Revue **Francophone**
Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

Pratiques de l'innovation shanzhaï et entrepreneuriat local au Cameroun : cas de quelques TPE informelles de la ville de Douala

Shanzhaï innovation practices and local entrepreneurship in Cameroon, case study : some informal VSE in the town of Douala

BILOA FOUDA Catherine Nicole [a]
KUATE KAPTUE Thierry Landel [b]
BOUDA OWONA Marcelline Diane [c]

[a] Professeur-Enseignante chercheuse, Ecole Normale Supérieure de l'enseignement Technique de Douala (ENSET), Laboratoire de Recherche en Technique et de Gestion Appliquée (LAREGA), Université de Douala (Cameroun)

[b] Doctorant en sciences de gestion, Faculté des Sciences Economique et de Gestion Appliquée (FSEGA), Laboratoire de recherche sur la Gouvernance et Performance des organisations (LAGPO), Université de Douala (Cameroun)

[c] Professeur des Lycées d'Enseignement Technique et Professionnel, Ecole Normale Supérieure de l'enseignement Technique de Douala (ENSET),Université de Douala (Cameroun)

Les auteurs acceptent que cet article reste en libre accès en permanence selon les termes de la licence internationale Creative Commons Attribution 4.0

Revue **Francophone**
Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

Résumé

Défini comme l'ensemble des activités génératrices de revenus (AGR) s'exerçant en dehors des règles institutionnelles ou du cadre réglementaire. Le secteur informel est aujourd'hui, dans la plupart des pays de la sous-région, un secteur qui emploie la majorité de la main d'œuvre et qui regorge de plus de jeunes. À cet effet, ces jeunes sur le plan local font dans la plupart du temps appel à l'imitation pour y apporter une touche particulière qui pourrait ou non différencier leur activité de celle issue du secteur formel. Ce travail de recherche a pour objectif de montrer la contribution des pratiques de l'innovation Shanzhaï dans l'entrepreneuriat local. Pour ce faire, l'approche qualitative a été mobilisée autour d'un raisonnement adductif. Ainsi, des études de cas ont été menées sur un échantillon de 6 TPE du secteur informel. À l'issue de l'analyse, les résultats révèlent que les pratiques de l'innovation Shanzhaï contribuent globalement au développement de l'entrepreneuriat local, bien qu'il existe « le revers de la médaille ».

Mots clés : Innovation shanzhaï, Entrepreneuriat local, TPE, Secteur informel, Cameroun.

Abstract

Defined as all income-generating activities (IGAs) carried out outside the institutional or regulatory framework. In most countries in the sub-region today, the informal sector employs the majority of the workforce, and is particularly prevalent among young people. To this end, these young local people often resort to imitation to add a special touch that may or may not differentiate their activity from that of the formal sector. The aim of this research is to demonstrate the contribution of Shanzhai innovation practices to local entrepreneurship. To achieve this, a qualitative approach was used, based on adductive reasoning. Case studies were carried out on a sample of 6 MSEs in the informal sector. At the end of the analysis, the results reveal that Shanzhai innovation practices contribute overall to the development of local entrepreneurship, although there is "the other side of the coin".

Key words: Shanzhai innovation, Local entrepreneurship, VSEs, Informal sector, Cameroon.

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

Introduction

L'innovation est spécifiée comme le processus de création d'un changement dans un système établit par l'introduction d'une nouveauté (Lecossier, Crubleau, Goux-Baudiment, Richir, 2016). À cet effet, ces derniers distinguent plusieurs types d'innovation à l'instar de l'innovation incrémentale qui peut également être caractérisée d'innovation imitative. Dans cette mouvance d'innovation imitative, les pays d'Asie et particulièrement la Chine ont su développer un phénomène dans le domaine socio-culturel voire même politique reposant sur l'imitation parfois même qualifié de contrefaçon: c'est l'innovation Shanzhaï.

L'innovation shanzhaï est un phénomène nouvellement apparut reposant sur l'imitation locale des produits de marques à des prix bon marché (Ling & Yuan, 2016). En effet, le shanzhaï est un modèle d'innovation dans lequel les États intègrent les ressources internes et externes de manière flexible tout en s'adaptant aux contraintes du marché local (Laurent Mériade, 2016). Ce phénomène ayant pris de l'ampleur, a certainement affecté quelques secteurs d'activités au Cameroun ce qui pourrait permettre la promoution de son entrepreneuriat local.

Pour Kawedia & Affo (2021), dans la majeure partie des pays en développement, l'entrepreneuriat est considéré comme étant un remède, voire une solution idéale au problème criable du chômage. En effet, l'entrepreneuriat peut être assimilé à la création d'entreprise, à la saisir des opportunités qui se présentent dans un marché par des entrepreneurs qui en sont les principaux acteurs et qui doivent se dérouler dans un environnement pouvant favoriser leur développement grâce à des facteurs d'innovations (Faustine et Roger, 2017). Dans le document établi par les Nations Unies en 2015, l'accent est sur l'entrepreneuriat local. Il s'agit d'entreprendre dans une dynamique locale et d'encourager les acteurs locaux à entreprendre des activités dans leur localité en tenant compte des réalités contextuelles.

Au Cameroun, l'économie repose majoritairement sur les TPE (Ngok, 2007) représentant 75% du tissu économique (Germain & al, 2007). Pour renchérir, Yamb et Um Ngouem (2022) affirme d'après leur recherche que «*Au Cameroun, le tissu économique est marqué par la prédominance des TPE et des petites entreprises(PE). En fait ce tissu représente 98% de l'ensemble des entreprises, d'après le dernier Recensement Général de Entreprises (INS/RGE-2, 2016)*. Cependant malgré cette importance grandissante, les TPE camerounaises rencontrent plusieurs difficultés et celles-ci sont aussi bien internes qu'externes et les pratiques du shanzhaï pourraient être un avantage pour leur développement. De ce fait il serait intéressant d'étudier

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

ce phénomène dans le contexte camerounais et précisément dans l'entrepreneuriat local des TPE, à l'effet d'en explorer les contours. Ainsi la question principale qui sous-tend notre étude est celle de savoir: **comment les pratiques de cette innovation imitative agissent-elles sur l'entrepreneuriat local dans les TPE du secteur informel au Cameroun ?** De cette question ressort les questions spécifiques qui sont :

- *Quels sont les pratiques de l'innovation présentent dans les TPE camerounaises ?*
- *Comment ces pratiques d'innovation shanzhaï promeuvent-elles l'entrepreneuriat local en ce qui concerne les TPE informelles au Cameroun ?*

L'objectif principal de notre recherche est **de montrer la promotion des pratiques de l'innovation shanzhaï dans l'entrepreneuriat local dans nos TPE camerounaises du secteur informel.**

Notre présent travail s'articule autour du cadre méthodologique, du canevas méthologique à suivre pour mener à bien se travail et enfin autour des principaux résultats à l'implication de la recherche.

1. Cadre théorique

Étymologiquement, le mot innovation provient du latin ''innovatio'' qui signifie changer, rénover. Changer suppose la création de nouveau produit et rénover quant à lui est le fait d'apporter des améliorations à un produit, concept ou service déjà existant. Ainsi cette notion a connu plusieurs définitions selon les auteurs. Déjà Schumpeter (1934), considéré comme l'un des piliers de l'innovation l'a défini comme étant « *l'introduction de nouveau produit, l'introduction d'une nouvelle méthode de production, l'ouverture d'un nouveau marché, la conquête d'une nouvelle source de matière première ou de produit semi-fini et la mise en place d'une nouvelle organisation*. » Pour lui ; il s'agit d'une rupture radicale avec l'existant afin d'innover en créant d'autres et l'innovation donne également lieu à des modifications au sein de l'organisation.

