernement sénégalais à mettre en place une première stratégie avec l'opération maîtrisard. Elle consiste à insérer des diplômés des facultés des sciences juridiques et économiques dans le secteur économique. Ils sont financés par l'Etat et accompagnés pour la mise en place de petites et moyennes entreprises dans des domaines comme la pêche, l'agriculture et la boulangerie. Cette première expérience s'est soldée par l'échec de plusieurs entreprises pour des raisons liées à la différence entre la sociologie économique et les formations universitaires. En effet, les pratiques économiques et financières de ces secteurs sont construites autour de normes sociales qui s'opposent aux modèles organisationnels enseignées dans les universités. Cette première vague d'entrepreneurs est aussi confrontée à la concurrence des acteurs du secteur informel. Mis à part cette première expérience dont nous ne disposons pas d'évaluation, le secteur de l'emploi est passif. Une étude diagnostique sur l'emploi montre que plusieurs projets, programmes et fonds sont



déroulés par l'Etat du Sénégal depuis cette période. La question de l'emploi est multisectorielle. Pour favoriser l'emploi des jeunes et des femmes, le Sénégal développe dès les années 1970 des boutiques témoins destinées aux diplômés de l'enseignement secondaire. Le problème de l'emploi est devenu plus accru à partir des années 1980. Le taux d'accroissement naturel de 2,7% favorise une évolution rapide de la démographie sénégalaise et une pyramide des âges composée principalement de jeunes et de femmes. Les programmes d'alphabétisation, la formation professionnelle et la création de l'AGETIP doivent répondre aux besoins de ces deux catégories. Ces initiatives publiques ont principalement pour objectif de créer de l'emploi. L'auto-entrepreneuriat n'est introduit dans les politiques que plus tard. Elles débutent principalement au début des années 2000 avec la création de plusieurs fonds pour financer la création d'entreprises. Il s'agit du Fonds national de Promotion de la Jeunesse (FNPJ) et du Fonds national d'Action pour l'Emploi (FNAE). Les résultats restent mitigés d'autant qu'ils n'ont permis de financer que « *près de 2 600 projets qui ont abouti à la création d'au moins 12 626 emplois* » (p. 12) Si au début des années 1980, les politiques résultaient principalement de la revendication estudiantine, au début des années 2000, elles découlent d'un réel besoin social et économique. Le marché de l'emploi est cependant caractérisé au début des années 2010 par un marché de l'emploi caractérisé par un déséquilibre structurel entre l'offre et la demande. Malgré une hausse de 10% du nombre total d'emplois créés dans le secteur moderne entre 2005 et 2011, « *le nombre de demandeurs d'emploi est passé de 351370 à 428.432 sur la même période, soit une augmentation de 22 %.* » Cela constitue la grande tendance de l'emploi au Sénégal. Ce qui suscite des interrogations liées à la prise en charge de cette masse critique d'autant que parallèlement, le taux de scolarisation est en hausse croissante grâce à une politique de démocratisation de l'accès à l'école. Or, plus le niveau d'étude est élevé, plus le temps pour trouver un emploi est long. En effet, « *Le pourcentage des jeunes en situation de chômage de longue durée est de 74 % pour les diplômés du supérieur, 52 % chez les diplômés du secondaire, 62 % pour ceux qui ont le niveau primaire et 41 % pour ceux qui n'ont aucun niveau d'instruction.* » (p29)

Le dividende digital introduit des changements majeurs dans les configurations socioéconomiques. Les technologies numériques sont considérées comme des leviers de développement. Entre le constat de la fracture numérique, l'adoption de politiques de facilitation de l'introduction des technologies de l'information et de la communication au niveau de tous les secteurs d'activités, la place du digital s'accroît

Au début des années 2010, les technologies numériques ont induit une nouvelle dynamique favorisant un enthousiasme à l'entrepreneuriat. Les techs hubs se développent sur le continent. Ils servent d'incubation, d'accompagnement et de recherche de financement. Le premier acteur est le CTIC. Ce centre d'incubateur mis en place sous l'initiative de la société civile, du secteur privé et des pouvoirs publics se positionne comme un vecteur dans l'éducation à l'entrepreneuriat. L'implantation des géants de l'informatique au Sénégal crée un environnement propice au développement de l'entrepreneuriat. Le numérique *constitue* un levier pour les autres secteurs. L'organisation de plusieurs activités comme des boot camp pour former les jeunes aux technologies, de startup week-end pour la conception de projets d'entrepreneuriat utilisant les technologies dans les villes universitaires et généralement en collaboration avec les universités ouvrent de nouvelles perspectives. Les universités créent des

incubateurs pour les projets des étudiants. Toutefois, cette dynamique est rapidement affaiblie. Les facteurs sont faiblement connus malgré la participation des étudiants à des concours internationaux dans le domaine des technologies.

Dans un contexte où la population universitaire s'accroît, l'espace universitaire s'ouvre comme un objet de recherche pertinent. Malgré les évolutions dans l'accompagnement, le financement des femmes et des jeunes pour la création d'entreprises par une diversification des acteurs issus de la société civile, du secteur privé et des pouvoirs publics, l'éducation à l'entrepreneuriat reste encore le talon d'Achille des stratégies et politiques d'emploi au Sénégal. Comment la littérature scientifique aborde cette question ?

