



EVALUATION DE LA COMPOSANTE 2

SYNTHESE

« DISPOSITIF PILOTE D'ACCOMPAGNEMENT DE LA DIASPORA
ENTREPRENANTE »

ACCOMPAGNER LES PROMOTEURS ISSUS DE LA DIASPORA EN FRANCE ET SOUHAITANT REALISER UN INVESTISSEMENT PRODUCTIF AU CAMEROUN A TRAVERS LA MISE EN PLACE D'UN DISPOSITIF PILOTE DE SUIVI ET ACCOMPAGNEMENT.

Le 05/04/2021



TABLE DES MATIERES

1. EVALUATION DU DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT DE LA DIASPORA CAMEROUNAISE ENTREPRENANTE : PRESENTATION ET METHODOLOGIE	3
1.1 Le Programme d'appui à l'investissement productif de la diaspora camerounaise.....	3
1.2 Les objectifs de l'étude	3
1.3 La méthodologie de l'étude	3
2. LA DIASPORA ENTREPRENANTE CAMEROUNAISE : PROFILS, BESOINS, POTENTIEL	4
2.1 Profil général de la diaspora entreprenante camerounaise	4
2.2 Profil spécifique : la femme entrepreneure de la diaspora	5
2.3 Profil spécifique : la nouvelle génération d'entrepreneurs de la diaspora.....	6
2.4 Les difficultés et les besoins d'accompagnement de la diaspora entreprenante	7
2.5 L'impact de la diaspora entreprenante.....	9
3. LE DISPOSITIF PILOTE DIAS'INVEST 237 : PRESENTATION ET RESULTATS	10
3.1 Le parcours d'accompagnement Dias'Invest 237	10
3.2 Les résultats du dispositif.....	11
3.3 Les principaux résultats de l'évaluation.....	12
4. RECOMMANDATIONS POUR UN DISPOSITIF AMELIORE	13
4.1 Bonnes pratiques et besoins de renforcement.....	13
4.2 Proposition de dispositif amélioré	14

1. EVALUATION DU DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT DE LA DIASPORA CAMEROUNAISE ENTREPRENANTE : PRESENTATION ET METHODOLOGIE

1.1 Le Programme d'appui à l'investissement productif de la diaspora camerounaise

Le Programme mis en œuvre par le ministère des Relations Extérieures camerounais (MINREX) sur financement de l'Agence française de Développement, est le fruit d'une considération grandissante dans le monde du développement et au Cameroun pour l'apport des diasporas dans leur pays d'origine.

Lancé en 2017, le Programme a axé principalement son intervention sur **deux points** :

- ▶ **Renforcer le MINREX dans sa stratégie** de promotion de l'investissement productif de la diaspora (composante 1) ;
- ▶ Mise en œuvre d'un **dispositif pilote d'accompagnement de la diaspora** désireuse d'entreprendre au Cameroun (composante 2).

1.2 Les objectifs de l'étude

Etant donné son caractère pilote, l'étude d'évaluation de la composante 2 répond i.) d'un souci d'évaluer l'action menée, mais aussi ii.) d'un besoin de caractériser le public ciblé et ses besoins et iii.) de capitaliser les bonnes pratiques mises en œuvre.

Elle s'est donné les **3 objectifs spécifiques suivants** :

- ▶ OS1 : rendre compte de la **réalité de l'effort d'investissement productif de la diaspora** camerounaise de France et de son (potentiel) impact économique et social ;
- ▶ OS2 : rendre compte du **parcours d'investissement des différentes catégories d'entrepreneurs de la diaspora**, de la qualité, de l'efficacité et des limites des services mis en place par le dispositif et définir les éventuelles actions correctives et/ou complémentaires nécessaires à l'amélioration des services ;
- ▶ OS3 : dessiner **les suites à donner à l'action** qui pourraient mobiliser au mieux les acteurs institutionnels et privés de l'écosystème sur le corridor France-Cameroun.

1.3 La méthodologie de l'étude

L'étude considère les résultats de l'étude sur la typologie de la diaspora camerounaise produite en 2019 par RMDA pour le consortium dans le cadre du Programme. Elle centre son regard sur la « **diaspora entrepreneuriale** » qui se trouve représentée par les **83 entrepreneurs sélectionnés pour participer au dispositif** selon les critères principaux de leur disponibilité et de la maturité de leur projet : le projet devait donner les gages de son « opérationnalisation effective » sur le territoire camerounais : premiers investissements réalisés, personnel(s) localement disponible(s), test du marché réalisé ou imminent.

L'étude a collecté des **données qualitatives et quantitatives** au travers de :

- ▶ La compilation des données collectées lors du suivi des entrepreneurs par l'équipe Programme,
- ▶ 12 entretiens semi-directifs de bénéficiaires et personnels clés (KII),
- ▶ 2 groupes de discussion (FGD) : mixte homme/femme et entrepreneurs/personnel d'appui, & féminin
- ▶ 2 enquêtes en direction du groupe cible de la diaspora entrepreneuriale : évaluation et satisfaction (20 réponses), caractérisation des pratiques et du parcours entrepreneurial (38 réponses).

