

N°28 - Décembre 2024

*Le Journal des Sciences Sociales*



Revue Scientifique du



laboratoire  
Ville Société Territoire  
(laboVST)

# *Le Journal des Sciences Sociales*

N°28-Décembre 2024

ISSN 2073-9303

Revue Scientifique du



# *Le Journal des Sciences Sociales*

## INDEXATIONS ET RÉFÉRENCEMENTS



<https://sjifactor.com/passport.php?id=23408>

Impact factor 2024 : **5.46**

Impact factor 2023 : **3.379**

**auréHAL**  
accès aux données  
de référence de HAL

<https://aurehal.archives-ouvertes.fr/journal/read/id/114767>



<https://reseau-mirabel.info/revue/21500/Le-Journal-des-Sciences-Sociales>

---

*Le Journal des Sciences Sociales*

revueljss2@gmail.com

<https://labo-vst.org/>

# LE JOURNAL DES SCIENCES SOCIALES

## CONSEIL SCIENTIFIQUE

- Prof Simplicie Y. Affou, Directeur de Recherches (Institut de Géographie  
Tropicale, IGT, Abidjan) Tel : Cel : (00225) 0707 70 85 57,  
E-mail : syaffou@yahoo.fr ou affou@ird.ci
- Prof Alphonse Yapi-Diahou, Professeur Emérite de Géographie (Université Paris 8),  
Cel : 0033668032480 ; Email : yapi\_diahou@yahoo.fr
- Prof Brou Emile Koffi Professeur Titulaire de Géographie, (Université Alassane  
Ouattara, ), Cel.: (00225) 0103589105 ; E-mail : koffi\_brou@uao.edu.ci
- Prof Roch Gnabéli Yao, Professeur Titulaire de Sociologie, (Université Félix  
Houphouët Boigny) ; Cel : 07 08 18 85 96 Email roch.gnabeli@laasse-  
socio.org
- Prof Jonas Guéhi. Ibo, Directeur de Recherches (Université Nangui Abrogoua),  
Cel : (00225) 0505 68 48 23 E-mail : ibojonas@yahoo.fr
- Prof René Joly Assako Assako, Professeur Titulaire de Géographie, Université  
Yaoundé, Cameroun ; Email rjassako@yahoo.fr
- Prof Ferdinand A. Vanga, Professeur Titulaire de Sociologie (Université Péléforo  
Gon Coulibaly), Tel : (00225) 01 03 48 91 60 / 05 05 083 702  
E-mail : ferdinand.vanga@upgc.edu.ci af\_vanga@yahoo.fr

## COMITE EDITORIAL

### **Directeur de Publication**

Simplice Y. Affou, Directeur de Recherches (Institut de Géographie Tropicale, IGT, Abidjan) Tel: Cel: (00225) 07 07 70 85 57 E-mail : syaffou@yahoo.fr  
ou [affou@ird.ci](mailto:affou@ird.ci)

### **Rédacteur en Chef**

Alphonse Yapi-Diahou, Professeur titulaire de Géographie (Université Paris 8)  
Cel : 0033668032480 ; Email : yapi\_diahou@yahoo.fr

### **Rédacteur en Chef Adjoint**

Jonas Guéhi. Ibo, Directeur de Recherches (Université Nangui Abrogoua)  
Cel : (00225) 05 05 68 48 23 E-mail : ibojonas@yahoo.fr

### **Secrétariat du Comité de Rédaction**

Assué Yao Jean-Aimé, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara,  
Bouaké, (00225)0103192952, Email [assueyao@yahoo.fr](mailto:assueyao@yahoo.fr)

Konan Kouakou Attien Jean-Michel, Maître-Assistant, Université Alassane  
Ouattara, Bouaké, (00225)0707117755, E-mail : [attien\\_2@yahoo.fr](mailto:attien_2@yahoo.fr)

Yapi Atsé Calvin, Maître assistant, Université Alassane Ouattara, Bouaké,  
(00225)0707996683, E-mail : [atsecalvinyapi@gmail.com](mailto:atsecalvinyapi@gmail.com)

Yassi Gilbert Assi, Maître de Conférences de Géographie, Ecole Normale  
Supérieure d'Abidjan, Cel.: (00225) 07 75 52 62; E-mail:  
[yassiga@gmail.com](mailto:yassiga@gmail.com)

### **Secrétaire aux finances**

Bohoussou N'Guessan Séraphin, Maître de Conférences de Géographie, Université  
Alassane Ouattara, Bouaké, Côte d'Ivoire, (00225)0505483129,  
E-mail : [bohounse@yahoo.fr](mailto:bohounse@yahoo.fr)

## COMITE DE LECTURE

- Abdoul Azise SODORE, Maître de Conférences de Géographie/aménagement, Burkina Faso
- Adaye Akoua Assunta, Maître de Conférences de Géographie, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan
- Allaba Ignace, Maître de Conférences d'études germaniques, Université Felix Houphouët Boigny, Abidjan, Côte d'Ivoire
- Assué Yao Jean-Aimé, Maître de Conférences de Géographie, Université Alassane Ouattara, Bouaké, Côte d'Ivoire
- Bally Claude Kore, Maître de Conférences de Sociologie des organisations, université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire
- Beka Beka Annie, Maître de Conférences de géographie, École Normale Supérieure, Gabon
- Biyogbe Pamphile, Maître de Conférences de Philosophie, Ecole Normale Supérieure, Gabon
- Bohoussou N'Guessan Séraphin, Maître de Conférences de Géographie (Université Alassane Ouattara)
- Christian Wali Wali, Maître-Assistant de Géographie, Université Omar Bongo de Libreville, Gabon
- Coulibaly Salifou, Maître-Assistant de Géographie, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire
- Diarrassouba Bazoumana, Maître de Conférences de Géographie, environnementaliste, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire
- Djah Armand Josué, Maître de Conférences de Géographie, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire
- Dosso Yaya, Maître-Assistant de Géographie, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire
- Eleanor FUBE MANKA'A, Maître-Assistant de Géographe, ENS/Université de Yaoundé I, géographie des aménagements ruraux
- Gokra Dja André, Maître de Conférences, Sciences du Langage et de Communication, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire
- Hugo PILKINGTON, Maître de Conférences, Géographie de la santé, université de Paris 8, France
- Kadet G Bertin, Professeur Titulaire de Géographie, Ecole Normale Supérieure (ENS), Abidjan
- Koffi-Didia Adjoba Marthe, Maître de Conférences de Géographie, Université Félix Houphouët Boigny,

Koffi Yeboue Stéphane, Maître de Conférences de Géographie, Université Peloforo Gon Coulibaly, Korhogo

Kouadio M'bra, Kouakou Dieu-Donne, Maître de Conférences de sociologie de la santé, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire

Kouame Konan Hyacinthe, Maître de Conférences de Géographie, Université Peloforo Gon Coulibaly, Korhogo

Kra Kouamé Antoine, Maître de Conférences d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire

Kramo Yao Valère, Maître-Assistant de Géographie, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire

Loukou Alain François, Professeur Titulaire de Géographie TIC, Université Alassane Ouattara, Bouaké, Côte d'Ivoire

Moatila Omad Laupem, Maître-Assistant de Géographie, Université Marien Ngouabi (Brazzaville- Congo)

Ndzani Ferdinand, Maître-Assistant de Géographie, Ecole normale supérieure, université Mariën Ngouabi, République du Congo.

