Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Soziologie = Revue suisse de sociologie = Swiss journal of sociology

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Soziologie

Band: 41 (2015)

Heft: 2

Artikel: Sociologie empirique de la socialisation entrepreneuriale du jeune Bamiléké au Cameroun

Autor: Morell Meliki, Hugues

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-814143

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Sociologie empirique de la socialisation entrepreneuriale du jeune Bamiléké au Cameroun[1]

Hugues Morell Meliki*

1 Introduction

L'esprit d'entreprise et la sur-représentativité des Bamiléké dans les affaires sont généralement expliqués par un double analyseur central. D'abord, par les puissantes tontines qui structureraient le milieu social des *grassfield*, en tant qu'elles pourvoient en capitaux la création et l'extension des affaires chez les membres de la communauté. Ensuite, par le recours aux pratiques mystiques, notamment le *famlah* et les totems voleurs[2] entre autres (Geschiere et Konings 1993; Nzemen 1993; Warnier 1993; Hugon 1990; Lelart 1990) qui favoriseraient les Bamiléké dans la création de valeur économique. La réussite économique est dès lors présentée comme un allant de soi une fois que l'individu accède à l'une de ces réalités. De ce fait, ces explications n'abordent que très peu la question du processus d'acquisition des aptitudes nécessaires à la réussite dans les affaires chez ce groupe tribal. C'est cette lacune que ce travail cherche à combler. Il questionne les activités commerciales des enfants et des jeunes Bamiléké afin de comprendre le processus de formation de leur ethos entrepreneurial.

Certes, l'analyse économique s'est intéressée aux activités des jeunes et des enfants. Cependant, les facteurs privilégiés pour expliquer l'importance de ces activités restent celles d'une emprise croissante de l'économie informelle et des stratégies palliatives d'une jeunesse désillusionnée face à un marché du travail offrant peu de débouchés (Lachaud 1994; Kobou 1999). Avec un taux de sous-emploi de 76 %, un indicateur de chômage de 29 % et 36.8 %, respectivement chez les hommes et les femmes, les jeunes font figure de principaux chômeurs (Njike Njikam et al. 2005). C'est pourquoi, leurs activités sont présentées comme une négociation des conditions de survie par la théorie sociale (Pidika Mukawa et Tchouassi 2005; Manga 2012; Naisiko 2012; Sangaré 2012). De même, le travail des enfants, hors processus à visée éducative domestique et scolaire, tombe dans la critique éthique. Celle-ci l'envisage comme une exploitation dommageable pour leur sécurité, leur santé physique et leur intégrité morale (Schlemmer 2000; Verlet 2000; Whyness 2006; Agbu 2009).

* Département de sociologie, Université de Yaoundé I, Cameroun, morellm2003@yahoo.fr.

1 Ce texte a bénéficié d'une lecture critique d'Armand Leka Essomba; qu'il en soit remercié.

2 Le *famlah* consiste en la vente d'êtres humains et les totems voleurs dérobent mystiquement les revenus d'un tiers au profit du seul maître.

Toutefois, il faut rappeler un fait trivial. Le jeune ou l'enfant qui entre dans les affaires à travers une petite activité et se retrouve, plus tard, à la tête d'une unité de production/distribution plus viable, y aura appris des codes, des pratiques et des savoirs qui justifient qu'il n'ait pas reproduit un modèle d'investissement destructif ou de simple reproduction, à l'identique, du capital initialement investi pour le lancement de son commerce. C'est la réalité du *learning, while doing*[3] des activités de débrouille. Il existe donc dans ces activités un aspect pédagogique pratique ignoré par la littérature. Cette pédagogie consiste en un modèle d'auto-apprentissage à travers la confrontation quotidienne aux exigences et difficultés du *business*. Aussi, nous formulons l'hypothèse selon laquelle les activités commerciales des enfants et des jeunes Bamiléké sont constitutives d'une école de formation pratique où des notions et qualités nécessaires au futur entrepreneur sont apprises et acquises. Ce travail appréhende les activités commerciales menées par les enfants et les jeunes en termes de dispositifs dispensateurs d'expériences, de compétences, de connaissances et de pratiques entrepreneuriales. Il cherche à saisir le processus d'apprentissage par lequel les notions de comptabilité, de rigueur dans la gestion et du sens de réinvestissement opportuniste des bénéfices engrangés dans les affaires, sont acquis par les jeunes acteurs.

1.1 Méthodologie de l'étude

Nous avons repéré trois catégories graduelles d'activités qui correspondent théoriquement à trois étapes de la socialisation entrepreneuriale. Il s'agit du petit commerce sur plateaux pratiqué par des enfants le long des artères centrales de circulation à Yaoundé ; des porte-charges transformés en mini quincailleries ambulantes dans les sous-quartiers et les carrefours des quartiers populaires et, enfin, des box et conteneurs métalliques[4] faisant office de mini-commerces d'alimentation installés dans les grands marchés de Yaoundé par les jeunes. Cependant, d'autres types d'activités, parfois hors de Yaoundé, sont de temps à autre considérés a titre de comparaison dans l'analyse.

Les données utilisées viennent d'une enquête qualitative menée à Yaoundé. La densité démographique, la mosaïque ethnique et la concentration des commerces, en font un site privilégié. L'approche biographique, avec 4 acteurs, nous a permis de reconstituer des trajectoires d'accomplissement entrepreneurial. Nous avons ainsi pu saisir les motivations d'entrée en affaires, les bifurcations professionnelles, les apports de la communauté d'origine et les expériences accumulées comme part de capital essentiel pour la réussite. Outre la fonction analytique et illustrative de ces données biographiques (Bertaux 1980), certaines catégories langagières récurrentes des acteurs ont été analysées. Cinq entretiens semi-directifs multiples, consistant à interroger les jeunes à plusieurs reprises, ont été réalisés ; des interviews informelles

3 Apprendre, tout en en travaillant.

4 Cf. section 3 sur les activités des jeunes en question pour la nature des marchandises liées à chaque catégorie.

avec 7 jeunes, accostés dans les marchés (3), les rues de Yaoundé (2) et les gargotes de la cité universitaire de Yaoundé I (2) ont également été utilisées pour l'analyse. Là aussi, le questionnement visait les motifs d'entrée, de transition d'un stade à l'autre dans les affaires et la saisie des pratiques et connaissances acquises à chaque étape des affaires. L'observation directe quant à elle a permis de repérer le type de marchandise/service proposé selon l'âge à chaque stade d'investissement, les modes de gestion et les lieux où se déroulaient les activités.

L'acteur individuel est considéré ici comme l'unité d'analyse centrale, du fait de la dissemblance des trajectoires suivies et des logiques mobilisées. Toutefois, du point de vue analytique, nous nous sommes intéressés aux régularités, au-delà des faits individuels, et aux aptitudes entrepreneuriales communes (Grossetti et al. 2006). La sociologie des logiques d'action a constitué notre matrice théorique. Elle se propose d'accéder aux motivations et rationalités protéiformes qui poussent un acteur à agir dans un sens ou dans l'autre en le mettant en situation de s'exprimer sur ses propres pratiques et expériences (Lallement 2000).

Apres avoir présenté, dans la première section, les caractéristiques des espaces sociaux par lesquels passent les jeunes, notre article décrit leurs pratiques économiques. La seconde section s'intéresse à la complexification des activités au fur à mesure de l'avancée des jeunes en âge. La troisième, quant à elle, abordera l'apprentissage des raisonnements économiques.

2 L'entrée aux affaires : des motivations initiales plurielles

Issus de la province Ouest du Cameroun, caractérisée par une surpopulation eu égard à l'exiguïté du terroir, les Bamiléké sont contraints à l'émigration pour trouver des milieux plus propices à leur épanouissement économique (Dong Mougnol 2010, 40 ; Dongmo 1981 ; Marguerat 1983). Cet élan migratoire aboutit à leur dispersion géographique, générant ainsi un ensemble de stéréotypes à leur égard comme ceux d'« envahisseurs, (…) dominateurs [caractérisés par] une tentation hégémonique » (Sindjoun 1996, 63) de la part des autres tribus. Toutefois, les raisons qui amènent les jeunes Bamiléké à se lancer dans les affaires en zone urbaine fluctuent au fil du temps.

2.1 Structure sociale hiérarchique et émulation des jeunes

La tribu Bamiléké a une structure sociale particulière. Elle consacre les individus sur la base de leur *cursus honorum*. Hors affiliation royale, les positions de pouvoir et la notabilité sociale sont acquises par une réussite économique (De Latour Dejean 1976, 97). La pratique de conversion des réalisations professionnelles en titres nobiliaires au sein de la chefferie a pour résultat d'ériger une logique compétitive entre natifs. Dans cette société, on risque de replonger dans l'anonymat si les efforts fournis ne permettent pas de garder le premier rang (Marguerat 1983 ; Kamdem Kamgno 2005).

Cette compétition entre individus qui s'exprime par des investissements continuels importants dans leurs entreprises et une logique de concurrence pour le contrôle de leur sphère d'activité, est particulièrement visible à l'occasion des versements de cotisations et de dons dédiés à la réalisation des travaux communautaires. Durant de tels évènements, les acteurs rivalisent de fortunes et de réussites économiques dans une sorte de compétition des dons. Cette mise en scène des avoirs s'achève par l'obtention d'un titre nobiliaire additionnel ou d'un acte de reconnaissance de la part de la communauté vis-à-vis du meilleur. Cette logique compétitive structure aussi les positions des individus au sein des familles Bamiléké. Outre cette structure sociale, les raisons de l'entrée et du maintien dans les affaires de nos enquêtés fluctuent selon l'individu et le niveau de la trajectoire entrepreneuriale atteint. Les motivations qui meuvent les jeunes sont alors changeantes (Sillamy 1980, 773).