Au terme de l'analyse de l'ensemble des données collectées, le document de synthèse des résultats de **l'étude s'articule en 3 parties** : **1. Profilage et potentiel** de la diaspora entrepreneuriale, **2. Présentation et évaluation de l'accompagnement Dias'Invest 237** mis en œuvre, **3. Recommandations** pour un dispositif amélioré.

2. LA DIASPORA ENTREPRENANTE CAMEROUNAISE : PROFILS, BESOINS, POTENTIEL

2.1 Profil général de la diaspora entrepreneurale camerounaise

SON PROFIL

Masculin : 70%
Expérimenté : moyenne 43,6 ans
Hautement qualifiée : 94% ont le bac, 59% un bac+5 (Master)
Actif : 96%

SA RELATION AU PAYS

Désireux de retourner : 95%
Sans forcément garder la nationalité : 48% Français
Connectée : aux sites web et TV d'info nationale



SON PROJET

Dans l'**Agriculture** : 46%
Installé autour de **Yaoundé** 52%,
et **Douala** 23%
Avec un **représentant local** : 80%

SA DÉMARCHE

Pour le Cameroun !
Patient : se donne 4 à 6 ans pour réussir
En récidiviste : 66% ont eu une 1^{ère} expérience entrepreneuriale
Au contact du terrain : 2 AR / an

SON PROFIL

Les entrepreneur.e.s qui se sont engagé.e.s sur le dispositif sont à **70% des hommes**. Leur moyenne d'âge témoigne de ce qu'ils ont généralement une **expérience professionnelle de plus de 20 ans**. Plus de **9 sur 10 sont titulaires d'un baccalauréat, 6 sur 10 d'un Master**, ce qui en fait une diaspora extrêmement qualifiée. Seulement 4% sont sans activité. Attention cependant au **biais lié au choix de privilégier une relation digitale** avec le public cible. L'équipe projet a pu constater que plusieurs porteurs de projet, notamment féminins, présentaient des difficultés avec les démarches d'inscription et la rédaction de leur dossier de candidature, sans que cela présage de la qualité de leur projet. Des ateliers d'écriture ont été mis en place lors du Programme.

SON PROJET

Attentive aux potentialités du Cameroun, la diaspora entrepreneurale investit très **majoritairement dans l'Agriculture** (production, transformation, élevage), puis dans **les TIC** (12%) surtout la jeune génération (25-35 ans). Elle concentre son investissement autour des **2 pôles urbains du pays**, Douala et Yaoundé, les mieux connectés logistiquement. L'installation du site d'accueil du dispositif à Yaoundé a pu cependant décourager des entrepreneurs éloignés. La diaspora s'appuie sur des **relais locaux** depuis le montage, relais qui sont pour 2/3 issus du cercle familial.

SA DÉMARCHE

La diaspora considère très largement le **développement du pays comme le moteur de son initiative** (68%), loin devant des ambitions familiales ou personnelles. 2/3 ont **déjà entrepris**. Elle se donne généralement 1 à 3 ans pour monter son projet puis 1 à 3 ans pour atteindre la viabilité. Durant ce temps, elle se rend régulièrement sur le terrain (> 2 fois par an pour 63%), pour une période longue (> 1 mois pour 42%).

SA RELATION AU PAYS

Le projet d'entreprise apparaît comme **un premier pas vers le retour au pays**, 95% des entrepreneurs l'envisagent. La période longue passée en migration lui a souvent fait prendre la nationalité du pays d'accueil. Pour autant, la diaspora **reste très à l'écoute de son pays d'origine et de son économie** : 71% via les sites internet dédiés (investiraucameroun.cm), 68% les chaînes de télévision nationales, 45% les réseaux sociaux.

2.2 Profil spécifique : la femme entrepreneure de la diaspora

SON PROFIL

Expérimentée : moyenne 45 ans
Qualifiée : 85% ont le bac ou plus
Originaire du **Centre** : 86%

SA RELATION AU PAYS

Prudente : réussir avant de rentrer
Sensible à un sentiment de discrimination



SON PROJET

Secteurs à **forte main d'œuvre** : agriculture, hôtellerie, ...
Installé en région **Centre** : à 67%

SA DÉMARCHE

Elle se **forme d'abord** : 77%
Se lance vite : 54% sous 1 an
En s'appuyant sur **la famille** : 77%
Et **peu sur de l'expertise externe**

SON PROFIL

Les femmes **se lancent dans l'entrepreneuriat plus tard** : elles sont seulement 24% parmi les moins de 35 ans. Cette situation peut s'expliquer par les contraintes familiales plus fortes qui pèsent sur elles (enfants) et qui les incitent à reporter leur projet d'investissement. Leur **niveau de qualification, moins élevé que les hommes, reste élevé** : 44% d'entre elles sont titulaire d'un **bac + 5**. Mais les profils moins qualifiés, issus de formation technique sont plus nombreux.

SA RELATION AU PAYS

L'**attachement au Cameroun est fort** chez les femmes entrepreneures : 92% d'entre elles envisagent de s'y **réinstaller**. Mais ce retour est abordé avec prudence : seules 23% d'entre elles envisagent un retour avant le lancement de leur projet, contre 44% des hommes ; 46% **préfèrent attendre d'avoir atteint un seuil d'activité suffisant**. Le **poids du sentiment de discrimination** pèse lourd sur leur relation au pays. Près d'une femme sur deux déclare ressentir une différence de traitement négative liée à son sexe, à la fois au sein des administrations et dans la sphère des affaires en général.