Ngouala Mabonzo Médard, Maître-Assistant de Géographie, Ecole normale supérieure, université Mariën Ngouabi, République du Congo.

N'guessan Adjoua Pamela, Maître-Assistant de Sociologie, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire

Soro Debegnoun Marcelline, Maître-Assistante de Sociologie, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire

Yao Célestin Amani Maître de Conférences de Bioanthropologie, Université Félix Houphouët Boigny, UFR SHS - ISAD

Yassi Gilbert Assi, Maître de Conférences de Géographie (Ecole Normale Supérieure Abidjan)

## SOMMAIRE

		<b>Pages</b>
Assane DIOUCK Awa FALL Lamine O. CASSÉ	Entre effets d'intermittence du Train Express Régional et continuités écologiques pour la survie de la forêt classée de Mbao à Dakar (Sénégal)	<b>9</b>
Bi - Claude É. ZAN Doh N. G. NANAN Alain SISSOKO	Difficultés des conditions de travail des agents de l'arrondissement maritime de San Pedro (Côte d'Ivoire)	<b>20</b>
Valentin NGOUYAMSA	Dynamiques entrepreneuriales estudiantines : innovations socio-managériales dans le développement des structures « stables » des étudiants au Cameroun	<b>32</b>
Banto F. PEYENA Yéboué S. K. KOFFI P. J. A. KAUDJHIS	Contraintes liées à la filière manioc et vulnérabilité des femmes dans les villages de la Sous-Préfecture d'Adiaké	<b>42</b>
Pierre BADO Issa SORY	La coopérative d'électricité de Tialgo (Burkina Faso) à l'épreuve du terrain	<b>58</b>
Omer Arsène IVORA MOUANGOYE	De l'usage de la violence verbale dans la société politique athénienne (V <sup>E</sup> - IV <sup>E</sup> S. AV. J.-C.)	<b>68</b>
Mohamed L. NDAO	Croissance urbaine et enjeux fonciers dans la commune de Tivaouane Peulh Niaga (Rufisque, Sénégal)	<b>82</b>
Jean-Philippe A. TANOH	« Stratégies de rénovation et représentations socio-économiques des maisons individuelles groupées en milieu périurbain à Bingerville (Est d'Abidjan – Côte d'Ivoire) »	<b>95</b>
MAHAMANE ABDOUL-KADER Moustapha IBRAHIM Habibou MAMAN Issoufou DAMBO Lawali	Conflits fonciers autour des parcelles agricoles de l'aménagement hydro-agricole dans la commune urbaine de Konni (Niger)	<b>107</b>
S. ROUAMBA A. Zefté DAO Mathieu NAMA S. Denis GUISSOU Malick ZOMA	Culture maraîchère, une pratique agroécologique dans la commune rurale de Didyr au Burkina Faso	<b>120</b>

Cédric B. APPENAN Yao Emile KONAN	Solidarité et Ubuntu à l'ère de la crise écologique	<b>133</b>
Bah KOUAKOU	Dynamique spéculative des prix de logements locatifs: analyse contextuelle du cas de la ville de Béoumi (Côte d'Ivoire)	<b>142</b>
Yao S. KOUADIO	Minorité démocratique et multitude chez Spinoza.	<b>151</b>
Nebilma P. NAGALO Fulgence T. IDANI Sidiki ZONGO	Gestion des déchets plastiques à Koudougou, une ville moyenne du Burkina Faso.	<b>159</b>
Gallo NIANG Mamadou THIOR Mbagnick FAYE Daouda M. DIOP	Dynamiques environnementales de 1972 à 2023 de l'espace autour du Lac Retba (Lac Rose), Dakar, Sénégal	<b>170</b>
Epiphane MOUVONDO	L'exploitation des voies ferrées du port commercial d'Owendo (Sud-Ouest de l'agglomération de Libreville)	<b>185</b>
DANGOURA M. KEBE El hadji A. K. FALL Niang A. CISSE Idrissa DIOUF Khadi GOMIS J. Samba SYLLA Matar NDIAYE Bandiougou	Analyse de la dynamique de l'occupation du sol de la grande Niaye de Pikine (Dakar) en milieu urbain de 1984 à 2021	<b>196</b>
Kouassi C. MAFOU Seïdou COULIBALY B.Elisée NEMAHION	Migration de travail et conflits fonciers dans la sous-préfecture de Guiglo	<b>217</b>
Zénabou Diarra	Matériaux de récupération sur les dépôts de transit à Bamako (Mali) : subsistance et risques	<b>229</b>
Françoise VALEA A. SAWADOGO L. OUEDRAOGO	Savoirs locaux de prévision climatiques et dynamique spatio-temporelle des pratiques agricoles dans la commune rurale de Boussouma (Burkina Faso)	<b>244</b>
Pape THIAW Cheikh A.T. FAYE Seydou A. SOW Amadou Abou SY Boubou A. SY	Analyse des trames sédimentaires des différentes toposéquences des Niayes du littoral de Niayam-Potou	<b>257</b>



Benoit B.ASSAMBA	La problématique de la conversion catégorielle chez Kwame Nkrumah dans le <i>consciencisme</i> (1969 - 1976)	<b>271</b>
Cheikh NDIAYE Sidia D. BADIANE Thierno Bachir SY Mamoudou DEME Malick DIOUF	«Défis d'une cohabitation entre la pêche artisanale et l'exploitation gazière dans la zone de la langue de Barbarie (Saint-Louis, Sénégal) »	<b>289</b>
Halizata SANA	Communication et résilience des communautés au Burkina Faso à travers la valorisation des <i>NUS</i>	<b>302</b>
AMAFFE R. Gédéon KOUAKOU A. M-F CISSÉ Kané V.	Impacts socio-économiques du palais des sports de Treichville dans le district autonome d'Abidjan (Côte d'Ivoire)	<b>312</b>
Sindou A. KAMAGATÉ	Perception de la variabilité pluviométrique par les cotonculteurs dans la sous-préfecture de Lataha au nord de la Côte d'Ivoire de 1991 à 2020	<b>323</b>
A D MASSOUMOU- KOUKA S. Franck. L. BAKANAHONDA Patrice MOUNDZA	Etat des lieux de l'insalubrité et organisation de la gestion des déchets par les ménages dans l'arrondissement 6 Ngoyo à Pointe-Noire (République du Congo)	<b>337</b>
Koffi René DONGO Kouadio Joseph KRA Abalé M. ZEDOU Amissa A. ADIMA	Impacts environnementaux du maraîchage urbain dans le district de Yamoussoukro (Côte d'Ivoire)	<b>347</b>
ASSUE Yao J-Aimé DOSSO Adam's L.	Les filets sociaux du gouvernement et l'amélioration des conditions de vie des populations bénéficiaires dans la région du Worodougou (Nord-Ouest de la Côte d'Ivoire)	<b>359</b>
Madiop YADE Abdoulaye FATY Pierre C. SAMBOU Waly FAYE	Eau et agriculture périurbaines dans le contexte des infrastructures socio-économiques : Exemple du bassin versant de Diamniadio (Dakar, Sénégal)	<b>378</b>