2.2 Les héritiers du business

Certains jeunes doivent leurs unités commerciales initiales à la famille. Ils ont reçu en legs de leurs ainés un fonds de commerce ou un capital initial avec l'exigence explicite de lancer une activité commerciale. Dans le premier cas, le jeune fait son entrée comme coursier auprès de l'ainé qui, sans le lui déclarer, le prépare à la gestion future de l'affaire. Le quotidien du jeune est alors ponctué de simples tâches ou de commissions pour le ravitaillement.

Telle est la trajectoire de Simplice, 27 ans, tenancier d'une gargote à la cité universitaire de Yaoundé I. Après sa désertion scolaire, il révèle que :

> *C'est ma cousine qui m'a tiré*[5]*. A mon arrivée, je gère les œufs et les boulettes de viande hors du restaurant. Après, elle me ramène dans le restaurant. Dès ce moment, je pars à la boulangerie Acropole chaque matin pour le pain. La plonge était aussi désormais dans mes tâches comme la fille recrutée. Après quelques temps, elle m'a ajouté la responsabilité des brasseries [achat de boissons gazeuses : bières et jus] et du marché. C'est comme cela que petit à petit je me retrouve avec toutes les responsabilités. Un jour elle m'annonce qu'elle va retrouver son fiancé à l'étranger et que le restaurant m'appartient.* (Simplice, propriétaire d'une gargote, Yaoundé, 9 juillet 2014)

Le second cas, lors de l'octroi d'un capital initial par un membre de la famille, exige plus d'efforts personnels chez le jeune. Docta[6] précise que :

> *Les études ne collaient plus avec moi. J'ai arrêté en classe de 3ème. Mon frère m'a demandé de réfléchir sur ce que je pouvais faire avec 50 000 francs CFA*

5 Camerounisme langagier signifiant avoir été placé par quelqu'un à une certaine position ou à un concours.

6 Au Cameroun, on appelle familièrement le médecin Docta ; le doctorant dans une discipline est plutôt nommé Doc, même si parfois, certains peuvent aussi être appelés Docta.

> *[76.22 euros]. J'ai décidé de vendre les médicaments.* (Docta, ancien vendeur de médicaments de la rue, Mbalmayo, 12 juillet 2014)

Le parcours de Docta est atypique. Il fait son entrée dans les affaires par la vente itinérante de médicaments sous l'impulsion du « grand-frère qui ne pouvait supporter qu'[il] reste là toute la journée et se mette à jouer au djambo[7] » (Docta, ancien vendeur de médicaments de la rue, Mbalmayo, 12 juillet 2014). A 17 ans, il parcourt les quartiers de la ville de Mbalmayo avec, dans son carton, des médicaments d'une valeur de 45 000 francs CFA (68.60 euros).

Il ressort de ces récits que certains jeunes entrent dans les affaires grâce aux ainés. Puisqu'ils bénéficient de l'unité commerciale de leurs ainés, ou d'un capital pour leurs débuts, ils sont des héritiers du business. Toutefois, certains jeunes doivent bâtir *ex nihilo* leurs affaires à cause d'une conjoncture familiale peu favorable.

2.3 Jeux de rivalité ou prouver à l'autre ses capacités

Chez certains jeunes, la motivation initiale ne repose pas sur un projet clair visant à se frayer un chemin dans les affaires et moins encore sur celui de devenir un entrepreneur. Si une telle idée émerge après coup, les raisons initiales de l'entrée en affaires sont liées à un contexte familial de rejet et de concurrence où prévalent des logiques de distinction (Bourdieu 1979).

L'origine familiale de ces enquêtés se caractérise, entre autres, par une structure polygamique et/ou une famille désorganisée. Cette dernière correspondant à une famille dont le père est décédé ou à un manque d'autorité sur les enfants ainsi que de moyens pour leur encadrement. Cette situation mène à la dispersion de la progéniture qui se fait prendre en charge par des aînés ou des connaissances proches de la famille.

La difficile cohabitation et les relations teintées d'inimitié entre les membres d'une famille polygamique ont également une influence sur le devenir des acteurs. Les jeunes de souche polygamique soulignent leur ressentiment contre une situation marquée par des intrigues et des médisances. Celle-ci est entretenue par les enfants dits « actifs » de la coépouse de leur maman, car ils pourvoient aux besoins de l'unité domestique grâce à leurs activités. Les jeunes dénoncent le lot de persiflages dont ils sont l'objet et qui devient le schème communicationnel dominant lorsqu'on s'adresse à eux comme des « vauriens et paresseux de l'autre femme qui croisent les bras et attendent tout sur place des hommes qui vont se battre » (Raoul, jeune quincailler ; Yaoundé, 14 décembre 2013). Dans cette atmosphère d'intrigues et de rivalité, la *réussite* des enfants d'une épouse conduit à un rite d'institution, au sens bourdieusien (Bourdieu 1982), consacrant la *supériorité du sang* qu'elle porte en elle. L'« utilité » de ses enfants, et donc de son sang, lui donne un ascendant sur ses

7 Jeu de poker illicite et réprimé par les forces de l'ordre à cause de la violence permanente qui s'ensuit souvent en cas de mésentente entre adversaires.

coépouses et donc une place de choix auprès du mari, ce dernier étant redevable de l'aide apportée par ses enfants.

Achille témoigne ainsi :

> *Je voulais me débrouiller de moi-même. Je ne pouvais plus de supporter rester là pour qu'on me traite n'importe comment à la maison. Je ne pouvais rien dire parce que je n'avais rien. Pourtant les autres imposaient parfois des choses.* (Achille, propriétaire d'un « conteneur-supérette » ; Yaoundé, 9 janvier 2014)

Il en découle que, dans un contexte de crise où le chef de famille n'est pas toujours apte à subvenir aux besoins de la maisonnée, il ne peut qu'exprimer sa gratitude pour toute aide. Dès lors, l'aide apportée par les enfants actifs les auréole de considération. La progéniture active est ainsi arrachée de la mêlée indistincte, propulsée au premier plan de la scène familiale, tandis que les enfants « inactifs » des coépouses sombrent dans l'insignifiance (Zambo Belinga 2003, 578).

Aussi, l'un des motifs d'entrée en affaire est le besoin de rivaliser de capacité avec les fils de l'« épouse-vedette » afin de gagner en considération. A 17 ans, Achille sortira donc dans la rue dans le but de s'auto-employer dans la journée, muni d'un capital de 5 000 francs CFA (7.62 euros) acquis par un travail de tâcheron. Dans le contexte de la polygamie, l'activité lucrative enclenche un processus de reclassement des membres de la famille en conférant une importance nouvelle à ceux qui apportent des rentrées financières. Cela explique aussi qu'Achille ou Raoul, dans ce contexte de rivalité, n'aient pas eu recours à leurs grand-frères pour se constituer un *capital de départ*. Se transformer en débiteurs vis-à-vis des coépouses de leurs mères respectives, supposerait en effet leur donner un rôle dans la genèse de leurs affaires (Marie 2002, 310). On comprend alors que la logique de hiérarchisation des enfants est perpétuelle. Ne pourra être au sommet que celui qui produira toujours davantage. Obtenir la considération et acquérir une suprématie dans la famille génère un jeu tacite de surpassement de soi et des autres. C'est à partir de ce moment que les motivations de l'individu changent. Loin de se limiter désormais à prouver à soi-même ses capacités, l'acteur doit être parmi les meilleurs pour garder le primat au sein de l'unité domestique. Si la famille polygame fournit des conditions au dynamisme de ses jeunes, elle est également source de maltraitance.

2.4 Poids de la maltraitance familiale et désir d'autonomie

La structure familiale désorganisée, cadre de vie de l'autre partie des enquêtés, se caractérise par la précarité financière du père ou par son absence (décès). Cette situation génère la dispersion des enfants dans d'autres habitats. Dans ce contexte, les enfants recueillis, *rescued children*, deviennent des charges supplémentaires pour la famille d'accueil, quelle qu'elle soit.

Du fait de la rareté des ressources nécessaires à la survie dans une société en crise permanente depuis 1990 (Courade 1994 ; Courade 2000), il devient difficile, même sous le cliché de la solidarité africaine sacrée, de considérer comme bienvenue des personnes créant des charges additionnelles si elles ne sont pas capables, en retour, de fournir leur quote-part au fonctionnement du foyer. En contexte de crise, la solidarité est en effet soumise à une révision qui la rend désormais conditionnelle, limitée et sélective (Marie 2002, 217). La dépendance totale du jeune vis-à-vis de la famille d'accueil entraîne très tôt un changement de comportement de celle-ci. On lui signifie son statut de consommateur improductif au travers de pratiques et d'attitudes parfois explicites, le plus souvent tacites, qui donnent lieu à de la maltraitance. La récurrence de ces faits à l'encontre du jeune recueilli l'amène à questionner l'hospitalité de sa nouvelle famille, les chaînes de sa dépendance et les moyens d'en sortir.

Flore, propriétaire de « Floritz Enterprises », une entreprise de prestation de services bureautiques à l'université de Yaoundé I, rend compte de son expérience en ce sens. Orpheline à trois ans, elle sera recueillie successivement par son grand-frère et la femme de son oncle. Elle vivra une situation de privation. Même des « choses essentielles comme des serviettes hygiéniques, des sandalettes, la pâte dentifrice ou le savon de bain, personne ne me les procurait tandis que les enfants de la maison en avaient à en revendre » ; de même, « alors que certains enfants font les meilleurs établissements de la ville, d'autres étant même en régime internat coûteux, moi je devais aller à pied, sans argent de beignet, sans fournitures scolaires complètes à l'école » (Flore, Yaoundé, 19 décembre 2013 et 23 janvier 2014). Cette discrimination, par laquelle les ménages privilégient leurs propres enfants en concentrant leurs apports affectifs et financiers sur les relations de parenté essentielles (Ela 2006, 197), couplée aux maltraitances subies, l'amène à comprendre son statut d'hôte indésirable.

