



# Comprendre les représentations entrepreneuriales des jeunes diplômés en contexte de précarité

## Cas de la République démocratique du Congo

**Paul Omandji Lokonde**

DANS **PROJECTICS / PROYÉCTICA / PROJECTIQUE 2023/2 n° 35**, PAGES 65 À 82  
ÉDITIONS **DE BOECK SUPÉRIEUR**

ISSN 2031-9703

ISBN 9782807380448

DOI 10.3917/proj.035.0065

Date de mise en ligne : 11/10/2023

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-projectique-2023-2-page-65?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...  
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



**Distribution électronique Cairn.info pour De Boeck Supérieur.**

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur [cairn.info/copyright](https://cairn.info/copyright).

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

# COMPRENDRE LES REPRÉSENTATIONS ENTREPRENEURIALES DES JEUNES DIPLÔMÉS EN CONTEXTE DE PRÉCARITÉ

## *CAS DE LA RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO*

**Paul Omandji Lokonde**

*Docteur en Sciences de Gestion d'HESAM, Université à Paris*

De Boeck Supérieur | Téléchargé le 01/06/2026 sur <https://sbs.cairn.info> (IP: 2.16.73.2.16.1.14)

## RÉSUMÉ

La majorité des jeunes diplômés des pays du sud, pourtant pleins d'énergies et d'initiatives, sont de plus en plus dans l'entrepreneuriat de nécessité que celui d'opportunité. Partant du paradigme que la pensée précède l'action, la présente recherche veut comprendre les représentations entrepreneuriales des jeunes diplômés formés dans un contexte de précarité et du taux de chômage élevé ainsi que les liens entre lesdites représentations et leur agir entrepreneurial. Pour cela, elle mobilise la méthodologie qualitative basée sur 40 récits de vie des jeunes formés dans les Universités de la République démocratique du Congo. Elle parvient à identifier les représentations entrepreneuriales catégorielles et collectives, les éléments qui les expliquent et fait émerger cinq profils de représentations entrepreneuriales de ces jeunes. Aussi, explore-t-elle les possibilités de faire évoluer lesdites représentations vers l'entrepreneuriat d'opportunité.

**Mots-clés :** profil entrepreneurial, représentations entrepreneuriales, entrepreneur de nécessité entrepreneur d'opportunité, récit de vie

---

## ABSTRACT

The majority of young graduates from Global South countries, though brimming with energy and initiative, are increasingly turning to entrepreneurship out of necessity rather than as an opportunity. Based on the paradigm that thought precedes action, this research study aims to gain a better understanding of the entrepreneurial representations of young graduates born out of a context of precariousness and high unemployment, as well as the links between these representations and their entrepreneurial activities. To this end, it adopts a qualitative methodology based on forty life stories of young people who studied at universities in the Democratic Republic of Congo. It sheds light on categorical and collective entrepreneurial representations, the elements that underlie them, and reveals five profiles of entrepreneurial representations held by these young people. Also, this study explores the possibilities of turning these representations into opportunity entrepreneurship.

**Keywords:** entrepreneurial profile, entrepreneurial representations, necessity entrepreneurship, opportunity entrepreneurship, life story

## 1. INTRODUCTION

Les étudiants des universités Africaines sont souvent formés dans un contexte de précarité de la vie sociale et de taux de chômage élevé. Après leurs études, faute d'emplois, beaucoup se lancent dans l'entrepreneuriat de nécessité que celui d'opportunité. L'entrepreneuriat de nécessité concerne les individus qui sont poussés à créer leur propre emploi pour retrouver des revenus et se réinsérer socialement tandis que l'entrepreneuriat d'opportunité correspond à la mise en œuvre des projets dotés d'un potentiel de développement (Fayolle, 2017, p. 231). En République démocratique du Congo (RDC), 71 % des jeunes diplômés exercent les activités qui ne correspondent pas à leurs profils (Banque Mondiale, 2019). Les recherches de Kabuika (2013) sur l'intention entrepreneuriale des jeunes de Kinshasa (capital de la RDC), confirment la prédominance de l'entrepreneuriat de nécessité au terme duquel le jeune est plutôt animé par l'esprit d'assurer sa base matérielle de survie. Cette forte proportion de l'entrepreneuriat de nécessité, en lien avec le secteur informel (90 % des activités en RDC sont dans le secteur informel) intéresse cette recherche au regard de l'ampleur que cela prend dans les milieux des diplômés universitaires, censés être formés pour un entrepreneuriat d'opportunité avec des initiatives innovantes, pérennes et à valeur ajoutée certaine. Latouche (1996, p. 130) souligne que « *dans le secteur informel, on est ingénieux sans être ingénieur, industriels sans être industriel, entreprenant sans être entrepreneur* ». Autrement dit, loin d'être de véritables entrepreneurs (avec une vision entrepreneuriale d'accumulation du capital), les jeunes qui sont dans l'entrepreneuriat de nécessité sont plutôt « *entreprenants* » (avec une logique d'affaires basée sur la survie face à la précarité). Cela s'illustre par le fait qu'un ingénieur diplômé soit vendeur à la sauvette et qu'un informaticien se retrouve coiffeur dans un salon de

fortune. Les études démontrent pourtant que, même dans un contexte de précarité des ressources, il est possible de « démarrer avec les moyens disponibles et décider » (théorie de l'effectuation de Sarasvathy, 2001) ou de « faire mieux avec moins de moyens » (entrepreneuriat frugal de Radjou et Prabhu, 2015).

