

I. Cadre méthodologie de l'étude

Dans ce chapitre, nous détaillons les éléments méthodologiques ayant guidé notre mémoire de recherche sur les déterminants de l'auto-emploi chez les jeunes. Nous y présentons la méthode adoptée, la zone d'étude, la stratégie d'échantillonnage, les instruments de collecte de données, ainsi que les techniques d'analyse utilisées pour parvenir aux résultats. Cette méthodologique permettra de garantir la validité scientifique des résultats obtenus.

Section I : Méthode de recherche, zone d'étude et échantillonnage

Ici nous allons poser les bases de la recherche, en décrivant la méthode utilisée pour conduire l'étude, précise la localisation géographique de l'enquête, et explique comment l'échantillon a été constitué. Ces éléments permettent de mieux cerner le contexte empirique dans lequel s'inscrit notre travail.

Paragraphe I : Description de la méthode de recherche

Notre mémoire s'inscrit dans une logique de recherche appliquée dont le but est d'apporter une réponse palpable au problème de l'insertion professionnelle des jeunes au Burkina Faso, en particulier à travers l'auto-emploi. L'objectif de ce mémoire est de déterminer les facteurs essentiels qui influencent le choix de l'auto-emploi chez les jeunes évoluant au sein du Grand Marché de Ouagadougou. De ce fait, nous avons adopté une démarche quantitative. La méthode quantitative est une approche de recherche qui a pour objectif la collecte et l'analyse de données chiffrées dans le but de quantifier des phénomènes sociaux ou économiques. Elle permet de mesurer des variables de manière objective et d'analyser les relations entre ces variables. Contrairement à la méthode qualitative, qui cherche à comprendre des phénomènes dans leur contexte et à partir de perceptions subjectives.

Dans notre cas, un questionnaire structuré sera administré à un échantillon de jeunes auto-employés au grand marché de Ouagadougou. Ce qui permettra d'identifier les facteurs influençant les choix des jeunes à s'autoemployer. Plusieurs auteurs ont utilisé la méthode quantitative pour analyser des phénomènes similaires. Par exemple, Bertaux (2011) a appliqué une approche quantitative pour étudier les déterminants du travail informel en Afrique, en se basant sur des enquêtes. De même, Savadogo et Ouédraogo (2015) ont utilisé des techniques quantitatives pour examiner l'effet des variables socio-économiques sur le choix de l'auto-

emploi des jeunes au Burkina Faso, tout en quantifiant les facteurs influençant cette décision. Enfin, Fiala (2019) a employé des analyses quantitatives pour évaluer l'influence des politiques publiques sur la création d'emplois informels en Afrique subsaharienne.

Ainsi, cette méthode permet de recueillir des données fiables et d'analyser de manière rigoureuse les facteurs sous-jacents à l'auto-emploi, tout en apportant une vision objective de la réalité socio-économique des jeunes dans le cadre du Grand Marché de Ouagadougou.

Paragraphe II : Présentation de la zone d'étude

Notre étude sera conduite dans la ville de Ouagadougou, à savoir la capitale du Burkina Faso, et plus précisément dans le périmètre et les périphéries du Grand Marché de Ouagadougou, aussi connu sous le nom de marché « Rood-Woko ». Ce marché et ces périphéries constituent un grand centre commercial de la ville, voire du pays, et regroupe une multitude d'activités économiques relevant majoritairement du secteur informel. Le choix de cette zone d'étude se justifie par plusieurs raisons. D'abord, le Grand Marché et ces périphéries constituent un espace privilégié d'observation de l'auto-emploi, notamment chez les jeunes, qui s'y exercent dans des domaines variés comme : le petit commerce, les services, l'artisanat, la restauration, la vente de produits divers, etc. Ensuite, la forte densité de jeunes actifs dans cet espace offre une opportunité d'analyse concrète du phénomène d'auto-emploi dans un environnement dynamique, mais marqué par la précarité et la faible régulation des activités. Nikiema et al., (2013) dans leur ouvrage « Ouagadougou (1850-2004) : une urbanisation différenciée » affirme que selon les estimations du ministère du Commerce le marché était composé de plus de 5 500 à 11 000 commerçants sur le site, ce qui montre une forte densification des activités dans ce marché. Enfin, cette zone permet d'appréhender la réalité de l'insertion professionnelle dans un contexte typique des pays en développement, où l'emploi salarié est limité et où l'initiative individuelle devient un recours quasi-nécessaire pour survivre économiquement. Ainsi, le Grand Marché de Ouagadougou constitue un cadre idéal pour observer, comprendre et analyser les motivations, les parcours et les défis des jeunes auto-employés.

Paragraphe III : Description et justification de l'échantillon

Notre étude porte sur 120 jeunes âgés de 15 à 35 ans exerçant une activité d'auto-emploi dans le périmètre et les périphéries du Grand Marché de Ouagadougou. Ainsi, pour constituer l'échantillon, nous avons recours à la méthode d'échantillonnage raisonné, une technique non