Les travaux de Gopalakrishnan & Damanpour (1997) considèrent l'innovation comme un processus de deux grandes phases par lequel quelque chose de nouveau (un résultat) est introduit dans un environnement. La première phase est l'étape de génération de l'innovation. Plus récemment encore en 2021, Taques et al (2020) cité par Ben et Achelhi (2021) voient en l'innovation une source d'avantage concurrentiel pour les entreprises, soit par l'amélioration des méthodes et techniques capables de générer de nouveaux produits ou services, soit par le

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

perfectionnement de ceux existants. Il s'agit là d'une amélioration des méthodes et techniques de production (Ben & Achelhi, 2021).

En somme, les définitions sur l'innovation nous laissent percevoir deux types d'intensités d'innovation à savoir l'innovation radicale et l'innovation incrémentale. L'innovation dite radicale encore appelée innovation de rupture, est souvent utilisée pour décrire la création d'un nouveau produit provoquant un bouleversement sur le marché. Par contre l'innovation incrémentale est plus proche de l'optimisation, l'amélioration et du changement mineur. Cette dernière fait référence au processus d'innovation visant à améliorer les systèmes et produits déjà existants pour les rendre meilleurs, moins chers ou plus rapide, il s'agit d'un raffinement des routines ou des produits existants (Lecossier & al, 2016). Il s'agit en quelque sorte de créer un nouveau service ou produit à l'aide des technologies, des ressources, des compétences et des connaissances antérieures déjà existantes. Dans ce processus d'innovation mineur apparait certains types d'innovations à l'instar de l'innovation shanzhaï.

1.1. Innovation shanzhaï

Depuis une vingtaine d'années, les entreprises shanzhaï se sont développées en Chine notamment dans le marché de la téléphonie mobile pour représenter en 2012 plus de 40% du marché des portables chinois (Laurent Meriade, 2016). Originellement, le terme shanzhaï était utilisé pour définir un bastion de bandits hors du contrôle du gouvernement local. Initialement attribué à un repaire de brigands dans la montagne, il s'est répandu progressivement pour décrire des produits ou des entreprises de contrefaçon qui ont intégré des innovations aux produits contrefaits pour développer leur propre gamme (Laurent Meriade, up cite). Il est considéré comme une culture d'imitation qui reflète le processus de modernisation et le potentiel de créativité de la base d'un pays. Aujourd'hui le terme désigne le faux, la contrefaçon ou la copie des produits occidentaux fabriqués localement. Les entreprises shanzhaï se conçoivent à l'origine à partir d'une chaîne de valeur construite souvent par un groupe de petites usines très spécialisées fournisseurs de grandes marques. Le shanzhaï est généralement traduit par la parodie qui traduit une imitation en ne restituant que certaines apparences. C'est dans cette lancée que certaines grandes entreprises se sont développées à partir du shanzhaï à l'instar de Haier, Xiaomi, Galanz, Huawei, Mediatek etc… .

Copyright © Revue Francophone

Revue Francophone
Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

1.1.1 définitions

Le terme shanzhaï désigne tous les produits chinois de contrefaçons et l'attitude de leur producteur vis-à-vis de l'autorité. Les différentes définitions du shanzhaï seront élucidées dans le tableau 1 suivant :

Tableau 1 : Les différentes définitions du shanzhaï

Auteurs	Définitions
Stephan Landsberger (2012)	Shanzhaï désigne l'ensemble des produits contrefaits et l'attitude de leurs producteurs vis-à-vis de l'autorité. Ce sont des produits d'imitation bon marché des marchandises copiées.
Lena Scheen (2015)	Les shanzhaï sont des compagnies de produits fabriqués en chine mais n'ayant pas pour but de tromper l'acheteur.
Ling et Juan (2016)	Le shanzhaï est un phénomène qui repose sur l'imitation, l'innovation locale et les prix bon marché. C'est une imitation innovante reposant sur les prix bon marché.
Qin & al (2017)	Les shanzhaï sont des produits qui imitent les marques originales par des similitudes visuelles ou fonctionnelles et qui offrent des avantages supplémentaires à ces produits. Ils consistent à ajouter les caractéristiques innovantes à leurs produits pour satisfaire les populations locales

Source : revue de littérature

Toutefois, à la sortie de ces définitions nous pouvons établir la différence entre l'innovation shanzhaï qui est une forme de contrefaçon et les contrefaçons imitant les produits de marque. Selon Qin & al (2018), la contrefaçon peut être définie comme toute fabrication non autorisée de bien dont les caractéristiques particulières sont protégées par le droit de propriété intellectuelle. Pour être compétitive les produits contrefaits doivent ressembler le plus possible au produits authentiques, ce sont des copies de la version authentique d'un produit visuellement et authentiquement. Selon Qin & al (2017), les contrefaçons peuvent être classées en deux catégories : les contrefaçons de haute qualité (grâce aux nouvelles technologies, ces contrefacteurs reproduisent l'original aussi fidèlement et peuvent facilement tromper le consommateur) et les contrefaçons de faible qualité (elles sont souvent fabriquées avec les matériaux de qualité inférieure et ne peuvent pas facilement tromper le consommateur). Tout comme les contrefaçons qui sont des imitations ou copies, les produits shanzhaï le sont aussi. Ces deux formes d'imitations se rejoignent par le faite que leur produit sont à moindre coût par rapport aux produits originaux mais cela n'en demeure pas moins vrai que les produits shanzhaï sont très différents des contrefaçons sur le plan empirique et voire même conceptuel. Sur le plan empirique, la différence se fait au niveau du choix ou motivation des consommateurs à

Copyright © Revue Francophone

Revue Francophone
Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

choisir tel ou tel produit par rapport à l'autre ; sur le plan conceptuel, les produits shanzhaï se distinguent des contrefaçons parce qu'ils apportent des bénéfices fonctionnels supplémentaires aux produits qu'ils fabriquent. Ces produits offrent souvent des caractéristiques fonctionnelles améliorées.

Tableau 2 : Différences entre les produits shanzhaï et les contrefaçons

	Produits innovants de shanzhaï	**Produit de contrefaction shanzhaï**	**Contrefaçon de faible qualité**	**Contrefaçon de haute qualité**
Légale ?	Légale dans la plus part des cas à quelques exceptions près	Non	Non	Non
Trompeur pour les consommateurs ?	Pas de tromperie	Trompeur	Trompeur	Trompeur
Visuellement similaire aux originaux ?	Similaire mais différent	Très similaire	Presque identique	Identique
Différent des originaux	Différence notable par rapport aux originaux	Différence insignifiante par rapport à l'original	Identique à l'original	Identique à l'original
Fonctions du produit par rapport à l'original	Avantage fonctionnel supplémentaire	Aucun avantage fonctionnel	Aucun avantage fonctionnel	Aucun avantage fonctionnel

Source : Qin & al, 2018

1.1.2 Les pratiques du shanzhaï

❖ Les pratiques du shanzhaï selon Qin et al (2018)

Selon ces auteurs les pratiques du shanzhaï se manifestent sous 02 types à savoir le shanzhaï innovant et le shanzhaï non innovant.

S'agissant du shanzhaï innovant, il est légal dans la plupart des cas et souvent presque identique avec des produits de marques. Cependant, il offre des caractéristiques fonctionnelles supplémentaires à l'exemple de l'IPhone shanzhaï qui possède un écran plus grand, possède une batterie amovible et dispose de plusieurs emplacements de carte SIM (Qin & al, 2017). Ce sont des produits qui sont chaque fois mis à jour car les fabricants de ces produits utilisent de plus en plus leur expertise pour améliorer encore substantiellement les produits en ajoutant les caractéristiques innovantes recherchés par la plupart des consommateurs locaux.

À rebours de cette posture, le shanzhaï non innovant est une stratégie qui met sur pied des produits similaires à ceux du shanzhaï innovant. En somme il s'agit d'imitations très trompeuses qui offrent tout de même des avantages fonctionnels par ra rapport aux produits de

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

marques. Ils ne génèrent pas d'idées nouvelles, leur acquisition peut offrir une valeur limitée aux fabricants de marques d'origine.

❖ **Les pratiques du shanzhaï selon Fung, & Yin (2019)**

Les pratiques du phénomène shanzhaï pour ces auteurs se présentent sous 02 formes à savoir *:* la reproduction au 2nd degré et le Dark shanzhaï.