Les recherches récentes en entrepreneuriat confirment que l'agir humain est fonction des attitudes cognitives que l'individu se fait d'un futur souhaité par lui et qui guide ses actions (Schmitt, 2017 ; Fillion, 2008). Dans son modèle de 3M (Moi-Mon projet-Mon écosystème), Schmitt (2017) démontre la nécessité de l'interaction entre ces trois éléments pour le succès de création d'entreprise. Restant dans le premier élément (Moi), il revient que la décision de se lancer dans un projet entrepreneurial (de nécessité ou d'opportunité) dépend donc des représentations que se fait, l'individu, futur entrepreneur, dudit projet et de sa vie. La représentation est définie comme « l'état de l'image mentale que se fait un sujet ou un groupe, d'un objet, d'un concept, d'un contexte, d'un événement, d'un système, d'un comportement, plus généralement » (Schmitt, Julien et Lachance, 2002). Les représentations montrent le lien qu'a un individu avec une situation et permet de comprendre pourquoi, par rapport à une situation donnée, deux individus peuvent y voir les choses de manière différente (Schmitt, 2017). Il revient que, pour faire évoluer la représentation du futur créateur, il faudra agir, notamment sur son « Moi ». D'où la nécessité de comprendre, au préalable, lesdites représentations. Aussi, la recherche pose-t-elle les questions de savoir, quelles sont les représentations entrepreneuriales des jeunes diplômés formés dans un contexte de taux de chômage élevé et de précarité ? Quels sont les éléments qui expliquent ces représentations et les profils y relatifs ? Comment faire évoluer lesdites représentations de l'entrepreneuriat de nécessité vers l'entrepreneuriat d'opportunité ? La présente recherche veut explorer les pistes des solutions à ce problème. Outre l'introduction et la conclusion, elle fait une revue de la littérature sur le concept de représentation, présente la méthodologie et finit par la discussion des résultats.

## 2. REVUE DE LA LITTÉRATURE

La revue de la littérature porte sur la compréhension des concepts de représentations sociales et entrepreneuriales et fait une synthèse des études antérieures menées sur les représentations entrepreneuriales des étudiants et jeunes diplômés des universités.

### 2.1. Paradigme de représentations sociales et entrepreneuriales

Le concept de « représentations sociales » émerge d'abord en psychosociologie avant d'être emprunté, notamment à l'entrepreneuriat pour évoquer le concept de « représentations entrepreneuriales ». Au départ, Durkheim

(1898) distingue les représentations individuelles (constituées des croyances et valeurs d'un individu) aux représentations collectives (constituées des croyances et valeurs communes à tous les membres d'une collectivité). Plus tard Moscovici (1997) propose de remplacer le concept de représentations collectives à celui de « représentations sociales » qu'il définit comme une production collective et des structures dynamiques qui se construisent et se transmettent tant au niveau des groupes sociaux qu'à celui de la société dans son ensemble. Par extrapolation à ces définitions, Filion (2008a) considère les représentations entrepreneuriales comme des représentations mentales liées à la création d'entreprise. Les représentations sociales sont dynamiques, hiérarchisées et peuvent être catégorisées selon une échelle d'objets ou de personnes. Elles sont structurées autour de deux éléments : l'élément stable ou noyau central et les éléments instables ou périphériques (Abric, 1994). **Le noyau central** est l'élément principal de la représentation qui génère le sens global et organise son contenu, assure sa permanence et peut résister à tout changement. **Les éléments périphériques**, autour du noyau central, sont diversifiés, plus flexibles, malléables, plus conditionnels et sont entreposés dans la mémoire à court terme avant d'être transférés dans la mémoire à long terme (Bornard, 2012). Les représentations individuelles d'un acteur social peuvent influencer les organisations et institutions. Il en découle que les traditions entrepreneuriales dans un territoire donné peuvent faire évoluer les représentations entrepreneuriales des individus. Cette interaction est marquée par l'influence certaine des acteurs entrepreneuriaux sur la société, l'influence de la société sur les activités des acteurs entrepreneuriaux et l'influence des activités entrepreneuriales des acteurs sur les représentations entrepreneuriales collectives (Filion et Akizawa, 2012).

## 2.2. Résultats des études antérieures sur les représentations des jeunes diplômés

Il faut reconnaître que les études sur les représentations entrepreneuriales des étudiants sont peu nombreuses, mais quelques recherches phares sont résumées ci-dessous.

**Filion** (2008b) fait les liens entre la pensée et l'activité entrepreneuriale et soutient que chaque personne développe son propre système de représentation et d'expression correspondant aux valeurs profondes qui lui conviennent et aux types d'activités pratiquées. Il relève le fait que les représentations entrepreneuriales constituent un mode de pensée en vue de l'action et que le processus entrepreneurial est à la fois individuel, interactif et interrelationnel. Il avance que la formation à l'entrepreneuriat devrait apprendre aux étudiants les « savoir-faire, savoir devenir et savoir passer à l'action » et viser à développer, par l'apprentissage, un état d'esprit qui fait évoluer des modèles mentaux capables de réfléchir et d'organiser des actions à partir de l'utilisation des ressources rares.

**Bourion** (2008) explique le processus d'émergence des représentations entrepreneuriales des jeunes diplômés universitaires qui optent pour

l'entrepreneuriat dans le contexte de disponibilité des emplois alléchants. Il observe que ce processus d'émergence commence par un manque déclenché par un événement-réveil (un ressenti négatif ou un état émotionnel de frustration), il s'ensuit un rêve construit sur une passion ou une expérience vécue et ce rêve pousse à la conception d'un projet de création d'une entreprise, puis arrive sa concrétisation selon que le jeune est intégré ou non dans le territoire.

**Loué et Sarrouy-Watkins (2020)** démontrent que le développement de l'entrepreneuriat dans un secteur d'activité donné est conditionné, notamment, par un certain nombre de représentations partagées collectivement dans ce secteur. Ils proposent d'agir sur le champ des représentations sociales liées au secteur donné pour faire évoluer certaines perceptions et contribuer à développer certaines vocations entrepreneuriales. Ils découvrent que les intentions entrepreneuriales des étudiants sont impactées, notamment par les conditions de travail et la force de l'aspiration à l'identité entrepreneuriale.

**Fabienne Bornard (2012)** étudie les liens et les influences des représentations mentales sur les actions et décisions entrepreneuriales, leur origine et leur contenu et arrive à distinguer les représentations ante création, en début de processus et constatée ultérieurement. Elle compare l'entrepreneuriat à un « véhicule » permettant de vivre sa vie telle que souhaitée et place les représentations entrepreneuriales dans la posture de « l'outil perceptuel » permettant de comprendre et d'interpréter le monde entrepreneurial en vue des actions individuelles (structuration du projet) et collectives (mise en place du projet).