# **Dynamiques entrepreneuriales estudiantines : innovations socio-managériales dans le développement des structures « stables » des étudiants au Cameroun**

## **Student entrepreneurial dynamics: socio-managerial innovations in the development of « stable » student structures in Cameroon**

**Valentin NGOUYAMSA**

URPHISSA-FLSH-Université de Dschang-Cameroun, Socio-économiste  
ng\_valentin@yahoo.fr

**Résumé :** Cette étude dont les données ont été collectées entre Janvier et Février 2024 à Dschang Cameroun explore les initiatives entrepreneuriales des étudiants dans les villes universitaires camerounaises, mettant en lumière leur culture entrepreneuriale et les stratégies innovantes dans leurs petites entreprises. À travers des monographies de deux cas d'entreprises estudiantines, l'analyse des témoignages et expériences des promoteurs (10 au total) obtenus à l'aide d'un guide d'entretien a permis de mettre en avant les stratégies socio-économiques qu'ils adoptent pour innover et pérenniser leurs structures. En examinant leurs structures et leurs modèles d'affaires, l'étude a permis de mettre en évidence l'importance de la diversification des activités comme une stratégie clé pour assurer la pérennité des entreprises étudiantes. De plus, elle souligne le rôle crucial du capital social dans le développement et la croissance des entreprises étudiantes, en mettant en évidence les avantages des partenariats stratégiques et des *réseaux de contacts*. Enfin, l'étude conclut en soulignant l'importance de la formation entrepreneuriale et des innovations managériales pour renforcer l'écosystème entrepreneurial étudiant et favoriser le développement économique local.

**Mots clés :** Etudiants-Entrepreneurs-Innovations-culture entrepreneuriale

**Abstract :** This study, whose data was collected between January and February 2024 in Dschang Cameroon, explores the entrepreneurial initiatives of students in Cameroonian university cities, highlighting their entrepreneurial culture and innovative strategies of their small businesses. Through monographs of two cases of student companies, the analysis of the testimonies and experiences of promoters (10 in total) obtained with the help of an interview guide made it possible to highlight the socio-economic strategies they adopt to innovate and sustain their structures. By examining their structures and business models, the study highlighted the importance of diversifying activities as a key strategy to ensure the sustainability of student businesses. In addition, it highlights the crucial role of social capital in the development and growth of student businesses, highlighting the benefits of strategic partnerships and networks of contacts. Finally, the study concludes by highlighting the importance of entrepreneurial training and managerial innovations to strengthen the student entrepreneurial ecosystem and promote local economic development.

**Keywords:** Students-Entrepreneurs-Innovations-entrepreneurial culture

### **Introduction**

La culture entrepreneuriale, tout en favorisant l'employabilité des jeunes est aussi, selon de nombreuses études, un vecteur des innovations des entreprises (J.P Boissin, 2014 ; O. Chambard, 2014 ; E. Kamdem et R. Nkakleu, 2015). Dans les villes universitaires africaines, cette culture se traduit par des initiatives entrepreneuriales des étudiants. Ils sont de plus en plus nombreux qui développent des structures économiques autour et à l'intérieur des campus. Cependant, la littérature fait état de ce que la plupart de ces structures sont ambulantes et spontanées, sans aucun plan de développement, ni de perspectives. Les innovations restent souvent un sujet marginal dans l'absolu (J. Roy, 2008).

Des premiers travaux que nous avons menés sur les entreprises estudiantines dans les villes universitaires du Cameroun (V. Ngouyamsa, 2021), bien qu'étant passionnés de la création

d'entreprises les étudiants entrepreneurs pensent que l'entrepreneuriat n'est qu'une activité exercée en tant qu'étudiant et, par conséquent, n'a aucune place dans les projets de vie future. Les activités économiques entreprises sont des réponses à un besoin matériel présent qui n'engage aucun futur. Ceci se justifie car dans un contexte africain caractérisé par un risque certain dans les affaires, ces derniers accordent la priorité à leurs études, car cela représente leur avenir. Ils ne se voient pas à long terme dans cette situation. Ils aspirent à des occupations plus prometteuses.

Cependant, il ressort de ces mêmes études, après classification des entrepreneurs étudiants, une différence entre les catégories d'entrepreneurs. Les entrepreneurs *stables* à la différence de ceux ambulants ou opportunistes ont cette vocation à développer sans cesse les structures qu'ils créent. Leur capacité à planifier le développement à long terme de leurs structures est fortement influencée par leurs différentes expériences et trajectoires, ainsi que par des stratégies qui découlent de leur intelligence. Comme une locomotive, ils tirent leurs entreprises et les entraînent toujours plus loin par des initiatives et par des stratégies propres. La volonté d'innovation et de pérennisation des structures est constante chez cette catégorie d'entrepreneurs. Le système de management mis en place par les promoteurs se révèle dans ce contexte comme un moyen de performance de la petite entreprise étudiante. Ils y apportent, au sens de (O. Gélienier, 1978 ; V. Ngouyamsa et F. Meutchieye, 2021), de la valeur créatrice.

Cette étude est essentiellement une monographie des acteurs et de petites entreprises des étudiants. La question qui la guide est la suivante : Quelles sont les initiatives innovantes que les étudiants entrepreneurs développent dans la gestion et dans le développement de leurs entreprises? Notre réflexion se propose de montrer, à travers les expériences et témoignages des étudiants promoteurs des structures économiques, comment dans un dualisme étudiant-entrepreneur, ils développent des stratégies dans la promotion des innovations au sein de leurs différentes structures. Nous sommes partis du postulat selon lequel les étudiants entrepreneurs stables, mieux cultivés dans la création d'entreprises, jugulent la crise liée au chômage par la création et par des innovations de leurs structures ; ils sont doués par l'esprit de créativité qui leur permet d'introduire de nouveaux éléments dans le développement de leurs petites entreprises, afin de faire face aux défis de gestion. Nous nous situons dans la logique de (R. Pinto, 2007) selon laquelle la culture entrepreneuriale valorise le projet consistant à créer son entreprise ou à reprendre une entreprise existante. Cette culture se construit, entre autres, par des expériences concrètes prenant la forme de projets (Brownson, 2013).