SON PROJET

Les femmes s'orientent en priorité vers les **secteurs agricole et agroalimentaire** : 47% de leurs projets. Le secteur du **tourisme**, de l'**hôtellerie** et de la **restauration** se détache ensuite avec 22% de leurs projets. Tous les projets accompagnés par le dispositif dans ce secteur sont portés par des femmes. Vient ensuite le secteur de l'**hygiène** et de la **santé** : 9%. Les entrepreneures souhaitent souvent mettre en pratique des compétences professionnelles acquise en France dans ces secteurs. Il s'agit là de secteurs intensifs en main d'œuvre. Les femmes contribuent davantage à la création d'emploi. 38% des projets portés par des femmes comptent **plus de 10 personnes au démarrage**, contre aucun projet porté par un homme.

SA DÉMARCHE

Les entrepreneures se lancent vite, et après s'être formées. On constate également une tendance à **formaliser plus tardivement**. Elles font fortement appel à des appuis locaux, 85% d'entre elles ont une **représentation locale**, dans 77% des cas un membre de la famille (44% des hommes). Enfin, les femmes ont **peu tendance à recourir à l'expertise** et aux facilités mises à disposition : seulement 8% cherchent de l'information auprès d'un professionnel en phase de montage de projet et seulement 25% un appui auprès d'un expert lors du lancement.

2.3 Profil spécifique : la nouvelle génération d'entrepreneurs de la diaspora (25-35 ans)



SON PROFIL

Souvent venus en France pour leurs études, les jeunes sont encore plus qualifiés que leurs aînés : 82% de bac + 5. Soucieux de valoriser leur formation, ils sont généralement salariés à l'heure de monter leur projet, dont la moitié en tant que cadres. Malgré leur âge, 72% d'entre eux déclarent une expérience de l'entrepreneuriat, menée au Cameroun pour près de la moitié d'entre eux, affirmant leur attachement au pays.

SA RELATION AU PAYS

Son rapport au pays se différencie de celui des précédentes générations. Les participants de moins de 35 ans présentent un profil de « repat » marqué par une volonté forte de se réinstaller au Cameroun : 39% s'est déjà réinstallée (contre 28% des 36-49 ans et 23% des plus de 50 ans). Et par un attachement à sa nationalité camerounaise, 61% l'ont gardé.

Les jeunes sont plus éloignés des activités communautaires de la diaspora : 1/5 d'entre eux seulement participent à des réseaux d'entrepreneurs de la diaspora et un quart aux activités d'une association de la diaspora. Elle reste cependant très connectée à l'actualité économique du Cameroun : 1/4 regardent régulièrement les chaînes d'info camerounaises et 2/3 s'informent grâce aux réseaux sociaux.

SON PROJET

Toujours très investie dans le domaine agricole (42% des projets), la jeune génération s'intéresse particulièrement aux TIC et projets dans le digital (ex : plateforme de vente en ligne, archivage numérique) et au secteur de la santé.

SA DEMARCHE

Ils sont 45% à ne pas avoir de personne relai local sur leur projet (contre moins de 8% sur les autres tranches d'âge). Parmi ceux bénéficiant d'un relai local, ils sont beaucoup moins nombreux à s'appuyer sur leur famille : c'était seulement le cas pour 27% d'entre eux.

Ils se sentent mieux accueillis au pays, seulement 25% d'entre eux déclarent ressentir une discrimination liée à leur appartenance à la diaspora, ils sont 36% à vivre ce statut comme un atout.

79% d'entre eux ont fourni un document de stratégie (business plan, étude de marché ...) avec leur candidature, contre 58% des plus de 50 ans. Ils sont également plus enclins à aller chercher de l'appui et de l'expertise extérieure : 48% d'entre eux ont ainsi sollicité un professionnel au Cameroun. À noter qu'ils sont les plus nombreux à avoir atteint le seuil de rentabilité, c'était le cas pour 25% des projets.

2.4 Les difficultés et les besoins d'accompagnement de la diaspora entrepreneuriale

Dans le souci de documenter le parcours de l'entrepreneur de la diaspora, l'étude a cherché à identifier les difficultés les plus fréquemment rencontrées par les entrepreneurs de la diaspora et les besoins qui en découlent lors des différentes phases de leur projet. Étant donné le faible nombre de répondant en phase de développement, les résultats portent uniquement sur les deux premières phases du parcours entrepreneurial.

► Difficultés en phase de montage

La **difficulté d'accès à l'appui technique** (50% des entrepreneurs), et à l'accompagnement (45%), mettent en avant un **besoin de mieux répertorier les experts locaux**.

Difficultés en phase de montage	% de réponses positives
Trouver un appui technique au Cameroun	50
Obtenir une autorisation pour mon activité	45
Trouver un accompagnement au Cameroun	45
Trouver de l'info sur mon secteur d'activité	37
Obtenir un rdv avec une administration	29
Trouver de l'info sur la création d'entreprise	24
Ouvrir un compte bancaire	8
Obtenir le visa pour voyager au Cameroun	3
Autre	16

Mis en parallèle avec les constatations de l'équipe projet, ce constat interroge sur le **besoin d'un accompagnement et d'un renforcement technique**, en particulier dans les métiers agricoles : moins de 3% des porteurs de projet avaient une formation dans le domaine agricole alors que le domaine représente 46% des projets.