> *Cette mauvaise vie m'a révoltée et j'ai pensé qu'il me fallait chercher les moyens de mon autonomie. J'avais alors décidé qu'il me fallait louer une maison à moi, faire du commerce pour vivre de moi-même.* (Flore, Yaoundé, 19 décembre 2013 et 23 janvier 2014)

Ce récit montre l'importance de cet environnement de rejet, de discrimination et de privation des familles d'accueil dans la décision de sortir dans la rue pour « se battre ».

Cet exemple est confirmé par les entretiens informels réalisés à la Poste Centrale, lieu emblématique de la ville. La majorité des enfants passés par des familles d'accueil dénoncent la discrimination qui y règne. La rue, comme espace d'exercice de leur activité, et le commerce qu'ils y pratiquent apparaissent comme un moyen d'évasion. Cet espace permet de se construire un univers de liberté et les moyens financiers de son autonomie ; autonomie renvoyant ici à la capacité à définir son devenir et à son aptitude à pourvoir à ses propres besoins.

Il faut relever toutefois que ces deux situations de départ (foyers polygames et maltraitance), n'exercent en réalité leur influence sur les jeunes qu'en lien avec la structure hiérarchique de la société Bamiléké et la force des modèles qu'offrent les aînés Bamiléké. Ces aînés – figures de la réussite dans les affaires – qui fournissent la plupart des capitaines d'entreprises et d'industries nationales[8] ont, pour certains, bâti leurs empires à partir d'activités limitées quant au niveau de bénéfice généré. Les figures emblématiques d'entrepreneurs Bamiléké milliardaires, lesquels, comme Fotso Victor, s'appuyèrent initialement sur des activités de revente au détail d'articles peu rémunérateurs, structurent puissamment l'agir, la créativité, la combativité et la réalisation entrepreneuriale des jeunes. C'est cette exceptionnalité des trajectoires d'accomplissement entrepreneurial, bâties sur l'effort personnel et l'accumulation, après coup, des titres de noblesse, qui transforment en modèle, pour les cadets, l'élite commerciale et industrielle Bamiléké. Le dénuement dans lequel les jeunes se trouvent souvent justifie le type de pratiques commerciales adoptées pour l'entrée aux affaires.

3 Les activités des jeunes Bamiléké en question

L'entrée aux affaires des enfants procède, au départ, d'une logique de la débrouillardise visant à sortir de la catégorie d'assisté. C'est pourquoi tous s'appuient sur un capital de départ très faible (Ela 2006, 11). Cette faiblesse des capitaux économiques explique leurs choix en matière d'activités qui s'inscrivent dans l'économie informelle, que ce soit du point de vue des pratiques commerciales ou des endroits investis pour leur réalisation.

3.1 Artères centrales et activités commerciales des enfants Bamiléké

La capitale politique, Yaoundé, a plus de 2 400 000 habitants. Cette démographie importante explique la diversité des besoins des différentes catégories d'acteurs, d'où une pluralité de niches transformées en source d'activités lucratives.

Les premières niches d'activités qui, pour les enfants, constituent la phase de prise de contact avec les affaires, se concentrent sur les grandes artères qui convergent vers la Poste Centrale. Ce point culminant de la ville où se recoupent les avenues qui conduisent aux institutions administrative, politique et économique centrales, est un lieu de passage en permanence congestionné par des bouchons atteignant plus de 2 kilomètres. Le trafic fortement ralenti sur une longue durée constitue une aubaine pour les enfants Bamiléké qui, sans être les seuls à exercer cette activité, en profitent pour proposer leurs marchandises.

La démarche consiste à exhiber des produits dans un plateau ou une petite caisse en bois aux conducteurs et passagers. Il faut ainsi se faufiler d'une file de véhicules à l'autre selon les appels de part et d'autre des rangées de voitures. Ils

8 Quoique datées, voir les statistiques fournies par Marguerat (1983, 502–503).

proposent de petits produits tels que des friandises (bonbons, barres de chocolat, biscuits, chewing gum), des produits du terroir (racines, poudres et fruits à effets tonifiants ou aphrodisiaques) et des cigarettes au détail, du whisky en sachet, des mouchoirs jetables, des baumes contre les douleurs, etc. Globalement, les prix vont de 25 à 100 francs CFA (0.038 à 0.152 euro). Quelques piécettes d'argent dont les automobilistes se séparent sans y prêter attention.

Cette activité constitue l'apanage des 7–14 ans, principalement des garçons. Les filles et les jeunes au-dessus de cet âge, pour des questions de dangerosité, de pénibilité et surtout de niveau de rémunération, ne s'intéressent plus à ces activités. La dangerosité de cet espace est évoquée par Achille :

> *J'ai commencé à la Poste Centrale. Je devais toujours traverser la route; marcher entre les véhicules et parfois je ne me rendais même pas compte que le feu était déjà au vert! Je me suis fait coincer comme ça plusieurs fois. Les voitures ont failli m'écraser.* (Achille, propriétaire d'un « conteneur-supérette », Yaoundé, 9 janvier 2014)

Cette raison, sans être fondamentale pour expliquer l'absence de jeunes au sein des artères, est complétée par celle du seuil des revenus. L'instabilité, le manque d'une localisation stable et la précarité de leurs conditions d'exercice sont caractéristiques de ces premières activités.

Les jeunes filles, absentes des grandes artères, sont présentes sur d'autres créneaux. Leur contact avec les affaires s'effectue au travers d'activités qui sont le prolongement extérieur du foyer, lieu d'un processus de socialisation sexué (Djossou-Ségla 2007, 87) qui confine la fille dans des tâches domestiques dites subalternes, comme la cuisine. Flore confirme ce point :

> *Mes premiers pas c'était avec les prunes et les plantains. Pour le début, à Buea, j'avais acheté un grillage, une jante, du charbon, un régime de plantain et des prunes. Je braisais les prunes et le plantain, puis je les mettais dans un plateau et je me baladais un peu partout pour les écouler. Même lorsque j'arrive à Yaoundé, c'est le même business que je continue pendant un moment avec des copines.* (Flore, Yaoundé, 19 décembre 2013 et 23 janvier 2014)

A 15 ans dans ses débuts, elle confie que le capital initial injecté était de 2 000 francs CFA (3.04 euros).

Ces propos révèlent le lien entre la socialisation familiale des jeunes filles et le type d'activités qui les met en contact avec le commerce (Thiam 1999). Si les garçons de cette tranche d'âge vendent des friandises dans les marchés, sur les terrains vagues qui entourent les ministères et dans les rues de la capitale, les filles de moins de 15 ans s'occupent à des tâches liées à la petite restauration, à la vente d'épices ou d'articles rappelant leurs tâches domestiques, comme la vente des vêtements pour

enfants, l'écoulement de bijoux en pacotille pour enfants, etc. Passés cet âge, filles et garçons quittent ces premières niches pour des pôles plus lucratifs.

3.2 Investir les quartiers estudiantins et populaires : le créneau des jeunes de 15–25 ans

La ville en Afrique noire est en proie à la malurbanisation (Ela 1983). Cette situation se caractérise par le manque de rues commodes pour la circulation dans les sous-quartiers ainsi que l'absence de points de ravitaillement de proximité. Ces deux problèmes sont transformés en opportunités d'affaires par les jeunes. Raoul, installé au carrefour Orly de Ngoa-Ekellé, quartier estudiantin, explique que :

> *Quitter d'ici le bas-fond pour arriver en route c'est toute une histoire. Et tu connais la paresse des étudiants. Ils n'aiment pas la perte de temps pour les petites choses qui peuvent s'obtenir sans aller au marché Mokolo. Depuis leur chambre, certains passent même les commandes. Ça leur rend la vie facile et moi je récupère une bonne partie de la clientèle qui pouvait se retrouver au marché.* (Raoul, jeune quincailler, Yaoundé, 14 décembre 2013)

Pour lui, l'enclavement du quartier constitue une opportunité, qui plus est face à des résidents qu'il qualifie de *paresseux*. La mini-quincaillerie qu'il gère est un porte-charge surmonté d'une grande caisse en bois ou de plaques métalliques soudées aux angles par le biais de barres de fer. Plaques chauffantes électriques, ampoules de teintes, fils électriques, clous, tuyaux à gaz, serpillères, raclettes, teintures diverses, antennes pour téléviseurs, papiers-peint, ciment au détail constituent l'essentiel des objets vendus.

L'utilisation du porte-charge permet d'investir, selon les flux de personnes qui les fréquentent à des moments spécifiques de la journée, plusieurs points stratégiques, généralement des carrefours des quartiers populaires. Ainsi, Raoul pourrait être présent en plusieurs points d'Orly dans la journée. Il propose un service de proximité pour la clientèle. Offrir un service de proximité à une population qui n'aime pas se déplacer pour n'importe quoi est aussi la raison avancée par Aimé, le reprographe (Aimé, reprographe, Yaoundé, 19 et 26 décembre 2013). Celui-ci, loin d'être mobile, a installé sa photocopieuse à la sortie de la cité universitaire de Ngoa-Ekellé où, une fois hors de la résidence, les étudiants procèdent à la reproduction de supports divers.