2. Problématique

L'emploi fait l'objet d'une littérature scientifique abondante en sciences humaines et sociales. Plusieurs travaux en économie provenant autant d'une littérature grise que scientifique existe sur la question. Elles se focalisent sur plusieurs aspects à savoir l'âge, le genre (Sarr, 1999 ; Alexandre-Leclair & Redien-Collot, 2013) la structure de l'économie, les performances et les déterminants (Maâlej, 2013) entre autres. Les travaux pionniers interdisciplinaires consignés dans un ouvrage collectif dirigé par Ellis et Fauré (1995) analyse les entreprises et entrepreneurs africains sous divers angles avec notamment une approche historique originale de Stephens qui montre que l'entrepreneuriat précède les formes de colonialisme subie par l'Afrique. Ponson (1999) s'y intéresse déjà la formation des entrepreneurs et dirigeants d'entreprises. Les universités africaines commencent déjà à cette période à proposer des offres de formations continues dans le domaine de l'entrepreneuriat avec des spécialisations en gestion et marketing à l'image des universités occidentales où la tradition est déjà assez ancrée. Il y relève les finalités de la formation à l'entrepreneuriat qui intègre, en plus des compétences cognitives (technique et mode de gestion), des compétences affectives (révélateur de talent). Le paradigme qui guide ces travaux apparaît aussi dans la production de Ponson (1999) selon qui, les techniques et mode de gestion être « adaptés au contexte » pour faciliter la prise de décision et le suivi des résultats. Il s'agit de l'adaptabilité de ces entrepreneurs à un modèle économique différent principalement dominé par les activités informelles dont la compréhension est fondamentale. L'éducation à l'entrepreneuriat ne constitue pas pour autant un champ de recherche notamment dans les pays francophones. Ce n'est pas le cas dans la littérature américaine qui consacre une large part à la recherche et les enseignements dans ces domaines. Dans le contexte africain, les changements de politiques vont particulièrement booster la production sur cette question sans pour autant constituer un domaine de recherche.

Baumann (2016) qui aborde le travail dans « *tous ses états* » au Sénégal ne s'intéresse pourtant que faiblement à la formation à l'entrepreneuriat. Même s'il décrit le processus politiques de l'intérêt de l'entrepreneuriat face aux multiples échecs des politiques d'emploi. Cette perspective est caractérisée par la création de structures administratives destinées à l'accompagnement des jeunes par le financement et l'insertion à travers des conventions entre l'Etat et le secteur privé.

Pour ce qui concerne plus spécifiquement le rôle de l'université dans la société, il existe aussi une littérature très abondante. En tant que société civile, l'université participe à la contestation et la construction de l'espace public africain (Diagne, 2002). Les évolutions du rôle de



l'université sont aussi décrites par plusieurs auteurs. Dans un contexte de société de la connaissance, les universités sont devenues des acteurs incontournables de la nouvelle économie portée par l'innovation et la créativité notamment dans le digital.

L'éducation à l'entrepreneuriat au sein de l'espace universitaire fait l'objet d'un faible intérêt dans la littérature scientifique. Ce qui implique une faible connaissance des modèles ainsi que des expériences d'entrepreneuriat dans les campus.

3. Cadre conceptuel

Si plusieurs travaux existent sur l'inadaptation du système universitaire africain aux modèles culturels, il n'en est pas de même sur le produit de l'université : l'étudiant. En effet, l'étudiant africain est faiblement appréhendé dans les recherches comme une cible.

Il s'agit de la dimension productive du système d'enseignement supérieur. Elle concerne la productivité du système d'enseignement en termes de qualité et de quantité. Il s'agit principalement des compétences et de l'employabilité du produit. En effet, étant donné que l'environnement détermine la structuration de la formation universitaire, cette dimension permet de mesurer le rapport entre le produit de l'enseignement supérieur et celui-ci. Il s'agit plus concrètement d'évaluer autant pour l'apprenant que pour le diplômé sortant la capacité de pouvoir exercer une activité professionnelle et de s'adapter au contexte socioéconomique à tous les niveaux. Des indicateurs d'ordre cognitifs et affectifs sont d'abord identifiés pour mesurer le niveau de connaissance des enjeux liés à la révolution digitale par les étudiants. Pour les étudiants en cours de formation, nous avons mesuré la dimension liée à leur professionnalité. Plusieurs composantes sont mobilisées pour mesurer l'appétence à l'entrepreneuriat à travers leurs projets professionnels et la compétence entrepreneuriale des étudiants. L'employabilité est le concept autour duquel se restructurent les formations universitaires. Elle consiste à fournir au produit les capacités à trouver un emploi décent. Or, dans les pays africains, la configuration socioéconomique implique de nouveaux besoins liés notamment à la création d'emplois décents. Par conséquent, les politiques publiques prennent de plus en plus en compte l'entrepreneuriat comme un instrument de développement économique et social. La question de savoir si les étudiants possèdent les compétences pour entreprendre trouve sa pertinence dans un tel contexte. Toutefois, l'enseignement supérieur se concentre encore sur l'employabilité. De ce fait, nous avons intégré la dimension entrepreneuriale dans la formation universitaire. Il s'agit de manière pratique de la composante d'entrepreneuriabilité. C'est l'ensemble des compétences qui permettent à un individu de créer une activité économique. Le modèle causal permet avec le business model canvas d'identifier les indicateurs. Il s'agit de se poser la question de savoir si les sortants des universités, auxquels la société enjoint la création d'entreprises, disposent des compétences pour le faire.

4. Méthodologie

Cet article s'appuie sur des données d'une enquête de thèse en sociologie effectuée au mois de décembre 2016 auprès de 546 étudiants de l'université Gaston Berger de Saint-Louis du Sénégal.

L'échantillonnage est de type probabiliste et stratifié. L'enquête est menée au sein du campus social de l'université qui est organisé par village (résidence). La population mère est composée de 10145 étudiants.