Les difficultés les plus fréquentes concernent **l'identification d'interlocuteurs**. Les jeunes, ayant moins de réseau et d'expérience, sont particulièrement concernés par le problème. Le guide pratique Dias'Invest 237 vise à répondre à cette difficulté.

► Besoins en phase de montage

La **réalisation d'études et de documents stratégiques** arrive largement en tête des services considérés les plus utiles, confirmant l'intuition du dispositif de s'orienter vers ces services.

Trois services se détachent ensuite, dans l'ordre : la **mise en relation avec des experts**, important surtout pour la jeune génération, la **formation à la création et gestion d'entreprise**, très sollicité par les femmes, et la demande pour un **point d'accueil** de documentation et d'orientation.

	Service
1	Réalisation d'études (études de marché, business plan, étude technique ...)
2	Rencontres d'experts (compta, fiscalité, juridique...)
3	Formation à la création et à la gestion d'entreprise
4	Documentation, accueil, appui-conseil
5	Groupes de discussion, réseautage
6	Facilitations administratives pour voyager vers le Cameroun

Nota bene : le besoin d'études fait l'unanimité chez les publics féminin et jeunes (25-35 ans). Les femmes plébiscitent ensuite l'appui-conseil, les jeunes eux le réseautage.

► **Difficultés et besoins en phase de lancement**

Difficultés en phase de lancement	% de réponses positives
Trouver du financement	83
Trouver du personnel	57
Trouver du matériel	52
Obtenir une autorisation institutionnelle	35
Trouver des associés	22
Obtenir un titre foncier	13
Ouvrir un compte bancaire	4
Autre	9

En phase de lancement, les difficultés rencontrées concernent surtout **l'accès aux ressources**, en particulier **le financement**, difficulté pour plus de 80% des entrepreneurs.

Les jeunes sont sensiblement plus intéressés que les autres générations par le souci de trouver du personnel qualifié.

► **Besoins en phase de montage**

C'est logiquement **l'appui à la recherche de financement** qui est largement considéré comme service le plus utile par les porteurs de projet. Arrivent ensuite **l'appui-conseil à la gestion d'entreprise**, puis les **facilitations administratives**, notamment pour l'obtention d'un agrément ou d'une autorisation.

	Service
1	Appui à la recherche de financement
2	Appui-conseil à la gestion (comptabilité, fiscalité...)
3	Facilitation pour formaliser son activité
4	Réseautage professionnel
5	Parrainage par un chef d'entreprise installé
6	Accompagnement pour concilier vie de famille et projet entrepreneurial
7	Facilitations administratives pour voyager vers le Cameroun

Nota bene. : en phase de montage **les besoins sont communs à l'ensemble des entrepreneur.e.s**, au-delà de leur profil : on ne constate pas de variation significative en fonction du sexe ou de l'âge.

2.5 L'impact de la diaspora entrepreneuriale

Les critères de sélection des entrepreneurs sur le dispositif étaient ouverts, et ce afin de **capter l'ensemble des dynamiques d'investissement de la diaspora**, que ce soit en termes de **secteurs d'activités** ou de **régions d'installation**, du porteur comme du projet. L'accompagnement proposé se voulait adaptable à **tous types de besoins**. Et même les contraintes en termes de **maturité de projet** ouvraient quand même le dispositif aussi bien à un entrepreneur en phase d'investissement initial qu'à un entrepreneur dont l'entreprise est créée depuis plusieurs années.

L'étude d'évaluation permet de mettre en lumière quelques chiffres qui dévoilent l'impact de cette diaspora ainsi révélée dans toute sa diversité.

► Diversité des démarches

La diaspora camerounaise investit principalement dans l'Agriculture (secteur primaire et transformation cf. profilage p.4), mais aussi dans un **champ très large de secteurs** : audiovisuel, BTP-immobilier, énergie-environnement, enseignement, finance-assurance, hygiène-santé, TIC, tourisme-hôtellerie-restauration, transport-logistique...

Elle **investit sur la quasi-totalité du territoire national**. L'évaluation dénombre **des projets dans 7 dans 10 régions** : Centre, Est, Extrême-Nord, Littoral, Ouest, Sud, Sud-Ouest.