Le shanzhaï est une forme de reproduction au 2nd *degré*, il exprime une créativité du produit original. Avec la mondialisation, cette reproduction au second degré est de plus en plus manifestée par les jeunes chinois qui sont fans de la culture étrangère. À cet effet, elle devient une pratique culturelle des jeunes chinois à reproduire, cloner ou imiter les produits tout en ajoutant à leur création des caractéristiques nouvelles (Fung, & Yin, 2019). Ceci se traduit par le fait du quasi absence d'importation en chine. Par exemple le gouvernement chinois en 2015 avait interdit la diffusion de plus de 40 animations japonaises et pour contourner cela, les jeunes chinois ont mis en place les astuces telles que le changement de nom à l'exemple de l'animation Assassin Classrom en Grade 3 et Class E.

Le Dark Shanzhaï ou produit shanzhaï contrefait quant à lui est l'imitation non seulement des produits shanzhaï de marques de qualité inferieure mais aussi ces produits sont faits avec un matériel de très mauvaise qualité. De ce fait celui-ci désigne le côté sombre des produits Shanzhaï (Stefan Landsberger, 2012). En effet, la grande partie de ces produits de mauvaise qualité mettent en danger la vie des populations. À titre illustratif, les chargeurs IPhone Shanzhaï ont explosé et tué plusieurs personnes en Chine et en Thaïlande en 2013 parce qu'ils avaient été fabriqué avec des matériaux de mauvaises qualité (Qin & al, 2017). Malgré ce côté obscur de Shanzhaï, l'essor des téléphones portables shanzhaï s'est fait de plus en plus remarqué et également permis une ouverture à d'autres secteurs d'activités comme l'industrie du textile ou de l'automobile. À cause de cet aspect sombre de l'innovation shanzhaï, les produits qui en sont issus sont interdits sur certains territoires. En effet, malgré ce côté sombre, ce phénomène gagne de plus en plus le marché parce qu'il a ses caractéristiques qui fondent et font son originalité.

1.1.3 Les particularités de l'innovation shanzhaï

La littérature laisse entrevoir de nombreux travaux faisant référence à l'innovation Shanzhaï. Ainsi, bon nombre d'auteurs ont abordé la thématique concernant le phénomène shanzhaï afin de mieux le comprendre.

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

❖ **Entre imitation et créativité**

les travaux de Scheen (2015) analysent l'effet libérateur de la copie dans le cadre de l'innovation shanzhaï. Dans cet essai, les conclusions de cette auteure sont que les produits shanzhaï ne prétendent pas être uniques, mais nouveaux. De surcroît, son analyse révèle que ces produits sont de pure créativité bien qu'étant des imitations car ils ne cherchent pas à usurper la place des produits de marque. Cependant les travaux de cet auteure trouve quelques limites en ce sens que ces travaux ont été menés sur des personnes issues des économies avancées et particulièrement à Shanghai en Chine et n'a pas essayé d'étendre ses recherches au-delà de cette ville et même hors de ce pays et par ailleurs de comprendre au-delà de la pensée chinoise qui estime que ces produits shanzhaï sont de pure créativité.

❖ **Passage du "made in China" au "created by China"**

Landsberger (2012) a rédigé un essai dont le but était d'améliorer la perception du shanzhaï. Dans son essai, il utilise une méthode qualitative pour parvenir à ses résultats. À cet effet, cet auteur recommande d'utiliser le shanzhaï comme un cri de ralliement pour transformer la "Chine pirate" ou "incréative" en leurs opposés, en utilisant ce concepts pour marquer un passage du "made in China" au "created by China". Toutefois, l'auteur oublie que ce phénomène a pris de l'ampleur et n'est plus consommé seulement par la population chinoise mais partout ailleurs. Donc comment cela serait possible ? Le souci ici est le fait qu'il a seulement étudié la société chinoise sans tenir compte des autres sociétés dans lequel le phénomène se voit manifester et également n'a pas étudié l'impact de ce phénomène dans l'économie des autres sociétés.

❖ **Le consommateur tiraillé entre produits issus de l'innovation Shanzhaï et les contrefaçons**

Jiang et Shan (2016) examinent comment la conscience de la marque et de face des consommateurs influence leur volonté d'acheter des contrefaçons de luxe plutôt que des produits Shanzhaï dans l'industrie de l'habillement en chine. Pour atteindre cet objectif, ces auteurs utilisent une approche quantitative et mobilisent 628 répondants gestionnaires et universitaires. Les résultats de leur analyse révèlent que certains consommateurs accordent plus d'importance à la marque qu'à la qualité du produit dans le souci de préserver une certaine image et dignité face au regard des autres ; d'autres par contre accordent moins d'importance à la marque et recherche de meilleures et nouvelles caractéristiques que peuvent offrir les produits copiés. En somme, ces auteurs démontrent que les produits Shanzhaï sont utilisés pour ceux qui

Copyright © Revue Francophone

Revue **Francophone**
Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

sont à la recherche des caractéristiques innovantes et meilleures d'un produit tandis que la contrefaçon est utilisée par ceux qui s'attachent et sont influencés par la marque.

Dans la même mouvance, Qin et al. (2018) fournissent une distinction conceptuelle entre les produits Shanzhaï et les produits contrefaits et établissent les motivations d'achats de ces produits. Cette recherche quantitative mobilisant 155 répondants révèle que les produits Shanzhaï sont des imitations aux caractéristiques améliorées et localisées répondant aux besoins de la classe moyenne et sont généralement à un prix beaucoup plus bas. Cependant, les produits contrefaits sont des imitations pures de la marque; ils n'enlèvent ni ajoutent aucune caractéristique du produit original. Leur recherche montre que les consommateurs choisissent les produits Shanzhaï pour leur valeur utilitaire et choisissent les produits contrefaits pour sauvegarder les valeurs individuelles et sociales. Toutefois, les travaux de ces auteurs comme la plupart des travaux scientifiques trouvent également quelques limites à l'instar du terrain d'étude qui est seulement en chine mais également du fait qu'ils ont mis l'accent sur une catégorie de produit bien défini et bien plus ont juste examiné les éléments spécifiques d'identification des produits de marques par rapport aux produits d'imitation sans toutefois voir l'impact de ces produits .

1.2 Cadre explicatif de l'entrepreneuriat local

Il est tout d'abord à souligner que le concept d'entrepreneuriat local est un concept qui n'a pas encore trouver une définition propre, car assez peu d'auteurs lorsqu'ils l'emploi dans des articles n'apportent pas une définition claire. Ainsi pour comprendre cette notion, nous allons procéder à une définition de chaque terme. Selon le dictionnaire français Larousse, local renvoie à un bâtiment à destination de commerce ou d'industrie, à un même emplacement. Il peut également renvoyer à un lieu, à une région ou à un pays. Dans le document établi par les Nations Unies (2015) ''local'' renvoi à la sphère géographique ou régionale. Partant de la définition de l'entrepreneuriat et local nous pouvons apporter une définition assez simpliste. L'entrepreneuriat local est donc le fait d'entreprendre des activités dans un cadre bien précis ou une zone précise. Dans cette logique le document établi par les Nations Unies (upcit) laisse comprendre que l'entrepreneuriat local est le fait d'entreprendre dans une dynamique locale en s'engeant pour un entrepreneuriat au service de son pays afin de promouvoir un développement durable et une croissance inclusive. Le développement d'un pays, pour ce document, doit obligatoirement passer par la participation active des entrepreneurs locaux. C'est dans cette même mouvance que Fouda et Pene (2015) dans leurs travaux soutiennent que le

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

développement des activités entrepreneuriales locales contribue au développement économique des pays. Ils soutiennent également que les activités entrepreneuriales locales en ce sens seraient un pilier pour le développement économique de l'Afrique.

1.2.1 Éléments caractéristiques de l'entrepreneuriat local en Afrique

Ainsi l'on peut mentionnés certains aspects ou points qui pourraient caractériser l'entrepreneuriat local.

