



Université Senghor

Université internationale de langue française
au service du développement africain

Opérateur direct de la Francophonie

Promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques béninoises : enjeux, défis et proposition de mécanisme de mise en œuvre.

présenté par

Ulvick J. Adanchédé HOUSSOU

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

Département : Administration - Gestion

Spécialité : Management de projets

le 07 avril 2013

Directeur

M. Fulbert AMOUSSOUGA GERO

Professeur Titulaire des Universités, Directeur de l'Ecole Doctorale Sciences Economiques et de Gestion

Devant le jury composé de :

Mme Danièle BORDELEAU Président

Directrice Département Administration - Gestion

M. Shérif DELAWAR Membre

Professeur à l'Académie Arabe des Sciences et des Technologies

M. Fulbert AMOUSSOUGA GERO Membre

Professeur Titulaire des Universités, Directeur de l'Ecole Doctorale Sciences Economiques et de Gestion

Remerciements

« Soyons reconnaissants aux personnes qui nous donnent du bonheur ; elles sont les charmants jardiniers par qui nos âmes sont fleuries. » Marcel Proust

Je voudrais exprimer mes sincères gratitude à toutes les personnes qui ont contribué à la rédaction de ce mémoire, tant par des conseils, des ajouts rédactionnels et des corrections, que les parents et amis qui m'ont soutenu de diverses manières au cours de ma formation à l'université Senghor. Qu'ils trouvent ici l'expression de ma reconnaissance. Je pense particulièrement à :

- ma Directrice Mme Danièle BORDELEAU et son assistante Mme Suzanne YOUSSEF pour leur disponibilité ;
- mon Directeur de mémoire, Professeur Fulbert AMOUSSOUGA GERO pour m'avoir encadré. Mes remerciements vont aussi aux professeurs Judith GLIDJA et Augustin CHABOSSOU pour leurs précieux conseils ;
- Dr Olivier CAPO CHICHI et toute l'équipe du projet e-Bénin, pour m'avoir accueilli en stage ;
- M. Brice SINSIN, Recteur de l'Université d'Abomey-Calavi, Mme Rosalie WOROU chargé de l'insertion professionnelle, pour les facilités qu'ils m'ont accordé pour la collecte des données ;
- mes professeurs Bachir MAZOUZ, Richard RICOUARD, Alain DELAGE et Hanane ELZEINY. Le premier pour le soutien moral, les trois autres pour m'avoir lu et partagé avec moi leurs observations ;
- mes professeurs Thierno DIALLO et Gilles BERGERON pour leurs apports à la méthodologie ;
- Mme Omnéya SHAKER, Directrice du Campus Numérique Francophone d'Alexandrie, et sa secrétaire Mlle Ayda YAKOUT, pour m'avoir donné l'opportunité de travailler avec elles ;
- mes mères, Justine DOSSOU et Alidjennatou ALIOU, pour m'avoir soutenu tout au long de ce cycle de master ;
- mes frères et sœurs, qui ont cru en moi et n'ont ménagé aucun effort pour m'apporter leurs soutiens. David, Monique, Jérémie, Michée, Achille, Prosper et Syabella, je n'oublierai jamais votre geste. Il en est de même de ma belle sœur Eudoxie HONONTA ;
- M. Fernand VAN DEN ABBEEL et sa famille, M. Janvier CAPO CHICHI qui m'ont accepté tel un fils et sont restés à mes cotés dans toutes mes initiatives ;
- mes amis-frères, Tristan MARTIN, Fresnel HOUECANDE, Johanes AGBAHEY et sa femme Fifamin, Fortuné GANKPE et sa fiancée Astrid FLENON pour leurs amitiés sincères ;
- ma fiancée Diane F. MEHOBBA et à sa famille, spécifiquement à sa mère pour ses appels téléphoniques hebdomadaires. Je pense aussi à Elsie MEHOBBA, Augustin ISSIABA pour leur implication dans la collecte des données ;
- mon aîné Conrad BOTON, qui a su tracer un chemin que j'essaie d'emprunter. Je n'oublie pas Daladier YEKPON pour avoir contribué à l'organisation du pré-test de l'enquête. Il en est de même pour Olayemi OUABI ;
- la délégation béninoise de la 13ème promotion, particulièrement mes oncles de Momen (Charles LOUGOUDOU et Judicael HOUSSINON), pour ces moments de fraternités.
- mes camarades de classe pour la qualité de nos débats. Je pense à Rosette SITTI, Christelle NZOYEM, Aubin BALEBA, Alain GANSARE et Yannick NARE pour m'avoir relu.

Dédicace

*« Si, au soir de ma vie,
mes enfants devaient penser de moi
ce que je pense de mon feu père,
alors j'aurais réussi ma vie. »*

Ulvick HOUSSOU
Mon père, tel que je l'ai connu.

A

mes mères,
mes neveux,
mes frères Achille et Prosper,
et ma fiancée Fallone Diane MEHOBA.

Résumé

La promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques béninoises est un défi de développement et d'éducation. Malgré l'existence de projets gouvernementaux liés à l'entrepreneuriat, les universités publiques sont restées figées sur leur mission fondamentale. Elles n'ont pas établi de liens avec les acteurs qui promeuvent l'entrepreneuriat et ne la promeuvent pas elles - mêmes. C'est pourquoi nous nous interrogeons sur la démarche stratégique par laquelle les universités peuvent promouvoir désormais la culture entrepreneuriale auprès de leurs étudiants.

Le présent travail essaie d'apporter une réponse à cette interrogation en identifiant les besoins et les attentes des étudiants dans le domaine de l'entrepreneuriat. Il décrit leurs croyances vis-à-vis de la création d'entreprise et détermine les parties prenantes.

Il s'agit d'une étude transversale qui combine les approches quantitatives et qualitatives incluant 526 étudiants de l'Université d'Abomey - Calavi, et 8 structures d'appui et d'accompagnement de porteurs de projets de création d'entreprise.

Les résultats montrent que les étudiants souhaitent être sensibilisés et formés à l'entrepreneuriat malgré l'absence d'un cadre formel initié par les universités elles-mêmes. Les universités publiques, par des activités académiques ou para-académiques, qui visent à informer et à sensibiliser à l'entrepreneuriat, doivent le rendre plus attractif et désirable comme opportunité d'insertion professionnelle. En outre, il existe des acteurs socioéconomiques qui interviennent dans la promotion de l'entrepreneuriat et qui sont disposés à accompagner les universités publiques dans sa promotion.

Conscient que les actions de sensibilisation et d'information sont les plus faciles à mettre en œuvre, nous avons conçu et réalisé en commun accord avec les acteurs universitaires, un site internet dédié à l'entrepreneuriat universitaire comme un début d'action. Ce site est accessible par le lien www.portailentrepreneuriat.org

Mots-clefs : Culture entrepreneuriale, entrepreneuriat, , étudiants, enseignement supérieur, intention entrepreneuriale

Abstract

The promotion of entrepreneurial culture in Benin public universities is a development and education challenge. Despite the existence of government projects related to entrepreneurship, public universities remain frozen on their core mission. They did not establish relationships with actors who promote entrepreneurship and they do not promote it by themselves. This is why we wonder about the strategic approach by which universities can now promote entrepreneurial culture among students.

The work tries to answer this question by identifying the needs and expectations of students in the field of entrepreneurship. It describes their beliefs towards business creation of and identifies the different stakeholders.

It consists in a cross-sectional study that combines both quantitative and qualitative approaches including 526 students from the University of Abomey-Calavi and 8 support and accompanying structures for business creation projects.

The results show that students want to be educated and trained in entrepreneurship despite the lack of formal framework initiated by the universities themselves. Public universities, with academic or para-academic activities which aim to inform and increase public awareness on entrepreneurship, should make it more attractive and desirable, as a job opportunity. In addition, there are economic and social actors involved in promoting entrepreneurship. These actors are willing to support public universities in this promotion work.

Providing information and increasing awareness are the easiest aspects to implement. Then, as an early action, we designed and implemented in agreement with the university stakeholders, a website dedicated to academic entrepreneurship. This site can be accessed by the link www.portailentrepreneuriat.org

Key-words : Entrepreneurial culture, entrepreneurship, students, higher education, entrepreneurship intention

Liste des acronymes et abréviations utilisés

- 2IE : Institut International d'Enseignement supérieur et de recherche
- AGeNTIC : Agence de Nouvelles Technologies d'Informations et de Communication
- AID : Association Internationale du Développement
- ANPE : Agence Nationale de la Promotion de l'Emploi
- APBEF : Association Professionnelle des Banques et Etablissements Financiers du Bénin
- ACP : Analyse en Composante Principale
- CAE : Conseil d'Analyse Economique du Bénin
- CCIB : Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin
- CDEL : Centre de Développement Economique et Local
- CENAPI : Centre National de la Propriété Industrielle
- CNP : Conseil National du Patronat
- CUD : Commission Universitaire pour le Développement
- DB : Doing Business
- DMEF : Développement des Micros Entreprises des Femmes
- ESCPAU : Ecole Supérieure de Commerce de Pau France
- F2IE : Fonds d'investissement pour l'Innovation et l'Entrepreneuriat
- FEFA : Fédération des Femmes d'Affaires du Bénin
- FMI : Fonds Monétaire International
- GSM : Global System for Mobile communications
- IMF : Institutions de Micro Finance
- MMEJF : Ministère de la Micro Finance et de l'Emploi des Jeunes et des Femmes
- PAS : Programme d'Ajustement Structurel
- PEPE : Processus Educatif et Pédagogique de l'Entrepreneuriat
- PEPS : Pédagogie Entrepreneuriale Participative Spécifique
- PME : Petites et Moyennes Entreprises
- PMI : Petites et Moyennes Industries
- PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement
- ProCCi : Projet de Compétitivité de Croissance intégrée
- RGPH3 : Troisième Recensement Général de la Population et de l'Habitation
- SCRIP : Stratégie de Croissance et de Réduction de la Pauvreté
- SOVAR : Société de Valorisation

- SPSS : Statistical Package for the Social Sciences
- TCP : Théorie du Comportement Planifié
- TIC : Technologie de l'Information et de la communication
- TPE : Très Petites Entreprises
- UAC : Université d'Abomey – Calavi
- UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
- UGP : Unité de Gestion de Projet
- UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture
- UP : Université de Parakou
- WBPC : Women Business Promotion Center

Liste des illustrations

Liste des figures

Figure 1 : Un modèle de l'intention entrepreneuriale	14
Figure 2 : Démarche entrepreneuriale de l'université Laval	16
Figure 3 : Cercle de corrélation	28
Figure 4 : Attentes des étudiants	29
Figure 5 : Classification des activités académiques	29
Figure 6 : Classification des activités para académiques	30
Figure 7 : Mécanisme de promotion de l'entrepreneuriat	32
Figure 8 : Mécanisme d'interaction des parties prenantes à l'entrepreneuriat universitaire	35
Figure 9 : Démarche stratégique de promotion de la culture entrepreneuriale sur les campus universitaires publiques du Bénin	36
Figure 10 : Planification initiale Portail de l'entrepreneuriat	41
Figure 11 : Modèle de McKinsey	51
Figure 12 : Axes de la maison de l'entrepreneuriat	52

Liste des tableaux

Tableau 1 : Un modèle de stratégie de promotion de l'entrepreneuriat	17
Tableau 2 : Tableau des variables et leur échelle de mesure	22
Tableau 3 : Matrice d'actions	37
Tableau 4 : Rang occupé par le Bénin selon chaque indicateur Doing Business (DB)	50
Tableau 5 : Liste des modèles sur l'intention entrepreneuriale dans la littérature	50
Tableau 6 : Tableau Items recodés pour la mesure de l'attitude	52
Tableau 7 : Les structures visitées au Bénin	52
Tableau 8 : Les services offerts par le Women Business Promotion Center	53
Tableau 9 : Budget de réalisation du portail de l'entrepreneuriat	54
Tableau 10 : Liste des personnes ressources interviewés	63

Table des matières

Remerciements.....	iii
Dédicace.....	iv
Résumé.....	v
Mots-clefs : Culture entrepreneuriale, entrepreneuriat, , étudiants, enseignement supérieur, intention entrepreneuriale.....	v
Abstract.....	vi
Key-words : Entrepreneurial culture, entrepreneurship, students, higher education, entrepreneurship intention.....	vi
Liste des acronymes et abréviations utilisés.....	vii
Liste des illustrations.....	ix
Table des matières.....	x
Introduction.....	1
1 Faible promotion de l'entrepreneuriat sur les campus publics du Bénin.....	3
1.1 Le développement d'une culture entrepreneuriale à l'université : un impératif de développement et d'éducation.....	3
1.1.1 L'entrepreneuriat, pour dynamiser l'économie du Bénin.....	3
1.1.2 L'entrepreneuriat, pour une université actrice du développement.....	4
1.1.3 L'entrepreneuriat, pour une voie de réalisation de soi de l'étudiant.....	4
1.2 La situation de l'entrepreneuriat au sein des universités publiques béninoises : d'une faible promotion à un environnement social peu stimulant.....	5
1.2.1 L'Université publique du Bénin.....	5
1.2.2 Etat des lieux de l'entrepreneuriat dans les universités publiques béninoises.....	6
1.2.3 Aperçu de l'environnement entrepreneurial béninois.....	7
1.3 Enoncé des questions de recherche.....	8
1.3.1 Objectifs de la recherche.....	8
1.3.2 Questions et hypothèses de recherche.....	9
1.3.3 Résultats attendus.....	9
1.3.4 Données utilisées.....	10
2 Apprendre à entreprendre : écrits théoriques et concepts de base.....	11
2.1 Au sujet de la culture entrepreneuriale.....	11
2.1.1 Quelques théories sur l'entrepreneuriat.....	11
2.1.2 Clarification des concepts dominants.....	12
2.1.3 L'intention entrepreneuriale.....	14
2.2 L'entrepreneuriat universitaire : vers l'émergence d'un nouveau rôle pour l'université.....	15

2.2.1	Culture entrepreneuriale à l'Université	15
2.2.2	Stratégie entrepreneuriale.....	17
2.2.3	Vers la proposition d'un modèle	17
2.3	Entrepreneuriat à l'Université : quelques pratiques	18
2.3.1	Le processus éducatif et pédagogique entrepreneurial.....	18
2.3.2	La maison de l'entrepreneuriat.....	18
2.3.3	Les incubateurs universitaires.....	19
2.3.4	Le profil entrepreneurial	19
3	Application du modèle d'intention aux étudiants béninois et l'expérience de l'incubateur du projet e-Bénin	20
3.1	Fondement méthodologique, approche et type d'investigation.....	20
3.1.1	Fondement méthodologique.....	20
3.1.2	Choix des variables.....	21
3.1.3	Terrain de recherche, population et échantillon	22
3.2	Instruments de traitement des données	23
3.3	Apport du stage	23
3.3.1	Présentation de la structure d'accueil	23
3.3.2	Activités menées en lien avec notre recherche	25
3.3.3	Quels enseignements pour les universités du Bénin ?.....	26
4	Proposition de mécanisme de mise en œuvre et projet de site internet pour susciter et soutenir l'entrepreneuriat étudiant sur les campus béninois.	27
4.1	Résultat de nos enquêtes	27
4.1.1	Croyances des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat.....	27
4.1.2	Parties prenantes à l'entrepreneuriat universitaire et mécanisme de mise en œuvre	30
4.1.3	Notre modèle.....	35
4.2	Recommandations.....	36
4.2.1	Proposition d'une matrice d'action.....	36
4.2.2	Indicateurs.....	38
4.2.3	Conditions de mise en œuvre	38
4.3	Projet de mise en œuvre	39
4.3.1	Contexte et justification	39
4.3.2	Cadre logique du portail de l'entrepreneuriat	39
4.3.3	Activités à mener et planning	39
4.3.4	Les cibles	39
4.3.5	Lien d'accès du portail de l'entrepreneuriat	39
	Conclusion.....	43

Références bibliographiques.....	45
Annexe 1 :	50
Annexe 2 : Questionnaires et guides d'entretien.....	56
Annexe 3 : Lettre de recommandation du Recteur de l'UAC.....	64

Introduction

La promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités prépare les étudiants à s'intéresser au marché du travail, et leur permet de développer des habitudes profitables non seulement aux futurs entrepreneurs, mais aussi à leurs futurs employés. Ne serait-ce que pour cela les universités publiques du Bénin doivent s'investir dans la promotion de la culture entrepreneuriale.

Initialement, nous voulions nous intéresser spécifiquement aux incubateurs universitaires, en tant qu'outil de promotion de la culture entrepreneuriale au sein de l'université d'Abomey-Calavi. Notre stage de mise en situation professionnelle nous a amené à orienter notre étude vers la mise en place d'une stratégie de promotion de la culture entrepreneuriale au sein des universités publiques du Bénin. Ceci pour éviter de proposer un outil sans référent et sans un système d'appui organisé autour de ce dernier. De commun accord avec notre directeur de mémoire, nous avons convenu de tourner notre recherche vers les croyances des étudiants vis-à-vis de la création d'entreprise. Notre hypothèse de départ est que les universités publiques peuvent stimuler l'esprit entrepreneurial de leurs étudiants et soutenir la création d'entreprise.

Plusieurs recherches existent dans la littérature et expliquent les facteurs qui conduisent les individus à l'entrepreneuriat. A travers celles-ci, il apparaît que pour stimuler l'entrepreneuriat auprès des étudiants, il faut déceler de prime abord comment ceux-ci valorisent la carrière entrepreneuriale en appréciant leur intention entrepreneuriale. Cette intention est le médiateur entre le comportement, les attitudes, les normes subjectives et les perceptions que l'individu a d'un comportement (Tounès, 2003).

Nos premières interrogations ont été inspirées par trois constats majeurs dans la vie socio-économique du Bénin. Premièrement, il s'agit du nombre très faible de diplômés qui s'orientent vers la création d'entreprise, 11,6% selon le document de politique nationale de l'emploi (MMEJF, 2012). Deuxièmement, il s'agit de l'inadéquation des formations universitaires par rapport aux offres d'emploi et généralement au besoin socio-économique; qui font de l'Université publique un acteur de second rôle du processus de développement. Et troisièmement, il s'agit de la multitude de programmes et de projets de gouvernement pour la promotion de l'entrepreneuriat dans lesquels l'université n'est pas partie prenante.

Or si l'entrepreneuriat constitue une discipline à part entière dans la plupart des universités occidentales avec création de chaire dédiée à celui-ci dans certains cas, il demeure inexistant dans les universités publiques béninoises. Quand bien même, il n'existe pas une définition unanime et universelle de l'entrepreneuriat, tous les auteurs s'accordent sur le fait qu'on peut l'enseigner. L'entrepreneuriat est donc : « *un ensemble d'aptitudes et d'attitudes s'exprimant par des perceptions, des intentions, des actes et des comportements [...] le système éducatif, porteur et diffuseur des cultures, peut (doit) être le vecteur de ces diverses composantes [...]* » Tounès (2003 : 13). Il est pour nous non seulement une pratique mais également un champ de recherche et aussi un domaine d'enseignement. On peut le stimuler par les attitudes, les normes et les perceptions des étudiants. Car l'entrepreneur est le fruit de son milieu (Fortin, 2002).

Dans le cadre de la présente étude, il est important pour nous de connaître la perception des étudiants vis-à-vis de la création d'entreprise afin de déterminer dans quelle mesure orienter les formations et les outils que nous allons proposer à travers cette étude. De plus, nous identifierons les parties prenantes nécessaires à sa promotion au sein des universités publiques afin de proposer une démarche de stratégie par laquelle celles-ci peuvent promouvoir l'esprit entrepreneurial.

Notre échantillon d'étude est basé sur une population d'étudiants de niveaux divers (Bac+1 à Bac+5) et de domaines variés (informatique, agriculture, économie). Cette diversité s'explique par notre souhait d'avoir un échantillon aussi hétérogène que la population d'étude. L'intention entrepreneuriale constitue une phase décisive du processus entrepreneurial (Tounès, 2003). Nous proposons de l'apprécier ici à partir du modèle hypothético-déductif défini dans le cadre général des dimensions sociales de l'entrepreneuriat par Shapero et Sokol (1982), et basé sur la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991). Il s'agira spécifiquement de tenir compte de l'attrait perçu de l'entrepreneuriat, du degré d'incitation perçu dans l'environnement social, et de la confiance qu'a l'individu en sa capacité à mener à bien le processus entrepreneurial (Boissin & al, 2009).

Nous ne pouvons pas nous contenter de proposer une démarche stratégique *ex nihilo* de promotion de l'entrepreneuriat dans les universités publiques. L'étude de l'intention entrepreneuriale nous permet de faire l'état des lieux des attitudes et perceptions des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat. A ce titre elle nous permet sur le plan théorique d'apporter une contribution au progrès des connaissances du fait de l'inexistence de travaux dans ce domaine au Bénin. Sur le plan pratique, elle permet de proposer des méthodes et outils appropriés pour la promotion de l'esprit entrepreneurial au sein des universités publiques béninoises à partir des besoins et attentes des étudiants. Le projet de portail de l'entrepreneuriat que nous avons réalisé constitue un début de mise en œuvre de la matrice d'action proposée.

D'une manière générale la présente étude est destinée aux universités publiques du Bénin, étudiants, diplômés, et universitaires désireux de s'orienter vers l'entrepreneuriat. Elle interpelle aussi les pouvoirs publics, le patronat et les organisations non gouvernementales qui devraient accompagner l'université pour promouvoir la culture entrepreneuriale auprès des étudiants.

Ainsi, notre étude cherche à répondre à la question de savoir comment promouvoir la culture entrepreneuriale sur les campus publics. Pour le faire, notre travail est divisé en 04 parties. La première pose la problématique de l'entrepreneuriat universitaire et la seconde fait le tour d'horizon des outils et démarches recensés dans la littérature. Ensuite, les deux dernières présentent la méthodologie utilisée, les résultats et discussions auxquels nous sommes parvenus.

1 Faible promotion de l'entrepreneuriat sur les campus publics du Bénin.

Ce chapitre posera la problématique de la promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques du Bénin. Nous justifierons sa nécessité et présenterons l'état des lieux de sa promotion.

La promotion de l'entrepreneuriat est de plus en plus évoquée comme un moyen de lutte contre la pauvreté. Le gouvernement de la République du Bénin, pays en développement, conscient de cet état de choses a mis l'accent sur la promotion des petites et moyennes entreprises au rang des objectifs stratégiques 2011 – 2015 (FMI, 2011). En témoignent les différents projets initiés avec les partenaires au développement au titre de ce volet. Cependant, on constate que les propositions des autorités politiques ne sont pas orientées vers la promotion de la culture entrepreneuriale et ne prennent pas en compte les universités pour leur mise en œuvre. L'université béninoise est restée à ses missions premières que sont la formation et la recherche. Elle n'a pas établi de relation avec l'entrepreneuriat. Or il y a lieu qu'elle promeuve l'entrepreneuriat pour favoriser la dynamique de la croissance économique, et jouer pleinement son rôle d'acteur du développement.