Cet article est structuré autour de 03 principaux points : D'abord une approche méthodologique, ensuite le cadre théorique et enfin la présentation, l'analyse et les discussions des résultats.

## 1. Méthodologie

Cette étude est une monographie des entrepreneurs étudiants. Les témoignages et les expériences des promoteurs de deux cas d'entreprises obtenus à travers un guide d'entretien permettent de mettre en avant les stratégies socio-économiques qu'ils adoptent lors de l'innovation dans leurs structures. Nous nous sommes entretenus au total avec 10 promoteurs d'entreprises étudiantes que nous avons identifiés à travers la technique boule de neige. Les entretiens se sont déroulés entre Janvier et Février 2024 à l'entrée du campus de l'Université de Dschang Cameroun, plus particulièrement dans les structures des promoteurs des entreprises. L'analyse des cas (02 cas particuliers de par non seulement les tailles actuelles des structures, mais aussi de par la consistance des témoignages des initiateurs selon l'objectif de l'étude), a abouti à la classification des types d'innovations et leurs influences dans l'élargissement et dans la croissance des structures.

## 2. Cadre théorique

Les études monographiques sur les entreprises africaines ne datent pas d'aujourd'hui. Depuis les années 1980, se sont développées dans les champs disciplinaires divers (Sociologie, économie ; histoire, gestion) des recherches universitaires ou professionnelles avec pour but « une meilleure connaissance du phénomène entrepreneuriale et des dynamiques managériales dans les sociétés africaines » (E. Kamdem, 2015, p.10). Parmi ces différents travaux, figurent ceux de (M. Etounga, 1990; E.G.C Etoudi, 2010 ; T. H. Teko, 2018, 2022).

Dans le but de connaître le fonctionnement et l'organisation des PME au Cameroun, (E Kamdem et R. Nkakleu, 2015) ont mené une étude sur les différents acteurs impliqués dans la création et la gestion des entreprises. Focalisant leurs études sur deux axes, les auteurs, dans une monographie de 11 acteurs d'entreprises, analysent d'une part les visions et les pratiques entrepreneuriales sur le double versant de l'universalité et de la contingence, et d'autre part l'identification et l'exploitation des continuités des ruptures que ces monographies laissent transparaître. Les résultats auxquels ils aboutissent présentent une certaine hybridation des comportements entrepreneuriaux et managériaux des acteurs.

Cette hybridation, selon ces auteurs, « tient au fait que la plupart des entrepreneurs adoptent des comportements davantage contingents au contexte socio culturel camerounais ». Les exemples sont ceux par exemple du recours aux réseaux relationnels et familiaux pour mobiliser les ressources et pour accéder aux marchés. Ensuite, ces entrepreneurs diplômés des universités ont inscrit la gestion de leurs structures dans les pratiques dites modernes, c'est-à-dire « une gestion considérablement ouverte aux exigences de la compétition, ainsi que de l'innovation dans l'élaboration et de la mise en œuvre des procédures et des outils de gestion ». Ces entrepreneurs ont développé des stratégies allant de leurs ouvertures aux conseils, à leurs caractères réceptifs de changement, avec pour but l'amélioration de l'efficacité de leurs structures. Ces stratégies leur ont permis de construire leurs compétences stratégiques, ce qui les a rendus compétitifs, les inscrivant par la même occasion dans la perspective des changements face aux mutations qui s'observent aujourd'hui dans l'environnement des affaires au Cameroun tels que étudiés par (A. Fotso, R. Tsafack Nanfosso et al, 2014 ; B. Atangana Onana, 2011 ; Tsafack Nanfosso et al, 2010).

Ces derniers travaux ont été effectués à la suite de ceux déjà réalisés sur l'analyse des organisations africaines, lesquels, datant des années soixante et la fin des années quatre-vingt, ont mis en perspective l'histoire des entreprises africaines dans leurs organisations et dans leur fonctionnement. (S. Amin, 1969 ; J. Binet, 1970 ; G. Hyden, 1983 ; P. Labazée, 1988). L'analyse des logiques, des trajectoires et des pratiques dominantes des promoteurs de structures se sont développées. C'est dans cette perspective que les travaux les plus récents en reconsidérant ces problématiques ont contribué à la réflexion sur les modèles d'entrepreneuriat et de gestion des organisations africaines. Au rang de ces travaux figurent ceux de (P. Kammogne Fokam, 1993, 2000 ; J-P. Warnier, 1993 ; Atangana Onana, 2011 ; M. Fouda Ongodo, 2011).

De ces travaux, l'on s'aperçoit que les entreprises africaines font l'objet d'une curiosité scientifique à la faveur de la mondialisation économique marqué par ce que (E. kamdem, 2016, p. 26) appelle «*la chute du mythe* ». La mondialisation économique couplée de la montée du chômage en Afrique a eu pour effets les dynamiques entrepreneuriales. Ces dynamiques s'étendent à travers des initiatives étudiantes tant à l'extérieur qu'à l'intérieur des milieux universitaires. Ces études ont ouvert la voie à d'autres travaux sur les initiatives entrepreneuriales étudiantes. Nos travaux antérieurs (V. Ngouyamsa, 2021a, 2021b) montrent un développement lent des structures que créent les étudiants. Quand bien même le dynamisme de ces étudiants est observé à travers la multiplication des stratégies d'alliance études et activités économiques, leurs initiatives se développent très lentement. La diversité de leurs activités se caractérise par leurs instabilités, leurs bouleversements permanents au niveau des gestionnaires au point où certaines structures sont de courtes durées. Ces résultats permettent de comprendre que les perspectives entrepreneuriales des jeunes étudiants dépendent de leurs modèles entrepreneuriaux et des revenus de leurs activités. Les modèles (étudiants entrepreneurs ambulants-étudiants entrepreneurs stables-étudiants entrepreneurs opportunistes) qu'ils développent s'appuient sur de principales stratégies :

- Construction d'un capital social et des réseaux auprès des camarades ;
- Abandon des structures et Jobs pendant les périodes des TD et des examens par les étudiants entrepreneurs individuels ;
- Remplacement et transfert de compétences par les étudiants entrepreneurs travaillant en équipe ;
- Recours aux cours de répétition, de remise à niveau.