► Impacts observés¹

CONTRIBUTION MOYENNE D'UN ENTREPRENEUR		VALEUR
INVESTISSEMENT MOYEN (en phase de montage et lancement)		22°000°000 FCFA
NOMBRE D'EMPLOIS CREES (au lancement)		3,8 EMPLOIS

CONTRIBUTION REMARQUABLE DES « CHAMPIONS »		VALEUR
CHIFFRE D'AFFAIRES (société ACAMVIE, 2019)		1,136 Md FCFA
NOMBRE D'EMPLOIS CREES (société ISTAM, 2020)		111 EMPLOIS

► Impacts potentiels²

POTENTIEL MOYEN A 5 ANS D'UNE ENTREPRISE DE LA DIASPORA		VALEUR
CHIFFRE D'AFFAIRES		600°000°000 FCFA
NOMBRE D'EMPLOIS CREES		15 EMPLOIS

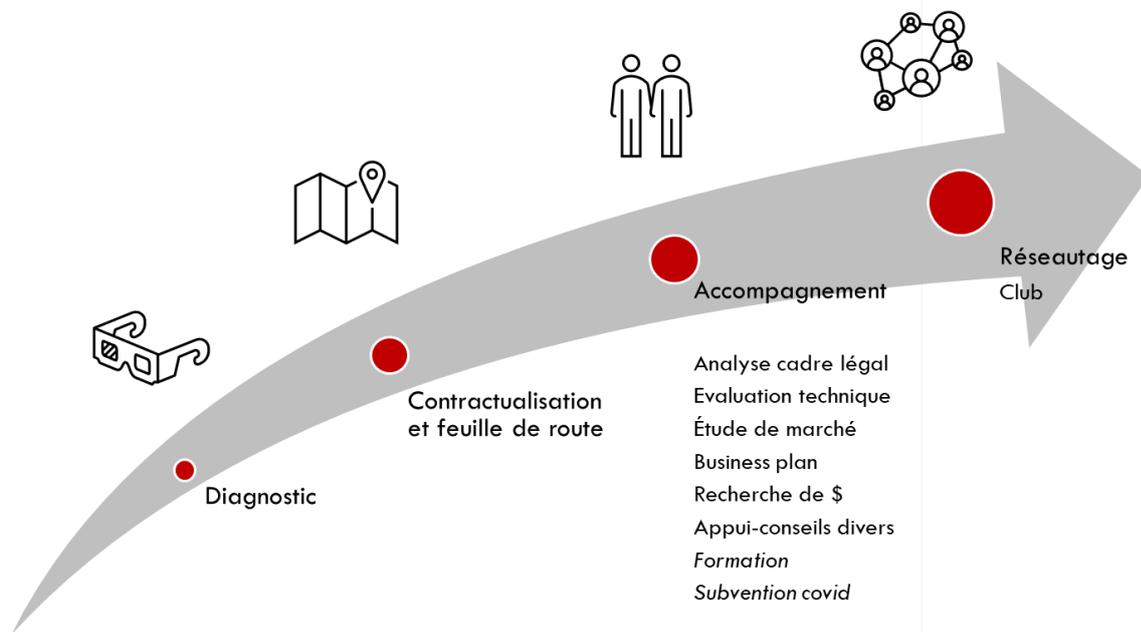
POTENTIEL A 5 ANS DE LA PROMOTION DE 70 ENTREPRISES		VALEUR
CHIFFRE D'AFFAIRES		42 Md FCFA
NOMBRE D'EMPLOIS CREES		1°051 EMPLOIS

¹ Source enquête de caractérisation, nov. 2020, 38 répondants

² Source business plan réalisés dans le cadre du Projet pour chacune des 70 entreprises

3. LE DISPOSITIF PILOTE DIAS'INVEST 237 : PRESENTATION ET RESULTATS

3.1 Le parcours d'accompagnement Dias'Invest 237



Afin d'accompagner les entrepreneurs dans leur projet d'entreprise, le dispositif Dias'Invest 237 a mis en œuvre un processus d'accompagnement en **4 étapes**.

► Diagnostic

Sous la forme d'un **entretien avec l'entrepreneur** et d'une **visite terrain** de son site projet, l'équipe Dias'Invest vérifie et précise la **situation d'entrée du projet sur le dispositif**. Elle identifie les forces et faiblesses du projet, et **priorise avec l'entrepreneur ses besoins** en termes de formalisation, renforcement, investissements et études.

► Contractualisation

Au terme du diagnostic, l'équipe du dispositif et l'entrepreneur s'entendent sur la définition d'une **feuille de route** de l'accompagnement, qui positionne dans le temps les **différentes étapes du parcours d'accompagnement** proposé par le dispositif et sollicité par l'entrepreneur. Cette FR est **annexée à un contrat d'engagement** signée par les 2 Parties, l'entrepreneur et le dispositif.

► Accompagnement

Le dispositif déploie alors son **pool d'experts** afin de dérouler le parcours d'accompagnement. Il apparaît que l'ensemble des entrepreneurs a été accompagné selon un **schéma type** : *analyse du cadre légal > évaluation technique > étude de marché > business plan > recherche de financement*. A la demande, ils ont reçu en parallèle divers appuis-conseils relatifs à la gestion de leur projet. Certains ont reçu une formation en gestion. A l'été 2020, tous ont pu candidater à un **concours de subventions** (jusqu'à 5M[€] de FCFA) destiné à soutenir les entreprises les plus touchées par la situation économique découlant de la pandémie de covid-19. 19 ont reçu une subvention.

► Mise en réseau

Dès décembre 2019, l'équipe du dispositif a réuni une « task force » composée d'une dizaine d'entrepreneurs accompagnés pour réfléchir et rédiger les statuts et le RI d'un **club d'entrepreneurs** de la diaspora. Le **CA a été élu en mars 2021**. L'association **Club Dias'Invest 237** a été créée légalement en avril 2021. Elle compte **48 membres**.