**Schmitt (2015)** démontre l'importance des représentations entrepreneuriales (représentation rationnelle) dans la structuration du projet, c'est-à-dire la relation entre la conception (réflexions) et l'action (ce que fait) de l'entrepreneur, le développement et la structuration du projet entrepreneurial. Il lance le paradigme de « l'état gazeux » dont la démarche consiste à définir le projet entrepreneurial à l'étape où les choses ne sont pas encore clairement définies et qu'il convient de donner du sens aux réflexions et aux actions du futur créateur. Il précise que « *l'état gazeux amène donc à considérer l'entrepreneuriat comme une situation ouverte, c'est-à-dire dont les données ne sont pas encore connues et qui va dépendre de la représentation que s'en fait l'entrepreneur* » (Schmitt, 2017, p. 184). Il souligne que l'agir entrepreneurial prône la pertinence de la maîtrise, en amont de l'entrepreneuriat, de l'interaction entre l'entrepreneur (Moi), son projet (Mon projet) et son écosystème (Mon écosystème) comme préalable au succès de tout projet entrepreneurial. C'est le paradigme de 3M. Il met en place ou outil d'aide à la représentation entrepreneuriale applicable aujourd'hui dans les milieux universitaires auprès des étudiants porteurs des projets.

**Boisin, Fabvre-Bonté et Fine-Falcy (2017)** mènent une étude pour comprendre les représentations entrepreneuriales des étudiants de différentes filières de France et arrivent aux conclusions que les étudiants manifestent une intention entrepreneuriale faible à l'issue de leurs études au détriment du salariat qui leur procure plus de sécurité d'emploi, de revenus fixes et du

temps libre pour le loisir, les amis et la famille. La majorité trouvent l'idée de création attractive mais peu seulement se sentent capables de créer. Mais, dans le long terme, cette intention devient forte avec une capacité renforcée.

**En RDC**, il n'existe pas d'études proprement dites sur les représentations entrepreneuriales des jeunes.

En résumé, eu égard à ce qui précède, il est évident que, comprendre les représentations entrepreneuriales des jeunes diplômés consiste à comprendre la façon dont ces derniers perçoivent l'entrepreneuriat, c'est-à-dire leurs modes de pensée individuel et collectif, les éléments qui justifient ces modes de pensée et l'importance de ces représentations dans la structuration du projet entrepreneurial. Le design de la recherche explique cette démarche.

### 3. DESIGN DE LA RECHERCHE

S'inspirant des méthodes utilisées dans le cadre des études sur les représentations entrepreneuriales, la présente recherche opte pour la démarche qualitative par les récits de vie dans le but de faire émerger une théorie tirée des narrations. Bertaux (2021, p. 11) définit la méthode de récit de vie comme « une forme particulière d'entretien, l'entretien narratif, au cours duquel un chercheur demande à une personne ci-après dénommée "sujet" de lui raconter tout ou une partie de son expérience vécue ». Les informations relatives à ces cinq catégories des narrateurs sélectionnés sont contenues dans le tableau n° 1.

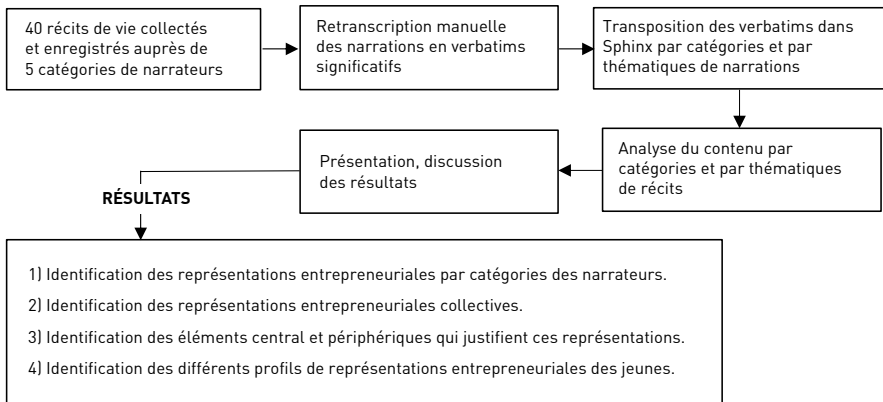
Tableau n° 1. Fiche signalétique des narrateurs par catégories

	Étudiants finalistes	Diplômés Salariés	Diplômés Sans emplois	Diplômés Entrepreneurs de nécessité	Diplômés Entrepreneurs d'opportunité	Totaux
Total Narrateurs	08	08	08	08	08	40
Femme	05	02	03	01	01	12
Homme	03	06	05	07	07	28
Filière Sc. humaines	06	06	06	06	04	28
Filière Sc. Exactes	2	2	2	2	4	27
- de 30 ans	08	04	07	04	04	27
+ de 30 ans	00	04	01	04	04	13

Quarante (40) récits de vie sont collectés auprès des jeunes universitaires répartis en cinq catégories de narrateurs, telles que reprises au tableau n° 1, composées d'un même champ d'étude mais avec des spécificités différentes. La collecte de récits s'arrête avec la saturation des données. Une grille thématique des récits de vie est élaborée et comprend huit thèmes de narration inclusifs et complets portant sur ; (1) l'identification du narrateur ; (2) Son expérience et sa perception du cours d'entrepreneuriat suivi ou non à l'université ; (3) Son expérience de vie sociale et financière pendant les études et l'impact sur son désir d'entreprendre ; (4) Son expérience vécue avec les entrepreneurs ou salariés de son entourage proche et l'impact sur sa perception de l'entrepreneuriat ou du salariat ; (5) Son expérience de vie d'entrepreneur(e) et son influence sur sa perception de l'entrepreneuriat ; (6) Son expérience de vie de « sans emploi » pendant plus de trois ans et l'impact sur sa perception de l'entrepreneuriat ; (7) Son expérience et les raisons qui pousseraient à choisir l'entrepreneuriat que le salariat ou vice-versa et (8) Commentaires sur le changement ou l'évolution, dans le temps, de sa perception de l'entrepreneuriat.