Quelle que soit l'issue, les étudiants font face à deux formes de socialisation dans laquelle la contrainte est de satisfaire à la fois leurs études universitaires et leur vie active. L'analyse des stratégies des étudiants à combiner les études et les activités entrepreneuriales a permis de rendre compte des réelles capacités des jeunes à trouver des

moyens que leur impose le contexte estudiantin pour se frayer un chemin dans la sphère économique.

Au regard de ces constats, se pose la question sur la formation entrepreneuriale de ces jeunes. Même s'ils ont une certaine culture entrepreneuriale qui se manifeste par les initiatives dans la création des structures, l'acquisition des compétences managériale et innovationnelle ne s'accomplit qu'avec les outils et les formations appropriés dans le domaine. Selon (Fayolle, 2012), les compétences entrepreneuriales ne se décrètent pas, c'est une construction permanente et organisée. C'est dans cette quête permanente que certains acteurs adoptent des stratégies managériales qui valorisent l'image et la stabilité de leurs structures. Les travaux sur les innovations et sur le système managérial des structures estudiantines sont encore peu abordés de manière spécifique. Ceux qui existent sont souvent noyés dans les grandes thématiques et portant pour la plupart sur des entreprises formelles et de grandes tailles. Or, dans la culture et dans la socialisation entrepreneuriale, peuvent se développer des innovations et des systèmes de gestion favorables à la croissance des structures économiques estudiantines. Les étudiants entrepreneurs développent des stratégies propres de gestion dans la pérennisation de leurs structures. Nous présentons ici deux monographies.

### **3. Présentations des résultats des cas**

Dans cette section, nous présentons d'abord les monographies des acteurs et des structures enquêtés, ensuite l'analyse de ces résultats qui débouche sur la classification des types d'innovations observées.

#### **3.1. Cas 1 : Gilbert Bureautique**

« Gilbert Bureautique » est spécialisé dans les services bureautiques. De manière spécifique, il est non seulement formateur, mais il fait aussi dans le commerce des produits bureautiques. Pour le responsable de cette structure, étudiant en Master gestion, tout a commencé en 2017 lorsqu'il est orienté à l'Université. Dans son désir de trouver une activité secondaire lui permettant de multiplier ses sources de revenus, il est employé dans une structure bureautique de la place comme coursier et chargé des photocopies. Il exerce ce travail pendant les heures creuses. Deux ans après, il a fait une évaluation non seulement de son travail, mais aussi de la structure qui l'employait. Les résultats ont démontré que cette entreprise depuis 10 ans d'existence n'avait aucune perspectives, les activités restant les mêmes malgré les multiples entrées et sollicitation des étudiants et autres catégories de personnes. En outre, aucune innovation en termes de matériel, surtout le matériel énergétique dans un contexte où les coupures intempestives d'électricité plombent les activités, occasionnant d'énormes pertes sur le plan financier. Les raisons de cette stagnation n'ont pas été évoquées car pour Gilbert, cela relève du passé.

C'est fort de ces insuffisances et de son expérience que Gilbert décide, en 2021, de créer sa propre structure, un petit établissement individuel dénommé « Gilbert bureautique » qu'il gère tout en continuant à consacrer du temps à ses études. Au cours d'un de ses voyages d'étude, Gilbert fait la rencontre d'un homme d'affaires spécialisé dans l'importation des appareils informatiques. Avec lui, Gilbert discute de sa passion pour l'entrepreneuriat et de ses ambitions dans ce domaine. Emmerveillé par le dynamisme et les projets de Gilbert, l'homme d'affaires décide de lui octroyer, sous forme de crédits, 08 photocopieuses « haut de gammes » selon la déclaration de Gilbert, 10 ordinateurs et un générateur pour faire face aux coupures d'électricité. Dès lors, les activités au sein de « Gilbert informatique » sont devenues intenses. La structure est tellement sollicitée par les étudiants que Gilbert a installé dans chaque coin de l'université (que ce soit à l'extérieur ou à l'intérieur) ce qu'il appelle des « des petits coins de secours aux étudiants ».

Il s'agit, en fait, des petites photocopieuses et du matériel académique de premières nécessités. La stratégie adoptée pour y arriver a été d'abord de nouer des réseaux de solidarité avec les enseignants pour qui il faisait des travaux gratuits. Ce réseau relationnel lui a permis d'entrer en contact avec les autorités académiques qui trouvaient, dès lors, en Gilbert, à partir de ses offres aux enseignants, une autre opportunité. Ainsi, contre une modique somme d'argent chaque mois et avec pour obligation de nettoyage des espaces au campus, Gilbert a pu installer dans le campus environ 05 coins de secours aux étudiants. En début 2023, « j'ai sollicité une formation en gestion des affaires en ligne couronné par un stage dans une structure de la ville de Douala. C'est après ce stage que j'ai entrepris d'associer à la

commercialisation des produits informatiques, la formation des jeunes, en particulier des jeunes étudiants ».

Aujourd'hui, « Gilbert informatique » emploie non seulement une vingtaine d'employés en majorité des étudiants, mais il compte également une dizaine d'apprentis en secrétariat bureautique. À chaque coupure d'électricité, Gilbert double les prix des photocopies.

« Étant entendu que pendant ce moment j'utilise le générateur, je suis obligé de doubler les prix des photocopies et des impressions. Cela me donne de l'avantage par rapport aux autres concurrents » (Gilbert, interrogé en Janvier 2024).

L'acquisition en Juin 2023 d'un générateur plus puissant que celui qui lui a été octroyé par l'homme d'affaires, fait de Gilbert aujourd'hui le distributeur d'énergie à l'entrée du campus comme le déclare cet autre concurrent installé près de lui :

« Nous payons chaque mois une somme de 15000 à Gilbert informatique. Je ne suis pas seul, nous sommes environ 10 structures à être connecté à son réseau. Que nous ayons consommé ou pas, nous payons cette somme chaque fin du mois. Quand il s'énerve, il nous coupe tous les réseaux » (Cyrille, boutiquier, interrogé le 30 Janvier 2024).

Les revenus que procure la distribution des réseaux énergétiques permettent à Gilbert de payer ses employés sans toucher aux entrées des autres activités. Cependant, d'après Gilbert, l'activité à l'entrée campus est de plus en plus en train de mourir, ceci lié à la concurrence grandissante et à la numérisation des documents et supports académiques. Pour lui, il faut réfléchir sur l'extension de la structure vers d'autres zones, et faire une autre activité différente de la bureautique. Son projet porte sur l'import et la livraison du matériel informatique. Il a déjà pris attache avec l'homme d'affaires qu'il a rencontré au début de ses affaires.