Avant de procéder à la stratification, un système aléatoire est défini. Il se réfère au tableau de Morgan et Krejce (1970) élaborée pour les études en éducation. Elle établit l'échantillon en fonction d'une population mère avec un degré de confiance de 95%. Ce qui fournit une population représentative de 385 individus. Toutefois pour disposer d'une analyse comparative entre les formations doctorales, nous avons choisi de nous référer à une représentativité en procédant par stratification. Ainsi, La taille globale de l'échantillon est de 546 étudiants dont 35% pour les filières Sciences et technologies et 65% pour les filières sciences humaines et sociales.

A la suite de l'enquête quantitative, une recherche qualitative est menée auprès de cibles diverses (pouvoir public, secteur privé, innovateurs, leaders étudiants). Elle est réalisée par des guides d'entretien spécifiques destinés à ces différentes cibles.

5. Résultats

5.1. Une forte appétence entrepreneuriale

69,7% des étudiants souhaitent travailler à leur propre compte. Seuls 10,2% ne le souhaitent pas alors que 20% ne savent pas encore. Ces résultats montrent un fort taux d'appétence à l'entrepreneuriat. Les politiques publiques sénégalaises sont de plus en plus conscientes des enjeux liés à l'entrepreneuriat pour résoudre les problèmes d'emploi. Généralement, la population qui a suivi des études universitaires trouve un emploi selon les chiffres des recensements de 1988 à 2013. Cependant, la démocratisation de l'accès à l'espace scolaire soulève de nouveaux questionnements sur le devenir professionnel de cette forte population. En effet, face au déséquilibre entre les bacheliers et le nombre de places disponibles dans les universités, l'Etat a développé des stratégies de détournement par les établissements privés d'enseignement supérieur et l'université virtuelle du Sénégal. Les projections démographiques tendent vers un dividende démographique dont les incidences sur le marché de l'emploi sont évidentes. Par conséquent, l'une des alternatives est l'auto-entrepreneuriat. Les résultats montrent que les étudiants sont fortement favorables à ce modèle. En outre, 61,7% des étudiants veulent s'engager dans l'auto-entrepreneuriat juste après les études. 59,4% ont des projets de création d'entreprise.



Tableau 1 : Projets entrepreneuriaux des étudiants

TRAVAILLER A SON PROPRE COMPTE PLUS TARD		
	Nb	% cit.
Oui	362	69,7%
Non	53	10,2%
Ne sait pas	104	20%
Total	519	100%

TRAVAILLER A SON PROPRE COMPTE JUSTE APRES LES ETUDES		
	Nb	% cit.
Oui	235	61,7%
Non	146	38,3%
Total	381	100%

PROJET DE CREATION D'ENTREPRISE		
	Nb	% cit.
Oui	282	59,4%
Non	193	40,6%
Total	475	100%

Source : Données d'enquête, 2016

Parmi les étudiants qui ont un projet de création d'entreprise, les secteurs dans lesquels ils veulent s'investir sont par ordre décroissant : l'agriculture (35,8%), les télécommunications (12,7%), l'enseignement (12,4%), la recherche (8,5%) et les métiers de la culture (6,5%).

Tableau 2 : Domaines d'activités entrepreneuriales

DOMAINES D'ACTIVITES		
	Nb	% cit.
Pêche	13	4,2%
Agriculture	110	35,8%
Enseignement	38	12,4%
Recherche	26	8,5%
Santé	10	3,3%
Télécommunications	39	12,7%
Métiers de la culture	20	6,5%
Information	8	2,6%
Autre (à préciser)	43	14%
Total	307	100%

Source : Données d'enquête, 2016

Ils estiment majoritairement (70,1%) que les technologies numériques vont jouer un rôle fort (36,6%), et très fort (23,5%) alors que pour 26,5%, le rôle qu'elles vont jouer est juste moyen. Or, les résultats montrent que le niveau de compétences numériques des étudiants est faible. Par conséquent, deux solutions s'offrent dans ce cas. Il s'agit d'une part du développement de capacités en auto-apprentissage et d'autre part de l'association. En général, les personnes créatives possèdent de faibles compétences en management et en marketing. Pour la réussite de leurs projets, ils ont recours à des personnes qui ont fait des études en business. La personnalité contraire des associés est observable. C'est le cas dans l'un des plus grands projets informatiques : celui d'Apple. Grâce aux documents historiques examinés dans le cadre de

cette recherche, il ressort que la personnalité extravertie de Steve Jobs a joué un rôle important dans le marketing et le management du projet alors que celle introvertie de Steve Wozniak a joué un rôle déterminant dans la conception et la mise en œuvre technique du projet. Les seules compétences technologiques n'auraient pas suffi pour faire accepter l'innovation de Wozniak. Il existe de ce fait des aspects liés à l'intégration socioculturelle. En effet, les deux promoteurs de la révolution numérique ont des racines étrangères. Les influences interculturelles contribuent fortement à la créativité. Ce qui est le cas au Sénégal. En effet, la population sénégalaise est éduquée dans un environnement interculturel avec l'école occidentale, orientale et africaine. Une étude de cas d'une des entreprises innovantes dans le numérique créée par des sortants de l'UGB est assez semblable au cas Jobs/Wozniak.