Les récits de vie, collectés auprès des trois grandes villes universitaires du pays (Kinshasa, Katanga et Nord-Kivu), sont enregistrés, retranscrits manuellement par sélection directe des verbatim significatifs (ceux dont l'information est utile dans l'étude), validés par les narrateurs pour éviter la subjectivité, placés dans un code book élaboré avec le logiciel Sphinx, analysés et discutés. Au total, 288 verbatims et 20 473 mots sont analysés. Les résultats sont discutés par catégories des narrateurs, par thématiques de narration et par l'ensemble. En résumé, le design de la recherche est schématisé à la figure n° 1.

**Figure n° 1. Schéma du design de la recherche**



Dans les lignes qui suivent, il est présenté et discuté, les résultats de la recherche.

## 4. RÉSULTATS DE LA RECHERCHE ET DISCUSSION

La présente recherche identifie dix-huit représentations entrepreneuriales catégorielles des jeunes, cinq représentations collectives, un élément central, trois éléments périphériques qui justifient ces représentations et cinq profils de représentations entrepreneuriales des jeunes. Ces quatre résultats sont présentés et discutés ci-dessous.

### 4.1. Représentations entrepreneuriales catégorielles des jeunes diplômés

L'analyse des verbatim significatifs avec le logiciel sphinx, fait émerger, dans ses nuages des mots et graphiques, des mots dominants, récurrents et rattachés à chaque catégorie analysée. Il revient que chacune de cinq catégories présente ses représentations spécifiques, parfois proches des autres mais aussi différentes telles que reprises au tableau n° 2.

**Tableau 2. Synthèse des représentations entrepreneuriales catégorielles des jeunes universitaires**

N°	Catégories sociales	N°	Types de représentations entrepreneuriales identifiées
1	Étudiants finalistes	1	Une image positive de l'entrepreneuriat comme alternative à la précarité de la vie.
		2	Une vision entrepreneuriale projetée dans le court terme, assortie d'une volonté d'être à la fois salarié et entrepreneur pour combler à l'insuffisance des revenus.
		3	Une prise de conscience des difficultés et risques éventuels de se lancer dans l'entrepreneuriat assortie d'une motivation de tenter l'expérience de gré ou de force.
		4	Une consolidation progressive de la bonne image de l'entrepreneuriat au fur et à mesure de l'avancement du niveau d'études et des circonstances de la vie.
		5	Une influence mitigée de l'impact du cours d'entrepreneuriat sur les représentations entrepreneuriales des étudiants.
2	Jeunes diplômés sans-emploi	6	Une image plutôt positive de l'entrepreneuriat mais doublée de la peur d'affronter les difficultés inhérentes à la création.
		7	Une tendance, vers un entrepreneuriat de nécessité, non comme un rêve, mais comme un ultime recours en cas de persistance du chômage et de précarité de la vie.
		8	Une représentation entrepreneuriale, bien que positive, mais dominée par une image ancrée et déterminée vers le salariat, malgré les contraintes d'obtention d'un emploi.

N°	Catégories sociales	N°	Types de représentations entrepreneuriales identifiées
3	Jeunes diplômés salariés	9	Une représentation favorable à l'entrepreneuriat couplée d'une hésitation pour s'y lancer complètement en abandonnant le salariat. D'où, le désir de combiner les deux.
		10	Une représentation entrepreneuriale influencée par les stress du salariat et la crise de la hiérarchie. D'où la volonté d'envisager l'alternative entrepreneuriale.
		11	Une représentation entrepreneuriale dictée par la comparaison entre les revenus et la liberté à gagner entant qu'entrepreneur ou entant qu'employé.
		12	Une représentation entrepreneuriale qui varie en fonction de l'opportunité qui se présente, soit de création, soit de salariat.
4	Jeunes diplômés entrepreneurs de nécessité	13	Une image positive de l'entrepreneuriat limitée de plus en plus à la survie face à la précarité de la vie.
		14	Une représentation entrepreneuriale influencée par la crainte de la stigmatisation probable en cas de succès. D'où la volonté de rester dans les affaires modestes.
		15	Une évolution, dans le temps et dans les deux sens, soit celle dégradante de la projection au salariat, soit celle de la consolidation de l'entrepreneuriat.
5	Jeunes diplômés entrepreneurs d'opportunités	16	Une image positive de l'entrepreneuriat et, face aux difficultés, une attitude de patience, de consentement aux sacrifices, du courage et de persévérance.
		17	Une détermination entrepreneuriale et la foi en l'avenir meilleur malgré l'environnement d'affaires difficile.
		18	Une passion à l'entrepreneuriat qui s'explique des éléments autres que de gagner de l'argent : la volonté d'être utile aux autres, d'être fier de soi-même et de s'accomplir.

Le tableau n° 2 montre à la fois, les différences et les convergences des perceptions de l'entrepreneuriat par les narrateurs. Pour identifier les représentations collectives, les représentations catégorielles sont regroupées suivant leurs spécificités communes et similitudes à tel point que les représentations catégorielles convergentes forment une représentation collective et celles qui sont divergentes forment chacune une représentation collective distincte des autres. Aussi, cinq représentations collectives sont-elles identifiées.

## 4.2. Cinq représentations entrepreneuriales collectives des jeunes diplômés

L'analyse de dix-huit (18) représentations entrepreneuriales permet de les résumer en cinq représentations entrepreneuriales collectives qui sont discutées ci-dessous.

### *Le mode de pensée entrepreneuriale orienté vers la survie face à la précarité*

En référence au paradigme de Filion (2008a), cinq représentations catégorielles (n° 1 ; 2 ; 6 ; 7 et 13) parmi les dix-huit, montrent que le mode de pensée

le plus éminent chez les jeunes est celui orienté vers la survie face à la précarité de la vie. Certains gardent une image positive de l'entrepreneuriat mais, les difficultés financières et sociales et la détermination à s'en sortir, font émerger, par contre, des entrepreneurs de nécessité dont la réussite entrepreneuriale est définie par cette capacité de se prendre en charge.