« J'ai déjà pris attache avec quelqu'un 'faisant référence à l'homme d'affaire, il est tout à fait d'accord d'autant que depuis, j'ai gardé de très bonnes relations avec lui. Je lui ai déjà tout remboursé et il est très content de moi. Je lui ai même trouvé d'autres réseaux de livraison que je transformerai en mes propres réseaux le moment venu » (Gilbert, interrogé le 23 Janvier 2024).

### **3.2. Cas 2 : Établissement polygermique**

C'est un établissement qui marque ses débuts vers les années 1999. C'est le fruit d'une conjugaison de stratégies et de compétences de deux étudiants. Arnaud et Gilles se sont rencontrés alors qu'ils étaient en première année, le premier en Faculté des Sciences économique et le second en Sciences juridiques et politique. Confrontés aux difficultés du marché esthétique que connaissait la ville de Dschang à cette époque et à la difficulté d'approvisionnement en produits de beauté, les deux, forts de leur capital social, ont contacté une structure basée à Douala en charge de la production des parfums et des mèches. Ce contact a abouti à une relation d'affaire. Le concept consistant à s'approvisionner ces produits auprès de la structure et ensuite de les vendre dans la ville de Dschang. La stratégie adoptée est celle du marketing be to be ; passer de cité en cité pour écouler les produits auprès des étudiants. Cette stratégie a permis à ces deux étudiants non seulement de gagner en relation, mais aussi de se construire un bon capital financier qui a leur a permis de développer, 04 ans plus tard un autre projet : celui du marché locatif.

Ce dernier concept consiste à connecter les étudiants confrontés aux difficultés du marché locatif avec des propriétaires des logements contre un pourcentage dans le montant total du loyer. Au cours de cette dernière activité et après l'obtention de leurs masters, Gilles et Alain ont entrepris de mettre leurs connaissances au service de leurs cadets académiques. Ils ont mis sur pieds une structure plus visible : Le polygermique qui fût d'abord un cadre de répétitions et de remise à niveau pour les étudiants relevant exclusivement de leurs filières. Plus tard, avec l'association de certains enseignants de l'Université et de la nécessité de renforcer les capacités des étudiants aux différents concours nationaux et internationaux, Polygermique associe à ses activités le volet préparation aux concours. En 2015, Gilles et Alain ont associé leurs différentes activités (Parfumerie, répétitions, marché locatif et cours de préparation) autour d'un groupe dénommé « GROUPE POLYGERMIQUE ». Ce groupe comprend : Une boutique, une parfumerie, et une salle de cours. Il emploie plus de 10 personnes sans compter les enseignants qui y donnent les cours de préparation aux concours.

#### 4. Analyse des résultats issus des cas

L'analyse de ces deux cas d'entreprise estudiantine permet, à partir des éléments de la culture entrepreneuriale et des trajectoires des entrepreneurs, de ressortir les types d'innovations initiées par les étudiants dans leurs stratégies managériales et dans leurs parcours entrepreneuriaux. Plusieurs éléments ont permis aux étudiants promoteurs des structures évoquées de solidifier leurs cultures entrepreneuriales : leurs expériences passées, la formation en gestion des affaires. Cette culture entrepreneuriale est à l'origine du développement des stratégies de renforcement des compétences entrepreneuriales et de celles managériales. Ces stratégies se manifestent par des innovations observées.

##### 4.1. Types d'innovations et pérennisation des structures étudiées

L'analyse des cas des structures étudiées montre que plusieurs stratégies d'innovations ont été entreprises. Elles ont permis dans les deux cas évoqués une résistance et une pérennisation de ces structures : La diversification d'activités, l'intégration d'associés tiers ou de partenaires dans l'actionnariat, la formation d'un réseau de capital social, la formation de l'esprit

##### 4.1.1. Diversification d'activités : une stratégie clé pour la pérennité

En gestion d'entreprise et selon (L. Granger, 2023, p. 24), « La diversification est une stratégie qui consiste à développer ou à acquérir de nouvelles activités, ou à les étendre à d'autres territoires géographiques. La diversification permet de multiplier ses sources de revenus, donc de réduire ses risques d'exploitation en les répartissant ». La multiplication d'activités au sein d'un même groupe vise à pallier le risque de faillite de la structure. Dans un contexte où l'exclusivité du marché potentiel est basée uniquement sur les étudiants, il peut y avoir à un moment donné, une baisse d'activités surtout dans une période de vacances et de congés. C'est pour cette raison que, dans les structures des étudiants, les promoteurs anticipent sur les complications pouvant leur être défavorables. Ils ont su développer, en plus des activités initiales, d'autres secteurs économiques. En effet, cette diversification d'activités est faite de manière efficace afin d'assurer la croissance et la pérennité non pas de l'activité, mais de la structure en général, comme l'affirme Gilbert, promoteur « Gilbert informatique » :

« Nous pensons qu'en faisant ainsi, nous restons pleinement en activité. Ce n'est pas facile si jamais vous habitez ici à Dschang. Quand les étudiants ne sont pas là, tout est mort. Nous y avons réfléchi, et avons développé d'autres types d'activités qui nous permettent de rester actifs. Et ça marche plutôt bien ».

Cette forme d'innovation est considérée comme un relai de croissance. Les promoteurs sont motivés par un désir de réduire la dépendance de leurs structures à un marché unique. Ces résultats s'apparentent déjà à ceux énoncés par (L. Granger, 2023 ; L. Bérail, 2007) dans leur théorie sur la réussite des stratégies de diversification d'activité (même si ces résultats sont focalisés essentiellement sur les cas des entreprises formelles et en maturité). Cependant ces étudiants promoteurs des structures pensent que cette diversification rend très complexe le système de gestion ou de management.

Nous avons souvent des difficultés de gestion des nouveaux secteurs d'activités. En fait étant donné que moi je suis spécialisé beaucoup plus dans le domaine de marketing. Il a été souvent difficile d'intervenir efficacement dans le domaine informatique. Je me suis en fait inscrit dans une formation pour justement faire face à cette difficulté. (Merlin, gérant Polygermique, interrogé le 24 Juin 2024).

Cette difficulté énoncée par Merlin, est un risque courant dans la diversification des entreprises. Au-delà de la complexité dans la gestion, les spécialistes en management vont plus loin pour parler des risques :

- De la dispersion des ressources et des compétences de l'entreprise ;
- Des répercussions potentielles des problèmes d'une activité à l'ensemble de la firme ;
- D'échec de la nouvelle activité ;
- De dilution et de perte de consistance de l'identité de l'entreprise ;
- Difficulté à bien évaluer les synergies.

Même si les structures estudiantines étudiées ne font pas encore face à la totalité de ces risques, il n'en demeure pas moins qu'elles pourraient en être soumises au vu de leur

croissance et si les éléments de veille ne sont pas définis. C'est dans cette optique que l'intégration d'associés tiers trouve sa pertinence.