Tableau 3 : Part du numérique dans le projet entrepreneurial des étudiants

NUMERIQUE ET PROJET		
	Nb	% cit.
Très Faible	31	7,8%
Faible	22	5,6%
Moyen	105	26,5%
Fort	145	36,6%
Très fort	93	23,5%
Total	396	100%

Source : Données d'enquête, 2016

5.2. Formation et accompagnement à l'entrepreneuriat

Tableau 4 : Participation à un programme de création d'entreprise

PARTICIPATION PROGRAMME CREATION ENTREPRISE		
	Nb	% obs.
Oui	99	18,10%
Non	447	81,90%
Total	546	100,00%

Source : Données d'enquête, 2016

Parmi les structures qui organisent ces événements, les trois premières auxquelles, ils ont le plus participé aux activités sont Give 1 Project (11,6%), suivi de l'ADEPME (10,6%) et du PSEJ (8,5%). CTIC qui est l'une des structures pionnières dans l'incubation pour l'entrepreneuriat numérique occupe la quatrième position avec 7,5% au même niveau que l'ANPEJ. Ces résultats montrent que les structures atteignent faiblement les étudiants. En effet, le taux cumulé de l'ANPEJ et de l'ADEPME atteint 6,5%. Quant aux associations (CTIC, Synapse, Give 1 Project), leur taux cumulé est des 7,10%. Le secteur privé (Orange, Tigo, Nescafé et BICIS) atteint un taux cumulé de 6,8%. Le secteur privé des télécommunications (Orange et Tigo) ne touche que 3,7% des étudiants. Pour ce qui concerne spécifiquement l'enseignement supérieur (PSEJ et D2IE), il ne touche que 5,5%. Plus spécifiquement, la D2IE qui est une direction de l'université Gaston Berger n'atteint que 2,4% des étudiants.

**Tableau 5 : Type d'acteurs organisateurs des programmes de création d'entreprise**

CTIC	15	10,60%	2,70%
Synapse	1	0,70%	0,20%
Give 1 Project	23	16,20%	4,20%
Associations	39	27,50%	7,10%
ANPEJ	15	10,60%	2,70%
ADEPME	21	14,80%	3,80%
Administration	36	25,40%	6,50%
D21E	12	8,50%	2,40%
PSEJ	17	12,00%	3,10%
Enseignement supérieur	29	20,50%	5,50%
Orange	14	9,90%	2,60%
Tigo Reach	6	4,20%	1,10%
Nescafé	8	5,60%	1,50%
Total	3	2,10%	0,50%
Bicis	6	4,20%	1,10%
Secteur privé	37	26,00%	6,80%

Source : Données d'enquête, 2016

Les événements organisés par les structures pour le développement de l'entrepreneuriat des jeunes sont généralement composés d'une partie consacrée à la formation. Ce sont des boot camp. Il s'agit d'ateliers pratiques où on enseigne aux participants les codes et les détails d'une technologie et des modèles de développement d'entreprises. Les observations effectuées durant les startups weekend du CTIC montrent que le principal outil est le Business Model Canvas. Ce modèle dont le plus complet est élaboré par Alexander Osterwalder. Il regroupe neuf composantes à savoir : la proposition de valeur, la segmentation clients, les canaux de distribution, les relations client, les sources de revenus, les ressources clé, les partenaires clés, les activités principales et la structure des coûts. Osterwalder part du principe que l'entrepreneuriat et l'innovation reposent sur l'incertitude. Par conséquent, le business plan est un outil désuet. Le Business Model Canvas permet de réduire l'incertitude. Les composantes permettent d'appréhender les risques. Le business model canvas est utilisé durant les startups weekend. Un modèle d'autoapprentissage particulier s'y développe par la technique du brainstorming. Le business Model Canvas permet de fixer pour chaque composante les éléments à prendre en compte dans le lancement d'un nouveau produit ou service. La proposition de valeur permet aux entrepreneurs d'identifier l'aspect innovant de leur produit ou service mais surtout l'acceptabilité sociale. Cependant ces modèles prédictifs ne semblent pas fonctionnels dans un cadre où l'institutionnalisation est liée à l'informel. En effet, l'économie numérique fonctionne suivant le même modèle que le secteur informel dont l'économie d'échelle est la référence.

Le modèle causal utilisé dans les programmes de création d'entreprises fait souvent focus sur les prévisions financières et le renforcement de capacités dans différents domaines comme la gestion administrative, la gestion financière, la communication et la création d'entreprise. Le groupe de question concernant le renforcement de capacités des étudiants sur ces domaines

est majoritairement positif suivant les affirmations. En effet, 65% des étudiants qui ont suivi un programme de création d'entreprise affirment que leurs capacités sur la gestion financière sont renforcées. Il en est de même pour la gestion financière avec 72,7% des étudiants, la communication pour 85,3% et la création d'entreprise pour 72,9%. Les programmes de création d'entreprise participent effectivement à fournir aux participants des outils par un apprentissage *learning by doing*. C'est le cas du "pitch". Il s'agit de l'utilisation minimum du temps pour expliquer son projet à un investisseur avec la proposition de valeur, les segments clientèles, les ressources et les canaux. Ces pratiques développent chez les étudiants leurs compétences.

Tableau 6 : Participation à un programme de création d'entreprise et renforcement de capacités

RENFORCEMENT DE CAPACITE						
	Oui		Non		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Capacité gestion administrative	80	65%	43	35%	123	100%
Capacité gestion financière	88	72,7%	33	27,3%	121	100%
Capacité Communication	99	85,3%	17	14,7%	116	100%
Capacité Création d'entreprise	105	72,9%	39	27,1%	144	100%
P = 0,5% ; CHI2 = 13,01 ; DDL = 3 (TS)						

Source : Données d'enquête, 2016

Le premier niveau de l'analyse montre que la perception des étudiants sur les programmes de création d'entreprise est positive. Cependant, les tests effectués sur les résultats montrent que la relation est très significative entre la population ayant répondu à la question et celle qui pensent que leurs compétences n'ont pas été renforcées. Par conséquent, notre dernière hypothèse selon laquelle l'encadrement des étudiants favorise la créativité ne peut être validée.