*« Le fait d'entreprendre me permet d'être indépendant, patron de moi-même. Grâce à cette petite affaire, je peux prendre en charge ma petite famille et subvenir aux besoins de loyer, de scolariser mes enfants, m'occuper de ma fiancée et autres. »* (JOK, 32 ans, diplômé en communication, entrepreneur de survie).

*« J'aimerais bien être salarié et entrepreneur en même temps parce que la situation financière d'entrepreneur n'est pas stable suite aux hauts et bas tandis que les revenus salariaux sont stables mais insuffisants dans les réalités de notre pays. »* (ADA, 26 ans, étudiant finaliste en Informatique).

### **Une vision entrepreneuriale et salariale couplée**

Le paradigme de la « pression de quitter ou non le statu quo » de Bourion (2008, p. 203) permet d'identifier huit représentations catégorielles (n° 2 ; 6 ; 8 ; 9 ; 10 ; 11 ; 12 et 15) qui confirment la représentation collective « d'une vision entrepreneuriale et salariale couplée ». Certains jeunes diplômés congolais en situation salariale et/ou entrepreneuriale, préfèrent combiner le salariat et l'entrepreneuriat si l'occasion se présente. Cette perception s'explique par le souci de sécuriser la situation financière au regard de la modicité des salaires et la peur de la faillite des affaires dans un environnement non rassurant.

*« Bien que j'aie une vision entrepreneuriale plutôt que salariale, je préfère être à la fois salarié et entrepreneur car je fais les deux à la fois. »* (KEM, 30 ans, diplômé en théologie, salarié).

*« Si on me proposait un travail bien rémunérateur je vais accepter de combiner les deux : les affaires et le salariat. Pour moi l'entrepreneuriat ne garantit pas la vie au Congo à cause des multiples risques, il faut être sage. »* (LKA, 36 ans, diplômée en Communication, entrepreneur de survie).

### **Entrepreneuriat comme mode d'expression de la liberté et d'indépendance**

L'entrepreneuriat est un « véhicule » permettant de vivre sa vie telle que souhaité (Bornard, 2012), un moyen « de professionnaliser une passion » (Lemoigne et Danvers, 2010) et de fuir la hiérarchie (Bourion, 2008). Cinq représentations catégorielles (n° 3 ; 4 ; 16 ; 17 et 18) définissent l'entrepreneuriat comme expression de la liberté, d'indépendance et moyen de résoudre les problèmes de la communauté tout en gagnant de l'argent.

« J'ai pris conscience de mettre en œuvre mes projets personnels quand les imperfections du travail m'ont révolté et j'ai fini de décider de me libérer du travail pour aller vers mon rêve. J'ai opté pour le modèle d'entrepreneuriat comme modèle de liberté, de faire ce qu'on aime. » (DMA, 28 ans, diplômé en philosophie, entrepreneur d'opportunité).

« Pour moi la vraie réussite d'un entrepreneur ce n'est pas l'argent mais de voir sa vision se matérialiser en apportant des solutions aux problèmes de sa communauté » (ERW, 34 ans, diplômé en informatique, entrepreneur d'opportunité).

## **Succès entrepreneurial, source probable de stigmatisation**

Levy-Tadjine et Paturel (2012) évoquent la représentation négative qui constitue un handicap apparent quand on ne maîtrise pas les contours d'une situation. La représentation catégorielle n° 14 paraît négative et bloque l'estime que certains jeunes ont d'eux-mêmes. Suite aux mauvaises expériences vécues, ils préfèrent ne pas croître leurs affaires par crainte de stigmatisation. En Afrique, un jeune peut dissimuler ses revenus pour éviter les effets maléfiques de la stigmatisation. La réussite devient ainsi un succès et un risque social.

« La réussite de quelqu'un est toujours mal interprétée au Congo et ça fait parfois peur de progresser encore au risque d'être victime de ce succès jusqu'au sacrifice suprême (escroquerie, sorcellerie, stigmatisation). D'où la prudence dans les affaires. » (LKA, 36 ans, diplômée en Communication, entrepreneur de survie).

« Réussir dans les affaires n'est pas de la magie, malheureusement, au Congo, les gens veulent toujours critiquer le succès des autres en les traitant de féticheurs, ou francs-maçons, etc. Dans notre environnement social, il y a plus de personnes jalouses de votre succès que celles qui vous encouragent » (ITS, 24 ans, diplômé en communication, étudiant).

« Dans notre contexte, la réussite entrepreneuriale est parfois accompagnée de l'hypocrisie humaine où certaines personnes proches de son entourage ne veulent pas qu'on les dépasse et du coup ils ne peuvent pas vous aider ni vous appuyer. Il faut parfois un effort personnel pour s'en sortir et surtout face à 97 découragements, il faut s'accrocher aux trois encouragements. » (ERW, 34 ans, diplômé en informatique, entrepreneur d'opportunité).

## **Confusion entre être « entreprenant » et être « entrepreneur »**

Comme évoqué précédemment, dans le secteur informel, on est entreprenant sans être entrepreneur (Latouche, 1996). À cet effet, la recherche identifie cinq représentations catégorielles (n° 1 ; 5 ; 6 ; 7 et 13) qui s'apparentent