D'autres activités participent aussi de cette seconde phase d'investissement des acteurs. Les activités de Flore et de ses copines montrent les trajectoires commerciales plurielles du Bamiléké. Tout en poursuivant un cursus académique en histoire économique et sociale, Flore, à 20 ans, comme certaines de ses amies, n'était plus satisfaite des produits à faible recette (prunes et plantain grillés) vendus à la criée dans les rues. Elles pensèrent à accroître leurs revenus en constituant un fichier de clients de prunes et plantains, mais aussi en multipliant les sources de revenus. Elles investirent donc des structures administratives et constituèrent une large base de clients fixes constituée par un contrat verbal de livraison quotidienne des prunes et

plantains dans les bureaux. De bénéfices de 500 à 1 000 francs CFA (0.76 à 1.52 euro) réalisés durant la première phase, Flore passe ainsi, pour les seuls prunes et plantains, à un bénéfice journalier se chiffrant entre 4 000 et 7 000 francs CFA (6.09 et 10.67 euros). Pour multiplier ses activités, elle se livrera avec ses copines à la revente, auprès des camarades à l'université, de bijoux, de greffes de marques[9] et autres parures. La vente se fait sous les tables, durant le cours, dans un sac plastique de proche en proche. A côté de cette catégorie, d'autres filles construisent plutôt des mini-restaurants, encore appelés tourne-dos, en matériaux de fortune.

Malgré la différence des itinéraires, un constat s'impose. Flore et ses copines, voire Kouam (petit quincailler, Yaoundé, 17 décembre 2013) ou Merlin (petit quincailler, Yaoundé, 14 décembre 2013), respectivement rencontrés au carrefour Mimboman Château, quartier populaire, et au marché d'Essos, tous petits quincaillers comme Raoul, soutiennent que les activités menées ont été constituées grâce aux économies réalisées à partir d'activités commerciales antérieures. Cette observation autorise à appréhender ce stade comme la seconde étape de la socialisation entrepreneuriale. Elle se caractérise par un investissement plus substantiel en capital, l'identification d'un marché spécifique et la réduction de la mobilité des jeunes. La trajectoire de Docta le rappelle.

> *Après 2 ans de vente mobile, je me suis installé en plein air à la gare routière avec un niveau de marchandise de 250 000 francs CFA [381.12 euros]. Sur une table, j'installais une partie de la marchandise. Je ne mettais pas tout, parce qu'on pouvait venir saisir les médicaments à n'importe quelle heure et brûler. A la gare routière, les mamans et les papas viennent du village, t'expliquent leurs problèmes et en quelques minutes tu proposes ce qu'il y a de plus efficace et ils rentrent sans attendre à l'hôpital ou se faire dépouiller par le pharmacien. Parfois, c'est même dans la voiture qui a démarré qu'on te demande tel ou tel médicament.* (Docta, ancien vendeur de médicaments de la rue, Mbalmayo, 12 juillet 2014)

C'est donc à l'aube de ses 20 ans que Docta passe à la seconde étape de sa trajectoire. C'est sur la base des bénéfices engrangés antérieurement que l'on se hisse à cette seconde étape qui précède celle de la naissance de l'entreprise. Cette notion est entendue comme un établissement repérable par une installation immobilière, une enseigne, le paiement de taxes, l'utilisation d'au moins un salarié, l'entrée dans les statistiques officielles, la proposition de produits ou services de qualité impliquant l'utilisation de facteurs de production coûteux et des prix de vente relativement élevés.

9 Il s'agit d'une chevelure de synthèse dont certaines marques (brésiliennes, indiennes, ...) sont très prisées.

3.3 Immobilisation et agrandissement de l'affaire : la naissance de l'entreprise

La dernière phase de l'itinéraire d'apprentissage est celle de l'immobilisation. Elle met fin à la précarité des conditions de travail s'exerçant jusqu'alors par les déplacements permanents évoqués plus haut. Cette étape suppose l'acquisition d'un local et l'investissement d'un capital significatif. L'épargne accumulée et les apports financiers communautaires, dont le rôle est développé plus bas, servent au paiement du loyer qui abrite l'embryon d'entreprise et à l'achat de marchandises ou à l'acquisition d'outils de travail de haute technologie pour ceux qui proposent des services. Cet investissement s'accompagne du recrutement d'au moins un employé.

La nature du local loué est subordonnée au lieu choisi, au type d'activité et au niveau du capital mobilisé. L'enfant qui débute ses activités à la Poste Centrale ou comme colporteur dans les quartiers, a parfois pour point de chute un marché de la capitale. Des contacts personnels, noués durant ses activités ou forgés par l'entremise d'un parent, sont utilisés comme une ressource de médiation (Bouba-Olga et Grossetti 2008, 9). Les jeunes ont autour d'eux des personnes qui fournissent des informations vitales (espaces disponibles, démarches pour accéder à un local ou un espace foncier, ...) pour faciliter leur insertion au sein du marché voulu. Le choix du local dépend de plusieurs facteurs.

Le box métallique de forme carrée est choisi pour s'installer dans des marchés où la Communauté Urbaine de Yaoundé a le monopole de construction des boutiques. Certains optent pour un conteneur, véritable fortin, imprenable par les voleurs. Ce local qui sied aux marchés populaires est transformé en supérette, bien que de dimension plus réduite que ces dernières. Les ménagères y trouvent tout ce qu'il faut pour le foyer. Ces commerces d'alimentation sont courus par les classes pauvres et moyennes à cause des bas prix pratiqués. Si la mini-alimentation constitue la phase finale de formation de certains jeunes, tous ne s'orientent cependant pas vers ce type d'activité pour stabiliser et agrandir leurs affaires.

Yaoundé, comme ville universitaire, rassemble, outre les deux universités d'Etat (les universités de Yaoundé I et II), plusieurs institutions universitaires privées. La nature des besoins de la population universitaire fait fleurir les services. Entre reprographie, services de secrétariat bureautique, point de connexion internet, le milieu estudiantin est un créneau pour certains jeunes qui en sont à la troisième étape de leur socialisation entrepreneuriale. Tel est le créneau d'affaire exploité par Aimé et Flore. Bien que le reprographe, Aimé, 25 ans, en soit encore à la seconde phase de son développement (il exploite une photocopieuse installée sous un parasol à la cité universitaire), il nous confie son projet d'investissement futur : « Avoir une entreprise de services bureautiques. L'échéance ? Dans deux ans ». Dans les secteurs universitaires, on trouve de jeunes propriétaires d'établissements de services bureautiques.

La stratégie de Docta consiste en revanche à combiner plusieurs activités dans cette troisième étape de son développement :

> *J'ai passé 4 ans à la gare routière. Mais c'était chaud. Il fallait chaque fois jouer au chat et à la souris avec les gens de la délégation de la santé. Ils ont saisi et brûlé mes médicaments plusieurs fois. C'est des pertes énormes. C'est après que j'ai pris cette boutique [toujours à la gare routière de Mbalmayo]. Mais maintenant, ce sont les habits, les équipements sportifs, les outils pour travaux agricoles que je vends. Bon, c'est vrai que j'ai mon code avec les clients ; ils peuvent encore avoir des médicaments à l'arrière-comptoir.* (Docta, ancien vendeur de médicaments de la rue, Mbalmayo, 12 juillet 2014)

Toutefois, contrairement à ce que peuvent faire penser les analyses ci-dessus, le passage d'un stade à l'autre de la socialisation entrepreneuriale n'entraîne pas systématiquement un changement de pôle d'activité ou d'emplacement. La mutation peut s'opérer sur le réaménagement de l'ancien espace, l'amélioration de la qualité et la densification de la marchandise, de même que sur un renouvellement quantitatif et qualitatif du matériel de travail et de la méthode de gestion. On verra souvent dans ce sens une enseigne indiquer *Nouvelle gérance*, pour signifier cette restructuration. C'est le cas de Simplice, l'un des « héritiers » qui s'investit dans la restauration.

> *Après le départ de la cousine, j'ai décidé d'agrandir le restau. J'ai acheté un nouveau matériel de cuisine et un frigo ; la véranda a été allongée pour augmenter les places assises dehors, donc j'ai aussi ajouté des chaises et des tables, puis j'ai refait la peinture. J'ai aussi beaucoup dépensé pour avoir les appareils de musique.* (Simplice, propriétaire d'une gargote, Yaoundé, 9 juillet 2014)

Cette dernière phase est celle où le jeune loue ou construit un local, recrute des employés, lève des capitaux pour multiplier les stocks de marchandises, mais applique aussi des savoirs et des pratiques gestionnaires hérités des étapes antérieures.

4 Pratiques commerciales routinières et acquisition du savoir d'entreprise

Les activités commerciales des jeunes, malgré leur caractère simple, laissent apparaître des opérations qui formalisent un esprit spécifique de conduite des affaires. Cet esprit de conduite du business s'affine au fur et à mesure du passage d'un stade inférieur à un stade supérieur d'investissement. L'exercice quotidien d'une rationalité gestionnaire, bien que peu réflexive, rappelle les pratiques de gestion enseignées dans les écoles de commerce.

4.1 Vendre dans la rue et être à l'école pratique de la gestion

La prise de contact avec les affaires, pour le jeune qui descend pour les artères centrales de la capitale politique ou les rues de Yaoundé, va de pair avec l'apprentissage des règles primaires de gestion sans lesquelles son activité commerciale disparaitrait.

4.1.1 Décompte des unités de marchandise et compte financier journalier : la comptabilisation en pratique

L'apparence désordonnée des « marchandises » entremêlées dans le plateau ou la caisse de bois, peut laisser penser à l'absence de procédés permettant de contrôler les performances de l'activité. Chaque jeune confiait procéder, à sa manière, à un décompte des unités de sa marchandise.