3.2 Les résultats du dispositif

Au terme de plus de 3,5 ans de Programme, se sont succéder (i) **phases d'identification** des candidats en France et au Cameroun, appuyées par une communication multi canaux (web, RS, TV, radio, réunions), et (ii) **phases d'accompagnement**, d'abord sur des aspects **non financiers**, pour, au travers d'un appui à la réalisation de l'étude technique, l'étude de marché et le business plan, renforcer le modèle économique, l'assise juridique et institutionnelle, ainsi que la stratégie de l'entreprise, puis des aspects **financiers** pour identifier et obtenir des financements au entrepreneurs. Voici les principaux résultats de cette expérience pilote.

CHIFFRES CLEFS	VALEUR
IDENTIFICATION, SÉLECTION DES CANDIDATS	
NOMBRE TOTAL DE CANDIDATS	157
NOMBRE DE CANDIDATS RETENUS	83 (53%)
ACCOMPAGNEMENT NON FINANCIER	
NOMBRE D'ENTREPRENEURS ACCOMPAGNÉS	70
NOMBRE DE BUSINESS PLAN RÉALISÉS	70
NOMBRE D'ENTREPRENEURS FORMÉS	24
NOMBRE D'ENTREPRENEURS ACCOMPAGNÉS POUR LA FORMALISATION	32
NOMBRE D'APPUIS INSTITUTIONNELS SOLLICITÉS / PRIS EN COMPTE / OBTENUS	98/17/01
DURÉE MOYENNE DE L'ACCOMPAGNEMENT NON FINANCIER (JUSQU'À REMISE DU BP)	9 MOIS
ACCOMPAGNEMENT FINANCIER	
NOMBRE D'ENTREPRENEURS ACCOMPAGNÉS DANS LA RECHERCHE DE FINANCEMENT	60
NOMBRE D'INSTITUTIONS FINANCIÈRES (IF) SOLLICITÉES / INTÉRESSÉES	19/06
NOMBRE D'ENTREPRENEURS AYANT REÇUS UN PROPOSITION D'ENTRETIEN PAR UNE IF	45
NOMBRE D'ENTREPRENEURS AYANT REÇUS UNE PROPOSITION DE FINANCEMENT (HORS BOURSE)	6*
NOMBRE DE BOURSES DISTRIBUÉES PAR LE DISPOSITIF	19
NOMBRE D'ENTREPRENEURS EN ACTIVITÉ AU SORTIR DU DISPOSITIF	36

**la majorité des 45 entrepreneurs ayant reçu une proposition d'entretien ne sont pas revenus vers le dispositif pour faire connaître le résultat de l'entretien*

Selon les résultats de l'enquête de « sortie » du dispositif réalisée en mars 2021, seules 36 entreprises sont encore en activité début 2021. Du fait des restrictions, plusieurs entrepreneurs sont bloqués en France et ont dû **retarder le démarrage** de leur projet. D'autres ont préféré ou dû **mettre en stand-by** leur activité car la **situation économique liée à cette période de pandémie mondiale n'est pas favorable**.

Le **coût total d'accompagnement** (hors bourse) sur le dispositif s'est élevé à 475 295 euros, soit :

COUT DE L'ACCOMPAGNEMENT PAR ENTREPRENEUR

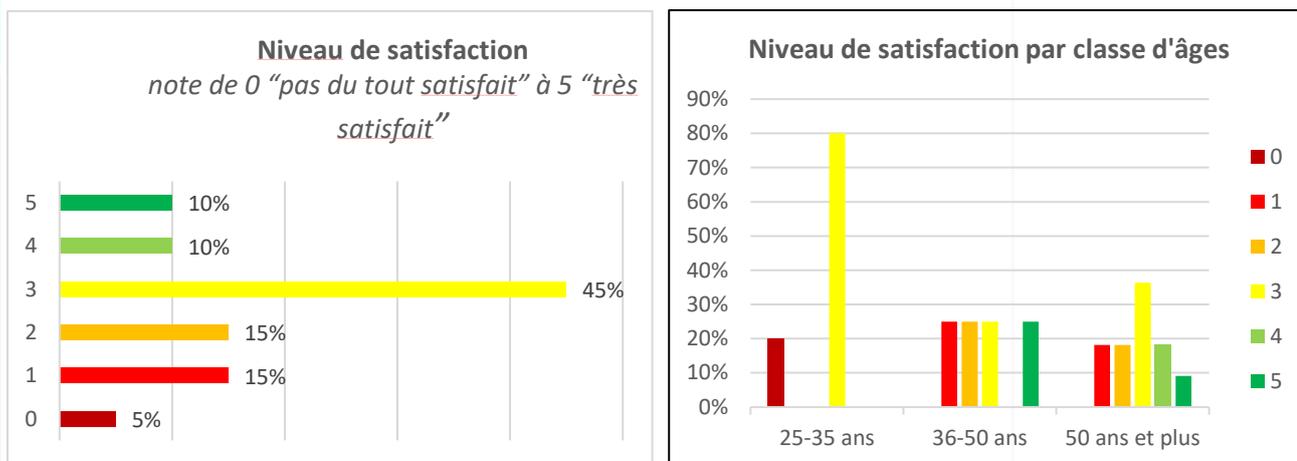
4°450 000 FCFA

6790 euros

Ce montant comprend les frais de sensibilisation, sélection et accompagnement.