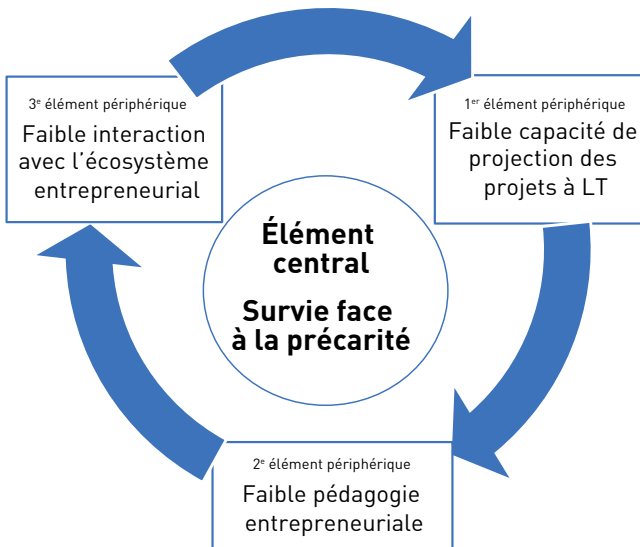
à une représentation collective qui découle d'une confusion entre le fait d'être entreprenant et le fait d'être entrepreneur. Certains jeunes vont jusqu'à croire que créer une petite affaire pour survivre c'est créer une entreprise stricto sensu. Même avec 100 € ils se disent entrepreneur. En réalité, au regard de leurs niveaux d'affaires et objectifs de création, ils sont plutôt entreprenants.

*« Au début des études je n'avais aucune idée de l'entrepreneuriat et j'étais nourrie par l'idée que les parents feront tout pour moi, mais, après s'être confrontée à diverses difficultés surtout financières, cette perception de l'entrepreneuriat a commencé à changer. En plus j'ai vu les amis se lancer dans les affaires et je me suis dit que je peux aussi faire quelque chose... Voyant déjà les responsabilités d'ainée de famille s'approcher et surtout l'approche de la fin des parents providence, la vision entrepreneuriale était devenue incontournable. »* (FUJ, 23 ans, étudiante finaliste en gestion).

### 4.3. Éléments qui justifient ces représentations entrepreneuriales des jeunes

L'analyse lexicale et sémantique des verbatims, fait émerger, des différentes représentations entrepreneuriales, un élément central et trois éléments périphériques qui expliquent les représentations entrepreneuriales des jeunes. Ces éléments sont schématisés à la figure n° 2.

*Figure 2. Structuration les représentations entrepreneuriales des jeunes diplômés congolais*



## ***Élément central : survie face au chômage et à la précarité de la vie***

Les nuages des mots produits par le logiciel Sphinx font ressortir des thématiques récurrentes liées à la survie et à la précarité (difficultés, finances, social, survie, etc.) qui dénotent de la place que ce concept occupe dans les représentations entrepreneuriales des jeunes qui étudient sans bourse d'études, ni sécurité sociale, ni restauration, ni logement. La survie face à la précarité devient une préoccupation en 1<sup>re</sup> ligne de toute leur stratégie sociale.

« Pour subvenir à mes besoins d'études, je me suis investie dans la vente des produits de beauté et des sacs pour dames aux collègues étudiantes. Mais ça n'a pas été facile. Cette décision de me débrouiller m'a rendu forte, responsable et autonome » (MNS, 23 ans, étudiante finaliste en Droit).

« Grâce à ce petit business, je peux payer mes études et subvenir à mes besoins essentiels : transport, habillement, supports des cours, frais scolaires, loyers, factures d'eau et d'électricité et aider mes frères et sœurs. » (ITS, 23 ans, étudiant finaliste en Communication).

### ***1<sup>er</sup> élément périphérique : Faible pédagogie entrepreneuriale dans les universités***

L'impact du cours d'entrepreneuriat sur les représentations des jeunes fait émerger une influence mitigée du fait de l'absence de ce cours dans certaines filières techniques, son caractère trop théorique et l'absence d'une pédagogie entrepreneuriale organisée.

« Oui, j'ai suivi à trois reprises le cours d'entrepreneuriat à l'université mais ils ne m'ont pas apporté vraiment quelque chose de pratique car les cours étaient trop théoriques » (KAB, 25 ans, diplômé en gestion financière, entrepreneur de nécessité).

« Je n'ai pas suivi le cours d'entrepreneuriat à l'université. Ce cours devait être programmé dans toutes les Facultés à l'université car je n'ai pas été préparé à la création d'entreprise » (JEB, 26 ans, diplômé en politique internationale, sans emploi).

### ***2<sup>e</sup> élément périphérique : Faible projection dans les projets à long terme***

La recherche observe une tendance vers le montage des projets à court terme bien que certaines alternatives plus organisées et formalisées soient signalées. Certains jeunes ont une vision des affaires limitée à des projets de création non formalisés et non structurés avec comme conséquence, l'impossibilité d'obtenir le financement, même le plus simple. Cette situation rappelle l'état gazeux de l'entrepreneuriat de Schmitt (2015) qui propose un accompagnement à cette étape où les idées sur le projet restent encore floues.

« Le fait d'entreprendre me permet d'être indépendant, patron de moi-même. Grâce à cette petite affaire, je peux prendre en charge ma petite famille et subvenir aux besoins de loyer, de scolariser mes enfants, m'occuper de ma fiancée et autres. » (JOK, 32 ans, diplômé en communication, entrepreneur de survie).

« Au début des études je n'avais aucune idée de l'entrepreneuriat et j'étais nourrie par l'idée que les parents feront tout pour moi, mais, après s'être confronté à diverses difficultés surtout financières, cette perception de l'entrepreneuriat a commencé à changer. En plus j'ai vu les amis se lancer dans les affaires et je me suis dit que je peux aussi faire quelque chose... Voyant déjà les responsabilités d'ainée de famille s'approcher et surtout l'approche de la fin des parents providence, la vision était devenue incontournable. » (FUJ, 23 ans, étudiante finaliste en gestion).

### ***3<sup>e</sup> élément périphérique : Faible interaction entre les jeunes et leur écosystème***

Les jeunes entrepreneurs congolais (de nécessité comme d'opportunité) évoluent quasi seuls sans appui financier ni accompagnement institutionnel adéquat. La recherche observe une implication de plus en plus prononcée des membres de la famille et des amis proches que celle des structures appropriées ou de l'ensemble des parties prenantes sans lesquelles, il est difficile que le projet réussisse. (Schmitt, 2017 ; Filion et Akizawa, 2012).