- **Disponibilité des ressources naturelles**

Comme premier point, nous pouvons citer la disponibilité des ressources naturelles. L'Afrique est sans doute le continent le mieux doté en richesses naturelles. Le continent couvre environ six pour cent de la surface du globe et un cinquième des terres émergées (Ramdoo, 2019). La richesse de l'Afrique se trouve dans son sol. En effet, le continent compte 24 pour cent des terres arables mondiales, alors qu'elle ne génère que 9 pour cent de la production agricole. Bien que les terres n'aient pas encore déployer tout le potentiel, c'est probablement le sous-sol africain qui regorge de plus de richesses. L'Afrique possède à elle seule plus de 60 types de minerais différents, totalisant ainsi un tiers des réserves minérales mondiales, tous minerais confondus. Comme élément illustratif, elle est dotée de 90 pour cent des réserves de platinoïdes ; 80 pour cent de coltan ; 60 pour cent de cobalt ; 70 pour cent du tantale, 46 pour cent des réserves de diamant ; 40 pour cent des réserves aurifères et 10 pour cent des réserves pétrolière (upcit).

Enfin, n'oublions pas que le continent Africain regorge de sources énergétiques très variées, réparties dans des zones distinctes comme par exemple les bassins hydrauliques en Afrique centrale. Ainsi la disponibilité abondante des ressources naturelles que possède l'Afrique et dont leur mise à profit selon leur propre contexte pourrait favoriser l'entrepreneuriat et par là le développement (Rapport des Nations Unies, 2015 et Fouda et Pene, 2015), car l'on est à même de constater qu'en dépit de toutes les richesses naturelles dont il abonde, le continent Africain n'en demeure pas moins le plus pauvre de la planète, bien qu'il y ait des différences marquantes entre les pays.

- **La diversité culturelle**

Par ailleurs, comme autre caractéristiques, nous avons la diversité culturelle (upcit). La diversité culturelle renvoie à la multiplicité des formes par lesquelles les cultures des groupes et des sociétés trouvent leur expression. Cette diversité peut se manifester non seulement par des expressions culturelles mais également par les modes de création, de production de diffusion

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

etc…[1]. Ainsi toute entreprise soucieuse de sa performance et de son succès doit intégrer la diversité culturelle dans ses pratiques managériales (Sonkeng et al, 2007). La diversité culturelle a donc pour avantage de stimuler l'innovation et mettre à profit les talents mondiaux et surtout locaux[2]. Dans cette logique Hofstede (1994) démontre dans ces études que la pratique du multiculturalisme dans les entreprises émet davantage d'idées et analyse les problèmes sous différents angles. Ainsi l'entrepreneuriat local au Cameroun devrait à cet effet tenir compte de cette diversité culturelle afin d'avoir une certaine vue d'ensemble en ce qui concerne les problèmes locaux car nous le savons la culture camerounaise est caractérisée par une très grande diversité liée à sa diversité ethnique.

- **La jeunesse et le dynamisme de la population couplée au problème de financement**

Une autre caractéristique pas des moindres dans l'entrepreneuriat local est également la présence d'une population jeune et dynamique surtout dans le cadre de l'Afrique mais qui connait juste des difficultés à entreprendre du fait du manque de moyens et de financement. Les jeunes dans les pays du sud n'ont pas accès au financement de leurs activités entrepreneuriales et les motifs sont généralement d'ordre social et soutenu de ce fait par la famille (Fouda et Pene, 2015).

- **Le caractère opportuniste et d'adaptation**

Les auteurs précisent dans le Rapport établi par les Nations Unies que pour promouvoir un entrepreneuriat local les pays (Africains) doivent prendre en compte les opportunités offertes par l'extérieur voire même copier l'extérieur mais en les adaptant au contexte dans lequel on se trouve et en utilisant de façon rationnelle les ressources disponibles tout en mettant en jeu leur diversité culturelle. Les entrepreneurs locaux à cet effet doivent acquérir les connaissances extérieures et les mettre en pratique en tenant compte des réalités auxquelles ils font face. Il ne suffit plus seulement d'entreprendre par pure nécessité mais également de saisir les opportunités si cela s'avère possible.L'entrepreneuriat local peut donc être identifier comme un moyen qui pourrait booster le développement des pays en Afrique si elle est prise en compte et motivé par une participation accrue des populations locales. Cependant l'entrepreneuriat local en Afrique est encore confronté à de nombreux défis ; Fouda et Pene (2015) dans leurs travaux ressortent que l'entrepreneuriat local particulièrement au Cameroun se fait le plus ressentir dans les activités du secteur tertiaire (86,5%) et que ces entreprises sont de très petites entreprises et

[1] https//fr.unesco.org.creativity consulté le 20/05/2023
[2] hptts:/§www.mondedesgrandesecoles.fr consulté le 15/05/2023

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

particulièrement développées de manière informelle ce qui explique 90% de main d'œuvre soit 10 millions de personne travaillant dans le secteur informel, c'est ce qui va nous emmener au point suivant sur le rapport entre l'entrepreneuriat local et la TPE et particulièrement du secteur informel.

1.3 lien entre pratique de l'innovation shanzhaï et entrepreneuriat local dans en contexte de TPE

Afin de mieux comprendre le phénomène shanzhaï (ou imitation) en relation avec l'entrepreneuriat local nous ferons appel à 03 théories, celles du comportement mimétique, des théories modernes de l'entrepreneuriat et celle de la diffusion de l'innovation. Le mimétisme est considéré comme un changement mineur, une imitation mineure. C'est une stratégie adaptative d'imitation. Initiée par René Girard, la théorie mimétique suggère que l'égalité des conditions soit consacrée comme un droit exacerbe de la rivalité entre semblables (Jean Marc, 2016). Les travaux de Ndouna et Nanfosso (2017) soulignent trois théories modernes de l'entrepreneuriat qui peuvent expliquer l'entrepreneuriat dans le secteur informel. Il s'agit de la théorie institutionnaliste, la théorie du choix d'occupation et la théorie de l'allocation optimale des ressources. Enfin pour la théorie de la diffusion de l'innovation introduit en 1962, cete théorie a été affinée par Rogers (1983). Elle fait référence à la propagation de nouvelles idées et de nouveaux comportements au sein d'une communauté ou d'une communauté à une autre c'est-à-dire vise à comprendre pourquoi, comment et à quelle vitesse les idées innovantes technologiques se propage dans un système social (Tahir et Syed, 2015).

1.3.1 Apport de la théorie du comportement mimétique

Le lien peut être établi ici en fonction de l'appréhension apportée à ces derniers. Partant du fait que l'innovation shanzhaï se définit comme étant un phénomène qui repose sur l'imitation, l'innovation locale et les prix bon marché (Ling et Juang, 2016), le shanzhaï a donc pour but de prendre en compte la participation des populations locales. Le but d'établir le rapport ici est de permettre à l'entrepreneuriat local d'adopter le comportement shanzhaï qui est un comportement mimétique. En effet l'innovation shanzhaï est un processus qui peut s'adapter à tout le monde et dans tous les contextes et voire même dans tous les domaines ou dimensions, il suffit juste d'avoir un esprit opportuniste. De manière plus précise, dans la relation Innovation shanzhaï et Entrepreneuriat local, le comportement mimétique se trouve au niveau de modèle d'action du shanzhaï (Jullien, 2009). Réellement, le shanzhaï voudrait que l'homme se soumette et se conforme à la réalité car en tenant compte qu'il pourra transformer

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

celle-ci. Ainsi la théorie du comportement mimétique permet de comprendre que certaines TPE locales sont enclin à imiter la majeure partie du temps les entreprises très bien positionnées sur le marché ceci pour les permettre de se maintenir sur le marché hautement concurrentiel.