1.1 Le développement d'une culture entrepreneuriale à l'université : un impératif de développement et d'éducation.

1.1.1 *L'entrepreneuriat, pour dynamiser l'économie du Bénin*

L'entrepreneuriat est un moyen certain de création de richesse. En effet, l'entrepreneuriat contribue au développement de l'économie (Fayolle, 1999). Or, l'économie béninoise est caractérisée par un environnement économique difficile, avec une baisse tangentielle de la croissance économique dont le niveau le plus élevé remonte à 2001 pour un taux de 5.6%. Cette croissance économique est restée en dessous de ce taux ces dix dernières années et a pour conséquence un repli de l'activité économique. Ce qui occasionne une restriction des opportunités d'emploi (MMEJF, 2012). Le gouvernement s'est donné comme défi de relancer la Petite et Moyenne Entreprise (PME) par la croissance économique et la qualité de la formation. Cette dernière est « *...la condition première aussi bien pour la création de l'entreprise que pour la maîtrise et la gestion du marché. Les capacités du chef d'entreprise ou l'entrepreneur sont déterminantes pour la viabilité de son entreprise...* » (MMEJF, 2012 : 26).

L'entrepreneuriat est nécessaire pour développer chez les individus des capacités indispensables pour faire face à l'environnement économique en constante mutation, à la question du chômage des jeunes, aux changements inhérents des institutions et à la mise en relation de l'éducation avec l'économie (Pepin, 2011). La promotion de l'entrepreneuriat dans les universités favorisera l'atteinte de ce défi du gouvernement. Il permettra aussi de former des créateurs de richesse, et surtout de favoriser l'innovation, l'initiative et la prise de responsabilité au niveau des organisations ; c'est ce qu'explique Billet (2007), quand elle argumente que :

« *L'éducation et la formation à l'entrepreneuriat répondent aux objectifs de réussite pour nos économies aux niveaux économique, politique, social et technologique et incitent les individus à prendre des risques conscients pour le développement de nouvelles organisations créatrices de valeur ajoutée* » (Billet, 2007 : 9)

1.1.2 L'entrepreneuriat, pour une université actrice du développement

Le Bénin a besoin que son système éducatif joue un rôle plus important dans l'éveil des élèves et des étudiants à l'entrepreneuriat et dans la préparation des futurs entrepreneurs (Fayolle, 1999). Plusieurs universités de pays occidentaux se sont impliquées de manière active dans la promotion de l'entrepreneuriat en allant au-delà de la sensibilisation et de la formation. C'est le cas des universités d'Ottawa et de Laval au Canada où il existe respectivement un fonds de dotation pour l'entrepreneuriat et l'innovation¹, et une société de valorisation qui se consacre au développement de nouvelles technologies issues d'activités de recherche universitaires en applications commerciales (SOVAR)².

L'entrepreneuriat universitaire permet à l'université de s'offrir un moyen original et dynamique pour accélérer les transferts de technologies universitaires, et de générer des retombées économiques importantes. Dans ce cadre, l'exemple des sociétés telles que Google, Yahoo et Facebook est évocateur de l'impact que peuvent avoir des entreprises issues d'initiatives d'étudiants sur l'économie mondiale.

L'université béninoise se doit de s'ouvrir à l'entrepreneuriat. Ce faisant, elle améliorera les taux d'insertion de ses diplômés, et s'offrira la possibilité de nouvelles ressources financières par le biais du transfert des résultats de la recherche scientifique dans le domaine économique.

1.1.3 L'entrepreneuriat, pour une voie de réalisation de soi de l'étudiant

L'entrepreneuriat apporte des bénéfices aux individus qui peuvent trouver, dans des situations entrepreneuriales, des sources de satisfaction, d'accomplissement personnel et des opportunités d'entrée ou de développement de carrière (Fayolle, 1999). Promouvoir la culture entrepreneuriale à l'université, vise donc d'une part à amener les étudiants à envisager la création d'entreprise comme une option de carrière, et d'autre part à faire d'eux des vecteurs de changement et d'innovation dans les organisations (Billet, 2007) par la promotion des valeurs entrepreneuriales telles que la confiance en soi, la créativité, l'autonomie, etc.

Fortin (2002) met en exergue l'impact de l'entrepreneuriat sur le destin d'un individu quand il souligne que :

¹ Fonds de dotation pour l'entrepreneuriat et l'innovation : <http://www.engineering.uottawa.ca/fr/entrepreneurship/overview>, consulté le 03/01/2013

² <http://www.sovar.com/>, consulté le 03/01/2013

« La distinction principale entre pauvreté et richesse ne se situe pas dans la possession ou non de biens, mais plutôt au cœur de la personne elle-même, de son être. La personne qui a confiance en elle-même, qui a développé son autonomie, son sens de responsabilité et sa créativité, qui appartient à des réseaux et qui possède un savoir-faire, tire son épingle du jeu. Elle crée la richesse qui lui est nécessaire, et même plus. Ainsi, aider une personne apte au travail à sortir de la pauvreté signifie « la rendre capable de s'assumer » plutôt que lui donner de l'argent et la maintenir trop souvent dans la dépendance » (Fortin, 2002 : 23)

L'entrepreneuriat à l'université favorisera la réalisation de soi de l'étudiant. Ce concept de Sarasvathy (2001) rapporté par Janiou (2008), est expliqué par la métaphore de la cuisine où on suit la recette à la lettre tandis que dans le principe de réalisation de soi, on essaie de réaliser un plat à partir de ce que l'on a sous la main.

1.2 La situation de l'entrepreneuriat au sein des universités publiques béninoises : d'une faible promotion à un environnement social peu stimulant.

1.2.1 L'université publique du Bénin

Le Bénin, pays en développement, est situé en Afrique de l'Ouest entre le Nigéria à l'Est, le Togo à l'Ouest, et est limité au Sud par l'océan Atlantique et au Nord par le Niger et le Burkina Faso. Il s'étend au plan physique sur une superficie de 114 763 km² et sa population est estimée à 8,78 millions d'habitants d'après le RGPH3 en 2003.

Il existe à ce jour au Bénin deux universités publiques. Il s'agit de l'université de Parakou (UP) et celle d'Abomey - Calavi (UAC). Elles sont structurées en plusieurs centres universitaires répartis à travers tout le pays et comptent plus de 82 754 étudiants au titre de l'année 2010 (CUD, 2012). Celle de Abomey-Calavi est la plus ancienne et la plus grande en terme d'effectif d'étudiants et de centres universitaires.³

Le document de stratégie de croissance pour la réduction de la pauvreté témoigne de la volonté politique des autorités gouvernementales à soutenir un enseignement supérieur capable de former des cadres susceptibles de propulser le développement (FMI, 2011). Cependant, les universités publiques demeurent confrontées à des difficultés de divers ordres.

De manière générale, les universités publiques sont trop dépendantes de l'État en terme de ressources financières et n'entretiennent pas un lien fort avec les autres secteurs de l'économie. Ce constat a été aussi fait par Carlos (2012), qui affirme que « *l'université se comporte comme un corps étranger à son environnement social* ».

³ L'UAC compte 78701 étudiants au titre de l'année 2011-2012, source : <http://www.uac.bj/accueil/index.php/universite/statistiques>, consulté le 20 décembre 2012.

Les modèles de formation actuels, basés sur le système Licence - Master - Doctorat, sont orientés vers les besoins de la construction de l'Etat et de l'administration. Ce qui fait que l'offre de formation n'est pas en adéquation avec les besoins du marché de l'emploi. Senou (2011) l'explique lorsqu'il pose la problématique de la qualité de l'enseignement supérieur béninois pour une meilleure insertion professionnelle des étudiants.

1.2.2 Etat des lieux de l'entrepreneuriat dans les universités publiques béninoises

Formation et sensibilisation à l'entrepreneuriat

Il est généralement admis que le système éducatif universitaire participe à l'éveil et l'incitation des étudiants à l'entrepreneuriat. À ce titre, Fayolle (1999) argumente que l'éducation et la formation dans le domaine de l'entrepreneuriat visent à éveiller les étudiants, à les sensibiliser à la création d'entreprise et à les amener à intégrer l'existence de nouvelles voies professionnelles. Parmi les demandeurs d'emploi, 88,4% sont à la recherche d'un emploi salarié (MMEJF, 2012). Ce taux traduit la faible préférence des demandeurs d'emploi pour une activité indépendante. On constate aisément que la création d'entreprise est le parent pauvre des demandeurs d'emplois qui sont à majorité issus des universités publiques.

Les universités publiques béninoises ne développent pas des actions de sensibilisation à l'entrepreneuriat pour amener les étudiants à l'envisager comme une option de carrière. Peu de programmes de formation officiels prennent en charge l'éveil et la sensibilisation des étudiants à la création d'entreprise. L'offre de formation est encore concentrée sur la formation de cadres destinés uniquement à la construction de l'Etat. Or l'Etat par l'avènement des Programmes d'Ajustement Structurels (PAS) des institutions de Bretton Woods a gelé le recrutement automatique des diplômés. En plus, le tissu économique actuel est dominé par des TPE/PME et PMI dont le style de management diffère de celui de l'administration publique. L'enseignement supérieur béninois est resté sans réponse à la demande sociale en création d'entreprise.

Valorisation de la recherche

Il existe plusieurs initiatives consacrées à la recherche scientifique au sein des universités publiques. On y dénombre plusieurs laboratoires de recherches (appliquées). La recherche scientifique, jadis maillon faible est actuellement en pleine croissance. L'UAC, à elle seule, connut un accroissement moyen de vingt pourcents (20%) de publications en 2010 par rapport à celles de 2009 (UAC, 2012). En outre, l'existence en son sein d'un fonds compétitif de recherche témoigne de l'importance qu'accordent les autorités académiques à celle-ci.

Pour autant, les universitaires et les chercheurs béninois ne s'intéressent pas encore au champ de l'entrepreneuriat. Il n'existe pas encore à ce jour de laboratoire ou de centre de recherche consacré à l'entrepreneuriat, ni de recueils scientifiques, d'articles ou d'ouvrages sur cette thématique.

Accompagnement des projets de création d'entreprise

Pour prendre effectivement en charge sa vocation entrepreneuriale, l'université se doit d'accompagner et même d'initier des projets de création d'entreprise (Dia, 2011). Elle pourra le faire à travers plusieurs actions susceptibles de faciliter le développement des projets, l'accès aux ressources⁴, et surtout la mise en relation avec des potentiels partenaires (Fayolle, 1999). Bien qu'il existe de nombreuses initiatives portées par des étudiants qui mériteraient d'être encouragées et soutenues, l'université béninoise n'a pas mis en place un dispositif effectif pour accompagner ses porteurs de projets.

En dépit de l'existence d'une volonté politique affirmée pour la promotion de l'entrepreneuriat, l'université n'est pas partie prenante des projets et programmes du gouvernement ou des partenaires techniques et financiers⁵. Les résultats de ces projets gouvernementaux ne sont pas édifiants du fait de l'aléa de moralité des bénéficiaires. Ce qui nous enseigne que la réponse à l'entrepreneuriat ne se limite prioritairement pas à l'apport de ressources financières. Elle dépend du profil du porteur, qui doit être imbu des attitudes entrepreneuriales. Il importe par conséquent d'y éduquer les jeunes.

Toutefois, la création récente d'un service chargé des relations avec les universités et organismes nationaux et de l'insertion professionnelle à l'UAC témoigne de la reconnaissance des autorités décanales de la nécessité de l'accompagnement des projets entrepreneuriaux. Au - delà de ces initiatives, il y a lieu de préciser qu'il existe des initiatives d'enseignants ou laboratoires qui ont conduit à la création d'entreprises. A titre d'exemple, nous voudrions citer l'assistance que porte le professeur Alain AZOKPOTA au projet Développement des Micro Entreprises des Femmes sur le beurre d'arachide (DMEF, 2012). Ces initiatives ne sont pas répertoriées officiellement et demeurent cependant insuffisantes.

En somme, l'inexistence d'un cadre réglementaire organisant les relations de l'université avec le patronat et le nombre très faible d'entreprises issues directement de l'université, sont des signes qui montrent que l'université béninoise est restée stationnée à ses missions fondamentales. Il y a lieu de lui proposer un nouveau rôle.

1.2.3 Aperçu de l'environnement entrepreneurial béninois

Le Bénin constitue un paradoxe économique. Il dispose d'une position géographique avantageuse (proximité du Nigeria, appartenance à l'UEMOA, trait d'union entre l'Afrique de l'Ouest et l'Afrique Centrale Francophone) et de ressources importantes pour développer une économie diversifiée et prospère ; mais il évolue depuis 1960 avec une croissance faible et insuffisante pour relever de façon significative le niveau de vie de sa population (PNUD, 2012).

Le rapport Doing Business (DB) 2012 de la Banque Mondiale consacre les efforts des autorités gouvernementales pour faciliter les procédures relatives à la création d'entreprise (Confère Tableau 4

⁴ les ressources peuvent être d'ordre matériel, intellectuel, psychologique

⁵ On peut citer le Fonds National de l'entrepreneuriat et de l'Emploi des Jeunes d'un montant de 8 millions de dollars

en annexe 1). Néanmoins, l'environnement entrepreneurial est entravé par plusieurs difficultés. Selon un rapport du Conseil d'Analyse Economique de la Présidence (CAE), la faible demande du marché, le manque d'infrastructures routières et de l'énergie sont des handicaps d'ordre économique. En outre il n'existe pas une politique nationale spécifique à l'entrepreneuriat à l'instar des autres secteurs de l'économie. Une difficulté d'ordre institutionnel à laquelle s'ajoute celle de l'environnement financier où les institutions bancaires ou financières ne disposent pas de produits dédiés aux porteurs de projets (CAE, 2010).

Au total, bien que la volonté politique existe et soit affirmée, l'environnement entrepreneurial actuel ne stimule pas suffisamment la culture entrepreneuriale.

1.3 Enoncé des questions de recherche

La promotion de l'entrepreneuriat sur les campus universitaires ne se limite pas seulement à son enseignement. Si celle-ci est destinée, en partie à préparer et à développer les perceptions, les attitudes et les aptitudes entrepreneuriales (Boissin et al, 2009), il reste encore à savoir comment s'y prendre. Notre travail part de l'idée que la réponse se trouve probablement dans les croyances que les étudiants ont vis-à-vis de la création d'entreprise et de la synergie d'action des parties prenantes.

Ce travail ne vise donc pas à évaluer les pratiques existantes en matière de formation. Il vise plutôt à identifier d'une part sur quelles croyances le contenu des formations doit être orienté, et d'autre part les parties prenantes pour favoriser le développement de l'intention entrepreneuriale des étudiants des universités publiques du Bénin.

1.3.1 Objectifs de la recherche

L'objectif principal de cette étude est de proposer une démarche stratégique par laquelle les universités publiques du Bénin peuvent stimuler l'esprit entrepreneurial auprès de leurs étudiants. En outre, elle vise à contribuer à la réflexion sur la thématique de l'entrepreneuriat afin qu'elle soit ancrée dans le système universitaire pour que l'envie d'entreprendre devienne réalité chez les étudiants. De manière spécifique, il s'agira de :

- ✓ identifier les besoins et attentes des étudiants dans le domaine de l'entrepreneuriat ;
- ✓ décrire les croyances que les étudiants ont vis-à-vis de la création d'entreprise ;
- ✓ déterminer les parties prenantes à la réalisation de la promotion de l'entrepreneuriat au sein des universités publiques du Bénin et les caractéristiques d'un mécanisme d'interaction entre elles.

1.3.2 Questions et hypothèses de recherche

La présente étude s'inspire du manque de promotion de la culture entrepreneuriale au sein des universités publiques du Bénin . Notre question de recherche est libellée comme suit : **comment promouvoir la culture entrepreneuriale auprès des étudiants béninois ?** Autrement dit, quels sont les outils adéquats, les acteurs concernés, et la démarche stratégique par laquelle les universités publiques du Bénin peuvent susciter auprès de leurs étudiants l'envie d'entreprendre, l'esprit d'innovation et le sens du risque ?

Nous convenons d'élucider la question de recherche posée ci - dessus par deux questions spécifiques qui sont :

- Pourquoi les étudiants des universités publiques du Bénin n'envisagent-ils pas l'entrepreneuriat comme une perspective de carrière ?
- Pourquoi les parties prenantes à la promotion de la culture entrepreneuriale au sein des universités publiques du Bénin n'arrivent - elles pas à la stimuler ?

Nous avons émis deux hypothèses que notre étude nous permettra d'apprécier à l'épreuve des faits. Il s'agit de :

- ✓ H1 : Les étudiants des universités publiques du Bénin n'envisagent pas l'entrepreneuriat comme une perspective de carrière parce que l'Université ne les y sensibilise pas ;
- ✓ H2 : Les parties prenantes à la promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques n'arrivent pas à la stimuler parce qu'elles n'ont pas mis en place un mécanisme de coordination pour régir les interactions entre elles.

1.3.3 Résultats attendus

Les résultats attendus de la présente étude sont :

- ✓ les besoins et attentes des étudiants dans le domaine de l'entrepreneuriat sont identifiés ;
- ✓ les croyances des étudiants des universités publiques du Bénin vis-à-vis de la création d'entreprise sont mises en évidence ;
- ✓ les parties prenantes nécessaires à la promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques du Bénin sont connues ;
- ✓ les caractéristiques d'un mécanisme d'interaction des parties prenantes à la promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques sont mises en exergue ;
- ✓ une proposition de projet d'appui à la promotion de la culture entrepreneuriale au sein des universités publiques du Bénin est élaborée.

1.3.4 Données utilisées

Dans le cadre du présent travail, nous avons recueilli essentiellement des données suivant nos hypothèses.

- ✓ H1 : *Les étudiants des universités publiques n'envisagent pas l'entrepreneuriat comme une perspective de carrière parce que l'Université ne les y sensibilise pas.* Il s'agit d'entretiens individuels avec questionnaire réalisés auprès d'un échantillon d'étudiants des établissements, facultés et écoles, afin de recueillir des informations pour apprécier la place qu'occupe l'entrepreneuriat dans leurs perspectives de carrière.
- ✓ H2 : *Les parties prenantes à la promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques n'arrivent pas à la stimuler parce qu'elles n'ont pas mis en place un mécanisme de coordination pour régir les interactions entre elles.* Nous avons collecté auprès des probables parties prenantes à travers des entretiens ouverts des informations pour justifier l'existence ou non d'un mécanisme de coordination qui puisse régir leurs interactions.

D'une manière générale, nous avons aussi tiré de l'utilité d'articles et actes de colloques sur la thématique de l'entrepreneuriat à partir des bases de données d'articles scientifiques en ligne. Les documents mis à notre disposition par notre lieu de stage nous ont par ailleurs servi de référentiel dans l'adaptation d'éléments de succès d'autres universités qui font la promotion de l'entrepreneuriat.

En conclusion au présent chapitre, nous pensons comme Giroux que : « *la création d'entreprise doit s'inscrire dans une dynamique positive dès la formation et ne pas apparaître comme une solution tardive pour les étudiants chômeurs en situation d'échec par rapport à leur insertion dans la société économique* » Giroux (2007 : 7). Les universités occidentales accordent de nos jours un intérêt majeur à la promotion des valeurs entrepreneuriales sur leurs campus. Ceci par les activités de formation, de sensibilisation, et d'accompagnement des étudiants porteurs de projet de création d'entreprise. En dépit de la reconnaissance de son importance dans la création de la richesse et du rôle que doivent jouer les milieux de formation pour sa promotion, les universités publiques béninoises peinent à le promouvoir. Pourtant l'entrepreneuriat est porteur de création de valeur pour l'économie, donne les moyens à l'université de répondre aux besoins des entreprises et autres acteurs socio-économiques à la recherche d'innovation, et permet à l'étudiant de se réaliser. Face aux défis de développement de la société béninoise auxquels les universités doivent apporter une réponse, l'entrepreneuriat apparaît désormais comme un impératif d'éducation et de développement.

2 Apprendre à entreprendre : écrits théoriques et concepts de base

Dans ce chapitre, nous présenterons d'abord les écrits théoriques que nous avons recensés sur la thématique de la promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur et ensuite nous définirons quelques concepts de base constitutifs de notre cadre théorique. Enfin, nous rapporterons quelques outils de promotion qui sont utilisés par d'autres universités.

2.1 Au sujet de la culture entrepreneuriale

2.1.1 Quelques théories sur l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un champ d'étude émergent et éclaté (Siomi, 2007). Plusieurs auteurs ont passé en revue les théories de sa genèse. Nous retiendrons essentiellement les études de Hernandez (2001) et de Fayolle (2002, 2005) pour l'expliquer. Elles identifient trois approches fondamentales à savoir l'approche fonctionnelle, l'approche centrée sur les individus, et l'approche processuelle.

Fayolle (2002) regroupe sous l'approche fonctionnelle les auteurs qui conçoivent l'entrepreneuriat à travers son importance dans le développement économique. Cantillon⁶, un des tout premiers, met en avant le risque pris par l'entrepreneur qui est l'initiateur du phénomène entrepreneurial. Schumpeter (1935) dans le même ordre d'idée, par sa théorie de l'évolution économique démontre que l'entrepreneur est avant tout un innovateur et un agent de changement. Par ses travaux, Hernandez (2001) expose l'aspect multi composante qui se dégage du point de vue des économistes. Sous l'appellation de théorie de contingence, il démontre que c'est une approche relativiste qui n'admet pas de « *solution universelle, mais seulement des solutions appropriées aux caractéristiques de la situation* » (Hernandez, 2001 : 62). Cette conception de l'entrepreneuriat le place comme un moteur de l'activité économique. Il correspond aussi à notre point de vue à l'égard du concept. Vu sous cet angle, il est principalement mis en œuvre dans un système de marché et ne tient pas compte des caractéristiques des êtres humains qui en sont les acteurs (Siomi, 2007).

Les chercheurs de l'approche centrée sur les individus orientent leurs études sur les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, leurs traits de personnalité, leurs motivations, leurs comportements, leurs origines et trajectoires sociales (Fayolle, 2002). Branet (1996) recense à cet effet deux écoles à savoir l'école dite « du grand homme » et celle des caractéristiques psychologiques. Pour elles, les grands entrepreneurs sont des êtres exceptionnels, intuitifs, à l'instinct inné et qu'on ne peut former à l'entrepreneuriat. Il en est de même pour Hernandez (2001) qui qualifie cette approche de fondamentaliste, et explique qu'elle représente l'entrepreneuriat à un modèle unidimensionnel en le résumant à l'entrepreneur. Toutefois des auteurs tels que Vesper (1990) avertissent qu'elle ne différencie pas l'entrepreneur du gestionnaire. Par ailleurs, les tests psychologiques ne sont effectués

⁶ Ecrits de Richard Cantillon cité par Fayolle (2002). Il sera suivi de Jean-Baptiste Say

qu'après l'acte entrepreneurial, ce qui ne rend pas compte de l'état des individus avant la création d'entreprise et exclut les prétendants à l'entrepreneuriat. En outre, Gartner (1988) oppose à l'approche centrée sur les individus, celle centrée sur les organisations (*How*), et de Carland et al. (1988), par l'approche centrée sur les traits (*Who*). Il est donc difficile de pouvoir résumer un comportement aussi complexe que l'entrepreneuriat en s'appuyant sur des traits psychologiques ou sociologiques (Fayolle, 2002) ; ceci a conduit les chercheurs à s'intéresser aux processus entrepreneuriaux.