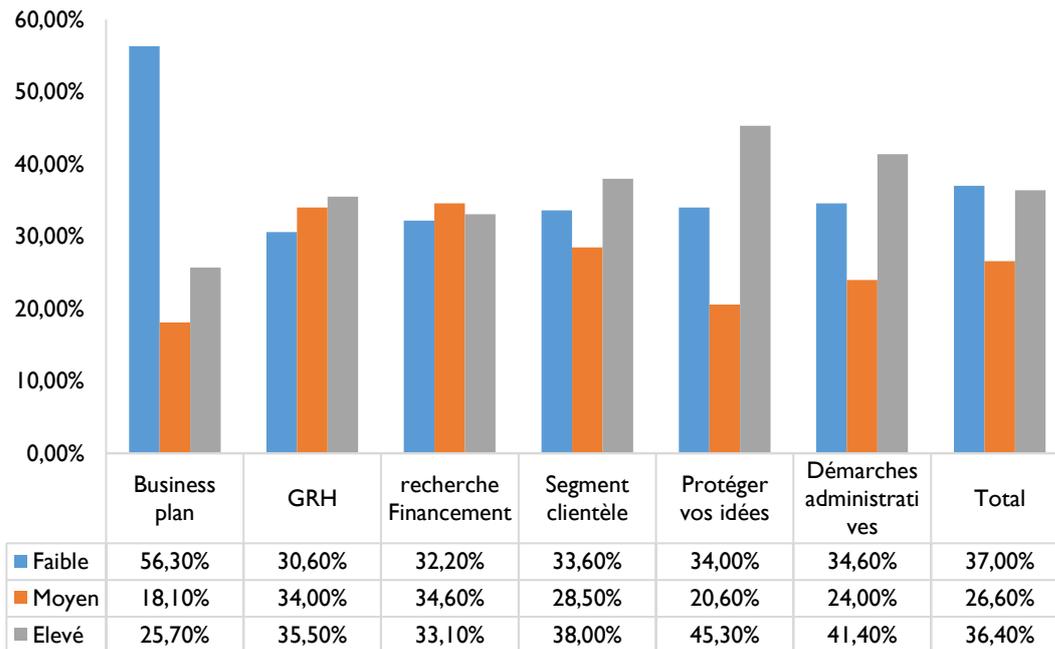
5.3. Compétences entrepreneuriales

Quelles sont les compétences entrepreneuriales des étudiants. En effet, malgré les différentes injonctions à l'entrepreneuriat, la mesure des compétences de ceux-ci dans ce domaine n'est pas établie. Nous avons identifié six indicateurs pour mesurer leurs compétences entrepreneuriales. Il s'agit de la rédaction d'un business plan, de la gestion des ressources humaines et du management d'entreprise, de la recherche de financement, de l'identification des segments de clientèle, de la protection des idées et enfin des démarches administratives et juridiques pour la création d'une entreprise au Sénégal.

L'échelle de Likert répartit leurs compétences entrepreneuriales en cinq niveaux (Pas du tout, Juste un peu, Assez bien, Bien, Très bien). Pour plus de visibilité, les cinq niveaux ont été regroupés en trois à savoir faible, moyen et élevé. Le graphique ci-dessus montre que suivant les catégories, le niveau de compétence diffère principalement sur le point concernant la réalisation d'un Business Plan. Les enseignements à l'université sont encore centrés sur les aspects théoriques. Bien que dans le projet d'élaboration du modèle pédagogique de l'UGB, l'érection des Unités de Formation et de Recherche sous-tendait la philosophie d'une formation pratique, la culture magistrale a finalement prévalu. De ce fait, les étudiants ne disposent pas d'outils pratiques pour aborder le monde de l'entrepreneuriat. Le principal outil qu'est le business plan est la compétence entrepreneuriale la plus faible chez les étudiants.



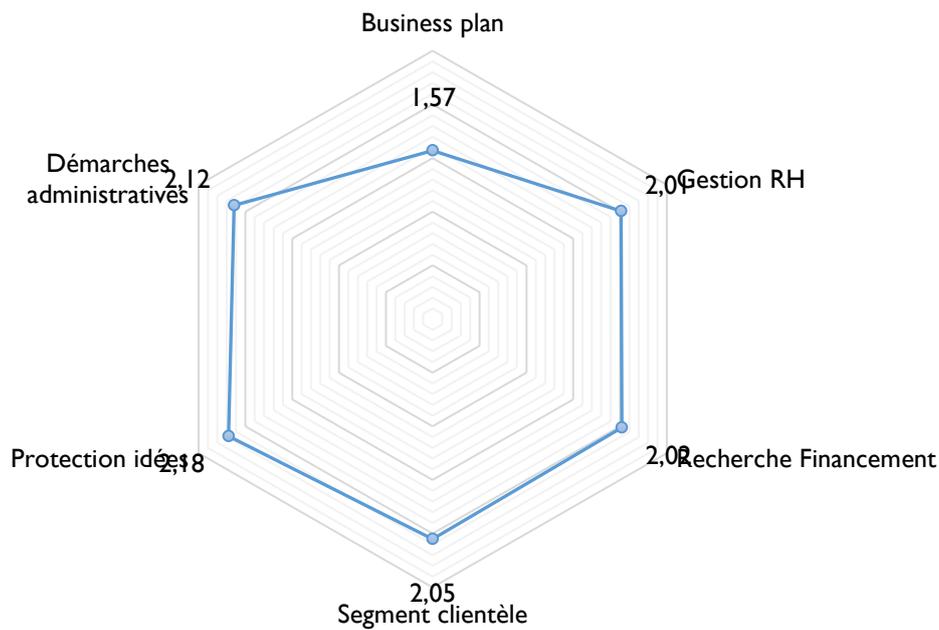
Graphique 1 : Niveau de compétences entrepreneuriales des étudiants