Certains, peu méticuleux, ne s'embarrassent pas d'un exercice méthodique de comptabilité primaire avec support écrit. La seule vigilance s'exerce en contrôlant le rapport entre dépenses totales liées à l'achat des marchandises et recettes globales obtenues à la fin de leur écoulement. C'est ce qu'indique Guiffo (Guiffo, vendeur de friandises, Yaoundé, 16 janvier 2014), rencontré sur l'axe Mvog-Ada – Poste Centrale. Il dit ne pas avoir de temps, qu'il lui suffit de savoir combien il dépense et combien il doit récupérer sur sa marchandise. Contrairement à cette infime partie sans méthode de suivi rigoureuse de leurs affaires, la plupart des enquêtés fait preuve d'une gestion plus éprouvée.

Ils tiennent ainsi un *cahier de comptes* où sont consignées, au détail, les dépenses d'achat de chaque type de marchandise, les recettes et les bénéfices dégagés par catégorie, le tout en rapport au bénéfice total généré par la marchandise. Flore explique son système de comptabilité tenu dans un vieux cahier de classe.

> *Chaque jour, je notais ce que je dépensais et gagnais par stock de prunes et régime de plantain. Je devais savoir exactement, quel est le montant des recettes, des bénéfices et des pertes, parce qu'il pouvait arriver que la marchandise ne finisse pas et que les prunes pourrissent. C'est sur la base de ce cahier que je savais comment l'activité se portait.* (Flore, Yaoundé, 19 décembre 2013 et 23 janvier 2014)

Ainsi, tient-elle une comptabilité élémentaire sur la base de six entrées inscrites sur son cahier : *dépense prune*, *dépense plantain*, *recette totale*, *bénéfice de la journée*, *perte*, *montant à garder*. Pour Docta, dès l'entrée dans les affaires, il fallait être rigoureux :

> *J'écrivais les noms de chaque qualité de médicament que je vends dans mon cahier. Et chaque fois que je vendais quelque chose, je devais directement mettre ça, avec le nombre vendu, à la place indiqué. Le soir, je faisais alors les calculs. D'abord ce que chaque type de médicament a apporté, ensuite combien j'ai eu en tout dans la journée. Avec ça, je surveillais correctement*

> *le stock.* (Docta, ancien vendeur de médicaments de la rue ; Mbalmayo, 12 juillet 2014)

Ces exemples montrent que l'activité commerciale des enfants contribue à l'apprentissage des règles de comptabilité. Ils les découvrent en même temps qu'elles s'imposent à eux : « personne ne m'a recommandé cette méthode, j'ai moi-même découvert son utilité. Je devais savoir exactement ce qui se passait au marché et combien je gagnais pour progresser », confie la propriétaire de « Floritz Enterprises ». De son côté, Docta affirme que « c'est automatique. Tu ne peux pas faire les affaires comme un aveugle. Chacun trouve naturellement un moyen de contrôler son business » (Docta, ancien vendeur de médicaments de la rue, Mbalmayo, 12 juillet 2014). Cette comptabilité élémentaire est aussi pratiquée par la plupart des petits commerçants de la Poste Centrale qui affirment avoir leur « petit carnet de ventes ». Cette attitude rappelle celle des moines protestants analysés par Max Weber et dont le comportement serait la matrice originelle du capitalisme, lequel interdit de penser que :

> *Tout ce que tu possèdes t'appartient (...) Pour t'en préserver, tiens un compte exact de tes dépenses et de tes revenus. Si tu te donnes la peine de tout noter en détail, cela aura un résultat, tu découvriras combien de dépenses merveilleusement petites et insignifiantes s'enflent jusqu'à faire de grosses sommes.* (Benjamin Franklin in Weber 1964, 49)

Ce principe élémentaire de l'esprit capitaliste s'exprime chez les jeunes par la tenue de cette comptabilité détaillée et par l'épargne du surplus engrangé.

4.1.2 Faire la « caisse » ou le sens de la thésaurisation

Tous les enquêtés soulignent l'exigence de thésaurisation pour agrandir les affaires. Malgré la divergence des pratiques, les jeunes admettent épargner une part des recettes. Certains le font quotidiennement, d'autres après écoulement total d'un stock de marchandise : c'est la pratique de l'épargne pour l'accroissement du business.

Ainsi, après soustraction du capital à réinvestir le lendemain pour l'achat de marchandises, l'argent en plus, relevant du bénéfice, est glissé dans la *caisse*. Celle-ci est la version locale de la tirelire, mais de forme carrée et faite de morceaux de contreplaqués. Dans un contexte de faible taux de bancarisation et où certaines micros-finances abusent des dépôts des épargnants, les jeunes préfèrent garder avec eux leurs épargnes. Pour Aimé (le reprographe), chaque jour il y a un montant minimal à mettre dans la caisse. Quelles que soient les conjonctures, cette somme doit être épargnée. Dans le cas contraire, il faut effectuer le lendemain une double journée pour le dépôt du jour et celui de la veille afin de « fermer le trou ».

L'autre méthode, celle de la vieille chaussure, consiste en un soulier hors d'usage que l'acteur utilise comme cachette. L'argent y est introduit et la chaussure replacée sous le lit. L'objectif est de ne pas attirer l'attention des tuteurs[10] sur le niveau de

10 Les responsables de l'unité domestique ayant accueilli l'enfant.

revenus en allant souscrire un compte d'épargne auprès d'une micro-finance ou d'une tontine ou en ayant recours à la caisse encombrante que l'on peut facilement repérer.

Ces discours révèlent une conscience aiguë de l'importance des revenus qui ne doivent pas être systématiquement réutilisés, mais plutôt sauvegardés pour des investissements supérieurs. Ainsi, la thésaurisation vise à accroître la masse d'argent afin d'investir dans des activités commerciales plus rentables. Faire la caisse devient un processus d'accumulation du montant nécessaire pour un futur projet. En pratique on retrouve la logique d'accumulation du capital théorisée par Karl Marx (1969). A partir d'activités commerciales antérieures, le jeune épargne de l'argent afin d'accéder à des créneaux commerciaux dont les marchandises revendues produisent un surplus plus significatif. La logique est donc celle d'investir de l'argent pour accroître à terme la masse monétaire de départ (Marx 1969), d'où le changement constant de pôle d'activités.

4.2 Phase intermédiaire d'investissement et rigueur de la gestion

Le passage de la première phase à la seconde conduit à une formalisation des techniques de gestion et à un changement des modes de vie. Les changements se lisent dans la tenue de la comptabilité. Elle s'améliore avec l'entrée du « cahier de texte » qui pointe les entrées et sorties d'argent, tout en répertoriant les stocks de marchandises. L'adoption d'un ascétisme modéré et les techniques d'analyse de marché participent aussi de ces changements.

4.2.1 L'autre pratique de l'analyse de marché et le réinvestissement opportuniste

Les décisions qui président au choix des activités de la seconde phase d'investissement soulignent l'acquisition d'une expertise clé : l'analyse de marché. Les récits de Raoul et de Docta rendent bien compte de cet exercice d'analyse de marché. Comme nous l'avons vu dans l'extrait précédent de Raoul, les jeunes quincaillers adoptent ce créneau en considérant les caractéristiques de la population, la situation de leur environnement et les principaux besoins qui ne peuvent trouver satisfaction auprès des boutiques existantes.

Raoul indique que la décision de devenir quincailler à Orly, quartier estudiantin de Ngoa-Ekellé, vient d'une lecture de la situation géographique du quartier, du caractère des consommateurs et de l'opportunité d'investissement que représentent les zones de mauvais accès. La difficulté d'accès d'Orly, le manque de points de ravitaillement en produits courants et ce qu'il nomme le « comportement princier d'étudiants paresseux », sont mentionnés pour justifier le besoin de services de proximité, nouveau marché de niche.

L'analyse de Docta est similaire. Il remarque que la gare routière est fréquentée par des transporteurs ruraux. Leurs passagers, en âge avancé pour la plupart, ne s'accommodent plus des longues queues et/ou des procédures complexes de l'hôpital, de la pharmacie et de certains supermarchés. Un service de proximité et simplifié est ce qu'il faut. C'est pourquoi il s'installe à la gare routière, à « zéro mètre » de ses

clients. C'est aussi par un raisonnement analogue qu'il se fait tantôt vendeur de médicaments, tantôt vendeur d'autres articles exposés dans sa boutique. Les analyses mises en œuvre par les enquêtés évoquent donc les objectifs pratiques d'une étude de marché à laquelle recourt toute entreprise désirant s'installer et offrir de nouveaux produits à une certaine clientèle.

C'est à ce stade qu'intervient aussi le sens de l'opportunité d'investissement. Le jeune compare le revenu potentiel ainsi que la rapidité du rendement du capital dans le marché de la quincaillerie aux gains produits par l'ancienne activité. Il établit un rapport entre capital nécessaire et les risques et gains potentiels des nouvelles activités. C'est donc une analyse pratique des informations liées à un marché spécifique. C'est en effet de l'analyse de toutes ces données, articulées aux besoins spécifiques de la population, que se prend la décision d'offrir un type de produits. Ces raisonnements montrent que les jeunes sont toujours à l'écoute de leur environnement pour dénicher de nouveaux pôles d'investissement de leurs surplus. C'est ce que souligne Flore en disant ne pas avoir « d'objectif limité en terme de business, d'être toujours dynamique et viser plus haut ». L'analyse de marché apparaît comme structurante dans les pratiques des jeunes qui sont entrés en affaires par l'entremise d'activités mineures antérieures. Dans les changements d'activité, l'argent gagné joue un rôle primordial, car il faut d'abord compter sur soi-même pour croître, d'où cette tendance du jeune Bamiléké à éviter une « économie du désir » qui consumerait les revenus dans les gadgets du moment (Warnier 1993, 89).