3.3 Les principaux résultats de l'évaluation

► Niveau de satisfaction



Les entrepreneurs interrogés sont **globalement satisfaits** (65% plutôt satisfaits) de l'appui offert par le dispositif. Ils sont très majoritairement **très satisfaits du travail d'études** fourni (diagnostic, étude technique, étude de marché, business plan). En revanche, la majorité est **déçu de l'accompagnement** en particulier sur les aspects de recherche de financement, d'appui à la gestion et d'appui institutionnel (obtention de documents administratifs). La nouvelle génération en particulier n'a pas trouvé son compte.

► Axes d'amélioration

Le dispositif faisait le pari de l'adaptabilité, nécessaire sur une phase pilote qui avait aussi pour objectif de caractériser la diaspora entreprenante et ses projets, et qui inscrivait son action sur le double espace France-Cameroun.

Les axes d'amélioration du dispositif	Nombre de réponses
recherche de financement	5
outil de financement (prêt d'honneur)	4
formation	2
appui technique personnalisé	2
appuis institutionnels	1
adaptation / individualisation de l'accompa	1
veille juridique et fiscal	1
écoute	1
suivi terrain plus régulier	1

Cameroun.

L'hétérogénéité des projets (secteur, localisation, maturité) et des situations (localisation de l'entrepreneur, disponibilité), le déclenchement tardif de la composante 3 (avenant signé en octobre 2019) offrant une solution de financement restreinte, sont des **limites de ce pilote** qui, désormais identifiées, devraient être mieux prises en compte à

l'avenir. A noter que les séquences de l'élection présidentielle et surtout du covid-19 ont perturbé le cycle économique du pays et du programme.

► Mieux **personnaliser l'offre** d'accompagnement

Les entrepreneurs interrogés ont suggéré que la proximité du dispositif avec les projets puisse être améliorée. Ils ont sollicité une meilleure adaptation des expertises mobilisées en appui, en particulier pour les projets non agricoles, qui représentent un peu plus de 50% des projets.

► Améliorer l'**appui au financement**

La majorité déplore que l'accompagnement à la recherche de financement n'ait abouti. L'information sur l'étude relative à l'installation d'un dispositif de prêt d'honneur financée dans le cadre de la composante 3 a fait naître l'espoir de l'obtention de financement dédiés à l'amorçage, espoir non satisfait par la trop faible envergure du concours de subventions mis en place en soutien des entreprises face aux difficultés liées au covid-19.

4. RECOMMANDATIONS POUR UN DISPOSITIF AMELIORE

4.1 Bonnes pratiques et besoins de renforcement

Leur travail d'analyse amène finalement les évaluateurs à proposer (i) une capitalisation de bonnes pratiques observées lors du dispositif (« on garde ») et (ii) un ensemble d'améliorations qui pourraient favoriser une meilleure prise en compte des besoins et attentes du public cible.

	ON GARDE	ON AJOUTE / AMELIORE
Communication	Une information complète et continue sur le net	Une information sur les chaînes TV camerounaises
	Des réunions d'information sur tout le territoire français (1ère source d'info sur le dispositif)	Ateliers thématiques, master class (en ligne)
	Groupes de discussion (féminins) en France	Un accompagnement (avec des obj.) personnalisé
Sélection	Diagnostic	Un suivi plus rapproché
	Appui à la rédaction de dossier	Un appui-conseil et de la formation à la gestion
	Etude technique + Etude de marché + BP	Un outil de financement d'amorçage
	Un appui à la stratégie	Un accompagnement au financement étoffé : crowdfunding, banques, capital risque
	Un acc. installé au Cameroun	Un site d'accueil à Douala
Accompagnement	Une expertise nombreuse dans l'agroalimentaire	Un expertise diversifiée : TIC, hygiène-santé...
	Un site d'accueil à Yaoundé	Un personnel féminin pour l'accueil et le suivi, en particulier à Yaoundé où les femmes investissent
	La création d'un club d'entrepreneurs	