probabiliste. Cette méthode consiste à sélectionner les individus disponibles et volontaires pour répondre à l'enquête, en fonction de leur accessibilité et de leur appartenance au groupe cible. Cette stratégie a été retenue en raison de l'absence de base de sondage exhaustive, mais aussi des contraintes matérielles et financières. En effet, nous n'avons pas une base de données sur tous les commerçants du grand marché. Aussi, nous n'avons pas de moyenne humaine, matérielle et financière pour utiliser une méthode plus robuste qui demande plus de moyens. Plusieurs auteurs ont aussi utilisé la méthode raisonné pour la collecte de leur information. Par exemple, Etienne (2015) a utilisé cette méthode pour interroger des jeunes travailleurs dans les marchés et les gares routières, en raison de l'absence de listes formelles et de la mobilité des acteurs. Sawadogo, (2017) dans son mémoire de master en économie du développement, soutenu à l'université Joseph Ki-Zerbo, a eu recours à la méthode par convenance pour enquêter auprès de 120 jeunes auto-employés dans les zones urbaines de Ouagadougou. De façon pratique, l'enquête sera effectuée directement sur les lieux d'activités, à travers une démarche de proximité. Nous allons silloner différentes zones du Grand Marché de Ouagadougou (boutiques, étals, stands mobiles, coins de restauration, etc.) pour identifier les jeunes répondant aux critères d'âge et de statut. Une présentation brève des objectifs de l'étude serait systématiquement faite à chaque jeune ciblé, afin de recueillir son consentement éclairé avant de passer à la collecte des informations. L'enquête sera menée auprès d'un échantillon total de 120 jeunes auto-employés, jugé suffisant pour obtenir une diversité de profils, tout en assurant la faisabilité de la collecte dans les délais impartis. Cette taille d'échantillon permet également d'observer certaines régularités statistiques utiles à l'analyse des tendances générales.

Section II : Présentation des outils de collecte et les méthodes de traitement des données

Cette section abordera les instruments utilisés pour recueillir les données ainsi que les méthodes retenues pour leur traitement et leur analyse. Il s'agit de montrer la rigueur du processus mis en place pour garantir des résultats fiables et interprétables.

Paragraphe I : Présentation des outils de collecte

Pour la collecte de nos données, nous avons utilisé un questionnaire structuré, administré en face-à-face.

Dans une optique de modernisation de la collecte et pour limiter les erreurs de saisie, le questionnaire a été digitalisé à l'aide de la plateforme Kobotoolbox, puis administré via l'application mobile Kobocollect. Les données collectées à l'aide de Kobocollect sont exportées au format CSV, puis nettoyées et préparées dans Microsoft Excel. L'analyse statistique s'est déroulée en deux étapes complémentaires, mobilisant Excel et Stata.

Paragraphe II : Méthode de traitement des données

Ce paragraphe décrit les différentes variables utilisées. Il détaille également les techniques statistiques et économétriques utilisées pour le traitement des données.

A. Description des variables

Pour l'analyse de notre thème, plusieurs variables seront utilisées. Ces variables sont regroupées dans le tableau ci-dessous.

Tableau 2

Tableau 1: description des variables

N	Variables	Modalités
Variable dépendante		
1	AUTO_EMPLOI	Statut perçu de l'auto-emploi (1 si activité permanente et 0 si activité temporaire)
Variables explicatives		
Variables sociodémographique		
1	SEXE	Sexe de l'enquêté
2	ÂGES	Âge de l'enquêté (en années)
3	SITU_MAT	Situation matrimoniale de l'enquêté
4	INSTRUCTION	Niveau d'instruction
5	NAISSANCE	Lieu de naissance
6	RELIGION	Religion de l'enquêté
7	NATIONALITE	Nationalité de l'enquêté
Variables sur la situation des parents		
8	EMPLOI_MERE	Emploi de la mère de l'enquêté

9	EMPLOI_PERE	Emploi du père de l'enquêté
10	ACTIVITE_MERE	Activité de la mère de l'enquêté
11	ACTIVITE_PERE	Activité du père de l'enquêté
12	INSTRUCTION_MERE	Niveau d'instruction de la mère de l'enquêté
13	INSTRUCTION_PERE	Niveau d'instruction du père de l'enquêté

Variables sur la formation et l'expérience

14	FORMATION_PRO	L'enquêté a suivi une formation professionnelle
15	EXPERIENCE_SALARIE	J'ai déjà travaillé comme salarié

Variables sur l'activité

16	ACTIVITE	Types d'activités exercées
17	ACCOMPAGNEMENT	Accès au financement
18	SOURCE_CAPITAL	Origine du capital de départ
19	REVENUS_JOURNALIER	Revenu moyen journalier

Source :Auteur

B. Les méthodes de traitement

Pour le traitement de nos données, nous allons utiliser deux méthodes. Dans un premier temps, nous ferons une analyse descriptive des données à travers des histogrammes, des diagrammes en bâton et des diagrammes circulaires appuyés par des tableaux. Puis, dans un second temps, nous verrons une analyse poussée à travers une méthode économétrique comme la régression logistique binaire. Le recours à la régression logistique est justifié par la nature qualitative et dichotomique, c'est-à-dire que binaire de la variable dépendante (auto-emploi). Contrairement à une régression linéaire classique qui suppose une variable dépendante continue, le modèle logistique permet de prédire la probabilité qu'un individu soit auto-employé en permanent en fonction des facteurs individuels, familiaux, économiques ou sociaux. Ce type de modèle permet également de calculer les odds ratios, qui facilitent l'interprétation des résultats en termes de chances relatives. Par exemple, un odds ratio supérieur à 1 pour la variable « formation professionnelle et technique » indiquerait que les jeunes formés ont une probabilité plus élevée d'être en auto-emploi permanent. Il s'agit ici de modéliser la probabilité ou la chance pour un jeune d'être en situation d'auto-emploi permanent, par opposition à l'auto-emploi temporaire, en attendant d'un emploi salarié. Le recours à cette approche repose sur

l'idée que, bien qu'ils soient tous auto-employés, les jeunes n'y ont pas les mêmes raisons : certains le font par choix, d'autres par contrainte ou en attendant un emploi salarié.