1.3.2 Apport de la théorie moderne de l'entrepreneuriat

Le but de l'innovation shanzhaï et les produits qui en découlent de cette innovation sont souvent en plus grande partie entrepris par les locaux soucieux du développement des populations qui ne peuvent s'appropriées des produits de luxe ou de la marque. Ainsi comme le définit Ling et Juan en 2016, c'est un phénomène qui repose sur l'imitation, l'innovation locale et les prix bon marché. Il s'agit donc pour les États d'intégrer les ressources internes et externes de manière flexible tout en s'adaptant aux contraintes du marché local (Laurent Mériade, 2016), cela voudrait nous amener à dire que l'innovation shanzhaï a pour but de prendre en compte les ressources disponibles dont dispose l'environnement afin de mieux se développer.

La mise en place des théories modernes de l'entrepreneuriat dans l'entrepreneuriat local est encouragée par l'innovation shanzhaï qui est une imitation locale. Comme nous l'avons souligné plus haut, il s'agit pour les entrepreneurs locaux de prendre acte des difficultés qui influencent leurs activités, en utilisant de manière rationnelle les ressources internes disponibles à leurs besoins tout en associant également les ressources extérieures qui s'offrent à eux.

1.3.3 Contribution de la théorie de la diffusion

L'innovation appel au changement, à l'adoption des nouvelles idées. Les jeunes qui sont à la recherche du travail décent afin de lutter contre le chômage sont les plus propices au changement et à l'adoption des nouvelles méthodes. Ainsi la théorie de la diffusion met en exergue la propagation des nouvelles idées que les jeunes peuvent s'en accaparer pour avoir des stratégies afin d'innover à leur tour. Les jeunes entrepreneurs peuvent, à travers la diffusion des informations et avec les ressources dont ils disposent appliquer les méthodes de l'innovation shanzhaï c'est-à-dire les règles du shanzhaï. Et cela pourrait non seulement améliorer les conditions de vie personnelle mais également favoriser l'entrepreneuriat local.

Au regard de ce qui pécède et dans l'optique d'apporter un apport dans la littérature déjà existante sur le shanzhaï et l'entrepreneuriat local, nous avons orienté notre travail autour de deux proposition de recherche à savoir :

Copyright © Revue Francophone

Revue **Francophone**
Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

❖ *Proposition principale : les pratiques de l'innovation shanzhaï à savoir le shanzhaï innovant ou reproduction au second degré et le shanzhaï non innovant ou dark shanzhaï favorisent le développement de l'entrepreneuriat local des TPE du secteur informel au Cameroun.*

❖ *Proposition rivale : les pratiques de cette innovation imitative ne sont pas les seules à favoriser le développement de l'entrepreneuriat local des TPE informelles au Cameroun.*

2. Canevas méthologique

Dans le cadre notre étude, nous optons pour une approche qualitative qui inclut une démarche abductive. Le but de notre recherche ici est donc d'observer, d'écouter au plus près les individus, d'analyser et comprendre les pratiques du shanzhaï qui se produisent dans notre contexte. Nous menons une étude approfondie du phénomène afin de mieux le comprendre. Comme stratégie de collecte de données, nous avons eu recours à un guide d'entretien tout en faisant appel au type d'entretien semi directif. La technique d'échantillonnage choisie est l'échantillonnage par homogénéisation (Pires 1997). Ce'est grace à cette technique que nous avons pu obtenir notre population cible composée des très petites entreprises de la ville de Douala exerçant dans le secteur informel.

Il convient de préciser que notre taille de départ voulu était de 10 TPE mais à partir de la 5ème et 6ème entreprise aucune information nouvelle n'a été relevée. Ce qui nous permi de nous arreter à la sixième entreprise. À cet effet, le tableau 3 ci-après ressort au mieux les caractéristiques des entrepreneurs qui ont pris part à notre entretien :

Tableau 3: Caractéristiques des répondants

Numéro	Sexe	Âge	Niveau d'étude	Poste	Expérience
1	Masculin	29 ans	Supérieur	Propriétaire-dirigeant	05 ans
2	Féminin	32 ans	Supérieur	Propriétaire-dirigeante	02 ans et demi
3	Masculin	30 ans	Secondaire	Employé-dirigeant	09 ans
4	Masculin	45 ans	Pas	Propriétaire	05 ans
5	Masculin	38 ans	Pas	Propriétaire-dirigeant	06 ans
6	Masculin	+45 ans	Secondaire	Propriétaire-dirigeant	+ 30 ans

Source : nous même

Le tableau 4 ci-dessous ressort au mieux l'intervalle de temps lors de nos différents entretiens :

Tableau 4 : durée des entretiens

Copyright © Revue Francophone

Revue Francophone
Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

Cas interviewés	Date des interviews	Durée	Outil de collecte et technique de recueil
1	12/03/2023	31 min 03 sec	Discussions Les outils et procédés Entretien, discussion Enregistrement et prise de notes avec un magnétophone du téléphone
2	13/03/2023	40 min	
3	21/04/2023	40 min 22 sec	
4	24/04/2023	40 min 12 sec	
5	04/05/2023	39 min 46 sec	
6	10/05/2023	40 min	

Source : Nos soins

Pour ce qui est de l'analyse des données, nous avons opté pour l'analyse thématique de contenu (ATC) (Mucchielli, 1996) qui a été faite non seulement manuellement mais également assistée par ordinateur à l'aide du logciel N'VIVO 12.

3. Principaux résultats et discussions de la recherche

3.1 Les pratiques d'innovations shanzhaï présentes dans l'entrepreneurial local au Cameroun

Il est question dans cette sous-section de présenter les pratiques de l'innovation shanzhaï présentes au Cameroun à savoir les bonnes et les mauvaises pratiques du shanzhaï

3.1.1 Les bonnes pratiques du shanzhaï dans l'entrepreneuriat local

Les bonnes pratiques du shanzhaï ou shanzhaï innovant se matérialisent par son caractère unique, sa différence avec les produits qu'elles imitent, une similarité proche et ne sont pas trompeur.

- **Caractère unique**

Cette composante est soutenue par tous nos participants en affirmant tous que leurs produits sont uniques à leur genre parce que fait avec du matériel local *«on essaie de faire quelque chose comme par exemple avec les feuilles de bananiers, on passe au vernis, on essaie de sécher puis on essaye de travailler quelque chose à la forme dont la personne en veut. À ce moment j'imite quelque chose que j'ai vue en produisant ça maintenant avec nos matières premières traditionnelles et ça passe énormément ».* (Homme, +45 ans). Bien que certains produits d'imitation soit fait avec le matériel local, d'autres matériels importés que l'on ne trouve pas au Cameroun sont nécessaires à la confection mais le caractère unique dans l'imitation repose sur les détails du travail fait soit dans la couture *« la couture c'est un peu comme un dernier secret parce qu'il y a les trucs, les choses que nous on utilise eux ils n'utilisent pas »* (homme, 35 ans) soit dans la finition *« Alors ma particularité repose sur cette finition car j'apporte toujours une touche finale à nos produits »* (homme, 30 ans). Par ailleurs le caractère unique peu également

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

provenir de la fabrication qui est unique « *Non mes produits ne sont pas uniques à son genre parce que nous ne sommes pas les seuls à fabriquer mais je pense que le produit n'est pas unique mais la fabrication est unique à son genre parce que j'ai un plus que j'ajoute au produit* » (homme, 29 ans) ;

❖ **Différence avec les produits d'imitations**

Les résultats de nos différentes analyses montrent que les produits de nos différents interviewés sont différents des produits originaux. Cette différence peut s'observer au niveau de la marque car certains entrepreneurs n'imposent pas de marque sur leur produit *« C'est au niveau de la marque de fabrication puisque je n'impose pas une marque sur la chaussure elle est fabriquée simplement par contre la concurrence impose des marques »* (homme, 29 ans), elle peut également s'observer au niveau de la matière de fabrication « *ça veut dire que moi-même je fais de l'imitation shanzhaï parce que j'ai eu à fabriquer une mocassin avec la peau de banane* » (homme, +45 ans), cette différence peut également se voir au niveau de la durabilité des produits shanzhaï faites avec nos matériaux *« mais si c'est pour la durabilité nos produits sont durables que les leurs »* (homme ; +45 ans).