#### **4.1.2. L'intégration d'associés tiers ou de partenaires dans l'actionnariat**

Cette innovation est perçue comme un axe de vigilance de la part de ces structures étudiantes. Dans la première entreprise, les enseignants et les autorités académiques sont intégrés comme des partenaires non officiels dans la gestion de ces structures. Ils ne jouent pas des rôles de premiers plans, mais sont des maillons essentiels dans la visibilité et même dans la constitution du capital social des promoteurs.

Cette innovation vise également à anticiper sur les risques liés à une éventuelle mauvaise gestion d'une croissance trop rapide pouvant aussi déstabiliser le fonctionnement du groupe. Les enseignants, considérés comme des experts renforcent, de par leurs expériences et conseils, la culture entrepreneuriale de ces jeunes en même temps qu'ils y mettent de leurs compétences dans la gestion quotidienne des membres de l'équipe.

« Nous pensons qu'il est important d'intégrer les enseignants que nous considérons comme des experts dans la gestion de nos structures. Leurs conseils et leurs expertises nous sont très capitaux. Si je suis arrivé à ce niveau, c'est grâce à ces conseils et à ces orientations » (Merlin, interrogé le 24 Janvier 2024).

Les étudiants entrepreneurs nouent des partenariats stratégiques avec des acteurs extérieurs, tels que des entreprises établies ou des enseignants, afin de bénéficier de leur expertise et de leurs ressources pour développer leurs propres structures. Les enseignants sont considérés par les étudiants entrepreneurs interrogés comme des partenaires stratégiques. Grâce à ces partenariats, ils parviennent à accélérer la croissance et la pérennité de leurs structures, en s'appuyant sur les compétences et les ressources de leurs partenaires.

Ces différentes stratégies s'inscrivent dans la logique selon laquelle « créer une entreprise est une belle aventure à condition de bien s'entourer et d'être accompagné(e). Un projet de création d'entreprise ne se fait pas seul, il faut mobiliser un réseau et des compétences pour le faire avancer et réussir » (Amine Omrane, 2013, p. 80). La proximité avec l'Université, temple des experts, et la volonté pour ces jeunes de bien s'entourer sont perçues par ceux-ci comme « une chance d'avoir de nombreux dispositifs d'aide à leur disposition ». Il s'agit de la mobilisation d'un véritable réseau social de veille et d'orientation qui permet de constituer un capital social.

#### **4.1.3. Formation d'un réseau de capital social**

Le réseau de capital social est défini comme un ensemble de relations sociales construites par les jeunes étudiants promoteurs des structures, lesquelles leur génèrent des ressources matérielles, humaines, morales et même financières dans la gestion et le développement de leurs entreprises.

Dans le cas de l'entreprise « Gilbert Bureautique », il s'est agi pour Gilbert de constituer des carnets d'adresses des clients qui, par la suite, sont devenus une niche de contact pour de nouvelles affaires. En réalité, comme le signifiait déjà dans une étude faite dans le cas des entrepreneurs camerounais (E. Kamdem et R. Nkakleu, op cit), le contact des clients pour un entrepreneur ne vise pas tout simplement à évacuer ses produits, mais aussi à planifier l'idée d'une opportunité de partenariat en affaire. Ainsi, la culture sociale telle qu'appréhendue par (Fortin, 2002 ; Maripier Tremblay et al, 2022 ; V. Meli Meli, 2018) trouve toute sa pertinence dans la promotion entrepreneuriale, confirmant ainsi l'idée des auteurs classiques comme Granovetter, selon laquelle tout acte entrepreneurial se construit d'abord socialement avant d'être économique. Les travaux de recherche menés principalement par (Aldrich et Zimmer, 1986 ; Johannisson, 2000; Chabaud et al., 2004, 2006, 2010 ; Jack et al. 2008, 2010) ont eu le mérite de démontrer en quoi les réseaux sociaux permettent de promouvoir la croissance, la performance et la pérennité des entreprises nouvellement créées.

Les étudiants entrepreneurs développent une stratégie de construction d'un réseau de relations sociales, ou capital social. Ces relations leur permettent d'accéder à des ressources matérielles, humaines et financières essentielles au développement de leurs entreprises. Cependant, ce capital social ne se limite pas seulement à la mobilisation de ressources. Il leur permet également d'identifier et de saisir de nouvelles opportunités d'affaires. Ce qui renforce ainsi la pérennité et la croissance de leurs structures. Au-delà de l'aspect économique, le capital social favorise aussi le transfert de compétences entrepreneuriales entre les étudiants, contribuant ainsi à la formation d'une nouvelle génération d'entrepreneurs. L'ingénierie collective et individuelle développée par ces étudiants témoigne non seulement d'une



appropriation de l'esprit entrepreneuriale, mais également d'une volonté réelle des jeunes à rompre avec leurs situations parfois précaires. Ainsi, ils développent une certaine culture entrepreneuriale appréhendée sous deux angles : la formation de l'esprit et le renforcement des compétences.

#### **4.1.4. La formation de l'esprit : un levier de développement des compétences**

La formation de l'esprit renvoie à la volonté que les jeunes promoteurs ont du renforcement de leurs cultures entrepreneuriales. Des récits de vie, l'approche adoptée a consisté à faire des renforcements de capacités par, des certifications, en plus de leurs parcours académiques. La littérature souligne la nécessité de la formation de l'esprit dans la gestion des affaires en ce sens qu'elle encourage les acteurs à prendre des initiatives, à renforcer leurs compétences, à proposer de nouvelles idées et à être proactifs dans l'atteinte des objectifs de l'entreprise (E. FOMBA, 2015). En réalité, dans la définition de l'entrepreneuriat, trois moments sont à identifier :

- La recherche des opportunités ;
- La mise sur pieds des organisations ;
- La création des valeurs.

La formation de l'esprit vise aussi bien à rechercher de nouvelles opportunités qu'à apprendre les techniques nécessaires dans la création des valeurs dans ces structures existantes. Pour les promoteurs interrogés, les structures ont été déjà mises en place. Dès lors, il s'agit de rechercher les opportunités de leurs extensions et de leurs gestions pour une plus grande rentabilité.

« Je me suis inscrit pour une certification en gestion non pas parce que je n'ai pas des aptitudes en gestion, mais parce que je recherche de nouvelles compétences en management. Les choses ont tellement évolué au point où si je ne suis pas à la page, je ne peux pas faire évoluer mon entreprise. La formation a toujours un plus dans la vie d'un promoteur d'entreprise ».