La forme générale du modèle logistique est la suivante :

$$P(Y=1/X) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k}}$$

Il s'agit là de la probabilité que Y prenne la modalité 1 sachant que la variable X

La variable dépendante Y prend la valeur :

- $Y = 1$ si le jeune déclare être en auto-emploi permanent ;
- $Y = 0$ si le jeune est en auto-emploi temporaire ;
- X_1, X_2, \dots, X_k sont les variables explicatives susceptibles d'influencer le statut d'auto-employé (niveau d'instruction, sexe, âge, situation matrimoniale, expérience professionnelle, accès au financement, formation professionnelle, etc.) ;
- $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ sont les coefficients à estimer.

L'estimation se fera à partir de données collectées auprès de jeunes actifs opérant dans le grand marché de Ouagadougou. L'échantillon inclura des jeunes qui ont choisi l'auto-emploi comme un emploi permanent et ceux exerçant l'auto-emploi en attendant un emploi salarié. L'estimation du modèle logistique s'effectuera par la méthode du maximum de vraisemblance, qui permet de déterminer les coefficients β_i

Ce chapitre a présenté la méthodologie adoptée pour mener cette étude, depuis le choix du terrain jusqu'aux techniques de collecte et d'analyse des données. Il constitue le soubassement sur lequel reposent les résultats de notre enquête. Cette méthode permettra d'obtenir des résultats robustes. Ce qui va nous conduire au chapitre suivant qui sera consacré à la présentation et à l'analyse des résultats obtenus sur les déterminants de l'auto-emploi des jeunes au Grand Marché de Ouagadougou.

II. Présentation, analyse, interprétation, discussion des résultats et recommandations/suggestions

Dans ce chapitre, il s'agit de présenter et d'analyser les données collectées dans le cadre de ce mémoire. L'objectif est de dégager les principales caractéristiques socio-économiques des jeunes auto-employés, de mettre en évidence les facteurs influençant leur choix de l'auto-emploi, puis d'interpréter les résultats issus des traitements statistiques réalisés. Ce chapitre se termine par une discussion critique des résultats obtenus, à la lumière des travaux antérieurs, et par des recommandation pratique susceptibles d'améliorer les politiques d'accompagnement de l'auto emploi des jeunes.

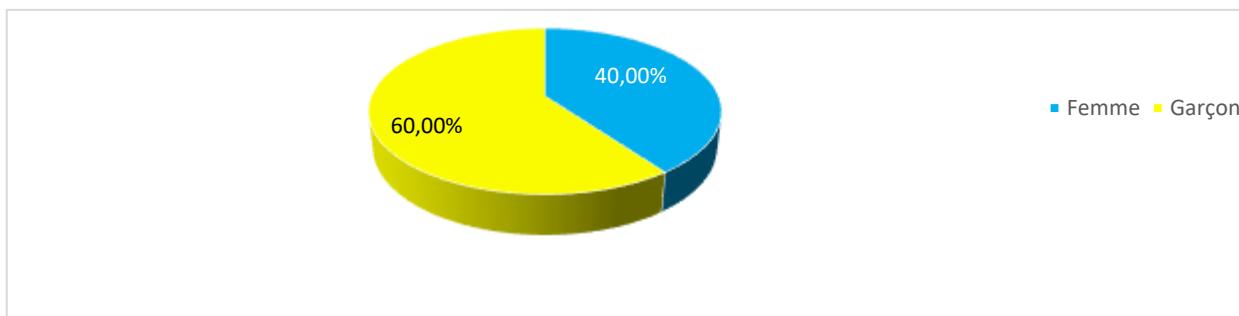
Section I : Présentation, analyse et interprétation des résultats

Cette section est consacrée à la présentation descriptive des données de l'enquête, à travers des tableaux et graphiques explicatifs. L'analyse porte sur les caractéristiques individuelles et économiques des jeunes enquêtés, ainsi que sur les dimensions structurelles de leur activité. Elle vise à fournir un aperçu général du profil des jeunes auto-employés au sein du grand marché de Ouagadougou.

Paragraphe I : Description des caractéristiques des jeunes auto employés

Ce paragraphe présente les principales caractéristiques socio-économiques des jeunes ayant choisi l'auto-emploi comme moyen d'insertion. Il s'agit notamment du sexe, de l'âge, du niveau d'instruction, de la situation matrimoniale, du statut dans l'activité et des conditions d'entrée dans l'auto-emploi. L'objectif est d'identifier les profils dominants parmi les jeunes auto-employés et de mieux comprendre les dynamiques sociales et économiques qui sous-tendent leur engagement dans cette forme d'activité.

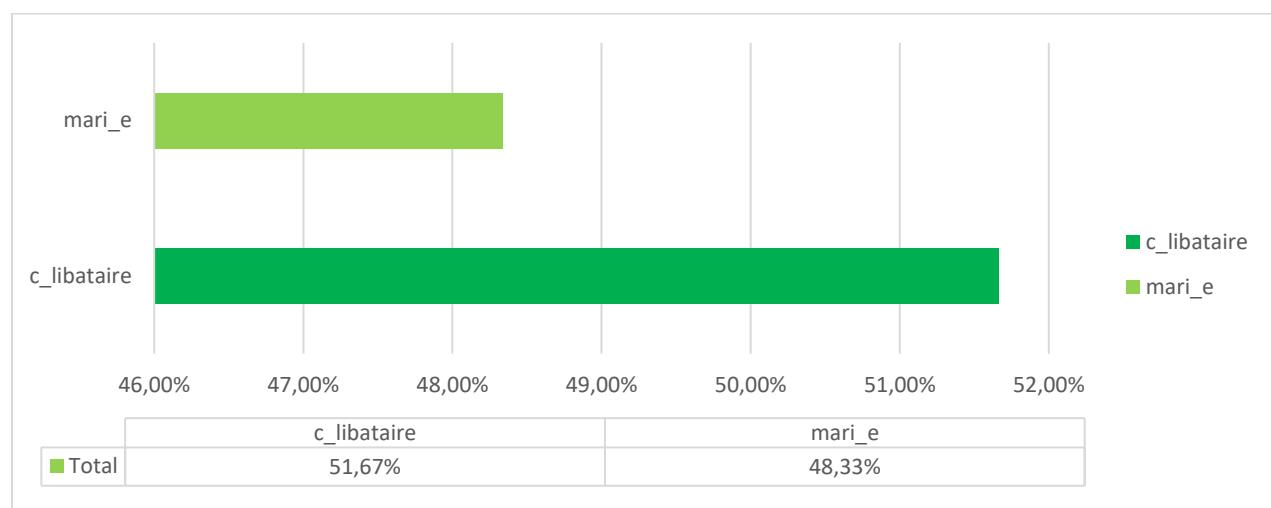
Graphique 1: Répartition des taux chômage selon le niveau d'éducation



Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 4 fait apparaître une prédominance masculine. En effet, les résultats montrent que 60 % des répondants sont des garçons, contre 40 % de filles. Cette répartition pourrait refléter la réalité du tissu économique informel du grand marché de Ouagadougou, où l'auto-emploi semble davantage investi par les jeunes hommes. Cette tendance peut s'expliquer par des facteurs sociaux et culturels qui influencent l'orientation professionnelle des jeunes selon le genre. Elle appelle également à s'interroger sur les barrières spécifiques que rencontrent les jeunes filles dans l'accès à l'auto-emploi, notamment en termes de capital, de mobilité, ou de normes sociales contraignantes.

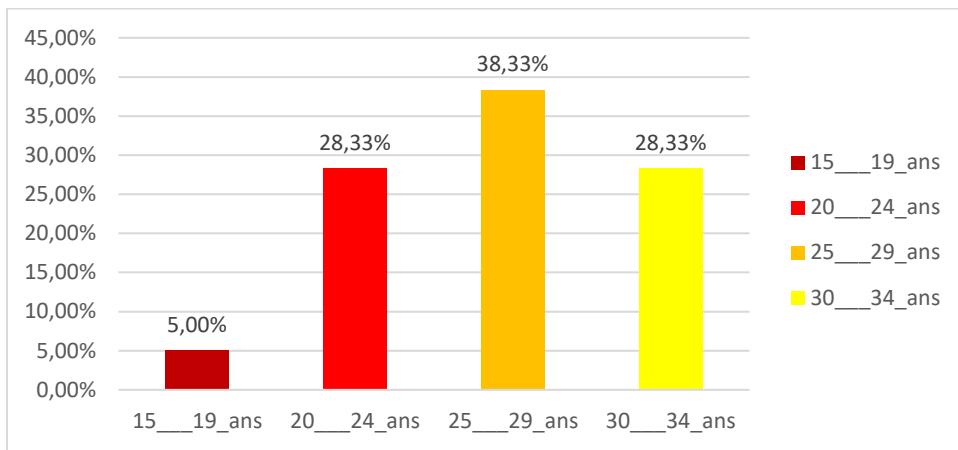
Graphique 2: Répartition selon la situation matrimoniale



Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 5 montre la situation matrimoniale des jeunes auto-employés au grand marché de Ouagadougou. Les célibataires représentent 51,67 %, légèrement plus que les mariés à 48,33 %. Cette prédominance des célibataires peut s'expliquer par l'âge généralement jeune de cette population, souvent en phase de démarrage professionnel, où l'auto-emploi offre une indépendance financière avant de s'engager dans le mariage. Les mariés, bien que proches en proportion, pourraient être poussés à travailler au marché pour subvenir aux besoins familiaux, dans un contexte économique où les opportunités formelles sont limitées.

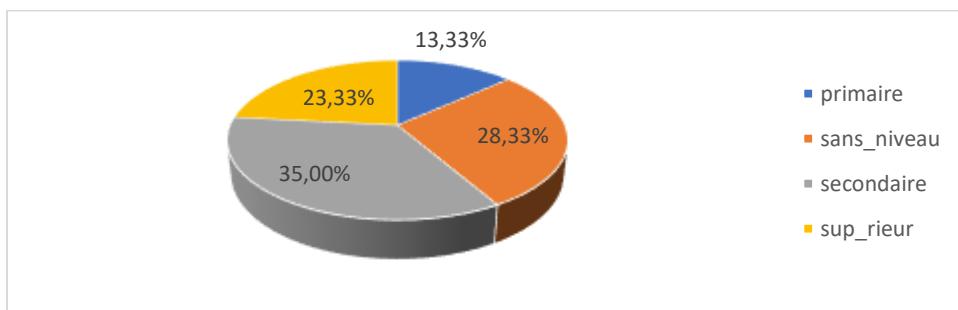
Graphique 3: Répartition selon l'âge



Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 6 illustre la répartition par âge des jeunes auto-employés au grand marché de Ouagadougou. La tranche 25-29 ans domine avec 38,33 %, suivie de 30-34 ans (28,33 %) et 20-24 ans (28,33 %), tandis que les moins de 19 ans ne représentent que 5 %. Cette répartition indique que la majorité des auto-employés sont dans la tranche d'âge adulte jeune (25-34 ans), suggérant une maturité professionnelle où ils ont acquis l'expérience ou les ressources nécessaires pour s'engager dans le commerce. La faible présence des moins de 19 ans reflète probablement un manque d'accès ou de préparation à l'auto-emploi à cet âge, tandis que les 20-24 ans marquent le début de cette transition.