Gartner (1988) est un des pionniers de l'approche processuelle par son article « who is an entrepreneur ? Is the wrong question ? ». L'approche processuelle admet une diversité plurielle dans les situations entrepreneuriales et de création d'entreprises en voyant notamment l'entrepreneuriat comme un phénomène qui consiste à créer et organiser de nouvelles organisations (Fayolle, 2002). Pour la plupart des auteurs qui ont soutenu cette approche, ils considèrent le comportement entrepreneurial comme « la résultante d'un processus de type interactionniste entre des éléments qui appartiennent à l'environnement et d'autres éléments reliés à l'individu » (Fayolle, 2002 : 5). De manière générale, on recense deux groupes fondamentaux d'auteurs. Le premier a été initié par Gartner (1988 et 1990) et soutenu par les auteurs tels que Aldrich (1999), Thornton (1999), Sharma et Chrisma (1999) et Hernandez, (2001). Il défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. Le second, porté par Shane et Venkataraman (2000), est fondé sur la notion d'opportunité entrepreneuriale. Les auteurs considèrent que les processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités représentent des objets d'études et de recherches essentielles. Cependant, Bruyat (1993) à travers ses travaux souligne en opposition au premier groupe que toutes les créations d'organisation ne conduisent pas au changement ou ne sont pas justifiées prioritairement par la création de la valeur. A titre d'exemple, nous pouvons citer la création d'entreprise par imitation d'une activité existante. C'est aussi le cas de Fayolle (2002) qui explique que « l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ, élément « objectif » qu'il faut découvrir » (Fayolle, 2004 : 30). Il ajoute qu'en se focalisant sur le processus d'exploitation d'une opportunité qui s'est concrétisée, cette approche ne tient pas compte des processus qui n'ont pas abouti.

En somme, les recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat peuvent être résumées par trois interrogations majeures. Le « *What* » pour l'approche fonctionnelle des économistes, le « *Why et Who* » pour l'approche centrée sur les individus, et le « *How* » pour l'approche processuelle.

2.1.2 Clarification des concepts dominants

Clarifier les concepts dominants, nous amène à aborder dans un premier temps l'entrepreneuriat, ensuite l'entrepreneur, la culture, et enfin la culture entrepreneuriale.

Dans la littérature en management, deux définitions de l'**entrepreneuriat** prédominent et s'opposent (Leger-Janiou, 2008). La première le considère comme la création de nouvelles organisations et l'identification d'opportunités existantes (Gartner, 1993; Aldrich, 1999; Sharma et Chrisman, 1999;

Shane et Venkataraman, 2000). La seconde vision l'associe à un processus de création de valeur (Filion, 1991; Gibb, 1992 ; Bruyat, 1993 ; Hernandez,1999 ; Léger-Janiou, 2001). En effet, Léger-Janiou (2008) explique cette vision de l'entrepreneuriat par le fait que :

« [...] il s'agit de manières particulières de concevoir les choses, reliées à la prise d'initiative et à l'action ; de comportement de certains individus qui ont la volonté d'essayer de nouvelles choses ou de les faire différemment, simplement parce qu'il existe une possibilité de changement (Block et Stumpf, 1992) ; du souhait de développer une capacité à composer avec le changement et d'expérimenter des idées et agir avec ouverture et flexibilité » Léger-Janiou (2008 : 163)

Cette opinion est partagée par les auteurs tels que Vestraete (2003), Bruyat (1993) , Fayolle (2002), et (Vestraete, Fayolle, 2005) qui soutiennent de ne pas restreindre l'entrepreneuriat à la création d'entreprise. Car l'entrepreneuriat peut engendrer plusieurs structures juridiques autres que l'entreprise (exemple d'une association). C'est ce que précise Coster (2009) quand il définit l'entrepreneuriat comme :

« [...] un phénomène d'émergence et d'exploitation de nouvelles opportunités créatives de valeur économique ou sociale, impulsé et rendu possible par l'initiative et la dynamique d'innovation/changements d'un homme, l'entrepreneur, en interaction avec son environnement » Coster (2009 : XIX)

Nous partageons cette vision de l'entrepreneuriat, qui place l'individu (l'entrepreneur) au cœur de la création de valeur.

L'entrepreneur est le moteur de l'entrepreneuriat. C'est lui qui prend l'initiative du phénomène entrepreneurial. Il peut donc s'agir soit d'une personne ou d'un groupe de personnes (on parle d'entrepreneur personnel) ou d'une institution (on parle d'entrepreneur corporatif) (Fortin, 2002). Dans le cadre de la présente étude, nous nous intéressons à l'entrepreneur personnel, celui qui va au - delà de l'intention d'entreprendre et pose l'acte entrepreneurial. C'est pourquoi Fayolle (2004 : 54) le définit comme « un être passionné, épris de liberté, qui se construit une prison sans barreaux ». C'est à lui que Fortin (2002) donne une identité à travers des éléments d'appréciation qualitatifs reliés à chaque étape du cycle de vie de l'entreprise et que Bognon (2009) rapporte. Il s'agit fondamentalement de la tolérance à l'ambiguïté, et la bonne capacité d'adaptation. C'est lui qui devra donc faire émerger une culture propre à son entreprise pendant sa phase de maturité.

La culture est « l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances » (Unesco, 1982). Appliquée à l'entrepreneuriat, elle mobilise l'entrepreneuriat comme un processus de création de valeur et se caractérise par la valorisation des caractéristiques personnelles qui y sont associées, on parle dès lors de **culture entrepreneuriale** (Léger-Janiou, 2008). Ces caractéristiques personnelles sont des attitudes et valeurs qu'il faut promouvoir. Il s'agit entre autres des attitudes et des valeurs

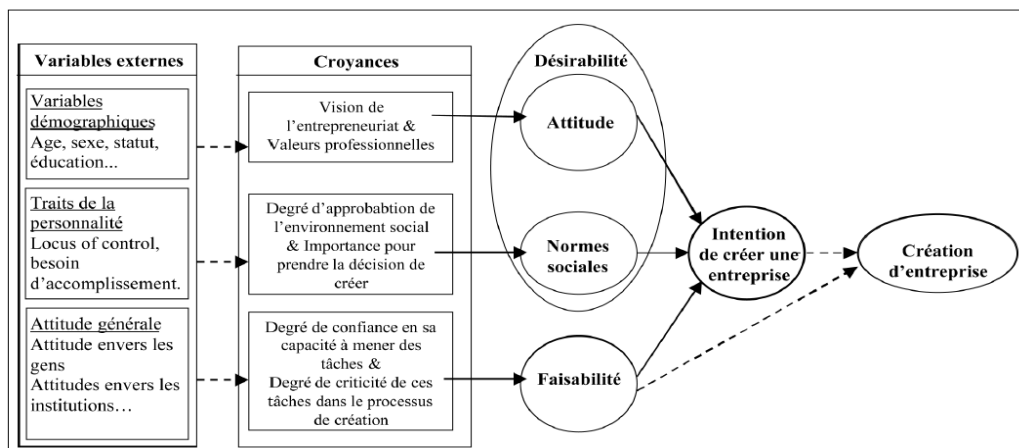
comme l'autonomie, la responsabilité, la créativité, la solidarité; des connaissances appropriées pour relever correctement les défis comme entrepreneur ou employé; et des compétences de savoir-faire, de savoir être, et de savoir agir (Fortin, 2002). On évoque aussi l'esprit entrepreneurial qui renvoie à l'esprit d'entreprendre en opposition à l'esprit d'entreprise, car l'esprit entrepreneurial s'inscrit dans des situations d'entreprise mais également en dehors de l'entreprise dans la vie citoyenne (Legér-Janou, 2008). La culture entrepreneuriale constitue donc un système de valeurs et de croyances communes qui valorise le succès personnel tout en pardonnant l'échec, qui encourage la diversité, le changement, à l'opposé de l'uniformité et de la stabilité (Léger-Janou, 2008).

2.1.3 L'intention entrepreneuriale

L'intention entrepreneuriale a fait objet de plusieurs travaux ces dernières années. Saleh (2011) dans sa thèse étudie l'intention entrepreneuriale chez les étudiants du Liban et répertorie les modèles mobilisés dans la littérature suivant les auteurs Kolvereid (1996), Autio et al (1997), Filion et al (2002), Audet (2004), Weber et al (2009), Tounès (2003), Emin (2003), Boissin et al (2009) (Tableau 5 en annexe 1). Tous les travaux se basent soit sur la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991), soit sur la théorie de la formation de l'événement entrepreneurial de Shapero (1984), ou sur les deux; du fait de leur similitude. Ces modèles prédisent l'acte entrepreneurial considéré comme un comportement dans une perspective behavioriste et cognitive (Tounès, 2003).

Pour Tounès, l'intention reflète « un moment historique en amont du processus entrepreneurial. Elle l'influence et se voit influencée par lui. Elle est, certes, une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif, mais elle est fonction des contextes socioculturel et économique » Tounès (2003 : 61). Pour notre part, l'intention entrepreneuriale prend tout son sens du fait de sa valeur prédictive de l'acte entrepreneurial. Nous retenons de ce fait l'approche de Kolvereid (1996), par laquelle, l'intention fait référence au choix de poursuivre une carrière entrepreneuriale et une carrière salariale (Boissin et al, 2009). Nous la mobiliserons à travers la Théorie du Comportement Planifié suivant la figure 1.

Figure 1 : Un modèle de l'intention entrepreneuriale



Source : Boissin et al, 2007

Selon la Théorie du Comportement Planifié (TCP) de Ajzen (1991), l'intention d'un individu est déterminée par trois éléments : « *son attitude à l'égard du comportement concerné, sa perception des normes sociales et le contrôle qu'il pense avoir sur la situation* » (Boissin et al, 2009 : 30). Les deux premières variables expriment l'attrait (attitudes) que l'individu a vis-à-vis du comportement, et le dernier exprime ses propres croyances vis-à-vis de sa capacité à réaliser le comportement. Les attitudes et le contrôle perçu du comportement concourent à la formation de l'intention.

2.2 L'entrepreneuriat universitaire : vers l'émergence d'un nouveau rôle pour l'université

2.2.1 Culture entrepreneuriale à l'Université

Les auteurs s'accordent et reconnaissent que le milieu stimule l'entrepreneuriat. C'est pourquoi Gasse (2003) et Fortin (2002) expliquent que les entrepreneurs sont issus de milieux qui valorisent la culture entrepreneuriale. Dans ce sens, l'école et l'université ont été identifiées dans la littérature comme des lieux où le potentiel entrepreneurial des étudiants peut être identifié, évalué et développé (Gasse, 1985; Hernandez et Aurifeille, 1991, Filion, 1994). Il en est de même pour les organisations telles que Défi de l'entrepreneuriat Jeunesse (2004) et la ville de Montréal (2007) qui reconnaissent l'université comme un milieu de promotion de la culture entrepreneuriale auprès des jeunes dans leurs stratégies de promotion de l'entrepreneuriat. Il convient dès lors pour les universités de créer et de promouvoir la culture entrepreneuriale auprès de leurs étudiants.

Il s'agit de socialiser l'entrepreneuriat auprès des étudiants par la sensibilisation afin de préserver et de stimuler leurs facultés de créativité et d'initiative; entre autres c'est de faire de la carrière d'entrepreneur un choix possible pour ceux-ci (Senicourt P, Verstraete, 2000). Gibb et Cotton (2002 : 5) suggèrent que : « *l'entrepreneuriat dans un contexte éducatif est un ensemble de comportements, d'aptitudes et d'attributs exercés individuellement ou collectivement pour manager, des individus ou des organisations de toute sorte, pour créer des entreprises et innover dans des contextes de forte incertitude et complexité* ». Pour Laukkanen (2000 : 26-27), l'éducation entrepreneuriale est comme « quelque chose » qui facilite l'accès aux pratiques entrepreneuriales. Il doit consister à changer les attitudes, les comportements et les croyances des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat afin de leur montrer que le phénomène entrepreneurial est accessible (Tounès, 2003). Mais, peut-on enseigner l'attitude entrepreneuriale, comment peut-on apprendre à une personne l'identification d'une opportunité ?

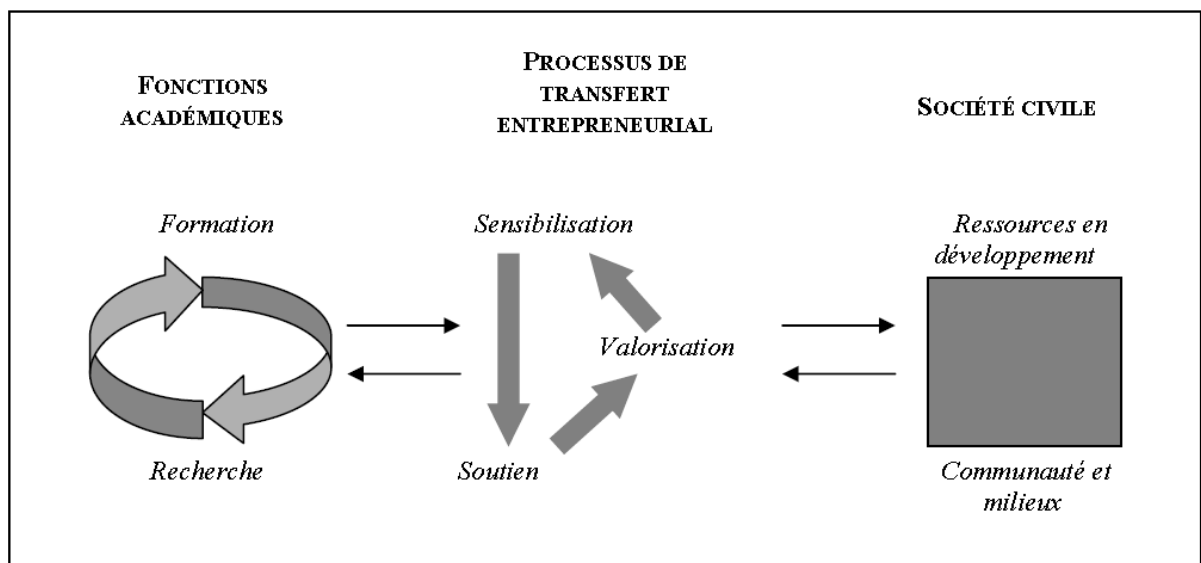
Bien que les auteurs ne soient pas unanimes sur la méthode de l'enseignement de l'entrepreneuriat, ils répondent par l'affirmative à la question de la possibilité de l'enseignement de l'entrepreneuriat. Car si l'acte d'entreprendre dépend du contexte, il n'en est pas moins de la formation des hommes (Birley, 1998 : 14). Les divergences des auteurs se trouvent notamment au niveau de la finalité de l'éducation entrepreneuriale. Pour un premier groupe, elle consiste à sensibiliser à l'entrepreneuriat, par contre pour un autre il s'agit de spécialiser en entrepreneuriat, et enfin pour un troisième groupe il est question d'accompagner et de suivre les étudiants porteurs de projet entrepreneuriaux (Tounès, 2003). Pour notre part, nous considérons que ces finalités sont complémentaires et peuvent se recouvrir.

Dès lors, on peut se demander si on peut former un public aussi vaste et aussi hétérogène à l'entrepreneuriat . L'hétérogénéité de la population des étudiants est mise en exergue dans les travaux de Daval & al (1999) lors du premier congrès de l'académie de l'entrepreneuriat dans lesquels ils identifient vingt-cinq types de profils. Toutefois, Billet (2008) et d'autres auteurs tels que Fortin (2002) répliquent que nul n'est programmé génétiquement pour devenir entrepreneur, et que l'entrepreneuriat est une attitude qui peut être apprise. Il faut donc développer l'entrepreneuriat quel que soit le métier (Verzat, 2011); et quel que soit le secteur de formation. Une formation à l'entrepreneuriat doit être alors transversale. L'hétérogénéité du profil des étudiants en soi est un facteur de richesse en termes de partage d'expérience.

En outre, les auteurs ont fait part de multiples méthodes d'apprentissages pratiquées par les universités qui mobilisent des contenus, des ressources logistiques, didactiques et humaines variées (Touanès, 2003). On peut citer le Processus Educatif et Pédagogique de l'Entrepreneuriat (PEPE), les conférences et témoignages d'entrepreneurs, les visites d'entreprises, les études de cas (business plan, par exemple), les simulations de création d'entreprise. Nous voudrions spécifiquement faire cas ici de la démarche de l'université Laval, rapportée par Gasse (2011).

La démarche de l'université Laval a consisté à mettre en place des activités de formation, de recherche et de services faisant appel aux professeurs et étudiants de toutes les disciplines du campus, tout en suscitant des collaborations avec les entreprises et les organisations du milieu Gasse (2011). Il n'a pas été question seulement de former à l'entrepreneuriat, mais aussi du développement d'une large gamme de services d'accompagnement et de soutien. Il s'agit d'un observatoire de la culture entrepreneuriale, d'un volet pédagogique innovateur et original, et d'un laboratoire d'incubation; tous concentrés au sein d'une chaire de l'entrepreneuriat et de l'innovation. La figure 2 présente le modèle proposé par Gasse à cet effet.

Figure 2 : Démarche entrepreneuriale de l'université Laval



Source : Gasse, 2011

2.2.2 Stratégie entrepreneuriale

Nous avons montré dans le chapitre précédent que promouvoir la culture entrepreneuriale sur les campus universitaires permettrait aux universités publiques de contribuer activement au développement socioéconomique du Bénin. Pour ce faire, elles doivent définir une stratégie susceptible de la stimuler. En la matière, Fortin (2002) nous avertit que cette stratégie tient compte de plusieurs composantes du milieu concerné, et qu'elle diffère d'une société à une autre. Toutefois, elle doit être basée sur la promotion de valeurs largement partagées dans le milieu que sont l'autonomie, la responsabilité, la créativité et la solidarité (Fortin, 2002). À celles-ci s'ajoutent entre autres : le besoin de réalisation personnelle, la prise de risques, la confiance en soi, etc. (Leger - Janiou, 2008).

De manière pratique, Fortin (2002) a identifié plusieurs modèles dans la littérature à partir desquels, un milieu de quelque nature qu'il soit, peut mettre en place une stratégie entrepreneuriale. Nous voudrions rapporter ici les modèles de McKinsey et celui de Hernandez (1999). Le modèle de McKinsey (1982) est organisé autour de sept (07) "S" dont quatre (04) dits mous (*Style, Skills, Staff, et Shared Value*) et trois (03) dits durs (*Strategy, Structure et Systems*). L'action sur les "S" mous change la culture de l'organisation et sur les "S" durs promeut la culture entrepreneuriale (Figure 11 en annexe 1). Par contre, Hernandez (1999) suggère une stratégie entrepreneuriale qui repose sur une valeur innovatrice génératrice de croissance et de création de valeurs basée sur une structure organique et un système de veille stratégique.

2.2.3 Vers la proposition d'un modèle

Nous partageons le modèle de Fortin (2002) pour la mise en place d'une stratégie entrepreneuriale. Il se décrit en six (06) éléments à savoir :

Tableau 1 : Un modèle de stratégie de promotion de l'entrepreneuriat

<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>une structure organique, par opposition à mécanique :</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>En réseau, par opposition à pyramidale ;</i> • <i>Axée sur le développement de compétences, par opposition à celui des procédures ;</i> • <i>animée par un dirigeant visionnaire, par opposition à autoritaire ;</i> 2. <i>un système d'information externe de veille stratégique</i> 3. <i>un système d'information interne, basé sur la confiance</i> 4. <i>un système d'échange d'information et de partage des connaissances, stimulant l'innovation et la créativité ;</i> 5. <i>Une politique d'intrapreneurship et d'essaimage permettant d'actualiser des projets ;</i> 6. <i>un système de récompense qui reconnaît l'initiative, la créativité et l'adaptabilité</i>

Source : (Fortin, 2002)

2.3 Entrepreneuriat à l'Université : quelques pratiques

2.3.1 *Le processus éducatif et pédagogique entrepreneurial*

Le Processus Educatif et Pédagogique Entrepreneurial est rapporté par Jeanne Billet, lors du 5e congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat et a été mis en œuvre par l'ESCPAU (Ecole Supérieure de Commerce de Pau France). Il s'agit d'un dispositif entrepreneurial continu tout au long de la scolarité des étudiants, au travers d'une Pédagogie Entrepreneuriale Participative Spécifique (PEPS) (Billet, 2007). Il se base sur deux axes de développement fondamentaux qui se déroulent pendant et en dehors des cours. Il vise à :

« éveiller l'étudiant à l'esprit d'entreprendre, en lui insufflant en permanence un contexte et des actions favorables grâce à une pédagogie active innovante, créative et entreprenante...et permet d'éduquer l'étudiant en termes de comportements, d'attitudes et de capacités entrepreneuriales et de favoriser une démarche entrepreneuriale » (Billet, 2007 : 5).

Les activités relatives au parcours entrepreneurial durant les cours sont entre autres des enseignements sur la créativité, de sensibilisation à l'entrepreneur, des conférences et un projet de création d'entreprise. Tandis que les activités liées au parcours entrepreneurial hors cours sont constituées d'activités obligatoires (mission caritative ou humanitaire et travail de recherche) et facultatives (implication dans des associations).

2.3.2 *La maison de l'entrepreneuriat*

Les maisons de l'entrepreneuriat ont été mises en place surtout dans les universités françaises et canadiennes pour promouvoir l'entrepreneuriat. Sur les campus canadiens, on parle de club de l'entrepreneuriat qui présente des similitudes avec les maisons de l'entrepreneuriat en France. Selon Fayolle (2001) cité par Boissin et al. (2011), « ...le mot « maison » évoque, par ailleurs, davantage l'idée d'une cellule (ou d'une structure) conviviale, accueillante, communautaire, solidaire, productrice de valeurs et d'une culture... » Boissin et al (2011 : 5).

Les axes de la maison de l'entrepreneuriat sont essentiellement de dédramatiser la création de l'entreprise, de valoriser les comportements d'entrepreneurs, d'ouvrir l'université et les établissements d'enseignement supérieur sur l'économie et la création (Figure 12 en annexe 1).

Nous voudrions enfin citer par ici l'expérience de l'université de Lomé au Togo, avec l'association Managers sans frontières qui ont mis en place une maison de l'entrepreneuriat⁷. Elle réunit conjointement la Mairie de Lomé, la Chambre du Commerce et d'Industrie du Togo et l'Université de Lomé. Elle est basée à Lomé sur le campus et a pour objectif de promouvoir l'entrepreneuriat par les activités d'écoute et d'orientations des étudiants.

⁷ <http://blogs.mngsf.org/2011/03/anais-fabius/la-maison-de-l-entrepreneuriat-de-lome>, consulté le 6 janvier 2013

2.3.3 *Les incubateurs universitaires*

L'incubateur universitaire est l'outil le mieux connu de valorisation des résultats issus de la recherche scientifique des universités occidentales. C'est un emplacement physique ou virtuel⁸ dédié à l'entrepreneuriat sur le campus qui offre des facilités (support logistique, psychologique, formation) aux porteurs de projet de création d'entreprise tout au long du processus de création effective de leur entreprise. Les incubateurs universitaires ont pour vocation de favoriser le développement de conditions favorables (techniques, financières, humaines) à la création d'entreprises à partir de projets issus de la recherche publique (Berger - Douce, 2005). Ils ont contribué dans plusieurs pays au renforcement de la relation entre université et entrepreneuriat.