Source : Données d'enquête, 2016

Cette faiblesse se ressent dans les autres compétences exceptées pour la protection des idées. Bien souvent, il existe une confusion dans la protection des idées par les étudiants. Selon la plupart, il s'agit de ne pas la partager alors que cela concerne le domaine de la propriété intellectuelle. Les modèles de créativité communautaire sont plus inscrits dans les représentations collectives. De ce fait, il n'existe pas une culture de la protection juridique des créations et des inventions. Il en est de même pour les étudiants. La protection des idées par leur dissimulation ne participe pas à leur transformation en innovations sociales ou technologiques. Ainsi, les modèles d'entrepreneuriat n'émergent pas facilement. Les développements effectués plus haut sur la créativité montrent la capacité des étudiants à émettre de multiples idées pertinentes. Toutefois, cela n'est pas suffisant. Nous avons donc analysé les tendances centrales par les moyennes. La moyenne la plus forte se trouve au niveau la protection des idées (2,18) comme pour les échelles. Elle est suivie par les démarches administratives pour la création d'une entreprise (2,12) et ensuite la recherche de financement (2,02).

Graphique 2 : Moyenne des compétences entrepreneuriales des étudiants

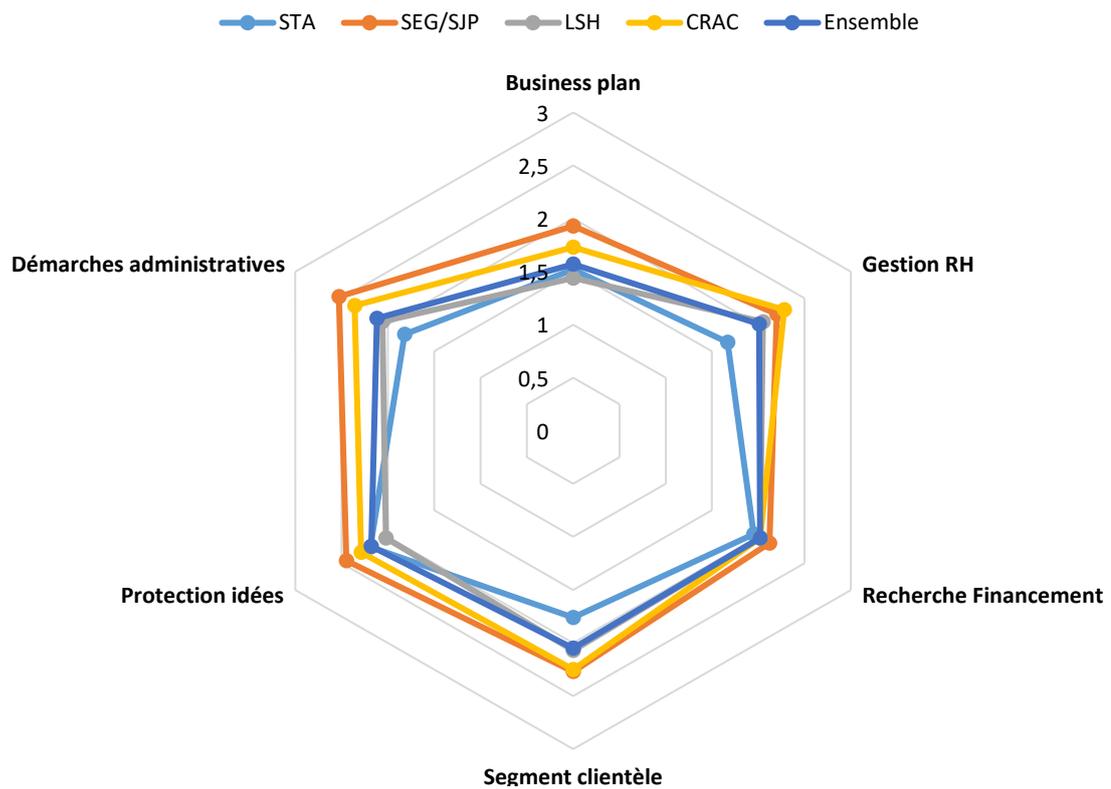


Source : Données d'enquête, 2016

Ces résultats globaux cachent des disparités sur les compétences. Comme pour les compétences numériques, les compétences entrepreneuriales sont différentes en fonction des formations. En effet, le graphique en radar ci-dessous montre que les étudiants en sciences juridiques et en sciences économiques et gestion ont les moyennes les plus élevées. La création et la gestion d'entreprise repose effectivement sur des normes juridiques, fiscales et comptables faisant des étudiants de ces disciplines les plus préparés aux activités quotidiennes de l'entrepreneuriat. Le fait de développer une idée, de la traduire en concept et de la développer en application ne garantit pas son acceptabilité par un système social. Ce qui en limite les caractéristiques innovatrices. En outre, les démarches administratives et le quotidien d'une entreprise reposent sur des postures et des attitudes. Bien souvent, la faiblesse d'une culture d'entreprise est le principal obstacle auquel font face les startups. L'environnement familial joue aussi un rôle non moins important. Les observations menées auprès des entrepreneurs montrent en effet que les premières entreprises ne marchent pas souvent.



Graphique 3 : Moyenne des compétences entrepreneuriales des étudiants selon l'UFR



Source : Données d'enquête, 2016

La démarche principale pour promouvoir une culture entrepreneuriale est l'organisation de plusieurs évènements destinés principalement aux étudiants. L'arrivée au Sénégal d'un incubateur d'entreprises évoluant dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (CTIC) en 2011 a enclenché une nouvelle dynamique par le transfert de deux activités créées dans les universités américaines notamment le boot camp et le startup weekend. Ces activités sont en même temps des cadres de formation et de renforcement de capacités. Pourtant, au niveau de l'UGB, le taux de participation à un programme de création d'entreprise est faible. Il est uniquement de 18,10%.