« Je ne suis pas coachée dans les affaires et personne ne m'a proposé un accompagnement et pourtant j'en serai ravie. » (LKA, 36 ans, diplômée en communication, entrepreneure de nécessité).

« Après les études j'ai connu deux ans de chômage avant de trouver de l'emploi et ça n'a pas été facile et si j'avais eu un conseiller pour m'aider à développer le créatif en moi, je serai déjà indépendante. » (NUM, 27 ans, diplômée en gestion, salariée)

« Ma famille soutien beaucoup mon entreprise, un soutien moral et les amis m'aident aussi à poster mes produits dans leurs réseaux sociaux. » (BKA, 25 ans, diplômé en gestion, entrepreneur de nécessité)

## **4.4. Profils de représentations entrepreneuriales des jeunes en contexte de précarité**

Eu égard à tous les résultats de cette recherche, il est évident qu'à partir des représentations catégorielles et collectives, il est possible d'identifier les profils de représentations entrepreneuriales des jeunes qui résultent d'une combinaison des représentations en liens avec l'entrepreneuriat et celles en liens avec le salariat. D'où le croisement des représentations de ce qu'il convient d'appeler, la zone entrepreneuriale (point d'intersection des différents verbatim en lien avec l'entrepreneuriat) et la zone salariale (celle qui

regroupe les verbatim rattachés au salariat), permet d'identifier **cinq profils de représentations entrepreneuriales** des jeunes repris et commentés au tableau n°3.

**Tableau 3. Profils de représentations entrepreneuriales des jeunes diplômés**

N°	Types de profils	Caractéristiques principales
1	Les entrepreneurs de survie ignorants	<b>Ils sont entreprenants mais se croient entrepreneurs.</b> Ces représentations dégagent le profil d'un entrepreneur contraint à créer une entreprise suite à la précarité de la vie mais sans ambition d'être un véritable entrepreneur car il se croit déjà entrepreneur.
2	Les entrepreneurs potentiels réticents	<b>Ils ont des capacités entrepreneuriales mais ne croient pas en l'entrepreneuriat.</b> Ces représentations dégagent le profil des personnes qui peuvent avoir des capacités entrepreneuriales, mais qui hésitent de se lancer ou d'affronter les difficultés y relatives.
3	Les non-entrepreneurs salariés confiants	<b>Ils croient au salariat et rejettent toute idée d'entreprendre.</b> Ces représentations dégagent le profil de certains jeunes (employés ou sans-emploi) qui croient au salariat et, quel que soit le contexte, n'envisagent pas du tout de créer une entreprise. Ils préfèrent faire face à la vulnérabilité du salariat qu'à celle de l'entrepreneuriat.
4	Les entrepreneurs d'opportunité endurants	<b>Ils croient en l'entrepreneuriat et rejettent toute idée du salariat.</b> Ce profil comprend certains jeunes accros à l'entrepreneuriat et, malgré les risques et difficultés qui pourraient subvenir, ils y restent attachés et ne pensent pas du tout au salariat.
5	Les entrepreneurs-salariés ambivalents	<b>Ils croient à l'équilibre salariat-entrepreneuriat.</b> Ce profil comprend certains jeunes diplômés qui se représentent à la fois l'entrepreneuriat et le salariat. Ils souhaitent tenter les deux expériences à la fois.

## 5. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

C'est en conformité avec le fait que la pensée précède l'action (Filion, 2008a), que la présente recherche a voulu comprendre pour faire évoluer les représentations entrepreneuriales des jeunes diplômés formés dans un contexte de précarité qu'est celui de la RDC, pays où la pauvreté contraste avec d'énormes richesses potentielles en sol et sous-sol et doté, en majorité, d'une jeunesse entreprenante, plein d'ardeur et des potentialités. Pour y parvenir, la recherche fait une démarche qualitative de collecte des données par les récits de vie auprès de 40 jeunes formés dans les universités congolaises. Elle parvient à identifier tant des représentations entrepreneuriales catégorielles que collectives, les éléments central et périphériques qui expliquent ces représentations ainsi que les différents profils de représentations entrepreneuriales de ces jeunes formés dans les universités congolaises.

Il ressort du constat général de cette recherche que, la perception de l'entrepreneuriat, par les jeunes diplômés formés en contexte de précarité, n'est pas de nature à favoriser l'éclosion d'un entrepreneuriat d'opportunité. Ces jeunes diplômés, entant qu'élites aux compétences scientifiques et voire techniques, sont censés avoir été préparés à une culture entrepreneuriale créatrice de la vraie valeur ajoutée dans l'économie. Pour ce faire, ils ne doivent pas se limiter à une vision de succès entrepreneurial basé sur la satisfaction de leurs besoins primaires et ceux de leurs proches. Si, dans le même contexte, certains jeunes se lancent, avec courage et détermination, vers un entrepreneuriat d'opportunité, il est donc possible de mettre en place les pistes d'action pour faire évoluer les représentations de ceux qui jusque-là sont entreprenants mais se croient entrepreneurs.

Aussi, pour faire évoluer leurs représentations, la recherche suggère, dans le tableau n° 4, les objectifs d'un accompagnement, au regard de chaque profil.

Il est évident qu'au-delà du cours d'entrepreneuriat, il faut un véritable dispositif d'accompagnement qui implique l'ensemble des parties prenantes. En s'inspirant du paradigme des 3M (Moi-Mon projet-Mon écosystème) de Schmitt (2015) pour un succès de création, la recherche recommande d'explorer quatre pistes d'intervention, à savoir : (1) Prioriser et renforcer l'accompagnement des jeunes en amont de la création d'entreprise (représentations qu'il a de son projet) ; (2) Mettre en œuvre une méthode d'accompagnement adaptée à chaque profil de représentations entrepreneuriales ; (3) Adapter la pédagogie entrepreneuriale à l'université au contexte du pays et ; (4) Renforcer l'appui et l'interaction entre l'écosystème l'entrepreneuriat et les jeunes. En résumé, la présente recherche contribue, certes, à la compréhension des représentations entrepreneuriales des jeunes formés en contexte de précarité, mais elle présente la limite de n'avoir pas abordé aussi les représentations entrepreneuriales des acteurs de l'écosystème entrepreneurial de ces jeunes.