C'est le cas de l'incubateur universitaire de la fondation 2iE⁹ à Ouagadougou. Une fois diplômés, les étudiants porteurs de projet innovant en lien avec l'économie verte, peuvent postuler seuls ou en équipe à l'incubateur. Ils bénéficient de divers services d'accompagnement et sont éligibles au Fonds d'Investissement pour l'Innovation et l'Entrepreneuriat (F2iE). Après la phase d'incubation qui consiste essentiellement (dans le cas 2ie) à l'élaboration d'un prototype de business plan et la mobilisation du financement, les entreprises naissantes peuvent être admises dans la pépinière d'entreprise et démarrer leurs activités au sein du campus. Le projet est conduit en partenariat avec la Maison de l'Entreprise de Ouagadougou et deux entreprises y sont incubées actuellement.

2.3.4 *Le profil entrepreneurial*

Le profil entrepreneurial est une innovation de l'université de Laval qui offre aux étudiants la possibilité d'intégrer un volet entrepreneurial spécial à leur cheminement. Il ne prend pas en compte seulement les étudiants de gestion, mais aussi ceux de théologie, de biologie, de musique (Gasse, 2011). Il vise à « soutenir les étudiants dans le développement de leurs compétences entrepreneuriales, et ce, à travers une démarche structurée où ils sont appelés à prendre des initiatives, à élaborer des projets et à les gérer » (Gasse, 2011 : 10). Il couvre tout le cheminement universitaire et est reconnu sur le diplôme en fin de formation.

Le présent chapitre a ainsi, rapporté les approches théoriques fondamentales de l'entrepreneuriat, ce qui nous a permis de retenir l'approche processuelle comme fil conducteur de notre étude. Nous avons également choisi la théorie du comportement planifié, souvent utilisée dans le contexte entrepreneurial, pour décrire les croyances des étudiants des universités publiques béninoises. Par ailleurs, nous avons identifié les outils généralement utilisés par d'autres universités pour faire la promotion de la culture entrepreneuriale. Il s'agit entre autres de processus éducatif et pédagogique entrepreneurial, de maison de l'entrepreneuriat, d'incubateurs universitaires, et du profil entrepreneurial. Il y a donc lieu que nous énoncions la méthodologie par laquelle nous envisageons mener la présente étude.

⁸ Par exemple l'incubateur virtuel de la francophonie : <http://www.ivfe.auf.org/>, consulté le 06 janvier 2013

⁹ Site incubateur 2ie : http://www.2ie-edu.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1401&Itemid=317&lang=fr

3 Application du modèle d'intention aux étudiants béninois et l'expérience de l'incubateur du projet e-Bénin

Dans les chapitres précédents, nous avons posé la problématique de la promotion de l'entrepreneuriat sur les campus universitaires béninois et avons proposé une revue bibliographique. Celle-ci nous a permis de comprendre les solutions actuelles et les outils par lesquels d'autres universités promeuvent l'entrepreneuriat. Dans le présent chapitre nous présenterons notre méthodologie suivant nos hypothèses de recherche, et étudierons l'expérience du projet e-Bénin dans la mise en place d'un incubateur dédié à promouvoir l'entrepreneuriat dans le domaine des TIC. C'est au sein de ce projet que nous avons effectué notre stage de mise en situation professionnelle, afin de pouvoir dégager des facteurs de succès susceptibles d'être valorisés auprès des universités béninoises.

3.1 Fondement méthodologique, approche et type d'investigation

3.1.1 Fondement méthodologique

D'une manière générale, notre étude s'est déroulée en trois (03) phases : la revue documentaire, la phase exploratoire et la phase d'enquête fine. La revue documentaire nous a permis de recenser et consulter les écrits sur la promotion de la culture entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur et spécifiquement les outils utilisés. Elle est restée transversale à toutes les autres étapes de l'étude. La phase exploratoire nous a permis de faire un pré-test à partir d'un échantillon d'étude d'une population de 15 étudiants pour vérifier la validité du questionnaire et apporter d'éventuelles modifications. À son issue, des changements mineurs ont été réalisés afin d'améliorer la compréhension des questions. L'enquête fine a consisté en la collecte des données auprès des étudiants des établissements et écoles de l'UAC ciblés; à travers une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon d'étudiants et des entretiens individuels ouverts avec des responsables universitaires. Il en a été de même pour les autres acteurs que nous avons identifiés comme des parties prenantes telles que le secteur privé (le patronat) et les pouvoirs publics (Ministère, ANPE, etc.).

De manière spécifique, notre méthodologie est fonction de chacune de nos hypothèses. Pour la première libellée comme suit : « H1 : Les étudiants des universités publiques du Bénin n'envisagent pas l'entrepreneuriat comme une perspective de carrière parce que l'Université ne les y sensibilise pas » nous avons procédé à une étude quantitative basée sur la Théorie du Comportement Planifié d'Ajzen (1991). Nous avons à cet effet effectué une enquête auprès d'un échantillon de 526 étudiants pour apprécier leurs croyances vis-à-vis de l'entrepreneuriat à travers les trois variables de ladite théorie. Il s'agit dans le cas de l'entrepreneuriat de l'attrait perçu de la création d'entreprise, du degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement social; et de la confiance qu'a l'individu en sa capacité de mener à bien le processus entrepreneurial (Boissin & al, 2009). Le cadre théorique relatif à la TCP a été appliqué par plusieurs auteurs à une population estudiantine, ce qui confirme l'utilité dans le cas de notre étude.

En ce qui concerne la deuxième hypothèse formulée comme suit : « H2 : Les parties prenantes à la promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques n'arrivent pas à la stimuler parce qu'elles n'ont pas mis en place un mécanisme de coordination pour régir les interactions entre elles », nous avons procédé par une étude qualitative. La recherche documentaire nous a permis d'identifier les probables parties prenantes et notre stage professionnel nous a servi d'étude de cas. L'étude de cas a pris en compte essentiellement deux axes à savoir de faire l'état des lieux sur les structures offrant des services aux entreprises naissantes au Bénin et de partir du processus de mise en œuvre d'un incubateur par notre structure d'accueil pour identifier les probables parties prenantes, avec lesquelles nous nous sommes entretenus. Enfin, nous avons, à l'aide des croyances identifiées des résultats de l'hypothèse H1, effectué une analyse sectorielle axée sur le *benchmarking* dans la perspective de la promotion de l'entrepreneuriat par les universités publiques et avons proposé une démarche de mise en œuvre devant aboutir à une stratégie d'action.

3.1.2 Choix des variables

Suivant la théorie du comportement planifié, trois variables sont supposées prédire l'intention de créer sa propre entreprise. Il s'agit de l'attrait pour la création d'entreprise, la norme subjective, et la perception du contrôle comportemental. L'attrait pour la création d'entreprise étant le degré d'évaluation, favorable ou non favorable, qu'une personne a du comportement concerné (Ajzen et Fishbein, 1980). La norme subjective ou sociale se définit dans la présente étude comme le degré d'approbation ou de désapprobation perçue par l'étudiant de la part des gens dont l'opinion lui est importante (Boissin et al, 2009). Et la perception du contrôle ou contrôle comportemental perçu apprécie la facilité ou la difficulté que le créateur potentiel perçoit pour la réalisation du comportement (Boissin et al, 2009).

La variable dépendante est donc l'intention de créer une entreprise et les variables indépendantes sont l'attitude à l'égard de la création d'entreprise, la norme subjective et la perception du contrôle. Nous avons défini des échelles de Likert à 7 positions pour mesurer ces variables. Par exemple : totalement en désaccord, fortement en désaccord, légèrement en désaccord, ni l'un ni l'autre, légèrement en accord, fortement en accord, totalement en accord. Le tableau 2 à la page ci-après, présente chaque variable avec son échelle de mesure.

La vérification de l'hypothèse H2 se fera par une méthode qualitative axée sur une analyse sectorielle basée sur les initiatives similaires répertoriées dans la revue documentaire. Un accent particulier sera mis sur l'expérience du projet e-Bénin afin de tirer des leçons pour les universités béninoises.

Par ailleurs, en plus des questions liées aux variables en lien avec les hypothèses de recherche, nous avons inclus des questions relatives à déterminer l'intérêt, les besoins et attentes des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat.

Tableau 2 : Tableau des variables et leur échelle de mesure

Variabiles	Items	Echelle
Attrait pour la création d'entreprise	Être mon propre chef,	totalemment en désaccord à fortemment en accord
	Mettre en œuvre ma créativité	approuve fortemment à désapprouve fortemment
	Ne pas avoir un travail stressant	totalemment en désaccord à fortemment en accord
	Avoir un travail qui demande peu de responsabilités	totalemment en désaccord à fortemment en accord
	Gagner beaucoup d'argent	totalemment en désaccord à fortemment en accord
Norme subjective	La plupart des personnes qui sont importantes pour moi me recommanderaient de créer ma propre entreprise à la fin de mes études	très improbable à très probable
Perception du contrôle	Créer ma propre entreprise à la fin de mes études serait	très difficile à très facile
	Il ne tient qu'à moi de créer ma propre entreprise à la fin de mes études	totalemment en désaccord à totalemment en accord
	Je me sens capable de créer ma propre entreprise à la fin de mes études	totalemment en désaccord à totalemment en accord
	J'ai l'intention de créer ma propre entreprise à la fin de mes études	très improbable à très probable
	J'évalue que mes chances de créer ma propre entreprise à la fin de mes études	extrêmement faibles à extrêmement fortes
Intention	« j'ai l'intention de créer ma propre entreprise à la fin de mes études »	très improbable à très probable
	« j'évalue que mes chances de créer ma propre entreprise à la fin de mes études sont : »	très improbable à très probable

3.1.3 Terrain de recherche, population et échantillon

Le choix de l'UAC pour la présente étude s'est basé sur le fait qu'elle soit la plus grande des universités publiques du Bénin (soit plus de 77 000 étudiants inscrits au titre de l'année 2011 - 2012), et la plus ancienne (créée depuis 1970). Par ailleurs, les défis auxquels sont confrontées les universités publiques sont principalement les mêmes, et la problématique de l'entrepreneuriat se pose de la même manière dans les deux universités. L'échantillon d'étudiants devant faire l'objet de notre étude représentait 10% de l'effectif des étudiants de l'UAC et par quota de la proportion de l'effectif de chaque faculté ou école cibles. Le calendrier universitaire n'a pas été compatible avec le passage de l'enquêteur chargé d'administrer les formulaires, et nos contraintes en terme de délai à l'université Senghor. Ce qui fait, que sur 800 prévus, seulement 526 formulaires ont pu être administrés dans la période du 26 décembre 2012 au 18 janvier 2013. Les difficultés majeures ont été l'accès aux responsables des écoles et établissements pour avoir leur accord de principe. Il a fallu plusieurs jours de rendez-vous. Les entretiens relatifs à l'hypothèse H2 ont été réalisés lors de notre séjour au Bénin dans le cadre du stage professionnel. Ils ont été essentiellement des entretiens ouverts. La liste des personnes ressources contactées est présentée en annexe. Il en est de même pour le questionnaire administré (Annexe 2).

3.2 Instruments de traitement des données

Nous avons utilisé plusieurs instruments de traitement des données en fonction de nos hypothèses. Pour la première (H1), nous avons utilisé la technique statistique d'Analyse en Composante Principale (ACP) avec le logiciel SPAD 5. L'ACP est utilisée pour étudier les données multidimensionnelles, lorsque toutes les variables observées sont de type numérique et que l'on veut voir s'il y a des liaisons entre celles-ci. Nous avons vérifié la corrélation entre les items des variables à partir du calcul du coefficient alpha de Cronbach dans le logiciel Spss. En outre ce logiciel nous a servi à identifier les besoins et les attentes des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat.

Pour la deuxième hypothèse (H2), nous avons procédé à une analyse qualitative par une analyse sectorielle basée sur les facteurs de succès de la méthodologie utilisée par d'autres universités.

3.3 Apport du stage

3.3.1 *Présentation de la structure d'accueil*

Notre stage a eu lieu au projet e-Bénin qui est financé par la Banque Mondiale au titre d'un Don IDA en faveur de la République du Bénin. Ce projet s'inscrit dans le cadre de l'atteinte des objectifs de la Stratégie de Croissance pour la Réduction de la Pauvreté (SCRCP). Il vise à « Faire du Bénin le quartier numérique de l'Afrique » (e-Bénin, 2011). À cet effet, il est structuré en trois composantes dont la composante e-Business, qui consiste à appuyer les aptitudes TIC et à créer de nouvelles opportunités d'affaires pour les entreprises évoluant dans le domaine des TIC. Il s'agit sur le plan opérationnel de faire la promotion des entreprises démarrant dans le domaine des TIC à travers une approche d'incubation. Le projet est sous la tutelle du Ministère de la Communication et des Technologies, de l'Information et de la Communication. Il est organisé autour d'une unité de gestion autour de laquelle gravitent plusieurs autres structures dont fondamentalement : la Poste, et AGeNTIC .

L'e-Business pour un accompagnement des projets TIC

Notre stage s'est déroulé du 14 mai au 03 août 2012 à l'Unité de Gestion du Projet (UGP). Il a consisté à notre implication dans le fonctionnement de notre structure d'accueil, et à la collecte des données relatives à la démarche par laquelle il est mis en place un incubateur à travers la composante e-Business du projet.

La sous composante e-business du projet e-Bénin vise à promouvoir les entreprises dans le secteur des TIC (AGeNTIC, 2011). Elle constitue la sous-composante B du projet, libellée comme suit : « *Promotion des e-applications et développement du e-business* ». Elle vise essentiellement à appuyer l'AGeNTIC en vue de la spécialiser dans la promotion de l'e-business; de mettre en place un programme d'accompagnement des entreprises béninoises cherchant à saisir les nouvelles opportunités de l'externalisation (ou délocalisation) des services; et d'élaborer et de mettre en œuvre un programme de développement des ressources humaines orienté vers les jeunes. Elle s'inscrit dans

l'objectif du projet qui consiste à supporter les PME dans le domaine des TIC. L'e-business englobe deux activités principales à savoir : l'incubation et le *matching grant*. L'incubateur entre en ligne de compte de notre étude et est notre centre d'intérêt.

L'incubateur vise à accueillir des personnes ayant des projets novateurs dans le domaine des TIC. Il a pour but d'accompagner des entreprises naissantes tout au long de leur processus de création, jusqu'à leur épanouissement à travers le business modèle, le positionnement par rapport à la concurrence, la stratégie de financement, les partenariats, et l'approche commerciale. L'objectif visé est de créer des entreprises innovantes à même de se développer sur les marchés béninois et internationaux. En entrée, il s'agira de partir avec des projets généralement au stade embryonnaire (idée) pour avoir en sortie une entreprise créée et viable à long terme. Les retours attendus sont ceux de la création de richesse pour les entrepreneurs et leurs équipes, et la constitution d'un tissu de PME dans le domaine des TIC.

Pour ce faire, les services offerts sont entre autres les ressources logistiques (hébergement) : hébergement dans l'incubateur situé dans un cadre propice au développement d'une jeune entreprise (bureaux meublés et sécurisés, connexion internet haut débit, téléphone, visioconférence, salle de réunion, laboratoire informatique) ; le coaching : suivi de l'équipe d'animation de l'incubateur ; l'expertise : accompagnement régulier d'un conseiller national pour aider à l'évolution des projets et effectuer des choix stratégiques.

Pour y être incubés, les candidats soumettent un dossier de présentation de leur projet et son état d'avancement. Le projet est retenu s'il répond entre autres à des critères d'innovation, de potentiel d'externalisation, de faisabilité et de capacité à être mené à bien. Les éléments de qualification sont entre autres le titre et la description du projet, le degré de maturité du projet, les prédispositions et capacités à identifier les besoins pour le projet.

La sélection des projets se fait sur la base d'appels à concurrence deux fois par an. Les différentes étapes se présentent comme suit : campagne d'information et appel à manifestation d'intérêt pour la réalisation de projets contribuant au développement du secteur des TIC au Bénin ; appel à proposition de projets sur la base de liste établie suite aux manifestations d'intérêt ; sélection des projets ; publication des résultats ; signature des contrats d'incubation ; mise en œuvre des projets.

Les indicateurs établis pour assurer le suivi du projet sont relatifs à l'impact, les résultats, et le processus. Par rapport à la composante e-Business, les indicateurs d'impact et de résultats sont libellés comme suit :

- ✓ indicateur d'impact : (se mesure en général 5 à 10 ans après le projet) *Taux d'accroissement des entreprises start-up dans le secteur des TIC.*
- ✓ indicateur de résultats : *le ratio de start-up aidés par l'AGeNTIC qui maintiennent leurs activités après deux ans, et ceux qui n'ont pas bénéficié du soutien de l'AGeNTIC.*

À l'épreuve des faits et ce à la date du vendredi 29 juin 2012, il nous est revenu de recueillir auprès des acteurs les informations suivantes. La campagne d'information et l'appel à manifestation d'intérêt entrant dans le cadre de la sélection de l'année en cours ont eu déjà lieu. Le premier (courant janvier 2012) et le second (courant mars 2012), et 78 dossiers ont été reçus. Après filtrage de la commission de sélection, 46 dossiers sont retenus, mais les résultats ne sont pas encore rendus publics car le processus de sélection est toujours en cours. La durée prévue pour un porteur de projet au sein de l'incubateur est de 3 à 6 mois. Tout porteur de projet sélectionné qui entre dans l'incubateur, après avoir fait la preuve de son produit, bénéficiera d'une formation en management d'entreprise. Il est prévu que des acteurs locaux soient associés. Par acteurs ici, nous voudrions désigner les banques, les universités, et le patronat. Toutefois, ces derniers n'avaient pas encore été formellement associés à la date à laquelle nous collectons les données. La salle devant accueillir l'incubateur est disponible et le processus pour l'équiper en matériel informatique est en cours. Il existe plusieurs manuels de gestion au sein du projet. Nous citerons ici le manuel d'exécution du projet e-Benin, et le manuel spécifique de procédures administratives, financières, et comptables de la composante e-Business.

Au regard de ces faits, nous avons formulé des propositions pour contribuer à améliorer les pratiques au sein de cette composante du projet. De manière concrète, il s'est agi entre autres de la mise à jour du manuel des procédures administratives par rapport à l'activité d'incubation, de la révision du cycle de l'incubation et surtout de sa durée (3 à 6 mois étant trop court), de l'augmentation des activités d'éveil et de sensibilisation à l'entrepreneuriat, et de l'identification et de l'association des parties prenantes (en amont et en aval). Ces parties prenantes sont entre autres les institutions de financements (banques et IMF), le patronat, et l'université. A ce niveau nous avons mis un accent particulier sur l'université à travers ses écoles de formation en TIC, qui devient dès lors un partenaire de premier choix. Car c'est elle qui forme les bénéficiaires d'une part et pourra contribuer à l'éveil et à la sensibilisation auprès de ces derniers d'autre part. C'est aussi sans compter que les prouesses réalisées en termes d'innovation dans le domaine des TIC peuvent provenir autant de l'université, que du centre d'incubation. Dans ce sens, les deux devront se mutualiser pour valoriser cette innovation. Il en est de même pour le patronat qui pourra être très utile pour le coaching et les sources de financements, ou une source de contrats de prestation pour les entreprises incubées. Faire la synergie entre ces parties prenantes, c'est surtout le défi que e-business doit relever !

3.3.2 Activités menées en lien avec notre recherche

L'objectif de notre stage a été de nous impliquer dans le fonctionnement de notre structure d'accueil, et de collecter les données relatives à la démarche par laquelle il est mis en place un incubateur à travers la composante e-Business.

A cet effet, nous avons mobilisé des documents du projet et surtout de la documentation au sujet de la mise en œuvre des incubateurs de manière générale. Ensuite, nous avons visité d'autres incubateurs ou structures d'appui et d'accompagnement des PME tant sur le plan national que dans la sous-région ouest-africaine (Lomé, et Ouagadougou). En plus, nous nous sommes entretenus avec des personnes

ressources de divers ordres à savoir le patronat, les institutions de financement, des partenaires techniques et financiers (PNUD), des pouvoirs publics et surtout de l'enseignement supérieur public. Le tableau 10 en annexe 1 présente une liste exhaustive de la liste des personnes ressources contactées. Enfin, notre participation à la 7ème conférence internationale consacrée aux TIC appliquées au développement, à l'enseignement et à la formation en Afrique (eLearning Africa 2012, Cotonou), nous a permis de voir des outils susceptibles d'être utilisés dans le domaine des TIC pour promouvoir l'entrepreneuriat et que d'autres universités expérimentent déjà.

3.3.3 Quels enseignements pour les universités du Bénin ?

D'une manière générale, le stage nous a permis de nous rendre compte que la problématique que nous abordons est actuelle et entre en ligne de compte dans les priorités de l'équipe rectorale de l'UAC, du gouvernement et aussi des partenaires techniques au développement.

De manière spécifique, il nous a permis de faire l'état des lieux des structures existantes qui offrent des services d'appui aux PME en vue d'étudier les possibilités de partenariat avec les universités publiques. Ensuite, nous avons identifié la méthode par laquelle le projet e-Bénin est en train de mettre en place son incubateur, notamment les parties prenantes et leurs rôles. Enfin, nous avons recadré notre sujet de mémoire vers la proposition d'une démarche, pour la mise en place d'une stratégie de l'entrepreneuriat sur les campus universitaires, plutôt qu'une mise en place d'un outil de promotion de l'entrepreneuriat tel qu'un incubateur universitaire.

En effet, lors de nos rencontres avec les parties prenantes, nous nous sommes aperçus de l'existence de barrières législatives dont la levée prendra du temps et surtout de l'inexistence d'un cadre institutionnel pour la promotion de l'entrepreneuriat. C'est pourquoi, en lieu et place de notre projet de mémoire initial lié à la mise en place d'un incubateur à l'UAC, nous avons trouvé plus opportun de susciter une démarche devant conduire à la mise en place d'une stratégie de promotion de l'entrepreneuriat. Mais auparavant, nous souhaitons décrire ce que les étudiants pensent de l'entrepreneuriat, identifier les parties prenantes à sa promotion dans l'enseignement supérieur et proposer un début de mécanisme capable de les maintenir en synergie.

En conclusion pour le présent chapitre, nous utilisons une méthodologie quantitative et qualitative suivant respectivement nos hypothèses (H1 et H2). L'approche quantitative est inspirée du cadre théorique relatif à l'intention entrepreneuriale très utilisé dans la littérature, et qui utilise la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991). Nous avons à cet effet fait une enquête auprès d'un échantillon d'étudiants d'écoles et facultés de l'UAC, pour une population de 526 individus. Pour l'approche qualitative, en plus de la revue documentaire, nous avons procédé à des entretiens ouverts auprès de potentielles parties prenantes à la promotion de la culture entrepreneuriale au sein des universités publiques béninoises.