Les étudiants entrepreneurs comprennent l'importance de la formation entrepreneuriale pour développer leur culture d'entreprise. Ils s'engagent dans des formations, des certifications et de renforcement de capacités pour acquérir les compétences nécessaires à la gestion et à l'innovation de leurs structures. Cette formation entrepreneuriale leur permet également de stimuler leur créativité et leur proactivité, des qualités essentielles pour identifier de nouvelles opportunités et proposer des solutions innovantes dans leurs entreprises. Au-delà du développement des compétences, la formation contribue aussi à valoriser l'image de l'entrepreneuriat auprès des étudiants, les encourageant ainsi à s'engager davantage dans la création et le développement de leurs propres entreprises.

## **Conclusion**

Dans le cadre de l'accompagnement et de l'engouement d'entrepreneuriat chez les jeunes étudiants, la pédagogie d'enseignement supérieur, en s'adaptant et en dispensant les rouages économiques, favorisent l'éveil d'une culture entrepreneuriale chez les jeunes. C'est fort de cette culture qu'aujourd'hui, ils sont nombreux ces étudiants qui créent et développent avec des outils et des stratégies nouveaux les petites entreprises. Les témoignages révèlent que les dimensions sociale et symbolique du travail dominent les attentes professionnelles des étudiants (candidats) entrepreneurs, alors que la dimension instrumentale est peu présente. La dimension sociale concerne l'importance des relations humaines au travail ; la dimension symbolique touche aux possibilités de développement personnel, à la capacité de s'épanouir et de s'exprimer dans son activité, à l'intérêt pour le contenu du travail, au sentiment de réussite, au niveau d'autonomie et à l'utilité sociale ; la dimension instrumentale fait référence aux attentes matérielles par rapport au travail, notamment, les finances et la sécurité d'emploi (Drancourt et al., 2001 cités par Méda et al, 2010). Au-delà des initiatives personnelles, en vue du renforcement de leurs compétences et de l'extension de leurs structures, des mesures d'accompagnement doivent être envisagées afin de davantage développer le goût d'entreprendre chez ces jeunes étudiants. Comme le mentionnait déjà (Fayolle, 2007), la formation doit jouer un rôle important. Au-delà même du développement du goût d'entreprendre et de l'esprit d'entreprise, la formation peut contribuer à l'amélioration de l'image de l'entrepreneuriat et de l'entreprise, et à mettre en valeur le rôle de ces jeunes promoteurs dans la société.

## Bibliographie

- AMIN Sidia, 1969. *Le monde des affaires Sénégalais*, Paris, Minuit
- AMINE Omrane, 2013. « Les réseaux sociaux de l'entrepreneur et son accès aux ressources externes : le rôle des compétences sociales », in *Management et avenir* N° 65 Pages 73 à 93
- ATANGANA ONANA Benoît, 2011. *De la crise à la croissance économique en Afrique, approche entrepreneuriale : pour une croissance forte, soutenue et durable au Cameroun*, Yaoundé Presses de l'UCAC
- BERAIL Laurent, 2007. « Le travail des étudiants », *Avis du Conseil économique et social sur le rapport* présenté par M. Laurent Bérail au nom de la section du travail.
- BOISSIN Jean-Pierre, 2014. « Perspectives et expériences sur les pôles étudiants pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat (PEPITE) dans l'enseignement supérieur » ; *Administration & Éducation* 1 (N° 141), pages 49 à 55
- CHAMBARD Olivia, 2014. « L'éducation des étudiants à l'esprit d'entreprendre : entre promotion d'une idéologie de l'entreprise et ouverture de perspectives émancipatrices » Dans *Formation emploi* (n° 127), pages 7 à 26
- ETOUNGA MANGUELLE Denis, 1990. *Pour une révolution économique en Afrique*, Editions nouvelles du Sud
- FAYOLLE Alain, 2010. Nécessité et opportunité : les « attracteurs étranges » de l'entrepreneuriat. Dans *Pour /1* (N° 204)
- FAYOLLE Alain, 2012. *Théories et pratiques, Applications pour apprendre à entreprendre* Dunod,
- FOMBA Emmanuel, 2014. *Predictors of graduate entrepreneurship intentions in the Bachelor-MasterDoctorate system in Cameroon*. Thèse de doctorat, Université de Douala, 2014.
- FOUDA ONGODO Maurice, 2011. *Management Et Culture Dans Les Organisations Camerounaises*, International Book Market Service Limited, 2011 - 568 pages
- GRANGER Laurent, 2023. « Réussir sa stratégie de diversification », in *Revue Nouveau* fiche pratiques
- KAMDEM Emmanuel (dir.), 2016. *Innovation entrepreneuriale et développement durable en Afrique : défis et opportunités*. Paris, Éditions L'Harmattan.
- KAMDEM Emmanuel et NKAKLEU Raphael, 2015. *Profils et pratiques d'entrepreneurs camerounais, expériences et témoignages*, Paris, L'Harmattan.
- KAMMOGNE FOKAM Paul, 1990. *L'entrepreneur Africain face au défi d'exister*, L'Harmattan, 1993, 127 p.
- KAMMOGNE FOKAM Paul, 2000. *Et si l'Afrique se réveillait ?*, Éditions du Jaguar, 2000
- MARIPIER Tremblay et al., 2022. « La culture entrepreneuriale : réalités et perceptions », in *les entrepreneurs des générations X et Y*, pages 83 à 99
- MELI MELI Vivien, 2018. « Engagement social des jeunes au Cameroun : une mobilisation sociale contre toute attente » in *Crises et reconfigurations sociales en Afrique. La jeunesse au cœur des mouvements sociaux, Sociologies*.
- NGOUYAMSA Valentin et MEUTCHIEYE Félix (dir), 2021. *Formation entrepreneuriale des jeunes en Afrique Subsaharienne : pratiques pédagogiques et enjeux d'intégration socio-économique* ; *Revue Territoires Sud* ; CEREAH, Juin 2021
- TEDONGMO TEKO Henri et ETOGO G, 2022. *Le pluralisme managérial en Afrique*. Hommage au professeur Emmanuel Kamdem, Caen, EMS.
- TEDONGMO TEKO Henri, 2018. « L'entrepreneur social à l'épreuve de la culture nationale en contexte africain : une étude de cas au Cameroun », *CRESCA, Cahier de Recherche en management, Dossier spécial : INNOVATION ENTREPRENEURIALE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE EN AFRIQUE, ESCA Ecole de Management*. pp.7-28.
- TSAFACK NANFOSSO Roger, 2010. « Decision Making, Aid System and Decisional Performance of Manufacturing Enterprises in Cameroon » (avec Alain Sone Mbassi), *Journal of Communication and Computer*. 7 : 52-57.
- TSAFACK NANFOSSO Roger, 2014. 100 propositions pour l'émergence du Cameroun. Yaoundé(Cameroun) : Clé & Gicam.
- WARNIER Jean-Pierre, 1993. *L'Esprit d'entreprise au Cameroun*. Paris: Karthala, 301 pp.