Graphique 4: Répartition selon le niveau d'éducation

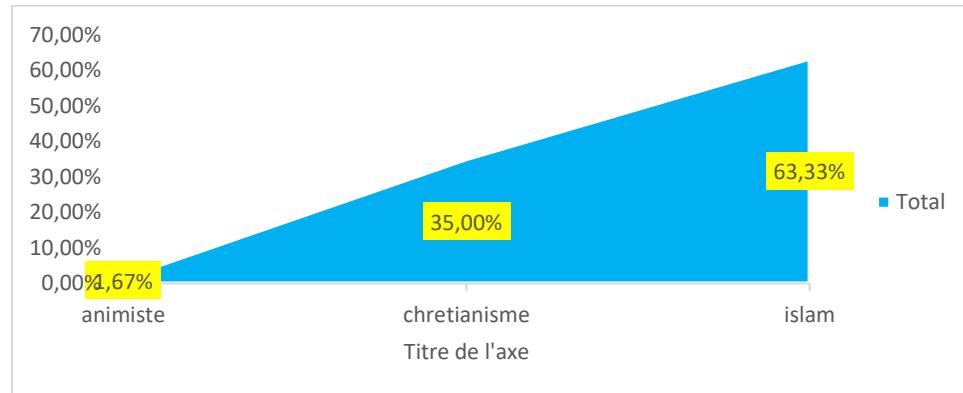


Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 7 montre que la majorité des jeunes auto-employés au grand marché de Ouagadougou ont un niveau d'instruction secondaire (35 %), suivis de ceux sans aucun niveau d'instruction (28,33 %). Les jeunes ayant un niveau supérieur représentent 23,33 %, tandis que ceux dont le niveau d'instruction se limite au primaire représentent 13,33 % de l'échantillon. Cette répartition suggère que l'auto-emploi attire aussi bien des jeunes peu instruits que des diplômés, avec une prédominance des jeunes ayant un niveau moyen de scolarisation. L'accès

limité aux emplois formels, notamment pour les jeunes du secondaire, pourrait expliquer leur orientation vers l'auto-emploi. Par ailleurs, la présence significative de jeunes sans instruction traduit également le rôle de l'auto-emploi comme solution de survie pour ceux qui n'ont pas eu accès à l'éducation formelle.

Graphique 5: Répartition selon la religion



Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 8 montre la répartition religieuse des jeunes auto-employés au grand marché de Ouagadougou. L'islam domine avec 63,33 %. Le christianisme suit avec 35 %, indiquant une présence notable, mais minoritaire. L'animisme, avec 1,67 %, est marginal. L'origine commerciale de l'islam peut expliquer certains aspects de la forte représentation des jeunes musulmans (63,33 %) dans l'auto-emploi au grand marché de Ouagadougou. Historiquement, l'islam s'est développé à travers des routes commerciales, comme celles qui dépendent de l'Afrique de l'Ouest à l'Afrique du Nord, favorisant une culture marchande chez les populations musulmanes. Cette tradition commerciale pourrait avoir été transmise, incitant les jeunes musulmans à s'engager dans des activités comme le commerce.

Tableau 2: répartition selon le lieu de naissance

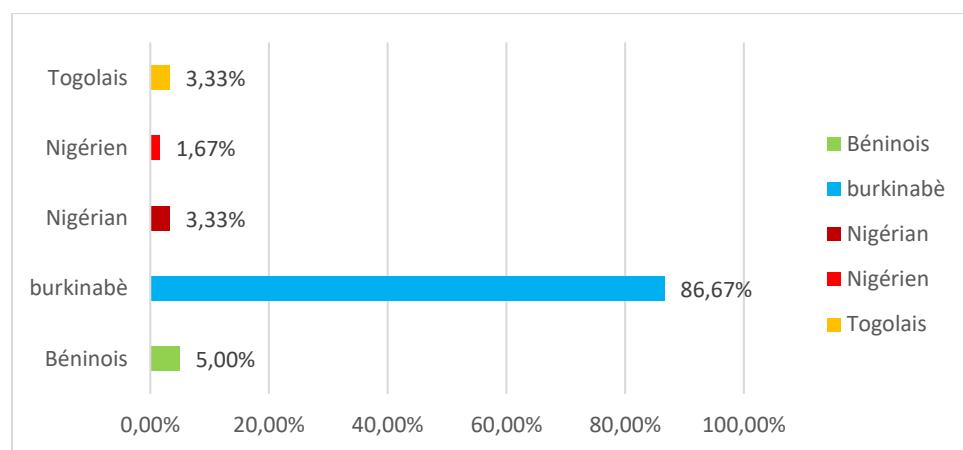
Lieu de naissance	Nombre de personnes	pourcentage
Bénin	4	3,36%
Boucle du mouhoun	2	1,68%
Cascade	2	1,68%
Centre	6	5,04%
Centre est	8	6,72%
Centre nord	4	3,36%
Centre ouest	9	7,56%
Centre sud	38	31,93%
Haut bassin	4	3,36%
L'est	2	1,68%
Niger	1	0,84%

Nigéria	4	3,36%
Nord	11	9,24%
Plateau central	8	6,72%
Sahel	2	1,68%
Sud ouest	13	10,08%
Togo	2	1,68%
Total général	120	100,00%