4 Proposition de mécanisme de mise en œuvre et projet de site internet pour susciter et soutenir l'entrepreneuriat étudiant sur les campus béninois.

Dans les précédents chapitres, nous avons montré la nécessité de promouvoir la culture entrepreneuriale sur les campus du Bénin, et nous avons proposé de faire l'état des lieux des croyances des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat ainsi que l'identification des parties prenantes. Ce chapitre présente les résultats et discussions issus de nos enquêtes.

4.1 Résultat de nos enquêtes

4.1.1 *Croyances des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat*

Les étudiants interrogés estiment que l'entrepreneuriat se réfère à la création d'une entreprise nouvelle (36.5%) ou du lancement d'un nouveau produit (17.5%) ou de la mise sur pied d'une organisation à but non lucratif (13.5%). Ils sont une minorité (1.5%) à associer l'entrepreneuriat à l'achat d'une entreprise existante ou d'une franchise. Les étudiants ont peu de connaissance sur les pratiques telles que l'essaimage et le rachat d'une entreprise.

S'ils sont 80.2% à vouloir démarrer une entreprise seuls ou individuellement, ils restent 65.2% à n'avoir rien fait ces 12 derniers mois pour aider à démarrer cette entreprise. Mis en perspective avec la fin des études, on constate que cette envie de démarrer une entreprise ou de travailler à son propre compte prend corps suivant les années après le baccalauréat (13.3% pendant les études secondaires, 19.6% dans les deux premières années après le baccalauréat, et 23.6% dans les 3 à 5 années après le baccalauréat). Par ailleurs, nous voudrions souligner le fait que 55.3% des étudiants souhaitent être propriétaires en partie de l'entreprise ou de l'affaire qu'ils souhaitent mettre sur pied.

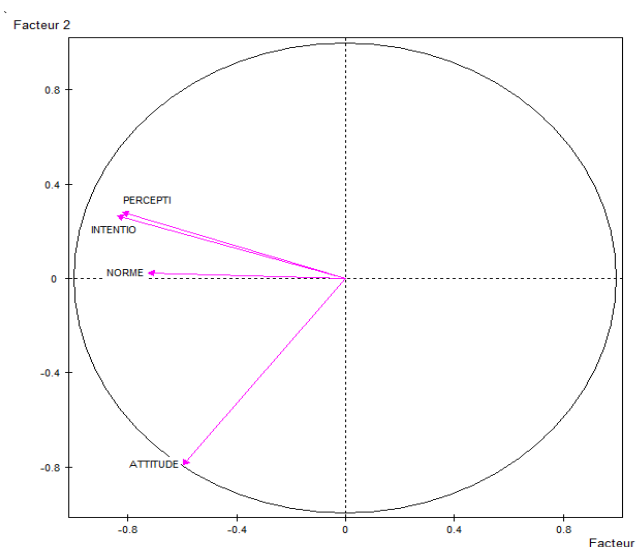
En majorité, les étudiants sont informés de l'entrepreneuriat : 61.8% estiment avoir été informés des possibilités de carrière comme entrepreneur, 66.5% ont eu la possibilité d'acquérir des connaissances du monde des affaires, et 81.6% prétendent avoir entendu parler d'entrepreneuriat dans leurs cours ou autrement. Cependant, ils sont 70.2% à n'avoir jamais suivi de cours en entrepreneuriat, 51.9% à avoir l'impression qu'à l'université on ne reconnaît pas les innovations, les nouvelles initiatives et les efforts de création de nouvelles entreprises par les étudiants. En plus ils sont 91.3% à trouver important qu'à l'université on informe les étudiants sur les possibilités de devenir entrepreneur ou travailleur autonome, et 89% à considérer que l'université doit reconnaître de façon formelle les efforts déployés par les étudiants pour créer leur propre entreprise, pour développer des innovations ou encore initier de nouveaux projets. Ce taux, élevé d'étudiants sensibilisés à l'entrepreneuriat malgré l'inexistence de cours formels et dédiés, est dû à notre échantillon d'études, constitué en majorité d'étudiants d'écoles de management où les cours sont en lien direct avec l'économie et la gestion de l'entreprise. Ces efforts de sensibilisation sont des initiatives personnelles d'enseignants.

Suivant la théorie du comportement planifié, nous avons déterminé le coefficient Alpha de Cronbach pour chacune des variables ayant plus d'un seul item (l'attitude à l'égard de la création d'entreprise, la norme subjective, et l'intention) pour apprécier la cohérence interne au sein des éléments d'échelle. Au premier résultat, nous avons obtenu 0.56 pour l'attitude à l'égard de la création d'entreprise, 0.65 pour la norme subjective, et 0.678 pour l'intention. Nous avons donc procédé à un recodage des items de cette variable pour obtenir un coefficient Alpha de Cronbach égal à 0.64, supérieur donc à 0.6 admis comme seuil minimal d'acceptabilité. Le tableau 6 en annexe 1 présente les items recodés relatifs à l'appréciation de la variable attitude à l'égard de la création d'entreprise. Ensuite, à partir de l'Analyse en Composante Principale (APC), nous avons réalisé le cercle de corrélation de ces variables que nous présentons à la figure 3.

Nous remarquons que la variable « attitude à l'égard de la création d'entreprise » n'est pas liée aux trois autres variables. Par contre, il y a une liaison entre les autres variables à savoir la norme subjective, la perception du contrôle, et l'intention. Cette liaison est positive c'est-à-dire qu'elles vont dans le même sens comme le montre le cercle de corrélation.

Dans leur stratégie de promotion de l'entrepreneuriat, il est souhaité que les universités insistent sur les croyances correspondant à des clichés de la création de l'entreprise.

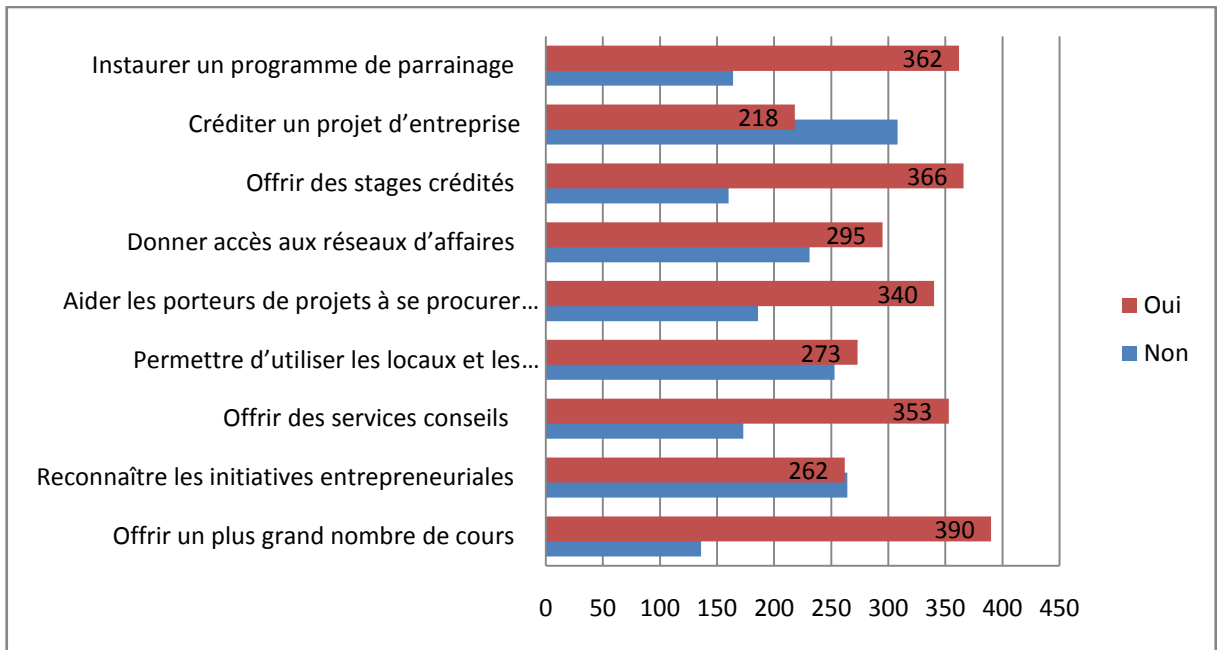
Figure 3 : Cercle de corrélation



Source : Ulvick HOUSSOU

Les attentes et besoins des étudiants sont de divers ordres. A cet effet, nous leur avons proposé de choisir des cas pour lesquels l'université pourrait prendre différentes initiatives pour favoriser le développement de l'entrepreneuriat. Le choix des étudiants est présenté à la figure 4 ci - après. Suivant l'ordre de prépondérance, nous présentons ici les trois premiers à savoir : offre d'un plus grand nombre de cours en entrepreneuriat ou de programmes de formation en entrepreneuriat (74.1%), offre des stages crédités avec des entrepreneurs (69.6%), instauration d'un programme de parrainage pour ceux qui veulent démarrer *leur entreprise*, offre de services de conseils et d'accompagnement aux porteurs de projets (67.1%).

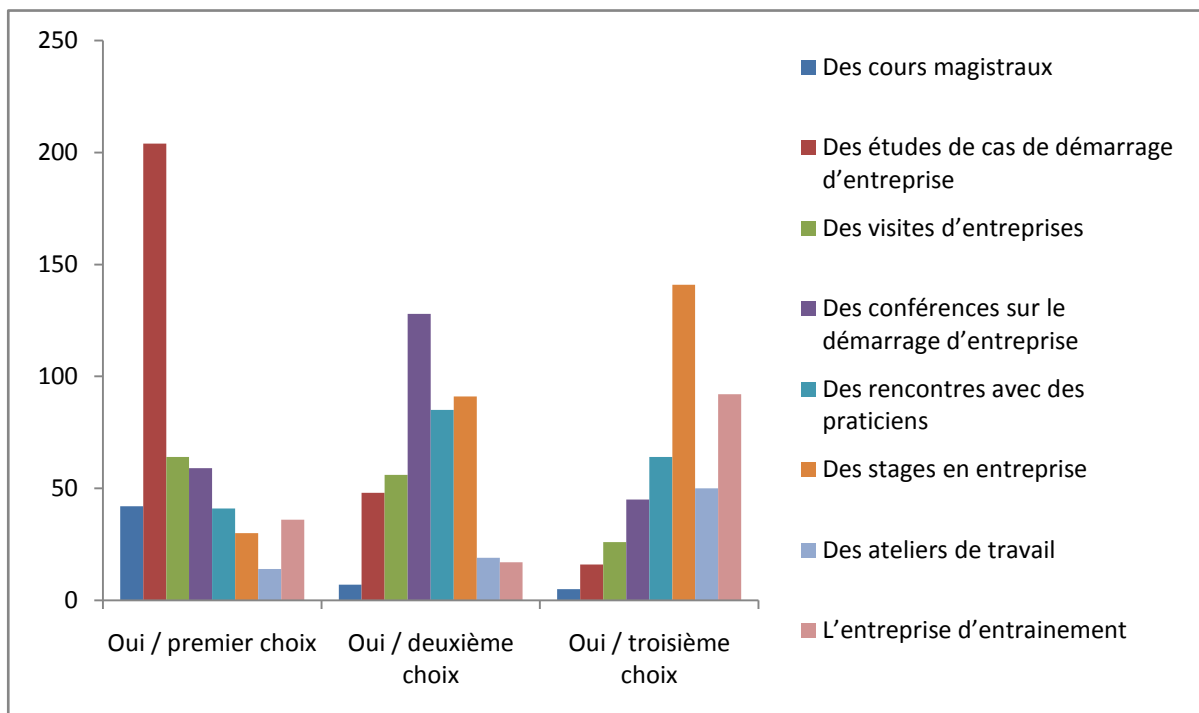
Figure 4 : Attentes des étudiants



Source : Ulvick HOUSSOU

Sur une échelle de préférence de 1 à 3, les étudiants classent des activités académiques susceptibles de favoriser le développement de l'entrepreneuriat. Il en résulte que l'activité études de cas de démarrage d'entreprise est celle qui est majoritairement choisie.

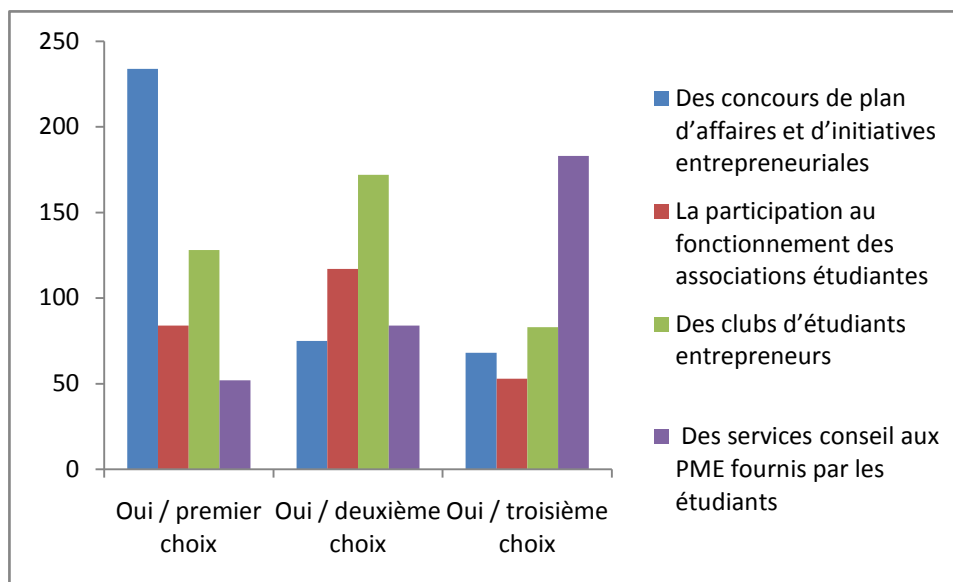
Figure 5 : Classification des activités académiques



Source : Ulvick HOUSSOU

Il en est de même pour les activités para académiques où l'activité concours de plan d'affaires et d'initiatives entrepreneuriales est choisie majoritairement par les étudiants. La figure 6 illustre cet état de choses.

Figure 6 : Classification des activités para académiques



Source : Ulvick HOUSSOU

Enfin, à 86.5%, ils répondent par l'affirmatif à vouloir suivre des cours crédités en entrepreneuriat. Par ailleurs, nous avons procédé à un croisement des différents résultats suivant le sexe des répondants. Le résultat indique que les femmes représentent 33% des étudiants désireux de démarrer activement leur entreprise. Par conséquent, une stratégie sensible au genre sera prometteuse pour l'émergence d'une classe de femmes d'affaires et d'entrepreneures plus outillées dans le moyen terme.

4.1.2 Parties prenantes à l'entrepreneuriat universitaire et mécanisme de mise en œuvre

Les structures d'appui et d'accompagnement des PME

Nous avons procédé à une analyse sectorielle afin d'identifier les structures qui appuient et accompagnent les PME dans la ville de Cotonou (capitale économique du Bénin). Nous avons omis délibérément les services de la Chambre de Commerce et de l'Industrie du Bénin (CCIB), du Conseil National du Patronat (CNP), et de toute autre structure ayant pour mission principale la promotion de l'entrepreneuriat de manière générale. Nous ne nous sommes intéressés qu'aux structures qui accompagnent et appuient les porteurs de projet de création. Nous en avons identifié 08 (huit) qui offrent des services qui vont de l'écoute et de l'orientation à l'incubation sur site, ainsi que du *coaching* et de la formation dans le domaine du management d'une entreprise. Il s'agit de : Maison de l'entreprise du Bénin (SARL), Leader Group (SARL), E-Trilabs (ONG), Centre de Promotion et d'Encadrement des Petites et moyennes Entreprises (CEPEPE - ONG), Centre de Développement Economique Local (CDEL - ONG), Agence Nationale de Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise (ANPME), Projet de

Compétitivité et de Croissance Intégrée (ProCCi, projet Banque Mondiale), Women Business Promotion Center (WBPC, projet PNUD). D'une manière générale, ces structures n'ont pas établi de relation outre - mesure avec les universités. Les services *coaching* et suivi n'y sont souvent développés que pour celles qui ont un incubateur sur site, bien qu'elles offrent la logistique. Nous avons joint en annexe 1 un récapitulatif des services supposés être offerts, ceux véritablement offerts (constatés lors de notre stage), et la nature payante ou non du service.

Toutefois, nous voudrions insister sur trois d'entre elles. Il s'agit de la Maison de l'Entreprise, du ProCCI, et du Women Business Promotion Center. La Maison de l'entreprise dispose d'un réseau d'incubateur sur toute l'étendue du territoire national avec la logistique y afférente. Nous avons rencontré des porteurs de projets qui y sont incubés. Le ProCCI est un projet de l'Agence Internationale de Développement (AID) et du gouvernement béninois qui finance à ses frais les études de faisabilité et techniques pour les projets de création d'entreprise. Le Women Business Promotion Center (WBPC) a été mis en place par le PNUD-Bénin en appui à la Fédération des Femmes d'Affaires (FEFA) du Bénin pour promouvoir l'entrepreneuriat et soutenir les femmes entrepreneures dans le domaine des outils de Technologies d'Information et de Communication (TIC). Il est à ce jour l'un des centres les mieux équipés et fonctionnels du pays. Les universités publiques béninoises pourront entrer en contact avec ces structures dans le but de bénéficier de leurs expériences et tisser un partenariat pour bénéficier de leur logistique.

Mécanisme de mise en œuvre et d'interaction entre les parties prenantes

L'intention entrepreneuriale des étudiants n'est pas constante dans le temps, elle est en discontinuité. La sensibilisation à l'entrepreneuriat des universités doit viser à aider les étudiants à saisir les opportunités d'affaires dans leur milieu et à les concrétiser. Elles devront le faire avec les services offerts par les structures d'appui et d'accompagnement de porteur de projets. Une fois leur projet réussi, les étudiants devenus entrepreneurs peuvent servir de modèle à leurs pairs pour renforcer les activités de sensibilisation. Le processus de promotion de l'entrepreneuriat ainsi décrit est représenté à la figure 7.

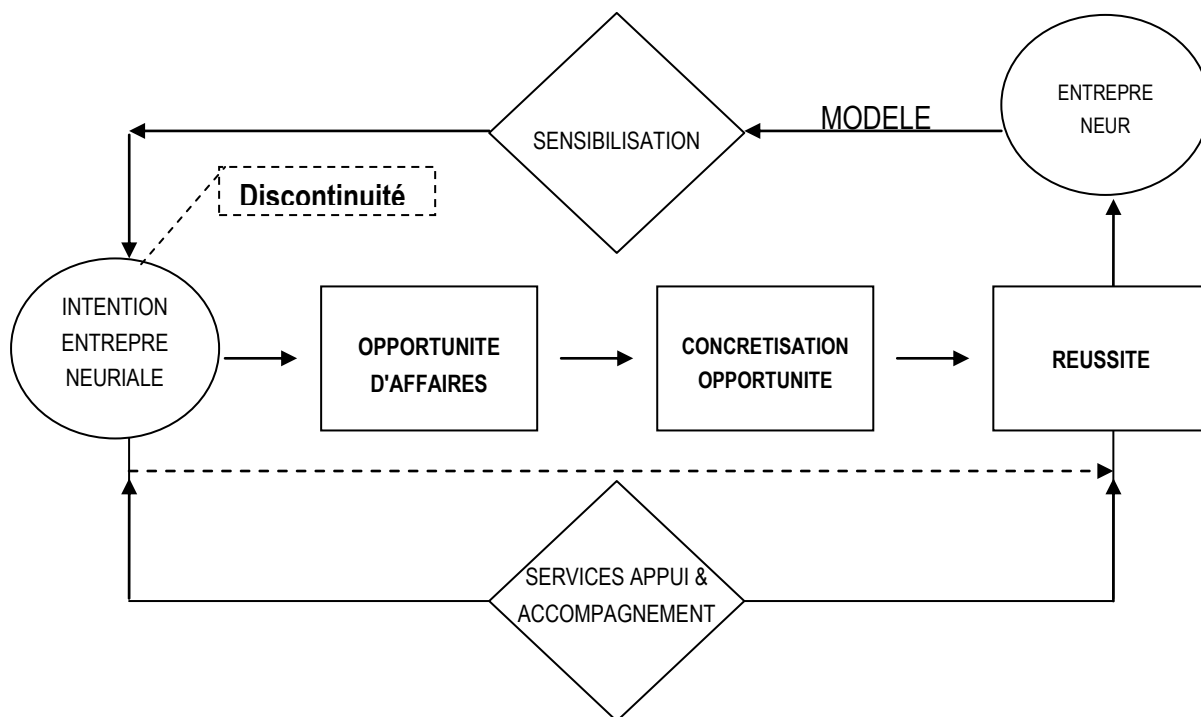
Le processus représenté à la figure 7 nécessite pour sa mise en œuvre des organismes que nous avons identifiés qui interviennent dans le soutien et l'accompagnement des porteurs de projets. Cependant, ceux-ci sont sans liens avec les universités. La concertation avec l'université fait donc défaut ce qui met à mal l'efficacité attendue si on tient compte de l'abondance de l'aide disponible et de la volonté politique. Il est urgent d'inciter sur une concertation effective entre ces acteurs pour qu'elle ait lieu effectivement et qu'ils agissent en synergie pour faire naître une révolution entrepreneuriale au sein des universités béninoises.

Un leadership clair assumé par les équipes rectoriales

Si l'on souhaite rompre avec l'inertie actuelle au niveau de la promotion de la culture entrepreneuriale sur les campus universitaires publics, il faut que les universités elles-mêmes prennent le devant et

donnent l'orientation de base. Elles doivent affirmer avec force qu'elles constituent un milieu stimulateur.

Figure 7 : Mécanisme de promotion de l'entrepreneuriat



Source : Ulvick HOUSSOU, 2013

Une stratégie de mobilisation, de concertation et de collaboration entre ces intervenants de manière à changer les mentalités par rapport à l'entrepreneuriat.

Dans ce sens, nous avons constaté qu'il existe une volonté politique des acteurs universitaires et que des activités d'information et de sensibilisation informelles ont lieu à l'endroit des étudiants. Au niveau de l'UAC, le rectorat, en plus de la création d'un service chargé des relations avec les organismes nationaux, a déployé sa politique publique vers les collectivités locales et a même signé un accord de partenariat avec la commune de Abomey-Calavi. Les équipes rectorales doivent œuvrer aussi à instituer l'entrepreneuriat comme discipline d'enseignement autour d'une pédagogie attrayante et interactive. Toutefois, le leadership des autorités rectorales doit être partagé auprès des écoles et établissements et doit mettre les associations estudiantines au centre de ses préoccupations.

Les étudiants constituent aussi une partie prenante qui doit être prise en compte par l'intermédiaire de leurs associations. Ces associations doivent être invitées à orienter désormais leurs actions vers des activités stimulatrices de l'envie d'entreprendre ou réveillant le potentiel entrepreneurial. Une partie du budget destiné à financer les activités culturelles peut être orientée en accord avec les associations estudiantines à l'organisation de journées des entreprises, des concours des meilleurs plans d'affaire, ou des conférences avec des entrepreneurs. En dehors de ce volet, des étudiants doivent être

encouragés à se spécialiser dans le domaine de l'entrepreneuriat. Les universités devront offrir des bourses d'études dans ce domaine et associer les étudiants de manière formelle aux activités de recherche.