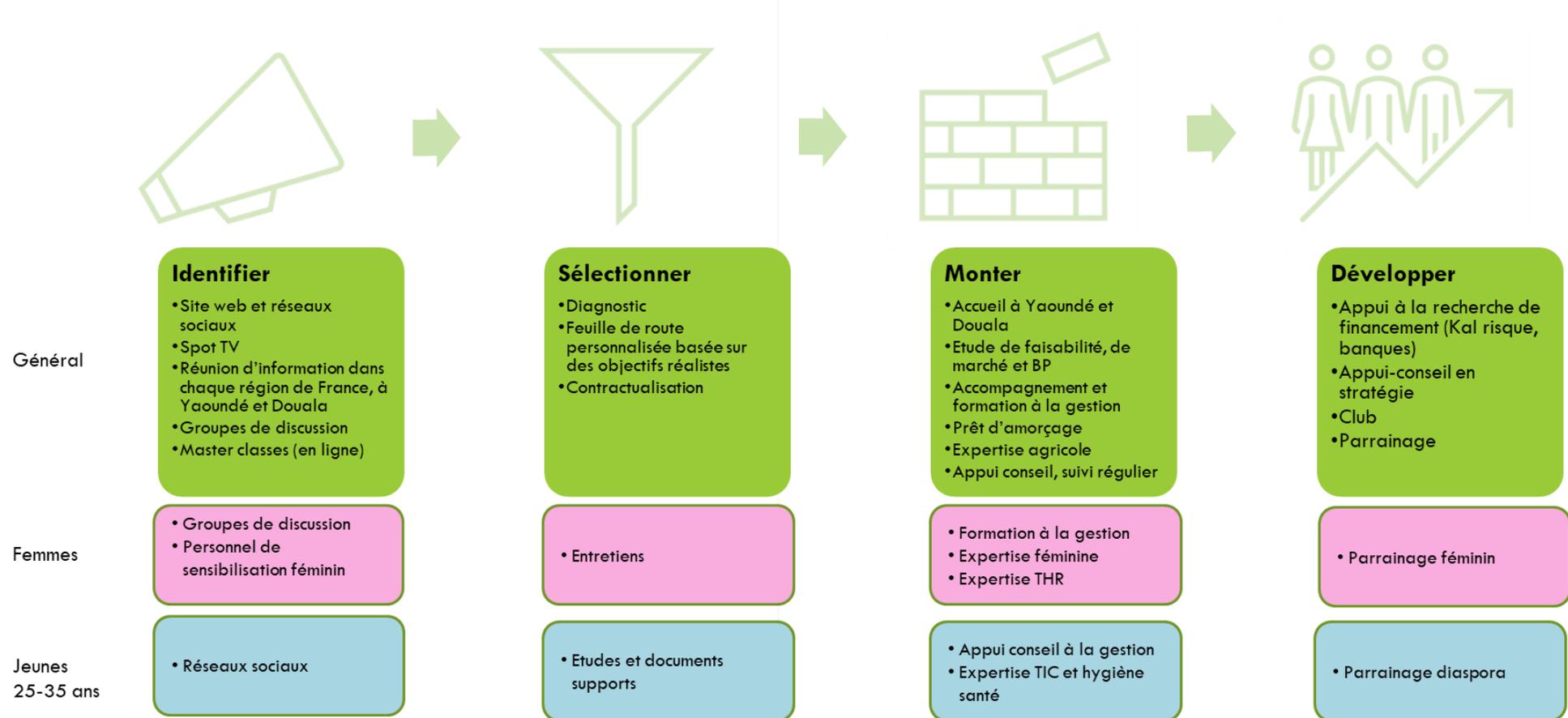
► Communication et identification / sélection des entrepreneurs

La diaspora camerounaise, et sa nouvelle génération en particulier, est majoritairement à l'aise avec le **digital**. Elle utilise les réseaux sociaux et s'informe sur le web. Ce canal de communication doit être maintenu. La sensibilisation doit être complétée via les **télévisions** nationales qui, toutes générations confondues, sont le médium le plus écouté. Pour générer la candidature, la diaspora privilégie un contact direct (**réunion d'information ou ateliers thématiques** autour de la création d'entreprises) qui doit certainement conserver une dimension **présentielle** et être **étendu à la majorité des grandes agglomérations françaises** puisque s'y trouve la diaspora. Pour accompagner la frange du public féminin moins à l'aise avec le digital, un **accompagnement en présentiel à la rédaction** de candidature a montré son efficacité. Le **diagnostic d'accueil** réalisé jusque sur le terrain du projet sert de sas aux projets. Il révèle la situation d'opérationnalisation réelle du projet et permet l'installation d'une feuille de route de l'accompagnement adaptée.

► Accompagnement

L'outil **feuille de route** gagnerait à être orienté résultats et ce afin de mieux personnaliser la démarche : que veut atteindre l'entrepreneur avec l'appui du dispositif ? Et d'en faciliter le suivi et l'évaluation conjointe. Le cycle d'accompagnement peut s'engager sur un travail d'**études**. Celui réalisé par l'équipe du dispositif a été très appréciée des entrepreneurs. Il structure la stratégie de développement de l'entreprise. Il doit s'accompagner d'un **appui-conseil mieux personnalisé, féminisé et diversifié** en termes de secteurs d'expertise, et d'un **suivi rapproché**, un entretien régulier à l'initiative de l'équipe par exemple. Installé au Cameroun l'accompagnement se positionne sur le terrain des projets. Les moyens de communication à distance et les habitudes de déplacement des entrepreneurs valident ce choix. Un **élargissement des sites d'accueil**, à Douala à minima, faciliterait une relation de proximité avec le plus grand nombre. L'**accompagnement au financement** doit être renforcé et outillé. Un partenariat avec une typologie d'acteurs variée (crowdfunding, IMF, banques, investisseurs) permettrait d'offrir une solution adaptée aux différents projets. L'installation d'un **outil de financement d'amorçage** ad hoc (prêt d'honneur, fonds de garantie) remplirait un vide dans la chaîne du financement sur lequel la finance privée aura du mal à se positionner.

4.2 Proposition de dispositif amélioré



Ce Programme est mis en œuvre par le **Ministère des Relations Extérieures du Cameroun**



Avec l'appui de l'**Agence Française de Développement**