6. Discussions

Les observations et les entretiens montrent que les projets entrepreneuriaux des étudiants au sein de l'écosystème campusard n'obéissent pas à ce modèle causal. En effet, que ce soit avant l'arrivée des technologies dans le campus ou après leur intégration, les modèles d'entreprise reposent sur une expérience communautaire d'abord. En effet, quatre projets peuvent être identifiés. Il s'agit de Djibson, Entreprise du 17G2E, Khoulé et Frères et enfin Golob One. Ces quatre projets se présentent successivement comme les expériences estudiantines qui dominent le marché du campus. Le premier commercialise des appareils électroniques ramenés de la Mauritanie. Bien que fournissant aux étudiants, divers matériels à crédit, ce projet trouve ces limites dans le fait que les étudiants commencent à se déplacer directement en Mauritanie pour acheter à moindre prix les mêmes produits y compris les frais de transport. D'autre part, la protection du marché sénégalais quant à l'introduction de produits téléphoniques est un facteur externe. Quant à l'Entreprise du 17G2E, son projet repose d'abord sur sa passion de la lecture. Il acquiert auprès des commerçants « par terre » différents ouvrages qu'il commence à louer dans sa chambre d'étudiant qui va devenir l'Entreprise du

17G2D. Ensuite, il étend son activité dans la vente de matériels de papèterie avant de s'implanter au niveau du Campus 2. Avec la forte diffusion du téléphone et de l'ordinateur, il commence à commercialiser des accessoires informatiques en plus. Ce projet subsiste encore dans le campus social certes mais il connaît une plus forte concurrence avec l'introduction de nouvelle cantine gérée par des acteurs du secteur informel. Si ces derniers ne peuvent pas le concurrencer sur son cœur de métier à savoir la location de livre, ce n'est pas le cas sur les autres. Or, les résultats de cette enquête montrent que l'usage de livre au format papier se réduit.

Khoulé et frères et Golob one constituent deux projets d'entreprise estudiantine intéressants comme cas. Respectivement, 46% et 56,8% des étudiants enquêtés sont abonnés à leur service. Le degré de satisfaction des services offerts est très majoritairement positif. Les utilisateurs de Golob one sont plus satisfaits des services. Khoulé et frères a commencé par la vente d'accessoires et de consommables informatiques. Progressivement, il étend son activité à l'organisation de caravanes. Les caravanes sont dans l'espace estudiantin la location de moyens de transport entre les lieux de résidence et les campus sociaux. Elles s'organisent généralement au moment de déplacement concomitant des étudiants. Cette pratique était organisée par les associations estudiantines. Il s'agit d'un modèle communautaire à cette époque. En effet, elle va progressivement se transformer en une activité économique. Cependant, ce secteur n'est porteur que durant les fêtes pour les promoteurs. L'utilisation du téléphone portable à travers la technologie SMS au début des années 2010 va changer l'organisation de cette activité. Ce canal permet de constituer une base de données et d'informer les étudiants. L'organisation de caravane devient plus fréquente. Elle n'est plus liée aux déplacements massifs mais aux besoins des étudiants. Le modèle perd son aspect communautaire pour devenir une activité économique à part entière. Elle est principalement sous le monopole de Khoulé et frère pendant plusieurs années. Ses activités se sont élargies à la restauration dans le campus.

Pourtant, une nouvelle donne va changer l'économie campusarde toujours grâce aux technologies numériques. Golob one s'appuie d'abord sur un modèle communautaire innovant d'entrepreneuriat social. Une toute nouvelle activité avec une échelle plus importante se met en place. Toujours en utilisant le SMS, Golob one offre un service d'information sur les menus au restaurant, l'actualité moyennant un abonnement mensuel de 500 F payable par mobile money notamment Orange Money. Un modèle de collecte de données se crée auprès des responsables de classe qui fournissent les numéros de téléphone à Golob one. Ce dernier permet d'informer par segment, sur les cours et sur les imprévus (retard d'un enseignant, cours annulé). Ce modèle permet de constituer une base de données à partir de laquelle, Golob one étend son activité par l'organisation de caravane, la commercialisation d'accessoire, la conception de sites web et d'applications mobiles. La capacité d'adaptation et d'innovation de Golob One est intéressante d'un point de vue scientifique. En effet, plusieurs projets numériques sont créés. La mise en place d'une plateforme en ligne de gestion des caravanes autant par Khoulé et frères que Golob one montrent comment sans encadrement, ces projets d'entrepreneuriat se développent. Ce qui est d'autant plus intéressant, c'est que l'un des promoteurs de ces projets a participé à un concours d'entrepreneuriat organisé par CTIC. Pourtant, son projet n'est pas sorti vainqueur. En outre, la question de savoir si ces expériences pourraient marcher à une échelle plus grande comme la région ou le pays est intéressante ? Nous avons observé que Golob one s'attaque à un secteur détenu depuis une dizaine d'années par d'anciens chauffeurs de taxi de la ville de Saint-Louis. Les « Allo taxi » sont un service informel et illégal dont la survivance repose sur la légitimation sociale. En dehors de l'université des applications mobiles et différentes plateformes sont créées suivant le même modèle que Uber.



Cette configuration de l'écosystème du digital au sein du campus cache encore des échecs ou des projets intéressants sur le plan de l'innovation qui pourtant n'ont pas pu se développer. Les expériences entrepreneuriales se multiplient au sein des campus sociaux. Mais, une conclusion s'avère, le modèle d'incubation développé n'est pas conforme au modèle économique campusard ?