**Tableau 4. Objectifs d'accompagnement en fonction de chaque profil de représentation**

N°	Types de profils	Caractéristiques principales	Objectif d'accompagnement
1	L'entrepreneur de survie ignorant	Il est entreprenant mais se croit entrepreneur.	Faire évoluer ses représentations en améliorant son attitude et ses objectifs de création.
2	L'entrepreneur potentiel réticent	Il a des capacités entrepreneuriales mais ne croît pas en l'entrepreneuriat.	Faire évoluer ses représentations en travaillant sur sa motivation et ses objectifs de création.
3	Le non-entrepreneur salarié confiant	Il croît au salariat et rejette toute idée d'entreprendre.	Ne pas forcer son choix mais l'encourager dans sa démarche en le dotant des techniques appropriées pour un entrepreneuriat administratif.
4	L'entrepreneur d'opportunité endurant	Il croît en l'entrepreneuriat et rejette toute idée du salariat	Consolider le sens qu'il donne à son projet et ses objectifs d'action. L'amener à développer ses capacités de résilience en cas d'échec.
5	L'entrepreneur-salarié ambivalent	Il croit à l'équilibre salariat-entrepreneuriat.	Aider à consolider un de ses choix et ses objectifs.

De Boeck Supérieur | Téléchargé le 01/06/2026 sur <https://shs.cairn.info> (IP: 216.73.216.114)

## RÉFÉRENCES

- Abric, J.-C. (1994). *Pratiques sociales et représentations*, PUF.
- Banque Mondiale, B. (2019). *Rapport annuel*.
- Bertaux, D. (2021). *L'approche biographique : sa validité méthodologique, ses potentialités*, *Cahiers Internationaux de Sociologie*, Juillet-Décembre 1980, nouvelles séries, Vol. 69, 197-225.
- Boisin, J.-P., Favre-bonté, V., & Fine-Falcy, S. (2017). Mieux comprendre les représentations des étudiants dans le domaine de l'entrepreneuriat pour mieux adapter les programmes d'éducation. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 56, 177-197.
- Bornard, F. (2012). Les liens entre représentation mentale et processus de création d'entreprise : Exemple d'un dispositif méthodologique. *Revue Internationale de Psychosociologie*, 44, 179-198.
- Bourion, C. (2008). Les représentations entrepreneuriales. *Revue Internationale de Psychosociologie*, 13-43.
- Durkheim, E. (1898). *Représentations individuelles et représentations collectives*, La bibliothèque digitale.
- Fayolle, A. (2017). *Théories et pratiques. Applications pour apprendre à entreprendre*, Dunod.

- Filion, L. J. (2008a). *Les représentations entrepreneuriales*, Eska.
- Filion, L. J. (2008b). Les représentations entrepreneuriales. Un champ d'étude en émergence. *Revue Internationale de Psychosociologie*, 14(32), 13-43.
- Filion, L. J., & Akizawa, H. (2012). La méthode biographique. Approche structurante pour l'étude des représentations entrepreneuriales. *Revue Internationale de Psychosociologie*, 44, 117-146.
- Kabuika Mukole, D. (2013). *Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des congolais. Approche empirique*, Mémoire de DEA. Université de Kinshasa, Faculté des Sciences Économiques.
- Latouche, S. (1996). *Entrepreneuriat informel ou stratégie collective de survie conviviale*. Organisations économiques et culturelles africaines, coll. Réseaux Sud-Nord.
- Lemoine, C., & Danvers, F. (2010). Représentations, valeurs et compétences préparant à la création d'entreprise. *TransFormations*, 3, 201-2014.
- Levy-Tadjine, T., & Paturel, R. (2012). Représentations et questions de méthodes dans une perspective intersubjective. L'exemple de l'Entrepreneuriat et du Management. *Revue Internationale de Psychosociologie*, 44, 343-366.
- Loué, C., & Sarrouy-Watkins, N. (2020). L'impact des représentations sociales d'un secteur d'activité sur le comportement entrepreneurial. Le cas d'étudiants d'une école spécialisée en hôtellerie restauration. *Projectique*, 25, 67-89.
- Moscovici, S. (1997). *Des représentations collectives aux représentations sociales. Éléments pour une histoire*, PUF.
- Radjou, N., & Prabhu, J. (2013). *Frugal Innovation: How to do More With Less*, Eyrolles-Diateino.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26, 423-263.
- Schmitt, C. (2017). *La fabrique de l'Entrepreneuriat*, Dunod/De Boeck Supérieur.
- Schmitt, C. (2015). *Pour une lecture des problèmes complexes des PME : approche conceptuelle et expérimentation*, Presses Universitaires de Québec.
- Schmitt, C., & Bayad, M. (2008). L'entrepreneuriat comme une activité à projet : Intérêts, apports et pratiques. *Revue Internationale de Psychosociologie*, 32, 141-159.
- Schmitt, C., Julien, P.-A., & Lachance, R. (2002). Pour une lecture des problèmes complexes des PME : approche conceptuelle et expérimentation. *Revue Internationale P.M.E.*, 15(2), 35-62.

**Paul Omandji Lokonde** est docteur en Sciences de Gestion d'HESAM Université à Paris et dispose d'un DBA de Business Science Institute en cotutelle avec l'IAE Jean-Moulin Lyon 3. Ses recherches portent sur l'entrepreneuriat des jeunes en contexte de précarité et les Business Model des PME en environnement hostile. Auteur de quelques articles et ouvrages, sa dernière publication porte sur « la motivation clé de la résilience entrepreneuriale » dans un ouvrage collectif intitulé « Résilience entrepreneuriale en situation de risques et de crise » sous la coordination de M.-C. Chalus-Sauvannet publié aux éditions EMS en 2022. Il est Professeur à l'Université de Kinshasa. Il a créé et dirige l'Institut Congolais d'Expertise en Entrepreneuriat et PME (ICE-PME).