La nécessaire implication des services gouvernementaux et autres acteurs socio-économiques

Certains acteurs clés interviennent déjà dans la promotion de l'entrepreneuriat. Les universités publiques ont intérêt à s'allier avec eux pour mettre en place leurs stratégies. Les résultats de l'état des lieux que nous avons dressé et joint en annexe 1 constituent une liste non exhaustive. Toutefois, nous voudrions insister sur les structures relevant du ministère de l'enseignement supérieur, et celles de l'emploi des jeunes. Les universités doivent faire d'elles des porte-paroles auprès des pouvoirs publics pour qu'elles soient associées en aval lors de l'élaboration des politiques publiques et projets gouvernementaux dans le domaine de l'entrepreneuriat. Les responsables de l'Agence Nationale de Promotion de l'Emploi n'entretiennent pas des relations formelles avec les universités, bien qu'ils nous ont fait part de l'existence de projets envers celles-ci. Il faut renverser la tendance en faisant du lobbying pour l'élaboration d'une politique nationale de l'entrepreneuriat à l'instar des politiques sectorielles. La Chambre de Commerce et d'Industrie (CCIB) pourra prendre des mesures pour faciliter les procédures de création d'entreprise pour les initiatives issues des universités de manière à leur offrir un meilleur environnement d'affaires pour assurer leur croissance. Enfin, le cadre juridique relatif à l'innovation est caduc et difficile d'accès. Nous avons essayé de protéger une idée de projet lors de notre stage dans le but de tester le dispositif juridique. Nous avons été contraints à une procédure exigeant de nous à payer environ quatre cent mille francs (400 000) CFA soit environ six cents (600) euros auprès du CENAPI (Centre National de Propriété Intellectuelle). Ce montant est assez élevé et n'est pas à la portée des étudiants. Les pouvoirs publics devront aider les universités à améliorer l'environnement de l'innovation et à avoir des outils spécifiques adaptés à l'entrepreneuriat universitaire.

Par ailleurs, avec le Conseil National du Patronat (CNP) et des hommes d'affaires du Bénin, l'Université publique n'a pas non plus entretenu un lien fort. Il n'existe pas de cadre formel régissant leur relation. Le Vice - Président du CNP nous a rassuré de leur disponibilité à aider l'université à relever ces défis, notamment à participer à des activités de témoignages ou de coaching d'étudiants. L'Université publique doit à court terme nouer une relation qui associe de manière active et entière le patronat à ses activités (implication dans le conseil d'administration des structures de soutien à l'entrepreneuriat universitaire). Cette relation lui permettra de proposer des offres de formation tenant compte du besoin des employeurs et surtout dans le cas de l'entrepreneuriat de constituer un vivier de personnes ressources qui sont de potentiels *business angels*.

C'est aussi la même chose avec les collectivités locales où l'Université peine à entretenir une relation d'assistance. Jusqu'à un passé récent, les universités publiques ne participaient pas à la recherche de solutions dans la résolution des problèmes socioéconomiques des milieux dans lesquels elles sont

installées. Il a fallu attendre le 21 novembre 2012¹⁰ pour voir l'UAC (créée en 1970) signer son tout premier accord de partenariat avec la mairie d'Abomey-Calavi, sa collectivité d'accueil. Or ces collectivités locales ont de préoccupations de développement susceptibles de faire l'objet de recherche et dont elles-mêmes peuvent servir de champs d'application dans la recherche de solution. Une fois trouvée, la solution peut être commercialisée.

Les banques entretiennent déjà des relations avec les universités publiques notamment dans le processus d'inscription (paiement des droits d'inscription) des étudiants et l'accès aux bourses. Il existe au niveau de la banque Ecobank la possibilité d'octroi de crédit pour les étudiants bénéficiaires d'allocation mensuelle à titre de bourse en attendant le versement effectif par l'Etat. Cet état de choses est un signe encourageant et témoigne de la possibilité d'obtention de financement auprès des banques pour accompagner des projets d'étudiants. Il faudrait mettre en place le cadre adéquat avec des garanties portées par l'université. Car en réalité, les banquiers se plaignent de ne pas avoir des projets bancaables. Cette démonstration a été faite par le Président de l'Association des Professionnels des Banques et Etablissements Financiers du Bénin (APBEF) lors d'un débat public¹¹ sur le financement de l'économie nationale le 30 juin 2012 auquel nous avons pris part. Il y a lieu que l'Université publique associe les banques au même titre que le patronat dans la mise en œuvre de sa stratégie entrepreneuriale. Ce faisant, elle pourra s'offrir des facilités dans l'accès au financement.

Nous avons constaté aussi qu'il existe plusieurs partenaires techniques et financiers et autres Organisations Non Gouvernementales qui développent des projets dans le sens de la promotion de l'entrepreneuriat et avec lesquels l'Université publique n'est pas associée. A titre d'illustration nous pouvons citer le projet Business Promotion Center du PNUD, le projet d'appui au développement de l'entrepreneuriat jeunesse de Oxfam - Québec¹², et l'ONG CDEL. Ces organisations n'attendent que le premier pas des universités publiques. Mais avant de le faire, il y a lieu qu'elles aient déjà une stratégie dédiée.

Ainsi, notre analyse des acteurs intervenants dans l'accompagnement des porteurs de création d'entreprise montre qu'il existe des acteurs clés qui interviennent dans la promotion de l'entrepreneuriat et qui sont disposés à y accompagner les universités publiques. En dehors de l'université qui doit mobiliser ses intervenants (enseignants, étudiants, responsables), on peut citer les pouvoirs publics à travers les services spécifiques concernés, la Chambre de Commerce d'Industrie et services dérivés, le Conseil National du Patronat, les collectivités locales, les banques et établissements financiers, les partenaires techniques et financiers, et les Organisations Non Gouvernementales (locales et internationales). Actuellement, ceux-ci agissent sans concertation et synergie. L'université est la seule qui puisse créer et impulser une dynamique autour de ces acteurs pour créer le partenariat autour de

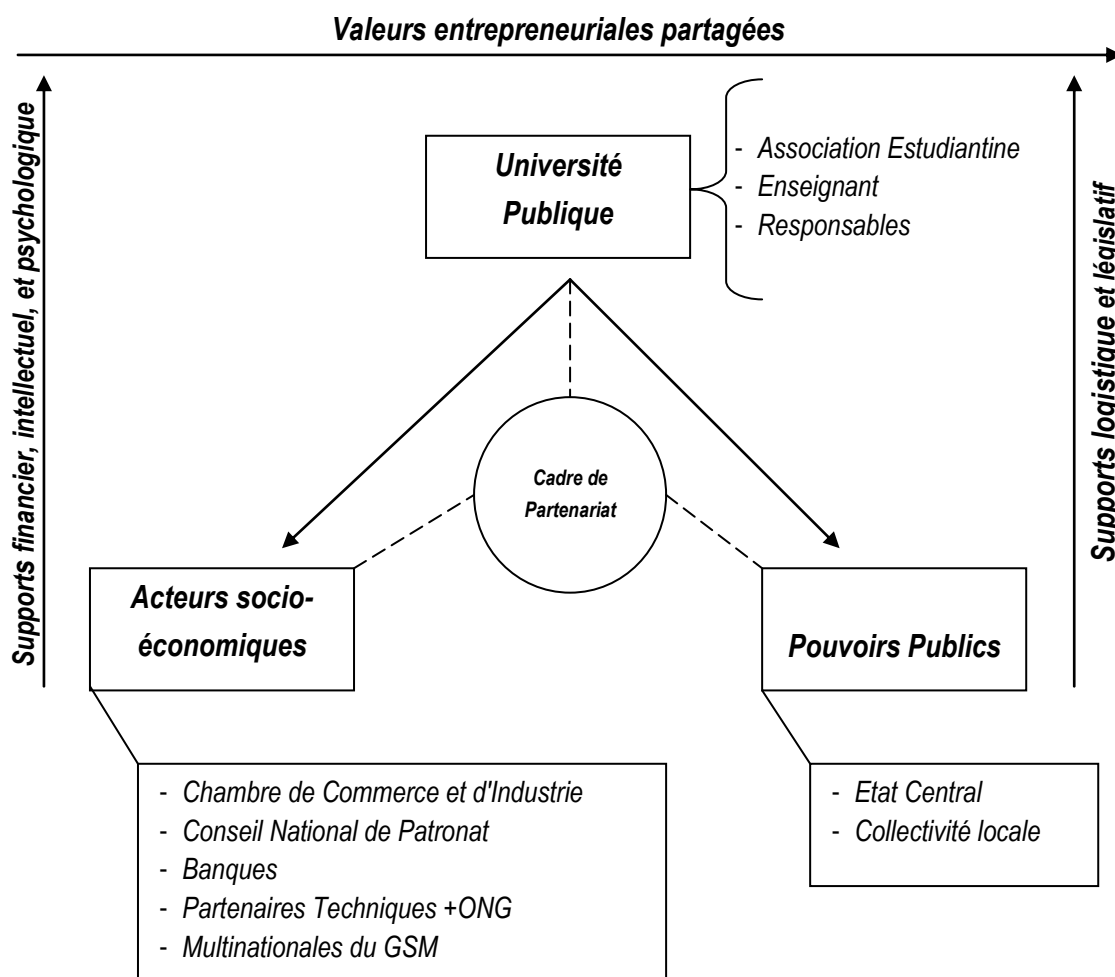
¹⁰<http://www.lanouvelletribune.info/index.php/societe/vie-societale/12747-la-mairie-d-abomey-calavi-et-l-uac-formalisent-leur-cooperation>, consulté le 22 novembre 2012

¹¹ Le débat a été modéré par le Professeur Fulbert AMOUSSOUGA-GERO

¹² <http://oxfam.qc.ca/projets/benin/appui-au-developpement-de-l-entrepreneuriat-jeunesse-au-benin>, consulter le 08 février 2013

l'entrepreneuriat universitaire. Ainsi le partenariat et la synergie entre les forces de chacun d'eux renforceront une vision commune de mise en valeur du plein potentiel entrepreneurial des étudiants et la stimulera.

Figure 8 : Mécanisme d'interaction des parties prenantes à l'entrepreneuriat universitaire



Source : Ulvick HOUSSOU

4.1.3 Notre modèle

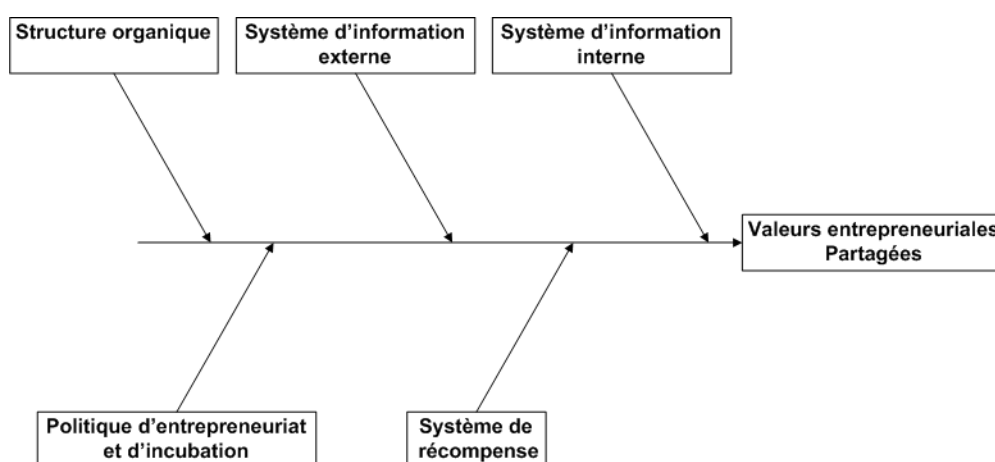
Nous proposons par conséquent le modèle ci-dessous inspiré de celui de Fortin (2002) et adapté au contexte des universités publiques béninoises. Il est composé de six (06) éléments à savoir :

1. une structure organique, par opposition à mécanique :
 - a. En réseau, par opposition à pyramidale ;
 - b. Axée sur le développement de compétences, par opposition à celui des procédures ;
 - c. animée par un dirigeant visionnaire, par opposition à autoritaire ;

2. un système d'information externe de veille stratégique
3. un système d'information interne, basé sur la confiance
4. un système d'échange d'information et de partage des connaissances, stimulant l'innovation et la créativité ;
5. une politique d'entrepreneuriat et d'incubation permettant d'accompagner des projets issus de la recherche scientifique ;
6. un système de récompense qui reconnaît l'initiative, la créativité et l'adaptabilité

La figure 9 résume le présent modèle.

Figure 9 : Démarche stratégique de promotion de la culture entrepreneuriale sur les campus universitaires publics du Bénin



Source : Adapté de Fortin (2002)

4.2 Recommandations

4.2.1 Proposition d'une matrice d'action

Nous proposons une matrice d'action générale suivant la situation de l'étudiant. Nous en avons distingué deux (02) à partir desquelles nous avons proposé des actions spécifiques. Le tableau 3 ci-après nous les présente.

Tableau 3 : Matrice d'actions

Situation actuelle	Objectif principal	Public visé	Actions à envisager	Hypothèses
Peu d'attrait pour l'entrepreneuriat	Rendre plus attractif et ouvrir les étudiants à l'entrepreneuriat	Tout étudiant quelle que soit sa filière	actions de sensibilisation conférences, témoignages d'entrepreneurs réalisation d'enquêtes et de monographies visites d'entreprises, start-up, pépinières cours d'initiation Magazine ou journal dédié à l'entrepreneuriat Site internet dédié à l'entrepreneuriat concours de business plan études de cas (business plan, par exemple) simulations de créations d'entreprises virtuelles	Ressources professorales internes ou externes : créateurs d'entreprises, entrepreneurs, banquiers, investisseurs financiers, ...
Manque d'activités académiques de promotion de l'entrepreneuriat	Développer des connaissances et compétences managériales spécifiques, utiles pour entreprendre dans différentes situations, conseiller / des entrepreneurs	Etudiants des filières sciences de gestion et économie Etudiants de filières techniques et écoles d'ingénieurs. Doctorants et postdoc. Participants en formation continue	actions de spécialisation programmes et filières spécifiques cours spécialisés : offre d'un plus grand nombre de cours en entrepreneuriat ou de programmes de formation en entrepreneuriat offre des stages crédités avec des entrepreneurs études de cas réels instauration d'un programme de parrainage pour ceux qui veulent démarrer leur entreprise offre de services conseils et de l'accompagnement aux porteurs de projets--- travail de terrain (appui et assistance de créateurs) élaboration d'un plan d'affaires et d'un projet entrepreneurial participation à des concours de création d'entreprise	Ressources professorales : s'appuyer sur des professeurs formés, experts et motivés, ainsi que sur des professionnels externes. Elargissement de l'offre de cours et de contenus. Structuration de l'offre en option, filière, diplôme. Ancrage dans la recherche et les développements qualitatifs. Insertion dans des réseaux académiques nationaux et internationaux.

Source : Adapté de Fayolle (1999)

4.2.2 Indicateurs

La stratégie universitaire pour l'entrepreneuriat qu'établiront les équipes rectorales des universités publiques aura pour objectif de hisser l'entrepreneuriat universitaire dans les facteurs de croissance de l'économie béninoise. Pour atteindre une telle performance, il est nécessaire qu'elle soit accompagnée d'indicateurs. Les questions que ces acteurs doivent se poser pour établir des objectifs réalistes sont les suivantes : où l'Université doit-elle se situer dans 5 ans? Dans 10 ans? Quelle place souhaite-t-elle occuper dans l'économie du Bénin ? Quelle création de richesse peut-on attendre de ladite stratégie?

Nous nous référons aux indicateurs établis par la « Fondation de l'Entrepreneurships du Canada » dont nous présentons ici les thématiques auxquelles ils s'appliquent. Il s'agit de l'intention d'entreprendre, les motivations entrepreneuriales, les taux de porteurs de projets de création d'entreprise accompagnés, le taux de survie des entreprises, le taux d'entrepreneurs ayant recours à la relève pour développer leur projet, le chiffre d'affaires des entreprises et la création d'emplois.

4.2.3 Conditions de mise en œuvre

Le mécanisme que nous avons décrit plus haut ne pourra être mis en œuvre si et seulement si les conditions ci-dessous sont remplies. Il s'agit :

- ✓ du levé du conservatisme académique : afin de promouvoir la culture entrepreneuriale au sein des universités publiques, les acteurs universitaires doivent accepter que l'université aille au-delà de ses missions académiques. Il est important de « [...] rejeter toute forme de ce qu'ils estiment relever de la « marchandisation » de l'Université ou de sa « soumission » à l'économie » (Dia, 2011). En outre, les autorités décanales doivent prévenir par la sensibilisation des enseignants, la résistance au changement qui va naître des nouvelles habitudes et de nouvelles manières de faire pédagogique.
- ✓ de l'engagement soutenu des autorités universitaires en faveur de l'entrepreneuriat : la promotion et le partage des valeurs entrepreneuriales souhaitées seront le fruit d'un effort soutenu des autorités universitaires. Il ne sera pas question de poser des actions isolées, sans coordination. Les autorités universitaires doivent s'engager via un plan stratégique clairement défini, et avec détermination, ils basculeront vers une dynamique entrepreneuriale sur le long terme.
- ✓ de la forte capacité en matière de mobilisations des ressources et des partenariats : la réussite du mécanisme décrit plus haut est basée sur le partenariat. Grâce à ce dernier, les contraintes financières seront levées. L'Université a donc intérêt à bâtir un partenariat impliquant en amont et en aval les parties prenantes que nous avons identifiées.

D'une manière générale, l'université doit se donner des objectifs réalistes inscrits dans une stratégie ambitieuse en avançant à son rythme sans vouloir tout faire toute seule en recherchant en permanence l'équilibre dans la construction du dispositif d'enseignement de l'entrepreneuriat.

4.3 Projet de mise en œuvre

4.3.1 *Contexte et justification*

Notre étude nous a permis de faire l'état des lieux des croyances des étudiants des universités publiques vis-à-vis de l'entrepreneuriat, et de constater que les étudiants n'ont pas un bon attrait de l'entrepreneuriat. Bien que nous ayons suggéré une matrice d'actions pour favoriser la promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques, il est vrai que les actions de sensibilisations et d'informations sont les plus faciles à mettre en œuvre. C'est pourquoi nous proposons la mise en place d'un portail internet sur l'entrepreneuriat et l'innovation comme un début de réponse.

Le portail de l'entrepreneuriat et de l'innovation au Bénin se propose d'être un outil technologique et pédagogique de services en ligne pour la sensibilisation, la formation, et l'accompagnement des étudiants des universités publiques du Bénin afin de promouvoir chez eux, l'envie d'entreprendre, l'esprit d'innovation et le sens du risque.

4.3.2 *Cadre logique du portail de l'entrepreneuriat*

L'Objectif général du portail de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation et les résultats escomptés sont présentés dans le cadre logique ci-dessous.

4.3.3 *Activités à mener et planning*

Les activités et le planning d'exécution du projet pour la première année sont présentés à la figure 10.

4.3.4 *Les cibles*

La cible principale du portail de l'entrepreneuriat et de l'innovation est constituée des étudiants, et des enseignants - chercheurs. La cible secondaire est constituée des parties prenantes et probables partenaires.

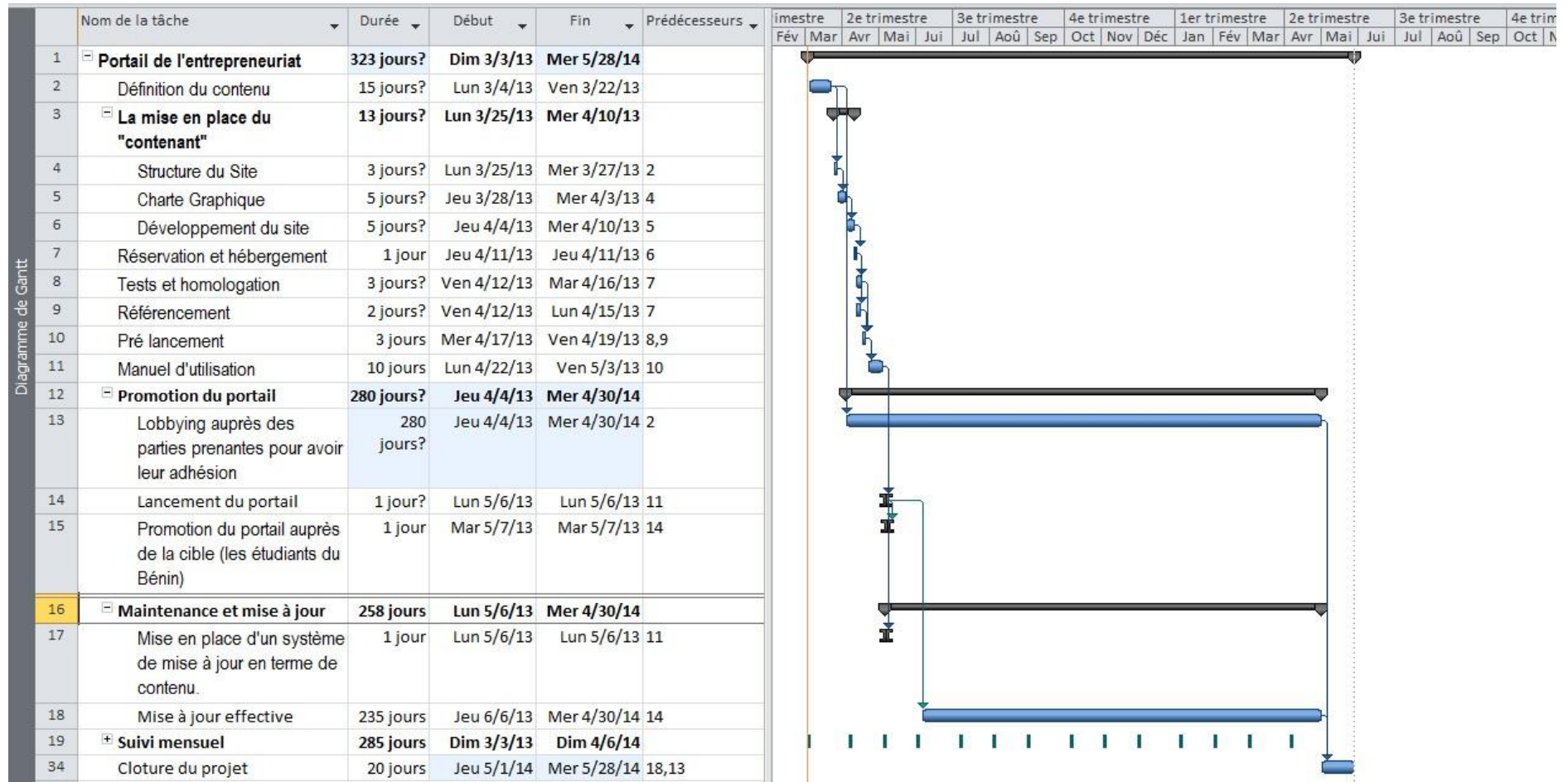
4.3.5 *Lien d'accès du portail de l'entrepreneuriat*

Le portail sera accessible par le lien : www.portailentrepreneuriat.org. Nous avons pu mobiliser de ressources financières pour le concevoir, et le réaliser pour la toute première année. Il est souhaité que les universités publiques se l'approprient et assurent les frais liés à son fonctionnement pour les prochaines années. Nous avons joint en annexe 1 un projet de budget.