Conclusion

L'espace universitaire resocialise les étudiants par les pratiques magistrales, les modes de consommation et d'habillement, la liberté et l'autonomie. Elle développe la personnalité des étudiants en marge des normes sociales. Bien souvent, c'est déconnecté de la société, qu'ils en ressortent. De ce fait, il est souvent difficile pour la population estudiantine de comprendre les évolutions et les besoins de la société. Les causes sont aussi liées aux pratiques magistrales. Le système d'enseignement supérieur par différentes pratiques et usages redéfinit les comportements et les valeurs individuelles. La référence occidentale dans les choix théoriques, épistémologiques, bibliographiques et pédagogiques contribue à changer les étudiants. Cette distance entre l'enseignement supérieur et la société sénégalaise participe à créer une distance dans leurs rationalités alors que les théories sur les innovations sociales et technologiques montrent que la diffusion de celle-ci obéit à des critères de conformité avec les normes et les valeurs d'un système social. Dans la mesure où les influences de l'industrie culturelle de la société se définissent principalement par l'industrie du divertissement occidental, il revient à dire que les influences externes sont plus prégnantes que celles de la classe intellectuelle dont le rapport à la société ne se construit pas sur la base d'une intelligentsia mais plutôt sur les relations sociales. Dans une situation, l'université ne peut donc influencer que faiblement la société par l'innovation.

Cette question se pose avec autant de pertinence que les modèles d'innovation et de créativité ne s'adosent pas aux réalités du système social mais par les références académiques. De ce fait, le secteur informel présente une plus grande dynamique dans l'adoption de nouvelles technologies et leur diffusion dans l'espace social sénégalais. La résultante est une faible absorption de la créativité provenant de l'université, un transfert accru de connaissance et une diffusion de technologies étrangères. Comment appairer l'innovativité des universités aux besoins locaux ?

Le business model canvas est certes un outil pertinent pour identifier les différentes composantes et surtout la valeur que peut apporter un projet. Cependant, des facteurs socioculturels, géopolitiques et politiques interviennent comme étant des facteurs bloquants au développement de ces projets innovants. C'est le cas notamment dans l'écosystème du numérique sénégalais où les acteurs du secteur privé dénoncent l'attribution de plusieurs projets structurants et de souveraineté à des entreprises étrangères alors qu'ils ont fait des propositions de projets identiques. C'est le cas de la carte d'identité numérique, les visas. Il se trouve par ailleurs que ces projets technologiques confiés à des étrangers sont bien souvent des échecs du point de vue de leur mise en œuvre et des coûts financiers que cela induit pour l'Etat du Sénégal. Quelles sont les causes de ces échecs ? Sont-ils uniquement liés à la mal gouvernance des projets publics ? Découlent-ils de la faible connaissance du système social par les concepteurs ? Des études peuvent apporter des réponses plus objectives à ces questionnements.

Références Bibliographique

Alexandre-Leclair, L., & Redien-Collot, R. (2013). L'intention entrepreneuriale des femmes : Le cas de l'Égypte. *Revue internationale PME*, 26(1), 93-116.

- Baccari, E. (2006). Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire. *L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales*, 8ème Congrès International Francophone sur la PME, 25-26.
- Barès, F., & Jacquot, T. (2009). La dynamique entrepreneuriale en phase projet : Contribution à travers l'analyse d'une équipe de jeunes diplômés. *Revue de l'entrepreneuriat*, 8(1), 55-76.
- Baumann, E. 2016. *Sénégal, le travail dans tous ses états*. Rennes : Presses universitaires de Rennes. doi :10.4000/books.pur.46484
- Ellis, Stephen et Fauré, Yves-A (1995) *Entreprises et entrepreneurs africains*, Karthala-ORSTOM
- Filion, L. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue internationale P.M.E.*, 10 (2), 129-172. <https://doi.org/10.7202/1009026ar>
- Firlas, M. (2012). Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes.
- Gabarret, I., Vedel, B., & Etzol, P. (2016). Quelles valeurs se cachent derrière la motivation des jeunes étudiants-entrepreneurs? *Gestion 2000*, 33(2), 233-253.
- Ilouga, S. N., Nyock, A. C., & Hikkerova, L. (2013). Influence des perceptions sociales sur l'intention entrepreneuriale des jeunes. *Gestion 2000*, 30(5), 115-130.
- Kane, N. O. D., Sy, T., Massing, F. P. N., & Liboudou, L. (2014). Les déterminants de l'Entrepreneuriat des Jeunes en Afrique de l'Ouest : Le cas de la Mauritanie et du Sénégal.
- Léger-Jarniou, C. (2008). Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes. *Revue française de gestion*, 5, 161-174.
- Léger-Jarniou, C. (2012). Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes. *L'entrepreneur au 21e siècle. Reflet des évolutions sociétales*, Paris, Dunod, 123-140.
- Maâlej, A. (2013). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. *La Revue Gestion et Organisation*, 5(1), 33-39.
- Maâlej, Ali (2013) *La Revue Gestion et Organisation*, Volume 5, Issue 1, November 2013, Pages 33-39
- Nakara, W. A., & Mezzourh, S. (2011). Entrepreneuriat et gouvernance des jeunes entreprises innovantes. *Entreprendre Innover*, 1, 59-68.
- Pepin, M. (2011). L'entrepreneuriat en milieu scolaire : De quoi s'agit-il? *McGill Journal of Education/Revue des sciences de l'éducation de McGill*, 46(2), 303-326.
- République du Sénégal (2014) *Diagnostic sur l'emploi des jeunes au Sénégal*
- Sow Sarr, F. (1999) *L'Entrepreneuriat féminin au Sénégal*,
- Tchouassi, G., Ngwen, N., Oumbe, H. T., & Temfack, S. (2018). Connaissances entrepreneuriales des jeunes et des femmes et développement économique. *Revue internationale des sciences de l'organisation*, 1, 57-79.
- Toutain, O., & Verzat, C. (2017). L'entrepreneuriat et la jeunesse, un sujet en quête de sens. *Entreprendre Innover*, 2, 5-9.