4.2.2 L'usage de l'argent gagné : jeune Bamiléké versus jeunesse à gadgets

Le besoin perpétuel d'évoluer vers des activités plus rémunératrices implique une conception précise de l'argent. La jeunesse non investie en entrepreneuriat dépense ses revenus pour la satisfaction des besoins propres au modernisme. Celui-ci se définit par la mode technologique, vestimentaire et culinaire raffinée et financièrement exigeante. Les jeunes entrepreneurs Bamiléké, contrairement à ces jeunes, affirment faire de l'argent un instrument d'accomplissement de soi. L'argent est un moyen de croissance continue dans l'entreprise. C'est donc un capital et non moyen d'achat et de jouissance. L'argent est considéré essentiellement dans sa capacité à démultiplier le capital initial par réinvestissements productifs. Une observation du modèle de vie ascète des jeunes Bamiléké atteste de cette analyse. Ascètique ne signifie pas que leurs comportements revêtent un caractère « arriéré » et *traditionnaliste*. Le modèle du jeune businessman procède plus d'une stratégie d'acteur rationnel dans le champ de l'accomplissement entrepreneurial.

Si la civilisation du Mc Donald fait de chaque repas une *happy meal*, ses imitations locales, coûteuses, que sont le « Tchop et Yamo » et les petits restaurants chics de la capitale indiquent aux jeunes de se distinguer, selon le terme en vogue, de la racaille sociale en y prenant leurs repas. Toutefois, le coût du repas n'échappe pas aux jeunes hommes d'affaire qui y voient des dépenses inutiles tant qu'ils ne

se sont pas réalisés du point de vue entrepreneurial. Evoluant dans la frugalité, ils se tournent vers des plats traditionnels qui, pour certains, coûtent peu. Cette préférence des solutions alternatives peu coûteuses s'observe aussi sur les choix des vêtements et gadgets technologiques qui impriment de leur marque le rapport des jeunes à la modernité. Cet éloignement de l'« économie du désir » rend compte de ce « qu'en matière de logement, de vêtement, de nourriture, de transport, de loisir, ils limitent leurs besoins. Ils ne les satisfont qu'au moindre coût » (Warnier 1993, 89). Sans reléguer les jeunes Bamiléké au rang d'individus inaptes à la vie moderne, cette caractéristique constitue, selon les enquêtés, le passage obligé pour une accumulation significative. C'est ce qu'attestent les propos ci-après.

Lorsque Merlin assure ne pas « dépenser sur des choses qui ne rapportent pas » (Merlin, petit quincailler, Yaoundé, 14 décembre 2013), il rejoint Achille qui dit que « l'argent gagné c'est uniquement pour multiplier la marchandise » (Achille, propriétaire d'un « conteneur-supérette », Yaoundé, 9 janvier 2014). Ce n'est pas autre chose qu'affirme Flore : « tant que tu cherches, il ne faut pas regarder cette histoire de vêtement ou téléphone dernier cri. L'argent gagné doit être utilisé pour renforcer le commerce et surtout proposer aux clients de nouveaux produits que les rivaux du secteur d'activité n'ont pas » (Flore, Yaoundé, 19 décembre 2013 et 23 janvier 2014) ; et Docta est plus stricte :

> *Il y aura tout le temps pour faire ce que je veux : les vêtements, les téléphones, les voyages ou manger comme un feyman*[11] *tous les jours. Mais maintenant là, je ne suis pas encore arrivé*[12] *: je dois d'abord être assis correctement dans mes affaires.* (Docta, ancien vendeur de médicaments de la rue, Mbalmayo, 12 juillet 2014)

Il apparaît à nouveau que l'argent est strictement conçu comme un capital à démultiplier par l'achat et la revente perpétuels d'autres marchandises. L'observation des vêtements sans *griffe* et le caractère simple des téléphones portables que les jeunes Bamiléké utilisent donnent du crédit à ces énoncés. Alors que la jeunesse locale, même désœuvrée, s'achète des téléphones tactiles et tablettes de dernière génération, des vêtements et bijoux de marque[13], les jeunes entrepreneurs Bamiléké utilisent un téléphone daté dont le coût d'acquisition et d'entretien est faible. La fonction essentielle du téléphone, pour eux, c'est appeler et être appelé[14]. Le vêtement, quant à lui, est acheté pour sa seule fonction traditionnelle : mettre le corps à l'abri des regards et des intempéries (Manirakiza 2012). D'ailleurs, « au marché Mokolo, tu peux t'habiller tendance à petits prix quand tu maîtrises le secteur et les gars », dit

11 Feyman renvoie aux nouveaux riches qui bâtissent leur fortune sur l'escroquerie, l'arnaque et l'exploitation des ressources de l'extraversion (Malaquais 2001).

12 L'expression *être arrivé* au Cameroun, signifie avoir atteint son but ; s'être accompli positivement dans un domaine donné.

13 Remarque de Flore et Docta.

14 Données extraites de l'entretien avec Docta.

Simplice (Simplice, propriétaire d'une gargote, Yaoundé, 9 juillet 2014). Le jeune businessman n'est pas ignorant de ce que :

> *L'argent est, par nature, générateur et prolifique. L'argent engendre de l'argent, ses rejetons peuvent en engendrer davantage et ainsi de suite. (...) Celui qui assassine une pièce de cinq shillings détruit tout ce qu'elle aurait pu produire : des monceaux de livres sterling.* (Benjamin Franklin in Weber 1964, 48)

La discipline de vie ascétique du Bamiléké contraste avec celle des jeunes qui ne s'intéressent pas aux affaires. Jean-Pierre Warnier (1993, 89) conclura alors que le caractère austère de la vie du Bamiléké est consubstantielle à sa réussite en affaires. C'est grâce à l'acquisition et à la reproduction de cette discipline que le jeune parvient à se hisser à l'étape finale de son processus de maturation dans les affaires.

4.3 Stade final de socialisation et formalisation de l'esprit d'entreprise

L'évolution d'un stade d'investissement à l'autre chez les jeunes se fait selon un schéma d'aménagement, de densification et de viabilisation des activités antérieures. Ce processus graduel d'amélioration qualitative et quantitative de l'activité et de ses conditions d'exercice, suit une logique transitoire d'un modèle informel vers un modèle plus formel d''économie. C'est ce passage qui constitue la troisième phase de la socialisation du jeune, laquelle met en jeu différents capitaux spécifiques (financiers, immobiliers, nouveaux savoirs, pratiques et compétences). C'est la genèse de l'entreprise.

Cette phase de naissance de l'entreprise est révolutionnaire du point de vue de la rigueur dans la gestion. La comptabilité, encore balbutiante, pratiquée au stade intermédiaire sur un cahier de texte avec entrées simplifiées peu nombreuses, s'enrichit de nouvelles entrées pour ceux qui continuent la gestion manuelle comme Simplice et Docta. Les autres recourent désormais à l'informatisation au travers de fichiers produits, dépenses, recettes et gestion de stock. C'est le cas de certains prestataires de services bureautiques et de certains commerces d'alimentation en box métalliques. Plus rigoureuse, la comptabilité est désormais l'opération vitale qui conditionne la survie de l'activité (Weber 1964, 15–19). Ce changement se manifeste également dans les filières utilisées pour lever les capitaux nécessaires à l'extension des activités.

4.3.1 Bancarisation et entrée en tontine : rôle institutionnel et rôle communautaire dans la levée des capitaux

Arrivé au stade de naissance de l'entreprise, phase ultime de sa socialisation entrepreneuriale, les jeunes découvrent une concurrence rude. Subséquemment, ils apprennent les stratégies de survie et de victoire sur leurs rivaux afin d'échapper au processus de création-disparition, caractéristique de l'univers entrepreneurial camerounais (Ela 2006, 14). Dans cet espace concurrentiel où « le rival ne doit rien proposer que tu n'as pas » et où le jeune doit « toujours innover en termes de services, de marchandises,

de choses nouvelles que les autres ne proposent pas» (Flore, Yaoundé, 19 décembre 2013 et 23 janvier 2014), les jeunes apprennent que l'accès au capital est central pour toute stratégie de maintien et de croissance des activités. Loin de justifier la seule discipline ascétique de conduite des affaires et de refus de l'économie du désir, cette raison incite aussi à la prospection de canaux financiers formels et traditionnels pour compléter leurs apports personnels en capitaux.

Soulignons que le contexte financier national est marqué par une réticence des institutions bancaires à octroyer des capitaux à des personnes sans notoriété et sans dépôts désireuses de créer des entreprises (Ela 2006, 57). Dès lors, l'ouverture de comptes bancaires devient une stratégie commerciale pour la conquête et le contrôle des parts de marchés. C'est à ce moment-là que les acteurs font leur entrée dans les établissements bancaires pour y faire des dépôts, le but étant de se constituer des voies alternatives de mobilisation des capitaux qu'exigent leurs ambitions entrepreneuriales (Geschiere et Konings 1993). A ce stade, l'activité des jeunes s'inscrit clairement dans un registre formel. En effet, les établissements bancaires mettent à dispositions des capitaux aux seules personnes physiques ou morales dont les activités rentrent dans le registre statistique du trésor, qui sont clairement repérables par une emprise immobilière et une enseigne, tout en présentant un compte à jour des contributions fiscales, selon les exigences de l'Organisation pour l'harmonisation du droit des affaires en Afrique et de la Commission bancaire de l'Afrique Centrale.