Cadre logique du portail de l'entrepreneuriat et de l'innovation

	Description sommaire	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens de vérification	Hypothèses clés du secteur
But	Contribuer à la promotion de la culture entrepreneuriale auprès des étudiants du Bénin	Nombre de visiteurs sur le site par mois	Logiciel de fréquentation de site internet	Appui des Universités publiques et disponibilité de connexion internet
Objectifs	Réunir sur une seule plateforme, toutes les informations liées à l'entrepreneuriat et à ses acteurs au Bénin. Vulgariser les innovations technologiques issues des recherches scientifiques. Constituer une base de données d'articles scientifiques sur la thématique de l'entrepreneuriat.	Disponibilité de l'information Accessibilité du site Ratio innovation vulgarisée et innovation réalisée Nombre d'articles	Rapports de suivi Rapports statistiques Rapports d'activités	
Outputs	Une plateforme accessible via internet contenant des informations liés aux acteurs de l'entrepreneuriat au Bénin est disponible. Les innovations technologiques issues des recherches scientifiques sont vulgarisées. Une base de données d'articles scientifiques sur la thématique de l'entrepreneuriat est constituée	nombre d'acteurs, fréquence de mise à jour nombre d'articles publiés sur les innovations technologiques disponibilité de la base de données en ligne	Contenu du site internet, rapport d'activités Rapports d'activités internet	
Inputs	9 910 euros	Sommes obtenues/sommes demandées	Etats financiers	

Figure 10 : Planification initiale Portail de l'entrepreneuriat



Source : Ulvick HOUSSOU

A travers les résultats de nos enquêtes, nous avons constaté que les étudiants désirent être sensibilisés et formés à l'entrepreneuriat. Ils le trouvent peu attrayant, il y a donc lieu d'orienter les actions de formation et de sensibilisation pour le rendre plus attractif aux étudiants. Par ailleurs, le Conseil National du Patronnât, les services centraux de l'Etat, les Organisations Non Gouvernementales, les Partenaires Techniques et Financiers ayant à charge la promotion de l'entrepreneuriat et les banques sont disposés à accompagner les universités publiques dans la promotion de l'entrepreneuriat universitaire. Il est souhaité que les universités s'organisent et fassent le premier pas dans ce sens. Enfin, nous avons proposé une matrice d'actions à partir de laquelle nous avons conçu et réalisé un site internet dédié à l'entrepreneuriat universitaire comme un début d'action.

Conclusion

La promotion de l'entrepreneuriat dans les universités publiques béninoises est un impératif de développement et d'éducation. Notre étude propose par conséquent, une démarche stratégique par laquelle les universités publiques du Bénin promeuvent la culture entrepreneuriale. Pour le faire, nous avons décrit les croyances que les étudiants ont vis-à-vis de la création d'entreprise d'une part ; et déterminé les parties prenantes à la réalisation de la promotion de l'entrepreneuriat au sein des universités publiques du Bénin, ainsi que les caractéristiques d'un mécanisme d'interaction entre elles d'autre part.

Nous avons situé la problématique de l'étude au sein d'un cadre théorique largement appliqué dans les recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat. Il s'agit de la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991), suivi d'une analyse sectorielle ayant conduit à la détermination des parties prenantes.

A travers notre enquête auprès d'un échantillon de 526 étudiants, nous avons constaté que l'Université publique ne forme pas de manière formelle les étudiants à l'entrepreneuriat. Malgré l'existence de quelques initiatives solitaires de la part des professeurs, les étudiants ont des attentes et besoins vis-à-vis de l'entrepreneuriat qui ne sont pas satisfaits. De l'analyse de la croyance des étudiants, nous avons constaté que l'attitude à l'égard de l'entrepreneuriat des étudiants ne corrèle pas avec la norme subjective sociale, et le contrôle comportemental perçu. Il faut donc sensibiliser spécifiquement les étudiants de manière à les faire désirer l'entrepreneuriat. Ce qui n'est pas le cas actuellement, d'où nous constatons que notre hypothèse H1 libellée comme suit « les étudiants des universités publiques du Bénin n'envisagent pas l'entrepreneuriat comme une perspective de carrière parce que l'université ne les y sensibilise pas », est vérifiée.

En outre les étudiants ont exprimé des besoins et des attentes vis-à-vis de l'entrepreneuriat. Ils souhaitent une offre d'un plus grand nombre de cours ou programmes de formation en entrepreneuriat, des stages crédités avec des entrepreneurs, et l'instauration d'un programme de parrainage pour ceux qui veulent démarrer leur entreprise. En terme d'activités académiques et para académiques, les étudiants préfèrent respectivement les études de cas de démarrage d'entreprise et le concours de plan d'affaires et d'initiatives entrepreneuriales.

Nous avons aussi identifié plusieurs parties prenantes à la promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques béninoises. Elles agissent de manière isolée dans leur secteur respectif. L'entrepreneuriat universitaire étant inexistant à ce jour, il n'a pas de cadres formels mettant en lien ces intervenants. Il n'a donc pas de mécanisme de coordination pour régir les interactions entre ces parties prenantes. Notre hypothèse H2, « les parties prenantes à la promotion de la culture entrepreneuriale dans les universités publiques n'arrivent pas à la stimuler parce qu'elles n'ont pas mis en place un mécanisme de coordination pour régir les interactions entre elles », est donc confirmée. Au nombre des parties prenantes, nous avons identifié l'université et ses acteurs (étudiants, enseignants, responsables), les pouvoirs publics (l'Etat central et les collectivités locales), et les acteurs socioéconomiques (la Chambre de Commerce et d'Industrie, le Conseil National de Patronat, les

banques, les partenaires techniques et financiers, les ONG nationales et internationales agissant dans le domaine de l'entrepreneuriat, les multinationales du GSM).

L'Université doit prendre le devant avec un leadership clair et assumé par les équipes rectorales, afin de pouvoir créer un cadre de partenariat réunissant ces parties prenantes en amont et en aval de la stratégie de promotion de l'entrepreneuriat universitaire. Nous avons proposé un mécanisme d'interaction entre elles et avons proposé une matrice d'actions suivant la situation des étudiants (peu d'attrait pour l'entrepreneuriat, manque d'activités académiques de promotion de l'entrepreneuriat). Il apparaît que les actions d'information et de sensibilisation sont les plus faciles à mettre en œuvre et les moins exigeantes, à ce titre nous avons conçu et réalisé un portail internet de l'entrepreneuriat et de l'innovation pour entre autres réunir sur une plateforme, toutes les informations liées à l'entrepreneuriat et à ses acteurs au Bénin, et vulgariser les innovations technologiques issues des recherches scientifiques.

Toutefois, la présente étude a des limites que nous voudrions souligner. Ces limites sont relatives à la Théorie du Comportement Planifié (TCP) qui a servi de base au cadre théorique d'une part, et au biais de l'échantillonnage d'autre part. La TCP permet de prendre un cliché à un instant (t) de l'intention entrepreneuriale, elle n'explique pas le devenir du processus entrepreneurial. Nous n'avons donc pas de garantie, que les étudiants favorables à l'entrepreneuriat passeront effectivement à l'acte à la fin de leurs études. Les questions de ressources ne nous ont pas permis d'élargir l'enquête aux étudiants qui ne sont pas en gestion et qui sont des facultés de lettres modernes, sociologies, etc. Il y a donc un biais possible dû à la composition de l'échantillon.

Enfin, notre travail nous ouvre d'autres horizons. Il nous inspire d'étendre le cadre analytique vers l'enseignement supérieur privé béninois où il existe des initiatives de promotion de l'entrepreneuriat, de manière à identifier l'ensemble des enseignements et les méthodes pédagogiques en œuvres. Il sera aussi question de suivre l'évolution de l'intention entrepreneuriale dans le temps des étudiants enquêtés. Ces perspectives concrétisées serviront à l'alimentation et la mise à jour effective de la base de données d'articles scientifiques sur la thématique de l'entrepreneuriat que constitue le portail de l'entrepreneuriat et de l'innovation.

Références bibliographiques

Actes du 1er congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, 1999, Lille.

http://www.entrepreneuriat.com/actes_couv.PDF, consulté le 8 octobre 2012.

AGeNTIC (2011), *Le e-Business, l'incubation*, Document de présentation, Agence Nationale des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication, Cotonou.

Ajzen, I. (1991). « The theory of planned behavior ». *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Ajzen I., Fishbein M.(1980), *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs NJ, Prentice Hall.

Aldrich, H., (1999), *Organizations evolving*, Newbury Park, CA: Sage Publications

Audet J. (2004), « A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students », *Academy of Entrepreneurship Journal*10 (1/2), 3-16.

Autio E., Keeley R., Klofsten M., Ulfstedt T. (1997), « Entrepreneurial Intent among Students: Testing an Intent Model in Asia, Scandinavia and in the USA », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College.

Aurifeille, J.M; E.M. Hernandez (1991), « Detection du potentiel entrepreneurial d'une population étudiante », *Economisc et Sociétés*, Serie science de gestion, N°17, pp39-55

B.M (2012). Banque Mondiale, *Doing Business 2012*.

Berger-Douce, S. (2005). « *L'accompagnement entrepreneurial par un incubateur universitaire - le point de vue critique d'un créateur* », IVème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat Paris – 24 et 25 novembre 2005

Billet, J. (2007), « Éducation à l'entrepreneuriat et développement de l'esprit d'entreprendre auprès des étudiants des écoles de management : le cas de l'ESCPAU. », *Académie de l'Entrepreneuriat - 5ème Congrès International*.

Birley S., (1998), « De l'importance d'entreprendre », in : BIRLEY, S, et MUZYKA, D, (sous la direction de), *L'art d'entreprendre, Village Mondial*, p. 11-14.

Bognon, C. (2009), « Promotion de l'entrepreneuriat : de l'expérience québécoise à un mécanisme d'accompagnement des Micro, Petites et Moyennes Entreprises au Bénin », *Mémoire Master Université Senghor*, Alexandrie.

Boissin, J-P et al. (2007) « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : Un état des lieux », *Lavoisier | Revue française de gestion*, Vol. 12, n° 180, pp 25 – 43 ISSN 0338-4551.

Boissin, J-P et al. (2009) « Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique » *AIMS | Ma@n@gement*. Vol. 12, pp 28 – 51 ISSN 1286-4692.

Boissin, J-P; Schieb-Bienfait, N. (2011) « Des maisons de l'entrepreneuriat au plan d'action national des pôles entrepreneuriat étudiants », *Entreprendre & Innover* 2011/3 - n° 11-12 pages 55 à 64 ISSN 2034-7634.

Branet J. (1996), « L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition. Une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship », *Cahier de recherche - HEC Montréal*, n° 96-07-01 Juillet 1996.

Bruyat, C. (1993). « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », *Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, ESA - Université Grenoble II*.

CAE, 2010. *Stimuler l'esprit d'entrepreneuriat des micros et petits entrepreneurs Béninois*. Rapport, Conseil d'Analyse Economique, Présidence de la République du Bénin, Cotonou.

Verzat, C. (2011), « Esprit d'entreprendre, es-tu là ? » mais de quoi parle-t-on ? *Entreprendre & Innover* 2011/3 - n° 11-12 p.7-18, ISSN 2034-7634.

Carland, J.W., Hoy, F., Carland, J.A.C., (1988), « Who is an entrepreneur ? Is a question worth asking », *American Journal of Small Business*, 12(4), p.33-39.

Carlos, J. (2012), *L'Université : pour un autre regard*, La Nouvelle Tribune (Bénin), <http://www.lanouvelletribune.info/index.php/reflexions/chronique/12033-l-universite-pour-un-autre-regard>, Consulté le 4/09/12.

CUD, (2012). Commission Universitaire pour le Développement. *CIUF-CUD – Fiche pays – Bénin*, Février 2012.

Coster M. et al (2009), *Entrepreneuriat*, Pearson Education France. ISBN : 2-7475-1727-6.

Daval & al (1999), « Proposition d'une grille de lecture des typologies d'entrepreneurs », 1er *Congrès Académie de l'entrepreneuriat*, http://www.entrepreneuriat.com/actes_couv.PDF.

Defi de l'Entrepreneuriat Jeunesse (2004), *Plan d'Action Triennal 2004 - 2005 - 2006*, Québec.

Dia, A. A, (2011), « L'université sénégalaise face à la problématique de l'entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat*. 2011/1 - Vol. 10 p. 9 - 32.

DMEF (2012). Développement des Micros-entreprises des Femmes. *Bimestriel d'informations sur le projet de développement du micro entrepreneuriat des femmes de l'Ouémé et du Zou N°001*. Bénin, Décembre 2012.

Projet eBenin (2011), *Manuel d'exécution*, Cotonou.

Emin S. (2003), « L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français », *Thèse en Sciences de Gestion*, Université Pierre Mendès France, ESA, Grenoble, http://asso.nordnet.fr/adreg/these_version_finale_p.pdf, consulté le 8 octobre 2012.

Fayolle, A. (2002), « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche », *6^e Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal*.

Fayolle, A. (1999), « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises », *Rapport pour le Ministère de l'Education Nationale, de la Recherche et de la Technologie*, 102p.

Fayolle, A. (2005), *Introduction à l'Entrepreneuriat*, Dunod, 128p.

Fayolle, A (2004). *Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre*, Paris, Dunod, 2004, 392p, ISBN : 2100081896.

Filion, L. J.; (1991), *Vision et relations : clefs du succès de l'entrepreneur*, Montréal, Editions de l'Entrepreneur.

Filion, L. J; (1994) « Ten steps to entrepreneurial Teaching», *JSBE*, 11(3),pp68-71

Filion L. J., L'Heureux D, Christophe K.-Y. et Bellavance F. , (2002) « *L'entrepreneuriat comme carrière potentielle - Une évaluation en milieu universitaire* », Cahier de recherche-04, HEC, Montréal.

FMI, (2011). *Bénin : Document de stratégie pour la réduction de la pauvreté*, Fonds Monétaire International, Rapport du FMI n° 11/307. www.imf.org/external/french/pubs/ft/scr/2011/cr11307f.pdf, consulté le 12 octobre 2012.

Fortin, P. A. (2002) *La culture entrepreneuriale : un antidote à la pauvreté*, Québec, La Fondation de l'Entrepreneurship, coll. Entreprendre, 216p.

Gartner, W.B., (1988), « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question ? », *American Journal of Small Business*, 12(4), Spring 1988, p.11-31.

Gartner, W.B., (1990), « What are we talking about when we talk about entrepreneurship ? », *Journal of Business Venturing*, 5, p.15-28.

Gartner, W.B., (1993), « Words lead to deeds : towards an organizational emergence vocabulary », *Journal of Business Venturing*, vol.8, n°3, p.231-239.

- Gasse, Y.; (2003), « L'influence du milieu dans la création d'entreprises », *Organisations et Territoires*, Printemps - été 2003, http://vision2025.uqac.ca/entrepreneuriat/documents/Gasse_12-2.pdf.
- Gasse, Y.; (2011), « Un modèle de la démarche entrepreneuriale : le cas de l'université Laval », *Entreprendre & Innover* 2011/3 - n° 11-12 p.19-32 ISSN 2034-7634.
- Gibb A. A., (1992) « The enterprise culture and education. Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals », *International Small Business Journal*, p. 20-32.
- Giroux F. (2007), Séminaire sur les incubateurs --- *Préface du rapport du Séminaire sur les incubateurs d'entreprises en milieu universitaire* – Yaoundé --- Ministère de l'Enseignement Supérieur.
- Hernandez, E.-M (2001), *L'entrepreneuriat : Approche théorique*, Paris, l'Harmattan, 270p.
- Hernandez E.-M., *Le processus entrepreneurial, Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, L'Harmattan, 1999.
- Kolveried, I. (1996), « Prediction of employment status choice intentions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, 47-56.
- Léger-Jarniou C. (2008), « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes », *Revue française de gestion* , N° 185/2008.
- MMEJF (2012). *Politique Nationale de l'emploi et plan d'actions 2011-2015*. Ministre de la Microfinance, de l'Emploi des Jeunes et des Femmes, Cotonou.
- 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* , Vol. 46, n° 2, 2011, p. 303-326.
- PNUD, (2012) *Document du projet d'Appui à la promotion du Business Promotion Center*. Programme des Nations Unies pour le Développement, Cotonou.
- Saleh, L. (2011). « L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban », *Thèse de Doctorat ès Nouveau Régime Sciences de Gestion de l'Université de NANCY 2*, p.466.
- Sarasvathy S.D. (2001), « Causation and Effectuation: Towards a theoretical shift from economic inevitability in entrepreneurship contingency », *Academy of of management Review*, vol. 26, n° 2, p. 243-263.
- Shapero A, Sokol L (1982), « The social dimensions of entrepreneurship », in *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs : Prentice Hall, inc., Chapter IV, 1982, p. 72-90.

- Shapero A, (1984), « The entrepreneurial event », in C.A. Kent, Ed; *The environments of entrepreneurship*, Lexington Books, p.21-40.
- Schumpeter, J.A. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Paris : Dalloz.
- Senou, B. M (2011). *Quel enseignement supérieur pour une meilleure insertion professionnelle au Bénin ?* Munic Personal Repec Archive Paper N° 31553, posted 14 Juin 2011, de <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/31553/>, consulté le 15 octobre 2012.
- Shane, S., Venkataraman, S., (2000), « The promise of entrepreneurship as a field of research », *Academy of Management Review*, vol.25, n°1, p. 217-226.
- Sharma, P., Chrisman, J.J., (1999), « Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.23, n°3, p.11-28.
- Siomi, M (2007), « Développement des compétences des leaders en promotion de la culture entrepreneuriale et de l'entrepreneurship : Le cas du Rendez-vous entrepreneurial de la Francophonie », *Tome 1 Thèse de Doctorat, Université de Laval*, p.515.
- Thornton, P. H; (1999), «The sociology of Entrepreneurship », *Annual Review of Sociology*, 25, p.19-46
- Tounès A. (2003), « L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE », *Thèse en Sciences de Gestion, Université de Rouen*.
- UAC (2012). Université d'Abomey-Calavi, *UAC Info, Mensuel d'information n°4. Bénin, Mai 2012*. http://uac.bj/fileadmin/docs/News/UAC_Info_4.pdf. Consulté le 15 Octobre 2012.
- UNESCO (1982), *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles*. Conférence mondiale sur les politiques culturelles, Mexico City, 26 juillet - 6 août 1982.
- Vesper, K. H. (1990), « New Ventures Strategies ». revue *Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall*, 1990.
- Vestraete, T. (2003), *Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat : $phE=f[CxSxP)c(ExO)]$* , Editions ADREG, de http://web.hec.ca/airepme/images/File/Livres/adreg_07.pdf, consulté le 2 octobre 2012.
- Vestraete, T; Fayolle, A; (2005) « Paradigmes et entrepreneuriat » *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol 4, n°1.
- Ville de Montréal (2007), *Entreprendre à Montréal, L'urgence d'agir ensemble*, ISBN : 978-2-7647-0689-3.

Annexe 1 :**Tableau 4 : Rang occupé par le Bénin selon chaque indicateur Doing Business (DB)**

Catégorie	Classement DB 2012 (rang)	Classement DB 2011 (rang)	Variation dans le classement
Création d'entreprise	154	158	+ 4
Octroi de permis de construire	117	116	- 1
Raccordement à l'électricité	140	144	+ 4
Transfert de propriété	130	130	
Obtention de prêts	126	152	+ 26
Protection des investisseurs	155	153	- 2
Paiements des impôts	170	167	- 3
Commerce transfrontalier	129	128	- 1
Exécution des contrats	176	177	+ 1
Solutionnement de l'insolvabilité	127	124	- 3

Source : Adapté (Banque Mondiale, 2012)

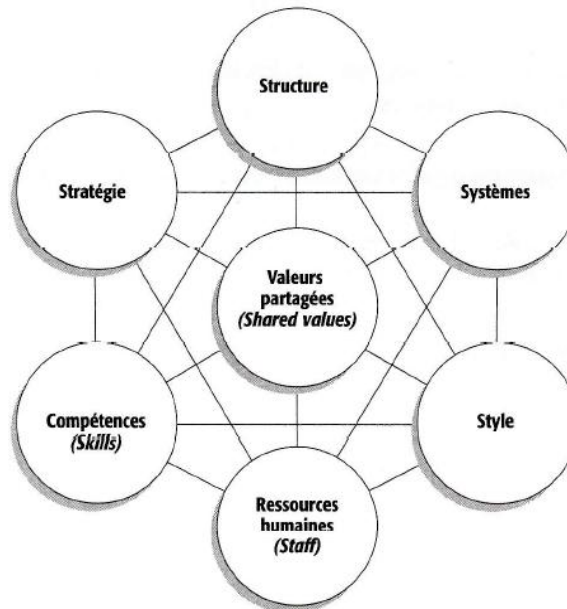
Tableau 5 : Liste des modèles sur l'intention entrepreneuriale dans la littérature

Modèles	Questions de recherche	Variables explicatives	Variables expliquées
Kolvereid (1996)	Quels sont les éléments qui influencent l'intention entrepreneuriale	L'attitude, à la norme sociale et au contrôle comportemental perçu.	L'intention entrepreneuriale
Autio et al. (1999)	Comment se forme l'intention entrepreneuriale : Quels sont les effets (directs ou indirects) des variables influençant le développement de l'intention entrepreneuriale?	L'image de l'entrepreneuriat Les attitudes générales L'environnement universitaire	L'intention entrepreneuriale
Filion et al (2002)	Quelles sont les perceptions des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat comme projet de carrière	Les perceptions des étudiants	L'intention entrepreneuriale
Audet (2004)	Quelle est l'influence de la désirabilité et de la faisabilité de lancement d'une entreprise sur la formation d'une intention entrepreneuriale ?	La désirabilité et la faisabilité de lancement d'une entreprise	L'intention entrepreneuriale
Weber et al (2009)	Quelle est l'influence de programmes ou de formations en entrepreneuriat, au même titre que des variables situationnelles et personnelles, sur	Les attitudes associées au comportement ; les normes sociales ; les perceptions du contrôle comportemental	L'intention entrepreneuriale

	l'intention entrepreneuriale des étudiants.		
Emin (2003)	Quelles est l'influence de l'environnement universitaire sur la création d'entreprise par des chercheurs publics ?	La désirabilité et la faisabilité	L'intention entrepreneuriale
Boissin et al (2009)	Quelles sont les croyances et attitudes des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat ?	L'attrait perçu de la création d'entreprise ; le degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement social ; la confiance qu'a l'individu en sa capacité de mener à bien le processus entrepreneurial	L'intention entrepreneuriale