❖ **Similarité proche sans tromperie**

Peu sont ceux qui donnent un avis à propos de la similarité. Cependant dans les discours des interviewés, le caractère similaire et non trompeur est détecté. En imitant, d'aucun imite textuellement mais apporte une touche particulière *« je peux modifier certaines choses je peux ajouter ma touche c'est probable, je le fais souvent »* (homme, 38 ans) ; *« c'est justement parce qu'on imitait qu'on a mis notre particularité sur le pli, je vous l'ai dit »* (homme, 35 ans), d'autres par contre font appel à leur intellect pour faire sortir un article semblable à l'original *« en y mettant notre génie quoi on pourrait quand même obtenir un truc semblable à ce qu'on nous a apporté, on pique un peu de partout comme ça pour pouvoir imiter le produit original qu'on nous a présenté »* (homme, 35 ans). Ces produits bien qu'ils soient similaires ne sont pas trompeur dans la plupart des cas *« on fait du bon même si ce n'est pas tellement réussi comme le produit de base mais nous essayons de nous donner à fond pour que ça puisse ressembler à quelque chose »* (homme, 29 ans) et sont faits avec beaucoup de soins *« quand j'imite car tout n'est qu'imitation et il faut bien faire si on veut voir notre activité progresser »* (homme, +45 ans).

Copyright © Revue Francophone

Revue **Francophone**
Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

3.1.2 Les mauvaises pratiques du shanzhaï dans l'entrepreneuriat local

Les mauvaises pratiques du shanzhaï encore appelé dark shanzhaï ou non innovant se matérialisent par l'utilisation du matériel trompeur et par une similarité proche des produits shanzhaï.

- **Matériaux de qualité inférieure**

L'entrepreneuriat local souffre d'un réel problème de matériel afin de mener à bien ses activités. Ainsi les entrepreneurs sont obligés d'utiliser la matière disponible ressemblant à la matière original *«ce n'est pas du cuir ce ça s'appelle le skaï ça ne va pas trop durer ça va s'éplucher, le vrai cuir donc nous ne pouvons donc pas acheter c'est tellement cher* » (homme, 30 ans), ils sont même parfois contraints d'acheter le mauvais matériel tout en sachant qu'il est mauvais parce que localement nous n'avons pas d'industrie qui en fabriquent *«les importateurs des produits de chaussures ne sont pas des camerounais pour revendre ici et les produits même qu'ils nous vendent ne sont pas de bonne qualité et nous sommes obligés de faire avec»* (homme, +45 ans), en ce moment ils se sentent obligés de reproduire l'article avec du mauvais matériel tout en sachant que ce produit ne sera pas le même que celui imité *« ...qu'on reproduise ça tout en sachant que nous ne disposons pas du même matériel que le blanc ici mais ça arrive que nous produisons cela. On utilise nos produits d'ici on essaye de faire un truc ce n'est pas totalement exacte »* (homme, 35 ans) ;

- **Similarité proche avec les produits shanzhaï**

S'il est vrai que nos jeunes entrepreneurs imitent l'extérieur pour pouvoir émerger, certains par contre imitent leur propre frère pour sortir du néant ce qui fait montre d'une mauvaise pratique du shanzhaï. Ces jeunes entrepreneurs qui imitent leur frère reproduisent exactement le produit qu'il imite « *Il n'y a pas de différence c'est exactement la même chose faite avec les mêmes matériaux c'est la copie exacte de l'original »* (homme, 35ans), si même la différence existe elle est très faible à ce titre elle peut par exemple s'observer au niveau du design « *De fois on imite, en imitant on observe on regarde, on constate que le voisin a oublié, donc quand on imite là on voit peut-être le design que lui il voulait sortir »* (homme, 35 ans).

En somme, en opérant une certaine distinction entre les bonnes pratiques et les mauvaises pratiques du shanzhaï (en termes de citations) recueillies dans chaque cas, l'on constate une dominance des pratiques du shanzhaï innovant (5 cas sur 6).

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

3.2. Effet des pratiques de l'innovation shanzhaï sur l'entrepreneuriat local

La réponse à notre question de recherche : comment les pratiques de l'innovation shanzhaï influencent l'entrepreneuriat local dans les TPE du secteur informel de la ville de Douala trouve toute sa place dans cette sous-section car nos différents participants nous donnent chacun leur avis sur l'influence que peuvent avoir les pratiques de l'innovation shanzhaï sur l'entrepreneuriat local.

3.2.1 Effet négatif des pratiques d'innovations shanzhaï sur l'entrepreneuriat local

Le côté sombre des pratiques du shanzhaï dans l'entrepreneuriat local est relevé après l'analyse de nos données recueillies. Les pratiques du shanzhaï permettent de faire face à la concurrence extérieure pour promouvoir l'entrepreneuriat local ; cependant, avec ces différentes pratiques la concurrence se fait de plus en plus ressentir entre entrepreneurs locaux *« cette concurrence non seulement elle est de plus en plus locale car entre nous on se fait de plus en plus concurrence »* (homme, 30 ans), cette concurrence locale est enclin à mettre en mal l'entrepreneuriat local «*Ça tue l'entrepreneuriat local je pourrais le dire, ça tue énormément l'entrepreneuriat local parce que ça…. C'est même désolant de savoir que nos propres frères ne nous encouragent pas*» (homme, 29 ans) pouvant ainsi favoriser le ralentissement des activités entrepreneuriales locales au Cameroun *« ça influence beaucoup même parce qu'on a beaucoup de concurrence et ça nous ralentit l'activité, on tourne parfois en perte »* (homme, 35 ans).

3.2.2 Influence positive des pratiques d'innovations shanzhaï sur l'entrepreneuriat local

Les pratiques du shanzhaï n'ont pas seulement des points négatifs, ils peuvent également servir de point de départ à certains des jeunes entrepreneurs locaux du secteur informel. À cet effet elles permettent aux jeunes entrepreneurs d'avoir une activité décente, de ne rester à ne rien faire *« les pratiques d'imitation peuvent permettre de faire évoluer l'entrepreneuriat local. Parce que si les jeunes se lancent à entreprendre de leur propre main en imitant ce qu'ils voient en fabricant puis en les revendant ça pourrait permettre de lutter contre le taux de chômage et de sortir de l'oisiveté »* (homme, 30 ans). Cette initiative est parfois même saluer et accepter par certains entrepreneurs qui encouragent leurs frères à les imiter *« parce que le monde de l'emploi est très difficile au Cameroun, si ils arrivent déjà à imiter les produits locaux ça ne me dérangerait pas car c'est une façon pour eux de montrer qu'ils peuvent, et si à un niveau*

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

ils se butent nous on pourra les recruter dans nos petites entreprises afin qu'ils travaillent pour nous » (homme, 30 ans). Ces pratiques permettent également à l'entrepreneuriat local de se développer au fur et à mesure même sans le soutien financier du gouvernement « *...elles ont une bonne influence sur l'entrepreneuriat car elles permettent à l'entrepreneuriat au Cameroun d'évoluer même si c'est doucement car au moins avec ça les jeunes se débrouillent partout ailleurs même si ils n'ont pas le soutien et les encouragements du gouvernement et même de nos frères car nous ne consommons pas vraiment nos produits* » (homme, 38 ans). Pour se faire, il faudrait aussi une certaine persévérance de la part des jeunes, qu'ils ne se découragent pas au premier obstacle qui se présentent « *les pratiques de l'imitation sont très avantageux si par exemple il y a une persévérance on va dépister beaucoup de chose dans nos forêts, dans notre culture qu'on peut innover et que ça attire l'attention de certains et qui pourrait passer sur le marché international* » (homme, + 45 ans).