C'est aussi ici qu'intervient à nouveau la solidarité tribale par le biais des structures financières communautaires (Nzhie Engono 2004). Il faut toutefois souligner que la solidarité des tontines[15] de la communauté est sélective. Elle ne s'exerce qu'auprès de ceux des membres qui se justifient de la possession d'un certain montant, gage de leur solvabilité. Toutefois, un non-adhérent peut prétendre à un prêt de capital sous réserve d'être avalisé par un sociétaire et de rembourser au prix fort les intérêts. Le sociétaire, quant à lui, doit posséder une épargne ou des activités effectives ou potentielles, proportionnellement significatives au montant des capitaux sollicités. C'est pourquoi certains entrepreneurs juniors appartiennent à plusieurs tontines (Ela 1983, 111). Flore confie partager son weekend entre 7 tontines où sont versés des montants fixes. Ses tontines se regroupent dans trois catégories: le *ntsu'a*, le *bank* et la tontine-projet. La première forme est celle où la totalité de la mise des sociétaires est remise, sur une base alternative, à un seul membre (Nzemen 1993; Marguerat 1983, 503). La seconde, le *bank*, correspond à une épargne annuelle bloquée. Son capital, constitué par des versements mensuels, s'enrichit systématiquement d'intérêts. La troisième forme, qui a un but explicite de développement des affaires des sociétaires, consiste, dès le départ, à exprimer en assemblée générale le secteur où l'on entend investir la cagnotte qui sera obtenue, mais aussi de le consigner sur le *cahier de réalisations* des membres (Flore, Yaoundé,

15 Pour un traité exclusif sur les tontines en Afrique, confère Nzemen (1993).

23 janvier 2014). Certaines tontines regroupent uniquement des femmes ou des hommes, tandis que d'autres sont mixtes. Il existe toutefois des tontines dites d'élite.

> *Là-bas on n'entre pas n'importe comment. Soit tu es un très grand commerçant, tout le monde sait que tu es vraiment fort et on t'accepte, soit c'est un grand qui est déjà là-bas et qui t'introduit en disant que tu es son fils et que tu promets.* (Docta, ancien vendeur de médicaments, Mbalmayo, 12 juillet 2014)

La logique de cooptation et de parrainage est de mise pour certaines tontines d'élites. Mais quelle que soit la tontine, le premier critère est d'être d'origine Bamiléké.

Flore explique également le nombre élevé de tontines dont elle bénéficie par le fait que « chaque service et les machines correspondantes ont leur cotisation pour permettre de suivre le remboursement des coûts engagés et, après, ce qu'ils rapportent comme bénéfice ». Elle avance les mêmes raisons pour se justifier de ses comptes bancaires. En nous confiant avoir un compte à la Banque Internationale du Cameroun pour l'Épargne et le Crédit (BICEC), elle nous dit aussi son ambition d'ouvrir un second établissement de services bureautiques. Son compte en banque sera utilisé pour tenter d'obtenir un prêt. Ce potentiel capital servira aussi à achever la construction d'un complexe immobilier de chambres pour étudiants, à Yaoundé II. L'immobilier s'inscrit dans sa stratégie de diversification de ses activités. On peut donc voir que les jeunes, à l'étape finale de l'itinéraire de l'apprentissage entrepreneurial, sont désormais aguerris aux pratiques de gestion commerciale et aux stratégies offensives de conquête de marchés. Ils maîtrisent aussi les canaux nécessaires pour l'obtention des capitaux essentiels à la croissance de leur entreprise et de leur clientèle.

4.3.2 Registre social et fidélisation de clientèle

L'une des conditions de survie de l'entreprise naissante est la mise en œuvre de pratiques de publicisation de l'entreprise, de ses services et produits. Il faut se faire connaître pour élargir la base de ses clients inconditionnels. La publicité consiste ici en des *« formes de ‹ promotion › des produits [qui] tendent à accroître la demande en élevant toujours le niveau des besoins des consommateurs »* (Rocher 1968, 111). Elle répond au souci de rentabiliser l'investissement important consenti pour la création de la *supérette* ou de l'entreprise de services bureautiques, mais aussi, désormais, de se faire un nom dans les affaires. Les jeunes apprennent donc à fidéliser leurs clients et à faire du marketing. La plupart se mettent aux tracts distribués à l'entrée de la cité universitaire, pour les services bureautiques, et à l'entrée des marchés, pour les box métalliques transformés en supérettes. Certains optent pour d'autres supports tels que la *carte de visite d'entreprise* et les enseignes lumineuses numériques à la mode.

En effet, le jeune découvre l'apport de la « chaleur » du social camerounais pour la croissance de sa clientèle (Nzhie Engono 2005, 1). Effectivement, les jeunes répondent qu'il faut être affable, sympathique et à l'écoute du client ; chercher à

créer un lien social de complicité avec lui en le titillant sur certains éléments pouvant susciter son intérêt; raconter des anecdotes à même de déclencher des fous rires. Cette capacité à créer une certaine complicité instantanée réside dans l'aptitude de l'entrepreneur junior à déterminer l'identité sociale ou professionnelle du client et, de là, à manipuler dans un sens humoristique ou naïvement interrogatif (pour susciter rires ou échanges), les faits, les dires et les *potins* ponctuels à la mode. Docta fait savoir que:

> *Aujourd'hui, je parle Ewondo et Etön*[16] *pour communiquer facilement avec mes clients. Il suffit que je regarde la personne, en une minute, je devine ses problèmes, ses goûts et j'engage la causerie sur ce point. C'est la mise en confiance et ma façon de mettre le client à l'aise. Et, les vieux pères du village aiment ça. Quand après je lui ajoute un sachet de whisky, il ne fera plus jamais les achats chez une autre personne.* (Docta, ancien vendeur de médicaments, Mbalmayo, 12 juillet 2014)

Globalement, attirer l'attention du client passe par un service de qualité, personnalisé afin que chacun se sente privilégié. Après cette mise en confiance, les jeunes encouragent leurs clients à parler à leurs proches de l'établissement et des coûts pratiqués. Chaque client est ainsi transformé en un agent marketing.

Ces mécanismes de publicisation qui s'effectuent par le truchement des clients traités avec attention et à qui on fait des remises, s'appuient sur ce que:

> *En consommant, l'acheteur accomplit déjà un acte de communication. S'il est conquis par sa nouvelle acquisition, il le fera savoir à sa famille ou à ses amis. S'il est connu du grand public, il devient même un exemple, avant d'expliquer quoi que ce soit.* (Dominitz et Tochon1988, 68)

Ainsi sont mises à contribution des pratiques de fidélisation et de publicisation formelles et informelles recourant à la «chaleur sociale» avec laquelle le service est effectué pour faire croître l'entreprise. Cette entreprise naît, d'une part, d'activités commerciales à logique débrouillarde et marquées du sceau de l'absence initiale de toute compétence, savoir et capitaux nécessaires. D'autre part, elle est tributaire du support sporadique, mais décisif, des réseaux communautaires de financement qui ont joué un rôle important dans l'expansion des affaires de l'élite commerciale et industrielle Bamiléké à laquelle s'identifient la plupart de ces jeunes.

5 Conclusion

En analysant les pratiques, connaissances et compétences gagnées graduellement durant les différents stades d'activités pratiquées, nous avons montré que la jeunesse

16 Dialectes de la partie sud-camerounaise, totalement étrangers à sa langue Bamiléké.

Bamiléké évolue dans ce qu'on peut appeler une école pratique d'apprentissage des lois et codes du business. Ces activités banales, théoriquement compartimentées en trois phases successives de l'apprentissage entrepreneurial, quoique rappelant le visage de l'économie informelle pour certains stades, dévoilent les formes et itinéraires à partir desquels les acteurs acquièrent la compétence nécessaire à la création-gestion pérenne de l'entreprise. Aussi, en lieu et place d'une interprétation en termes de jeunesse désillusionnée et s'ingéniant à échapper à la faim et à l'oisiveté, les pratiques commerciales courantes des jeunes mettent aussi en lumière un processus d'apprentissage pratique. En ce sens, chaque phase d'investissement conduit le jeune à découvrir et à acquérir une part de capital multiple et vital que requiert le monde de l'entreprise. On peut donc avancer que la réussite dans les affaires des membres de la tribu Bamiléké n'est pas tributaire des seules tontines et pratiques mystiques qui fournissent les capitaux aux natifs. Bien plus, le processus de socialisation aux affaires que mettent en œuvre les activités banales des jeunes contribue grandement à cette réussite.

6 Références bibliographiques

Agbu, Osita. 2009. *Children and Youth in the Labour Process.* Dakar: CODESRIA.

Bertaux, Daniel. 1980. L'approche biographique: sa validité méthodologique, ses potentialités. *Cahiers internationaux de sociologie* (LXIX):198–225.

Bouba-Olga, Olivier et Michel Grossetti. 2008. Socio-économie de proximité. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* 3: 311–328.

Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinction. Critique sociale du jugement.* Paris: Éditions de Minuit.

Bourdieu, Pierre. 1982. *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques.* Paris: Fayard.

Courade, Georges. 1994. *Le village camerounais à l'heure de l'ajustement.* Paris: Karthala.

Courade, Georges. 2000. *Le désarroi camerounais: l'épreuve de l'économie monde.* Paris: Karthala.

De Latour Dejean, Charles-Henri. 1976. La structure parentale dans une chefferie Bamiléké du ndè au Cameroun. *Journal des africanistes* 46(1–2): 95–103.

Djossou-Ségla, Ariane. 2007. La différence des sexes a-t-elle un fondement rationnel? Pp. 85–98 in *La rationalité, une ou plurielle?*, édité par Paulin Hountonji. Dakar: CODESRIA.

Dominitz, Jacques-Charles et Solange Tochon. 1988. *La communication promotionnelle.* Paris: Organisation.

Dong Mougnol, Gabriel Maxime. 2010. De la conquête foncière aux crises interethniques au Cameroun: le cas des Bamiléké et leurs voisins. In *Regards multidisciplinaires sur les conflits fonciers et leurs impacts socio-économico-politiques au Cameroun*, édité par François Nkankeu et Christopher Bryant. Montréal: Université de Montréal.