Source : auteur, à partir des enquêtes

Le tableau met en lumière une répartition variée des jeunes auto-employés selon leur lieu de naissance, avec une prédominance notable de ceux originaires du Centre-Sud, représentant 31,93 % de l'effectif total. Cette forte représentation peut s'expliquer par une proximité géographique avec la capitale, des dynamiques migratoires historiques. Viennent ensuite les régions du Sud-Ouest (10,08 %), du Nord (9,24 %), du Centre-Ouest (7,56 %), du Centre-Est et du Plateau Central (6,72 % chacun), traduisant une dynamique migratoire interne vers la capitale motivée par la recherche d'opportunités économiques, du fait du déséquilibre spatial de développement. Cela montre que l'auto-emploi au grand marché constitue une alternative économique pour les jeunes venus de régions périphériques, souvent touchées par le chômage, l'insuffisance d'infrastructures économiques ou la faiblesse du tissu industriel. Les jeunes originaires du Centre (5,04 %) et d'autres régions comme le Centre-Nord, Hauts-Bassins, Nigéria ou Bénin (entre 3,36 % et 1,68 %), affichent une présence plus modeste. Enfin, des régions comme la Boucle du Mouhoun, l'Est, le Sahel, le Togo ou le Niger sont très faiblement représentées.

Graphique 6: Répartition selon la nationalité

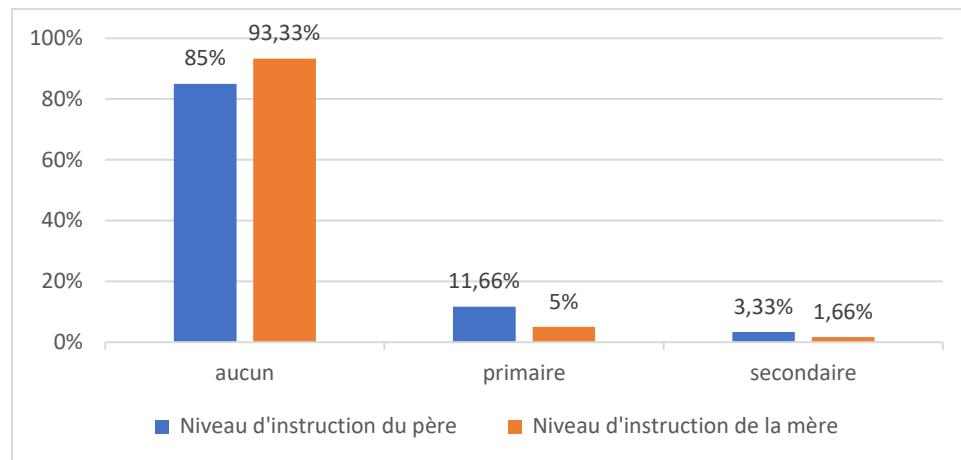


Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 9 met en évidence la prédominance des jeunes Burkinabè dans l'auto-emploi au grand marché de Ouagadougou, représentant 86,67 % de l'ensemble, contre des proportions marginales pour les ressortissants d'autres pays de la sous-région tels que les Béninois (5 %),

les Nigérians (3,33 %), les Togolais (3,33 %) et les Nigériens (1,67 %). Cette distribution montre que l'auto-emploi, dans ce contexte, est avant tout un phénomène national, suggérant que le grand marché constitue un refuge économique pour les jeunes Burkinabè confrontés à un marché de l'emploi formel limité, marqué par le chômage, la précarité, et l'inadéquation entre formation et besoins du marché.

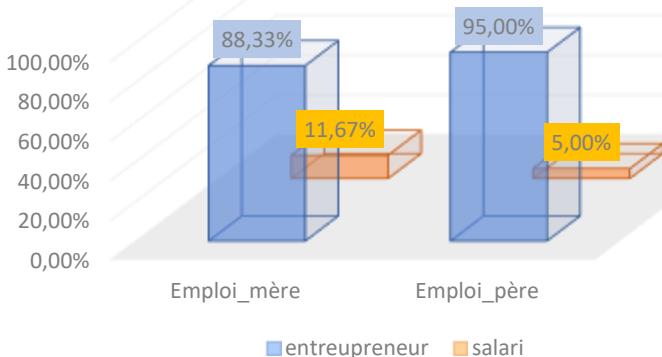
Graphique 7: Répartition selon le niveau d'éducation des parents



Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 10 présente le niveau d'instruction des parents des jeunes du grand marché de Ouagadougou. En effet, 85 % des pères sont sans instruction, 11,66 % ont un niveau primaire et 3,33 % ont un niveau secondaire, contre respectivement 93,33 %, 5 % et 1,66 % pour les mères, révélant une forte disparité de genre au niveau des parents. Cette faible éducation parentale, surtout chez les mères, limite leur soutien aux jeunes pour poursuivre des études avancées, notamment leurs chances d'accéder à un emploi salarié stable. Les normes culturelles favorisant l'éducation des hommes aggravent cette situation. Ainsi, les jeunes se tournent vers l'auto-emploi par nécessité.

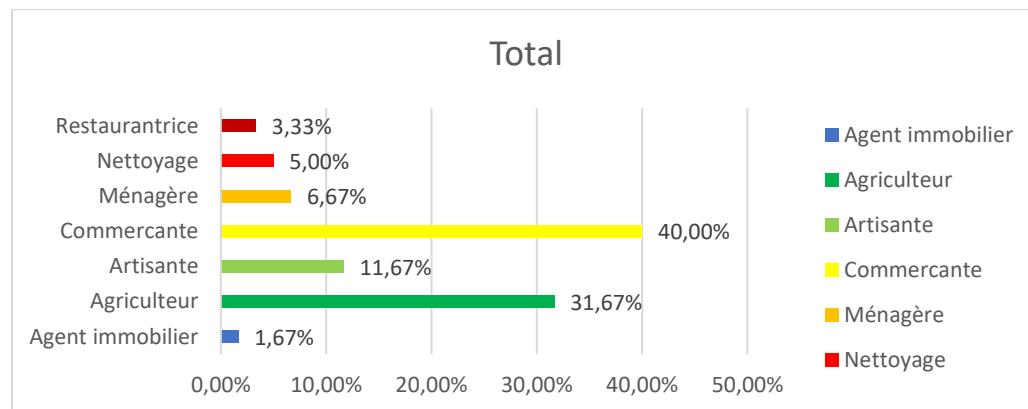
Graphique 8: Répartition selon le statut professionnel des parents