Tableau 5 : Récapitulatif des pratiques existantes (nombre de citations)

	Innovante ou reproduction au 2nd dégré	Non innovante ou Dark Shanzhai
cas 1 Entreprise by grace	8	3
cas 2 tapisserie-menuiserie	4	5
cas 3 tapissier ndongbong	8	7
cas 4 +237 by shoes	5	3
CAS 5 ebenisterie-menuiserie	10	3
cas 6 fabricant de chaussures	6	1
Total	41	22

Source : Nvivo12

3.3 Discussions

Après l'analyse qualitative des données recueillies auprès de nos différents participants, il en ressort que, dans les discours de ces derniers l'on retrouve pratiquement les mêmes indicateurs de l'entrepreneuriat local et des pratiques de l'innovation shanzhaï susmentionnés dans notre littérature. Pour ce qui est de l'entrepreneuriat local, les caractéristiques identifiées dans nos lectures sont pratiquement les mêmes qui apparaissent avec un ajout de une ou plusieurs caractéristiques. L'entrepreneuriat local a comme élément le financement ; les ressources naturelles ; la diversité culturelle ; une population dynamique ; un caractère opportuniste et ajoutés à ces éléments nous avons la croyance, la nécessité et local. Ces trois derniers éléments s'ajoutent au discours des entrepreneurs locaux car tout montre à croire que les entrepreneurs

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

croient à une puissance divine qui se manifeste à eux et qui leur donne la force de se lever le matin et d'entreprendre une activité en développant de nouvelles idées et en gardant espoir pour un lendemain meilleur. En ce qui concerne la nécessité, force est aussi de constater que l'esprit d'entreprendre nait chez nos jeunes entrepreneurs par pure nécessité car ces derniers n'ont pas tous des occasions qui s'offrent à eux pour se lancer dans l'entrepreneuriat. Alors dans le but de sortir du joug parental, de subvenir personnellement à leurs besoins voire même de lutter contre le chômage, les jeunes sont obligés d'entreprendre par pur nécessité car même les opportunités qui s'offrent à eux trouvent quelques petites limites.

Par ailleurs, en matière de pratiques d'innovation shanzhaï**,** la revue de littérature, nous a permis de mettre en relief les bonnes et les mauvaises pratiques de l'innovation shanzhaï. Ainsi comme dans les travaux de Qin & al (2018) et Fung, & Yin (2019) menés principalement en Chine, nos différents entretiens menés sur les TPE informelles de la ville de Douala nous ont également permis de découvrir que les pratiques de ce nouveau phénomène d'imitation sont présentes dans nos TPE et observables à travers certaines caractéristiques telles que : le caractère unique des produits locaux , différence observable avec les produits originaux, une nette similarité avec les produits d'origine sans toutefois tromper l'acheteur du point de vue visuel. À côté de ces caractéristiques propices à l'entrepreneuriat local, il existe également celles qui font entraves à l'entrepreneuriat local au Cameroun à l'instar de la mauvaise qualité du matériel utilisé et aussi le fait que les entrepreneurs locaux au lieu de faire concurrence avec les produits extérieurs vendus localement se font concurrence entre eux ceci pour dire que les entrepreneurs imitent les produits de leurs frères qui font du shanzhaï. Cependant, malgré le fait de la présence du mauvais shanzhaï, ce dernier participe également au développement de l'entrepreneuriat local, car les entrepreneurs qui les pratiquent ont le même objectif que les pratiquants du shanzhaï innovant : celui de lutter contre la vie difficile.

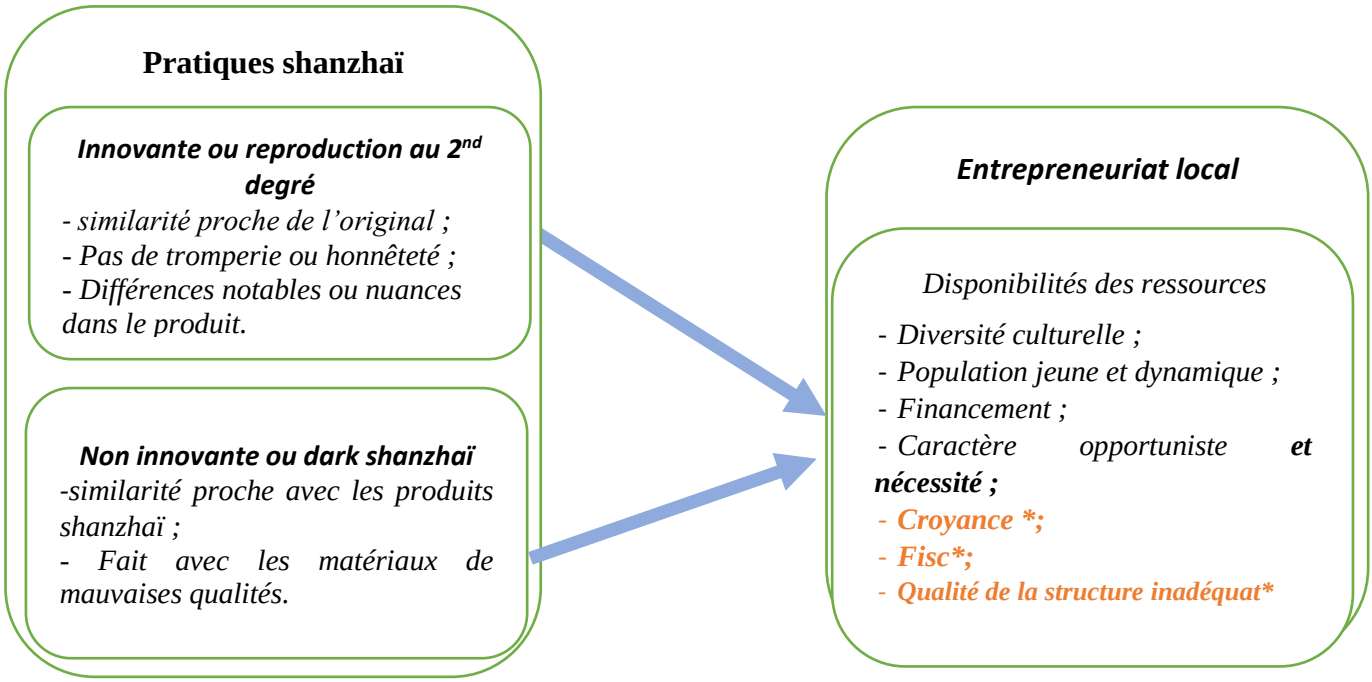
S'il est vrai que les pratiques du shanzhaï sont un avantage pour le développement de l'entrepreneuriat local, ceux-ci peuvent également être un frein à ce dernier. En effet si il faut faire recours aux pratiques du shanzhaï en utilisant le mauvais matériel, il en va de soi que les produits fabriqués avec ce matériel ne vont pas facilement s'écouler et cela affecte très sérieusement en freinant l'entrepreneuriat local, et à côté de cela nous avons des TPE sur le plan local qui imitent d'autre dans le même secteur d'activité ; se faisant concurrence au lieu de s'unir pour lutter contre la concurrence étrangère. Sur ce point de vue nous rejoignons Faustine et Roger (2017) qui, dans leurs travaux avaient relevé que le manque de clientèle, la

Copyright © Revue Francophone

Revue Francophone
Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

concurrence et les difficultés d'accès aux financements sont les principaux facteurs qui réduisent la performance des entrepreneurs. De ce qui précède, notre modèle empirique prenant en compte les pratiques d'innovations shanzhaï et les dimensions de l'entrepreneuriat local propre a notre contexte est présenté à travers la figure 1 suivante :

Figure 1: modèle empirique



Source : l'auteur

CONCLUSION

Le problème qui était au centre de notre recherche est celui des difficultés du developpement l'entrepreneuriat local des TPE informelles au Cameroun. Partant de la littérature sur les pratiques du shanzhaï au Cameroun pour pallier à ce problème, nous constatons qu'elles ont rarement été étudiées et pourtant notre recherche sur le terrain nous montre bien que ces pratiques sont développées dans les TPE du secteur informel au Cameroun. À cet effet, la mise en place de ces pratiques permet de lutter contre l'inertie du développement local d'où le rapport établi entre les pratiques du shanzhaï et l'entrepreneuriat local au Cameroun.