Dongmo, Jean-Louis. 1981. *Le dynamisme Bamiléké (Cameroun). Vol II: La maîtrise de l'espace urbain.* Yaoundé: Centre d'Edition et de Production pour l'Enseignement et la Recherche.

Ela, Jean-Marc. 1983. *La ville en Afrique noire.* Paris: Karthala.

Ela, Jean-Marc. 2006. *Travail et entreprise en Afrique. Les fondements sociaux de la réussite économique.* Paris: Karthala.

Geschiere, Peter et Piet Konings. 1993. *Itinéraires d'accumulation au Cameroun.* Paris : Karthala.

Grossetti, Michel, Jean-François Barthe et Christophe Beslay. 2006. La mobilisation des relations sociales dans les processus de création des entreprises. Aperçu à partir d'une enquête en cours. *Sociologies pratiques* 2(13) : 47–59.

Hugon, Philippe. 1990. La finance non institutionnelle : expression de la crise du développement ou nouvelle forme de développement. Pp. 309–321 in *La tontine : pratique informelle d'épargne et de crédit dans les pays en voie de développement*, édité par Michel Lelart. Paris : AUPELF-UREF, John Libbey Eurotext.

Kamdem Kamgno, Helène. 2005. Genre et fécondité : une expression de la culture chez les Bamiléké et les Bëti du Cameroun. Contribution présentée au XXVe congrès international de la population. Tours, France, 18–23 juillet 2005.

Kobou, Georges. 1999. Ajustement structurel et exclusion sociale : une analyse fondée sur le marché du travail. Pp. 101–155 in *La révolution passive au Cameroun : Etat, société et changement*, dirigé par Luc Sindjoun. Dakar : CODESRIA.

Lachaud, Jean-Pierre. 1994. *Pauvreté et marché du travail urbain en Afrique subsaharienne : analyse comparative.* Genève : Institut international d'études sociales.

Lallement, Michel. 2000. A la recherche des logiques d'action. Pp. 256–257 in *La sociologie. Histoire et idées*, édité par Philippe Cabin et Jean-François Dortier. Paris : Sciences Humaines.

Lelart, Michel. 1990. Les circuits parallèles de financement : état de la question. Pp. 45–63 in *L'entreprenariat en Afrique francophone*, édité par Georges Henault et Rachid M'rabet. Paris : AUPELF-UREF, John Libbey Eurotext.

Malaquais, Dominique. 2001. Arts de feyre au Cameroun. *Politique africaine* 82 : 101–118.

Manga, Jean-Marcellin. 2012. Villes et créativité des enfants et des jeunes au Cameroun. Pp. 49–65 in *Negotiating the Livelihoods of Children and Youth in Africa's Urban Spaces*, édité par Michael Bourdillon. Dakar : CODESRIA.

Manirakiza, Désiré. 2012. Langage du corps et symbolique vestimentaire dans les sociétés africaines. L'exemple camerounais. Pp. 91–101 in *La Place du corps dans la recherche.* Actes du séminaire « Jeunes chercheurs », édité par Audrey Tuaillon Démesy et Gilles Ferréol. Besançon.

Marguerat, Yves. 1983. Des montagnards entrepreneurs : les Bamiléké du Cameroun. *Cahiers d'Etudes Africaines* 23(92) : 495–504.

Marie, Alain. 2002. Une anthropo-logique communautaire à l'épreuve de la mondialisation : de la relation de la dette à la lutte sociale (l'exemple ivoirien). *Cahiers d'Etudes Africaines* 166(2) : 207–256.

Marx, Karl. 1969. *Le capital. Livre I.* Paris : Garnier-Flammarion.

Naisiko, Tabitha. 2012. The value of socialization in negotiating livelihoods among the youth : a case of Bugembe youth group in Ouganda. Pp. 201–216 in *Negotiating the Livelihoods of Children and Youth in Africa's Urban Spaces*, édité par Michael Bourdillon. Dakar : CODESRIA.

Njike Njikam, Gilles Bertrand, Roland Marc Lontchi Tchoffo et Violet Fotzeu Mwaffo. 2005. Caractéristiques et déterminants de l'emploi des jeunes au Cameroun. *Cahiers de la stratégie de l'emploi* 2005/05. Unité politiques de l'emploi département de la stratégie en matière d'emploi, Yaoundé.

Nzemen, Moïse. 1993. *Tontines et développement ou le défi financier de l'Afrique.* Yaoundé : Presses Universitaires du Cameroun.

Nzhie Engono, Jean. 2004. Les mouvements associatifs villageois en milieu urbain au Cameroun : une approche alternative de mobilisation pour un développement du monde rural. *Revue camerounaise de sociologie et anthropologie* 1(1) : 59–96.

Nzhie Engono, Jean. 2005. Liens sociaux en mutations : modernité et formes d'atomisation de la société. *Revue camerounaise de sociologie et d'anthropologie* 2(1).

Pidika Mukawa, Didier et Gérard Tchouassi (éds.). 2005. *Afrique centrale : crises économiques et mécanismes de survie.* Dakar : CODESRIA.

Rocher, Guy. 1968. *Introduction à la sociologie générale. Tome 3.* Paris : Seuil.

Sangaré, Ali. 2012. Chômage et conditions d'existence des jeunes de la ville de Ouagadougou. Pp. 17–32 in *Negotiating the Livelihoods of Children and Youth in Africa's Urban Spaces*, édité par Michael Bourdillon. Dakar : CODESRIA.

Schlemmer, Bernard (éd.). 2000. *The Exploited Child.* London : Zed Books.

Sillamy, Norbert (éd.). 1980. *Dictionnaire encyclopédique de psychologie.* Paris : Bordas.

Sindjoun, Luc. 1996. Le champ social camerounais : désordre inventif, mythes simplificateurs et stabilité hégémonique de l'Etat.*Politique Africaine* 62 : 57–67

Thiam, Cheikh. 1999. La formation scientifique, technique et professionnelle des jeunes filles en Afrique : une synthèse des rapports d'enquêtes. Pp. 19–44 in *L'accès des filles et des femmes à l'enseignement scientifique, technique et professionnel en Afrique*, édité par Augustin Mariro. Dakar : Unesco.

Verlet, Martin. 2000. Growing up in Ghana : deregulation and the employment of children. Pp. 67–82 in *The Exploited Child*, édité par Bernard Schlemmer. London : Zed Books.

Warnier, Jean-Pierre. 1993. *L'esprit d'entreprise au Cameroun.* Paris : Karthala.

Weber, Max. 1964. *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme.* Paris : Plon.

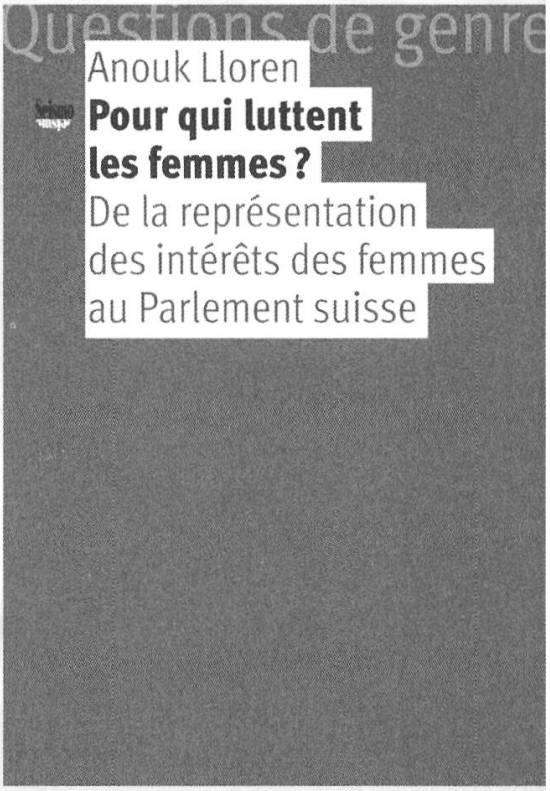
Whyness, Michael. 2006. *Childhood and Society : an Introduction to the Sociology of Childhood.* Basingstoke : Palgrave Macmillan.

Zambo Belinga, Joseph-Marie. 2003. Quête de notabilité sociale, rémanence autoritaire et démocratisation au Cameroun. *Cahiers d'études africaines* 3(171) : 573–589.

Anouk Lloren

Pour qui luttent les femmes?
De la représentation des intérêts des femmes au Parlement suisse

Une augmentation, même modeste, du nombre de femmes élues au sein des partis de droite est susceptible de mener à un changement au niveau des politiques publiques mises en œuvre, et ceci notamment en faveur de lois visant à défendre la cause des femmes. Tel est le résultat de cette enquête portant sur le comportement législatif des député·e·s suisses. Dans cet ouvrage, l'auteure teste l'argument utilitaire avancé par de nombreu·x·ses féministes qui postule qu'intégrer des femmes dans les parlements permettrait au champ politique de prendre en compte des expériences sociales qui étaient jusque-là marginalisées. Grâce à la base de données des votes nominatifs au Conseil national, elle parvient à montrer que le genre exerce une influence non négligeable sur le comportement des législateurs, notamment au sein des partis de droite et, contre toute attente, également au sein du parti de l'Union démocratique du centre, de tendance populiste.



ISBN 978-2-88351-066-1, 188 pages, Fr. 34.— / Euro 27.—

Anouk Lloren est docteure en science politique de l'Université de Genève, où elle enseigne le comportement politique au Département de science politique et de relations internationales. Elle travaille aussi en tant que chercheure invitée à l'Université de Columbia. Ses recherches portent sur les rapports entre le genre et la politique, les inégalités socioéconomiques et leurs effets sur la représentation politique, les campagnes électorales et l'analyse du vote.