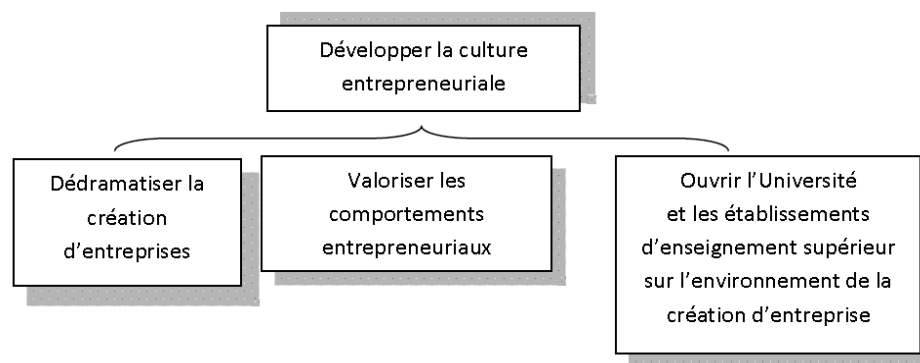
Source : (Saleh, 2011)

Figure 11 : Modèle de McKinsey



Source : (Fortin, 2002)

Figure 12 : Axes de la maison de l'entrepreneuriat



Source : (Boissin et al, 2011)

Tableau 6 : Tableau Items recodés pour la mesure de l'attitude

Mesure de la variable attitude à l'égard de la création d'entreprise	
Pour moi, créer ma propre entreprise lors de mes études serait :	
Items initiaux	Items recodés
Etre mon propre chef	Etre mon propre chef
Mettre en œuvre ma créativité	Mettre en œuvre ma créativité
Ne pas avoir un travail stressant	Ne pas avoir un travail stressant
Avoir un travail qui demande peu de responsabilité	-
Gagner beaucoup d'argent	Gagner beaucoup d'argent
Avoir la sécurité de l'emploi	Avoir la sécurité de l'emploi

Tableau 7 : Les structures visitées au Bénin

Services prévus	Services offerts	Natures (payant ou non)
Maison de l'entreprise du Bénin (SARL)		
Accueil (écoute, orientation) Assistance (comptable, juridique, fiscale, etc.) Conception et diffusion des programmes de formation Hébergement Incubation	Accueil Entreprises incubées (logistiques disponibles : connexion internet, électricité, eau et une table, un fauteuil et une chaise, dimension du bureau 4mx5m) location de salle de conférence	Incubation (hébergement) : loyer varie 35000 -50000F/mois salle de réunion : louée à 5000F pour deux (02) heures, la demande est faite à l'avance et la journée à 25000F
Leader Group (SARL)		
Accueil (écoute, orientation) Assistance (comptable, juridique, fiscale, etc.)	Accueil	Incubation (hébergement) : loyer varie 40000-80000F/mois

Conception et diffusion des programmes de formation Hébergement Incubation Coaching Suivi post-incubation Visibilité des activités de l'incubé		Salle de réunion : louée à 10 000F pour deux (02) heures, la demande est faite à l'avance
E-trilabs (ONG)		
Accueil (écoute, orientation) Assistance (e-formation) Conception et diffusion des programmes de formation en e-learning	- Accueil - Formations	salle de réunion : forfait Espace de connexion à internet: Forfait
CEPEPE (ONG)		
Conseil-orientation Etude de faisabilité commerciale Etude diagnostique Etude de marché Encadrement des marchés	Conseil-orientation Etude de faisabilité commerciale, technique et de marché Etude diagnostique Etude de marché Encadrement des marchés	Les études ont de coûts non standards
ProCCI (Projet Banque Mondiale)		
Accueil et orientations Etude de faisabilité Appui à l'actualisation des études de projet	Accueil	Leurs prestations sont des subventions au profit des bénéficiaires
CDEL - ONG (ONG)		
Appui aux micros et petits entrepreneurs dans l'organisation de leur vie associative et leur accès aux financements Sensibiliser, former et appuyer les étudiants et jeunes diplômés dans leur profession Accompagner les communes dans la création d'un environnement propice au développement de l'économie locale	Appui aux micros et petits entrepreneurs dans l'organisation de leur vie associative et leur accès aux financements Sensibiliser, former et appuyer les étudiants et jeunes diplômés dans leur profession Accompagner les communes dans la création d'un environnement propice au développement de l'économie locale	- Les études ont des coûts non standards
ANPME (Structure Publique)		
Accueil-orientation Etude de faisabilité commerciale Etude diagnostique	Accueil-orientation Etude de faisabilité commerciale, technique et de marché Etude diagnostique	
BUSINESS PROMOTION CENTER (Projet PNUD & FEFA)		
Appui au développement personnel de l'entrepreneur		

Source : Ulvick HOUSSOU

Tableau 8 : Les services offerts par le Women Business Promotion Center

Appui au développement personnel de l'entrepreneur	former au leadership, à la créativité, à l'innovation et à l'éthique assister le promoteur à la création de son entreprise faire un suivi personnalisé du promoteur (coaching et renforcement de capacités managériales) renforcer les capacités entrepreneuriales sur demande
Etude de faisabilité, diagnostique et business plan	faciliter la réalisation des études de faisabilité appuyer les études diagnostiques des entreprises sur demande faciliter la réalisation des études de marché, technique, et économique appuyer à l'élaboration et à l'analyse du business plan
Orientation et Marketing	appuyer les micro-entreprises dans l'élaboration de leurs plans marketing informer sur les opportunités d'affaires orienter vers les Unités spécialisées

	<p>accompagner les micro-entreprises dans leurs démarches de formalisation (de l'informel au formel) fournir des informations utiles aux entreprises appuyer la mise en réseau des entrepreneurs</p>
Accès au financement	<p>rendre disponible les informations sur l'accès au financement mettre en relation les entreprises avec les institutions de financement (IMF – Banques) accompagner dans la mobilisation du financement d'entreprise accompagner le suivi des entreprises faciliter la certification des business plan</p>
Gestion opérationnelle et comptable	<p>appuyer à la tenue de la comptabilité des entreprises appuyer à l'organisation de l'audit comptable et financier appuyer la gestion des stocks (Calcul des coûts – Approvisionnement) appuyer à l'amélioration de la productivité du personnel</p>
Langues, traduction et TIC	<p>mettre à disposition l'information et la documentation Fournir la logistique de formation (salles de réunion, bureaux, tableaux, vidéo projecteur, écran de projecteur, etc.) Faciliter le renforcement des compétences linguistiques en anglais sur demande aider à la traduction de documents d'affaires fournir des services bureautiques : Traitement de textes, saisie, impression et photocopie de documents, reliure, et scannage offrir un accès connexion internet (cybercafé VIP et espace de vidéo conférence)</p>

Source : Ulvick HOUSSOU

Tableau 9 : Budget de réalisation du portail de l'entrepreneuriat

Nature	Année 1
Déploiement du système de gestion de contenu	750 000 CFA
Proposition de contenu	300 000 CFA
Hébergement et nom de domaine	150 000 CFA
Mise à jour	800 000 CFA
Lancement	2 000 000 CFA
Communication	2 500 000 CFA
Total	6 500 000
en euros (environ)	9910 euros

Source : Ulvick HOUSSOU

Les parties prenantes et probables partenaires au Portail de l'entrepreneuriat

Il s'agira essentiellement de:

- ✓ Au niveau local (parties prenantes)
 - L'Université d'Abomey - Calavi :
 - Faculté des Sciences Agronomiques: FSA
 - Ecole Nationale d'Economie Appliquée et de Management : ENEAM
 - Faculté des Sciences Economiques et de Gestion : FASEG
 - Ecole Polytechnique d'Abomey - Calavi : EPAC
 - Agence Nationale de Promotion de l'Emploi (ANPE)

- CePEPE
- Agence Nationale des PME
- ProCCI
- Maison de l'Entrepreneuriat
- Chambre de Commerce et d'Industrie
- Fédération Nationale des Femmes d'Affaires
- Conseil National du Patronnât
- ✓ Au niveau international
 - Université Senghor
 - les sites ci-après :
 - 100 jours pour changer : www.100jourspourchanger.org
 - J'entreprends.ca : www.jentreprends.ca
 - Defi Entrepreneuriat Québec : <http://www.saj.gouv.qc.ca/strategie/defi-entrepreneuriat/index.asp>
 - Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche : <http://www.innovation.public.lu/fr/index.html>

Annexe 2 : Questionnaires et guides d'entretien

L'entrepreneuriat à l'Université d'Abomey - Calavi du Bénin : Intérêt, intention, prévalence et besoins des étudiants

Nous vous remercions pour l'intérêt que vous portiez à la présente étude et vous prions de répondre aux questions ci-après:

Entrepreneuriat

1. Pour vous, l'entrepreneuriat se réfère surtout à quoi? (une seule réponse s'il vous plaît)
 - a. *La création d'une entreprise nouvelle*
 - b. *L'achat d'une entreprise existante ou d'une franchise*
 - c. *Le développement d'un nouveau produit ou service*
 - d. *La mise sur pied d'une organisation à but non lucratif ou d'une coopérative*
 - e. *Le lancement d'un nouveau projet*
 - f. *La propriété d'une entreprise*
 - g. *Autre*

Entrepreneur naissant

2. Cherchez-vous activement à démarrer une entreprise que ce soit seul ou avec d'autres présentement?
 Oui Non
3. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fait quoi que ce soit pour aider à démarrer cette entreprise ou ce projet?
 Oui Non
4. Allez-vous être propriétaire, en tout ou en partie de l'entreprise ou affaire que vous comptez mettre sur pied, seul ou avec d'autres pour votre propre compte?
 Oui, en totalité Oui, en partie Non
5. Avez-vous déjà songé, ou songez-vous à démarrer éventuellement votre entreprise ou à travailler à votre compte?
 Oui Non
➤ Si oui quand ? Est-ce ...
 - a) *Pendant vos études secondaires*
 - b) *Dans les 2 premières années après votre baccalauréat*
 - c) *Dans les 3 à 5 années après votre baccalauréat*
 - d) *Ou à plus long terme (Plus de 5 ans après votre bac ou à la fin de vos études)*

Sensibilisation à l'entrepreneuriat

6. Avez-vous déjà suivi des cours en entrepreneuriat?

- Oui Non
7. Durant vos études universitaires, avez-vous été informé des possibilités de carrière comme entrepreneur, travailleur autonome ou simplement de travailler à votre compte?
- Oui Non
8. Durant vos études universitaires, avez-vous eu la possibilité d'acquérir des connaissances du monde des affaires (ex. gestion d'entreprise, finance, marketing, ressources humaines, etc.)?
- Oui Non
9. À l'université, avez-vous entendu parler d'entrepreneuriat, dans vos cours ou autrement?
- Oui Non
10. Avez-vous l'impression qu'à l'université on reconnaît les innovations, les nouvelles initiatives et les efforts de création de nouvelles entreprises par les étudiants?
- Oui Non
11. Est-ce que vous trouvez important qu'à l'université on informe les étudiants sur les possibilités de devenir entrepreneur ou travailleur autonome?
- Oui Non
12. Considérez-vous que l'université devrait reconnaître de façon formelle (si besoin d'explications : en créditant les activités) les efforts déployés par les étudiants pour créer leur propre entreprise, pour développer des innovations ou encore initier de nouveaux projets?
- Oui Non

Intention

(Nous vous prions de cocher une seule réponse à la fois)

13. Pour moi, créer ma propre entreprise lors de mes études serait :

✓ Etre mon propre chef :

totalem en désaccord	fortement en désaccord	légèrem en désaccord	ni l'un ni l'autre	légèrem en accord	fortement en accord	totalem en accord

✓ Mettre en œuvre ma créativité :

approuve fortement	approuve modérém ment	approuve légèrem ment	ni l'un ni l'autre	désapprouve légèrem ment	désapprouve modérém ment	désapprouve fortement

✓ Ne pas avoir un travail stressant :

totalem en désaccord	fortement en désaccord	légèrem en désaccord	ni l'un ni l'autre	légèrem en accord	fortement en accord	totalem en accord

✓ Avoir un travail qui demande peu de responsabilité :

totalem ^{ent} en désaccord	fortement en désaccord	légèrem ^{ent} en désaccord	ni l'un ni l'autre	légèrem ^{ent} en accord	fortement en accord	totalem ^{ent} en accord

✓ Gagner beaucoup d'argent :

totalem ^{ent} en désaccord	fortement en désaccord	légèrem ^{ent} en désaccord	ni l'un ni l'autre	légèrem ^{ent} en accord	fortement en accord	totalem ^{ent} en accord

✓ Avoir la sécurité de l'emploi :

totalem ^{ent} en désaccord	fortement en désaccord	légèrem ^{ent} en désaccord	ni l'un ni l'autre	légèrem ^{ent} en accord	fortement en accord	totalem ^{ent} en accord

14. La plupart des personnes qui sont importantes pour moi me recommanderaient de créer ma propre entreprise à la fin de mes études :

très improbable	assez improbable	légèrem ^{ent} improbable	ni l'un ni l'autre	légèrem ^{ent} probable	assez probable	très probable

15. Pour moi, créer ma propre entreprise à la fin de mes études serait :

très difficile	assez difficile	légèrem ^{ent} difficile	ni l'un ni l'autre	légèrem ^{ent} facile	assez facile	très facile

16. Il n'en tient qu'à moi de créer ma propre entreprise à la fin de mes études

totalem ^{ent} en désaccord	fortement en désaccord	légèrem ^{ent} en désaccord	ni l'un ni l'autre	légèrem ^{ent} en accord	fortement en accord	totalem ^{ent} en accord

17. Je me sens capable de créer ma propre entreprise à la fin de mes études

totalem ^{ent} en désaccord	fortement en désaccord	légèrem ^{ent} en désaccord	ni l'un ni l'autre	légèrem ^{ent} en accord	fortement en accord	totalem ^{ent} en accord

18. J'ai l'intention de créer ma propre entreprise à la fin de mes études

très improbable	assez improbable	légèrem ^{ent} improbable	ni l'un ni l'autre	légèrem ^{ent} probable	assez probable	très probable

19. J'évalue que mes chances de créer ma propre entreprise à la fin de mes études sont :
(extrêmement faibles, extrêmement fortes)

extrêmement faible	très faibles	assez faibles	ni l'un ni l'autre	assez fortes	très fortes	extrêmement fortes

Besoins et attentes

20. Pensez-vous que l'université pourrait prendre différentes initiatives pour favoriser le développement de l'entrepreneuriat au sein des étudiants dans chacun des cas suivants (cocher les propositions que vous approuvez) :

- a. Offrir un plus grand nombre de cours ou de programmes de formation en entrepreneuriat ?
- b. Reconnaître les initiatives entrepreneuriales en les créditant
- c. Offrir des services conseils et de l'accompagnement aux porteurs de projets
- d. Permettre aux étudiants d'utiliser les locaux et les équipements de l'université pour des activités entrepreneuriales (au besoin : locaux disponibles présentement dans les différentes facultés)
- e. Aider les porteurs de projets à se procurer du financement
- f. Donner accès aux réseaux d'affaires du milieu (par exemple mettre en contact avec des banquiers, fournisseurs, consultants, clients potentiels, etc...)
- g. Offrir des stages crédités avec des entrepreneurs
- h. Créditer au même titre qu'un essai ou un mémoire, un projet d'entreprise
- i. Instaurer un programme de parrainage pour ceux qui veulent démarrer leur entreprise

Activités académiques et para-académiques

21. D'après vous, les activités académiques ci-dessous pourraient-elles favoriser le développement de l'entrepreneuriat chez les étudiants ? (Faire au plus trois choix et mettre 1 devant le premier choix, 2 pour le deuxième, 3 pour le troisième)

- a. Des cours magistraux
- b. Des études de cas de démarrage d'entreprise
- c. Des visites d'entreprises
- d. Des conférences sur le démarrage d'entreprise
- e. Des rencontres avec des praticiens (consultants, comptables, conseillers en gestion, etc...)
- f. Des stages en entreprise
- g. Des ateliers de travail
- h. L'entreprise d'entraînement (Explication au besoin : une activité pédagogique dans laquelle les étudiants simulent les opérations quotidiennes d'une entreprise comme les achats, les ventes, la correspondance, la collecte de comptes, etc...)
- i. Autres à préciser

22. Seriez-vous intéressé à suivre des cours crédités en entrepreneuriat?

Oui

Non

23. D'après vous, les activités para-académiques suivantes pourraient favoriser le développement de l'entrepreneuriat chez les étudiants ? (Faire au plus trois choix et mettre 1 devant le premier choix, 2 pour le deuxième, 3 pour le troisième)
- a. Des concours de plan d'affaires et d'initiatives entrepreneuriales
 - b. La participation au fonctionnement des associations étudiantes
 - c. Des clubs d'étudiants entrepreneurs
 - d. Des services conseil aux PME fournis par les étudiants

Profil

24. Avez-vous déjà travaillé à votre compte?

Oui

Non

25. Quel est votre niveau d'études ?

licence

Master

Autres.....

26. Dans quelle discipline êtes-vous présentement inscrit ?

.....

27. Êtes-vous âgé de ...

Moins de 20 ans

De 20 à 23 ans

De 24 à 29 ans

De 30 ans ou plus

28. Sexe du répondant

Homme

Femme

Guide d'entretien avec les acteurs universitaires

Comment l'université promeut l'entrepreneuriat en son sein ?

Qui prend la décision de promouvoir la culture entrepreneuriale à l'UAC ?

- ✓ Importance accordée à la promotion de la culture entrepreneuriale
- ✓ Avantages de la promotion de la culture entrepreneuriale
- ✓ Nécessité d'établir des liens solides avec les entreprises locales
- ✓ Si des liens avec des entreprises existent déjà avec votre établissement, quelle est l'appréciation que vous en faites ?
- ✓ Quel sont les acteurs à associer et leur rôle pour la mise en place d'un incubateur au sein de l'UAC ?

Structure organisationnelle :

- ✓ Que pensez vous accepter en étant favorable à la mise en place d'un incubateur au sein de l'UAC ?
- ✓ Quelle stratégie vous proposez de mettre en place pour introduire la création d'entreprise dans la culture de votre établissement ?
- ✓ Etes vous disposés à affecter des ressources à la mise en place d'un incubateur au sein de l'UAC ?
- ✓ Quelles sont les natures des ressources que vous êtes en mesure d'affecter, et dans quelle proportion ?

Culture organisationnelle : quels sont les moteurs de changement et les entraves au changement ?

- ✓ la collégialité
 - entre discipline et faculté ou école ?
 - interaction avec les autres disciplines ou facultés est - elle aisée ?
 - la culture administrative est - elle participative ?
- ✓ Susciter l'engagement
 - les professeurs dotés d'une expérience en matière de culture entrepreneuriale sont ils sollicités pour des activités de promotion de la culture entrepreneuriale ?
 - des activités ou réunions sont elles organisées pour susciter auprès des professeurs ou enseignants la promotion de la culture entrepreneuriale ?

Guide entretien avec les personnes ressources qui ne sont pas de l'université

- ✓ Quelles sont les activités de votre structure.
 - Si c'est un incubateur
 - nombre de jeunes incubés ?
 - existe-t-il un service d'accompagnement ou de coaching ?
 - quels sont les services payants ?
 - quels sont les conditions ?
- ✓ Importance de la promotion de la culture entrepreneuriale auprès des étudiants ?
- ✓ Quelles sont vos relations avec les universités ?
- ✓ Avez-vous essayé d'associer les universités à vos projets ?
- ✓ Si oui, quelles ont été les facteurs de blocage ?
- ✓ Si non, l'envisagez-vous ?
- ✓ Si l'université prenait l'initiative, allez-vous y donner une suite favorable ?
- ✓ Que pourriez vous exiger des universités, si vous devez vous mettre ensemble pour promouvoir la culture entrepreneuriale ?

Liste des personnes ressources interviewés

Tableau 10 : Liste des personnes ressources interviewés

Nom - Prénoms	Structure
✓ Arnaud O. AYODELE Assistant au Fonds de Développement des Projets	Projet de Compétitivité de Croissance Intégrée
✓ Wilfrid ATCHAMOU Responsable Division Formation	CePEPE BENIN
✓ Arsène SAGBOHAN Responsable Volet Accompagnement des Jeunes à l'Insertion Professionnelle	Centre de Développement Economiques Local
✓ Senam BEHETON Exécutive Director Chief Instructionnal Technologist	e-TRILABS Bénin
✓ Mme ADJAO AKINOTCHO Moubaraka Présidente	Fédération des Femmes d'Affaires du Bénin
✓ Didier Maixent DJEIGO Directeur Général	Agence Nationale Pour l'Emploi
✓ Pr.Dr.Ir. Brice SINSIN Recteur ✓ Mde Rosaline Dado Worou épouse HOUNDEKON Chef Service des Relations avec les Universités et Organismes Nationaux et l'Insertion Professionnelle ✓ Mde Judith GLIDJA Directrice Haute Ecole Régionale de Commerce International (HERCI)	Université d'Abomey - Calavi (UAC)
✓ Régis FACIA Vice Président	Conseil National du Patronat
✓ Moïse Achille HOUSSOU Team Leader Poverty Reduction Unit	PNUD Bénin
✓ Mde Gilletta GBAHOUN Directrice Générale	AGeNTIC Bénin
✓ Mlle Elodie HANFF Chargé de l'incubateur	2IE Ouagadougou Burkina Faso

Annexe 3 : Lettre de recommandation du Recteur de l'UAC

Lettre de recommandation

Nous, Professeur Brice SINSIN, recteur de l'Université d'Abomey-Calavi, soussigné, autorisons M. HOUSSOU Ulvick Jaïrus Adanchédé, né le 11 mai 1987 à Savalou (Bénin), béninois, étudiant en Management de Projets à l'Université Senghor d'Alexandrie en Egypte (Promotion 2011-2013), à effectuer dans le cadre de son mémoire au titre de son master une recherche sur la promotion de la culture entrepreneuriale au sein de l'UAC.

A travers ce projet, M. HOUSSOU Ulvick Jaïrus Adanchédé, envisage proposer à l'Université d'Abomey - Calavi (UAC) une démarche de promotion de l'entrepreneuriat en son sein afin de susciter chez les étudiants, l'envie d'entreprendre, l'esprit d'innovation et le sens du risque. De manière spécifique, il souhaite étudier les conditions de mise en place d'un incubateur universitaire, pour en faire un levier de sa politique de valorisation des produits de recherche.

A travers ce projet, M. HOUSSOU Ulvick Jaïrus Adanchédé, envisage proposer à l'Université d'Abomey - Calavi (UAC) une démarche de promotion de l'entrepreneuriat en son sein afin de susciter chez les étudiants, l'envie d'entreprendre, l'esprit d'innovation et le sens du risque. De manière spécifique, il souhaite étudier les conditions de mise en place d'un incubateur universitaire, pour en faire un levier de sa politique de valorisation des produits de recherche.

A cet effet, nous invitons les responsables universitaires à divers niveau à lui accorder des facilités administratives pour l'atteinte de ses objectifs.

Cordialement vôtre,

Le Recteur,




Professeur Brice A. SINSIN