Au regard des résultats obtenus, nous constatons que les TPE du secteur informel utilisent ces pratiques qu'elles soient mauvaises ou bonnes pour permettre la création des petits métiers au secteur informel pour la survie de ces entrepreneurs afin de lutter contre la pauvreté, le

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

chômage, la vie difficile et aussi permettent aux entrepreneurs de s'affirmer et d'être autonome. Cependant, malgré le recours à ces pratiques, ils font face aux problèmes de disponibilité des matières premières nécessaires à leur activité, au financement car les entrepreneurs en dehors des tontines et aides familiales n'ont plus recours à d'autres aides ce qui rend difficile l'émergence de leur activité car leur demande de crédit se solde toujours par un refus. Ils font également face au fisc qui sont parfois assez et élevé par rapport à leur revenu.

Comme implication managériales, Les résultats de notre étude ont révélé que les pratiques de l'innovation shanzhaï sont présentes dans le développement de l'entrepreneuriat local au Cameroun. Ces pratiques permettent aux camerounais de se frayer un chemin dans le monde du travail et être autonome, cependant ces pratiques ont de la peine à se matérialiser à cause d'un certains nombres de difficultés que l'État devrait prendre en compte. En effet les TPE informelles sont bousculées par les différents impôts à payer qu'elles font face à leur début d'activité or la réalité est claire qu'elles ne peuvent pas payer toutes ces taxes car elles sont moins rentables à leur création. Nous pensons donc à cet effet qu'elles doivent être exonérer ou même diminuer les impôts pendant la période de décollage. En outre, dans la mise en œuvre de ces pratiques du shanzhaï les entrepreneurs font face à une rareté des ressources naturelles internes et les ressources naturelles externes sont parfois de mauvaises qualités. À l'endroit de l'État, nous suggérons à ce dernier de favoriser la construction ou aménagement de certaines infrastructures telles que les routes qui pourront permettre la transportation des matières premières des zones rurales vers les villes afin que cette matière soit accessible à tous, également. Enfin, l'état doit faire une dotation spéciale pour encourager le made in Cameroun afin que la concurrence reste plus locale et cela limiterait la concurrence étrangère qui est également un problème de nos jeunes entrepreneurs, favoriser la promotion, la vulgarisation et la consommation du made in Cameroun à travers une législation imposant l'exposition des produits locaux dans tous les rayons des structures appartenant aux étrangers.

L'originalité de ce travail réside dans la prise en compte en contexte des pays en développement et précisement l'afrique du phénomène shanzai. Mais toutefois, il est à noter que ce travail rencontre des limites. La taille de l'échantillon mobilisé pour sa réalisation qui est très réduite et basée seulement sur deux domaines d'activité, car le temps ne nous a pas permis d'élargie notre échantillonnage. Notre recherche étant également basée sur une approche qualitative, les résultats issus de ses travaux pourront servir, pour une recherche future, ceci par la formulation

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

d'hypothèse de recherche pour un échantillon plus large surtout dans une approche quantitative dans laquelle il s'agira par exemple de généraliser les résultats.

BIBLIOGRAPHIE

Ben Yakoub, S., & Achelhi, H. (2021). Fondements théoriques et importance de l'innovation :

Fouda Ongodo, M., & Pene Zongabiro, N. P. (2015). Entrepreneurship Development in a local Context: Evidence fromEntrepreneurs in the Eastern Region of Cameroon. *Redfame Publishing, 2*(2), 79-90.

Fung, A., & Yin, Y. (2019). Nez Productive Culture Shanzhaï or Second Degre of Creation? Dans Jeroen de Kloet, C. Fai Yiu, & L. Scheen , *Boderom; Shanzhaï, qnd Digitisation in the Time of Creative China.* Amsterdam University Press.

Gamal , I., Matfobhi, R., Uzuma, E., Derrese Degefa, & Kellecioglu, D. (2015). *Expansion et renforcement de l'entrepreneuriat local aux fins de la transformation structurelle en Afrique.* Qddis-Abeba: Comission économique pour l'Afrique.

Gopalakrishnan, M., & Damanpour, F. (1997). A Review of Innovation Research in Economics, Sociology and Technology Management. *Internal Journal of Management Science*, 15-28.

Hofstede, G. (1994). Vivre dans un ensemble multicurel. *Les Editions de l'Organisations*.

Jiang, L., & Shan, J. (2016). Counterfeits or Shanzhaï?The Role of Face and Brand Consciousness in Luxury Copicat Consumption 119. *Psychological Reports*, 181-199.

Jullien, F. (2009). Les transformations silencieuses. *Grasset*.

Kawedia Yakoubou K. & Affo K. (2021) « Entrepreneuriat dans le secteur informel au Togo : les facteurs de succès des jeunes entrepreneurs », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 4 : Numéro 4 » pp :68 - 96

Kede Ndouna, F., & Tsafack Nanfosso, R. (2017). contraintes environnementales et entrepreneuriat informel au Cameroun. *Revue Africaine de Management*, 68-86.

Landsberger, S. (2012). Shanzhai=Creativity, Creativity=Shanzhai. Dans Jeroen de Kloet, C. Yiu Fai, & L. Scheen, *Boredom, shanzhai, and Digitisation in the Time of Create China* (pp. 217-224). Amsterdam University Press.

Lecossier, A., Crubleau , P., Goux-Baudiment, F., & Richir, S. (2016). Une vision multidimentionnelle des typologies d'innovation pour identifier et concevoir une démarche d'innovation. *HAL open science*, 1-14.

Copyright © Revue Francophone

Volume : 2 Numéro : 3 Page: 113 à 137
Doi : 10.5281/zenodo.13308898 Reçu : 12/05/2024 ; Révisé : 30/05/2024 ; Accepté: 17/06/2024

Meriade, L. (2016). Innovation frugale et culture chinoise:cas de l'innovation shanzhaï. *Revue-innovation*, 47-67.

Ngok Evina, J.-F. (2007). Le développement de la TPE camerounaise: évidences ou paradoxes. *Communication et organisation*, 150-166.

Pires, A. (1997). *Echantillonnage et recherche qualitative: essai théorique et methodologique.* Ottawa.

Qin, Y., Hui Shi, L., Song, L., Stöttinger, B., & Tan Kang, F. (2017). I,tegrating consumers' motives suppliers' solutions to combat Shanzhaï:Aphenomen behond counterfeit.

Qin, Y., Shi Hui, L., Stöttinger, B., & Cavusgil , E. (2019). Neither an Authentic Product nor a Counterfeit:The Grozing Popularity of Shanzhaï Product in Global Markets. *Canadian Revue of Administrative Sciences 36*, 309-321.

Scheen, L. (2015). 'Isn't that funny?' The Unsetting Effect of Shanzhaï Products. Dans Jeroen de Kloet, C. Fai Yiu, & L. Scheen, *Bodero, Shanzhaï, and Digitistion in the Time of Create China.* Amsterdam Uninersity Press.

Schumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Development. *Oxford*, 66.

Sonkeng, G., Gnignindikoup, I., & Dudjo Yen G., B. (2007). les déterminants de lapratique de la diversité dans la GRH des TPE camerounaises:Etat des lieux et perspective.

Souad, R. A. (2017-2018). Processus d'innovation et compétitivité des PME Algériennes à l'heure de la globalisation. *Thèse de doctorat en sciences de gestion*. Algérie.

Tahir, A. W., & Syed Wajid, A. (2015). Innov ation Diffusion Theory. *Journal of General for Management*, 101-118.

Um-Ngouem, M.-T. (2006). Nouveaux défis de la TPE dans les pays du Sud. *Presses universitaires du Quebec*.

Yamb , M., & Um Ngouem, M.-T. (2022, Juin). Les spécificités du style de management dans la performance des Très Petites Entreprises (TPE) au Cameroun. *African Scientific Journal, 3*(12), 3

Copyright © Revue Francophone