Source : auteur, à partir des enquêtes

Selon le graphique 11, 88,33 % des mères sont des entrepreneurs et 11,67 % sont salariés, tandis que les pères sont à 95 % entrepreneurs et 5 % salariés. Cela montre une forte prédominance de l'entrepreneuriat, surtout chez les pères. Ces chiffres révèlent une nette prédominance de l'entrepreneuriat, surtout chez les pères, reflétant un contexte économique où l'auto-emploi domine. Ce modèle familial influence les jeunes, qui, faute de figures parentales salariées, se tournent majoritairement vers l'auto-emploi. Au grand marché de Ouagadougou, cette tendance est renforcée par un marché du travail informel prédominant. Ainsi, les jeunes, manquant d'exposition à des parcours salariés, peinent à envisager des alternatives et s'orientent vers l'auto-emploi, souvent précaire.

Graphique 9: Répartition selon l'emploi de la mère

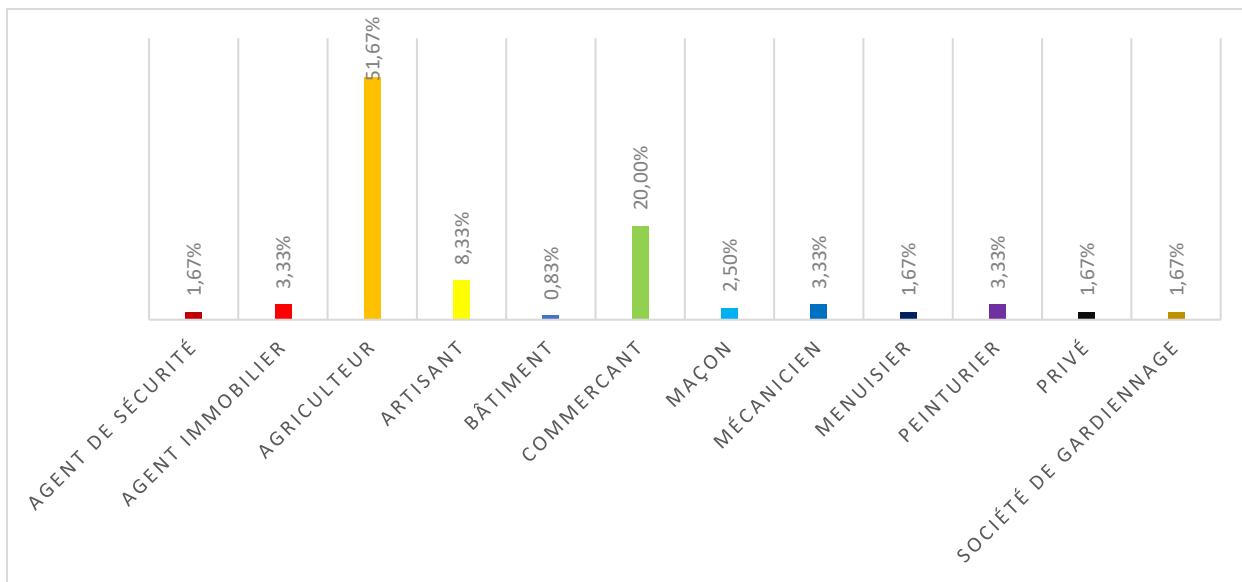


Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 12 présente les activités principales des mères des jeunes auto-employés au grand marché de Ouagadougou. Le commerce domine avec 40 %, suivi par l'agriculture (31,67 %) et l'artisanat (11,67 %). Les autres secteurs, comme l'immobilier, la ménagère, le nettoyage, la restauration et la technique de surface, sont chacun à 1,67 % ou 3,33 %, démontrant une faible

diversification. Cette prédominance du commerce chez les mères peut influencer les jeunes à s'engager dans des activités similaires, notamment le commerce qui représente 80 % de leurs métiers. L'agriculture, importante, reflète le contexte rural du Burkina Faso, tandis que les activités moins représentées indiquent des barrières d'accès ou un manque d'intérêt pour ces secteurs.

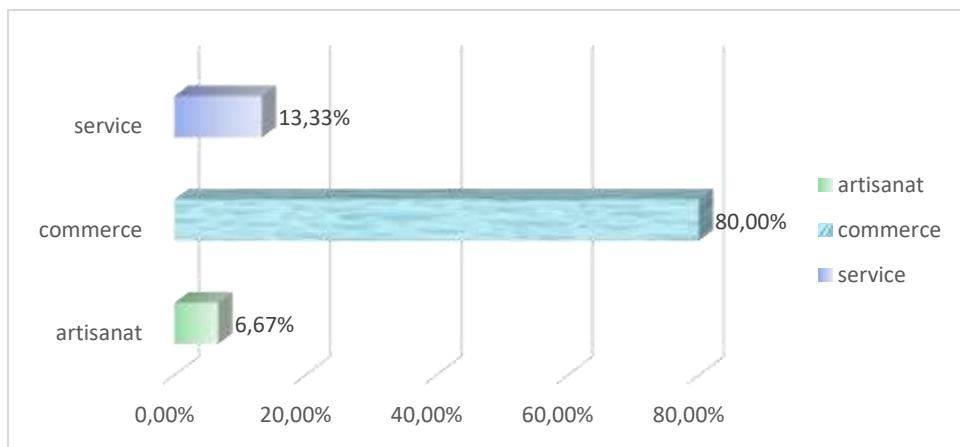
Graphique 10: Répartition selon l'emploi du père



Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 13 illustre les activités principales des pères des jeunes auto-employés au grand marché de Ouagadougou. L'agriculture domine avec 46,67 %, reflétant l'importance de ce secteur au Burkina Faso. Le commerce suit avec 20 %, indiquant une influence notable dans les activités économiques familiales. Les autres activités, comme artisanat, bâtiment, cultivateur, immobilier, maçon, mécanique, menuisier, peinture, privé, restaurant et société de construction, oscillent entre 1,67 % et 3,33 %. Cette prédominance de l'agriculture parmi les pères pourrait influencer les jeunes à s'orienter vers des activités commerciales au marché, où 80 % d'entre eux sont actifs, en quête de meilleures opportunités économiques.

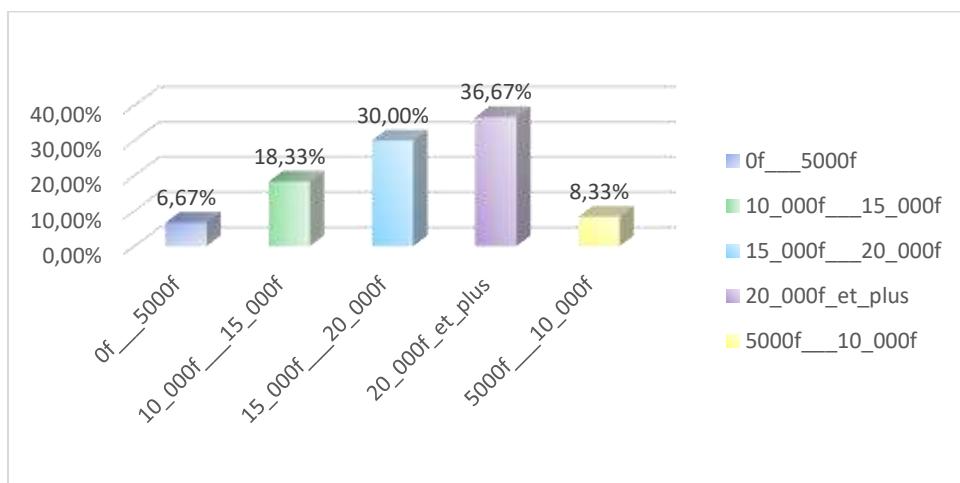
Graphique 11: Répartition selon le métier exercé



Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 14 présente la répartition des métiers des jeunes auto-employés au grand marché de Ouagadougou, selon la nature de leur activité. En outre, Le secteur du commerce domine largement avec 80 % de jeunes auto-employés, ce qui reflète l'importance du grand marché comme plaque tournante économique. Ce pourcentage élevé peut s'expliquer par la forte demande de biens de consommation courante et la facilité d'accès à ce type d'activité, nécessitant souvent peu de qualifications ou de capital initial. Les services, avec 13,33 %, occupent une place secondaire, incluant des activités comme la restauration, la coiffure ou la réparation, qui répondent aux besoins immédiats des clients du marché. L'artisanat, avec seulement 6,67 %, est marginal, ce qui pourrait indiquer des barrières à l'entrée, comme le manque de compétences spécifiques.

Graphique 12: Répartition selon le bénéfice journalier

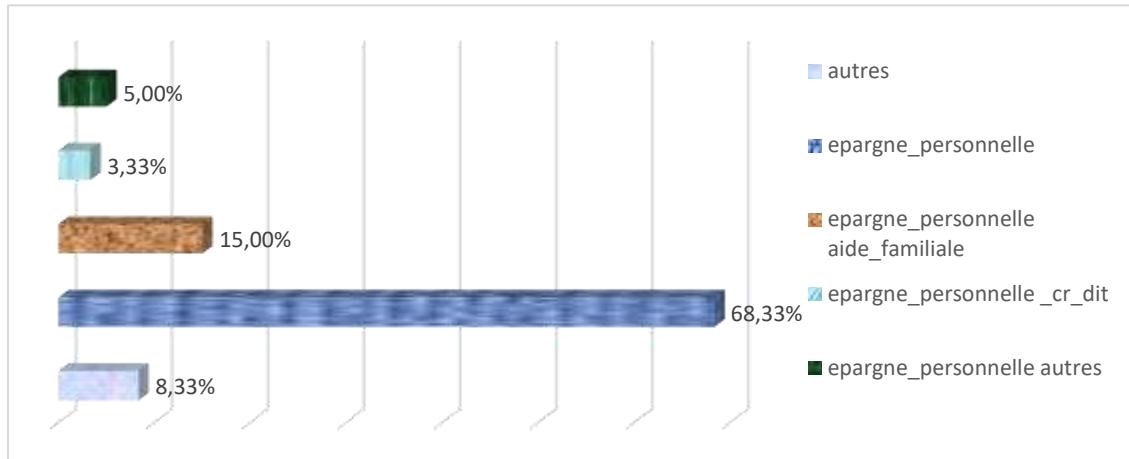


Source : auteur, à partir des enquêtes

Selon le tableau 15, les bénéfices journaliers (en milliers de FCFA) se répartissent ainsi : 0-5 000 (6,67 %), 5 000-10 000 (8,33 %), 10 000-15 000 (18,33 %), 15 000-20 000 (30 %), 20 000

et plus (36,67 %). La majorité des jeunes entrepreneurs (36,67 %) réalisent des bénéfices supérieurs ou égaux à 20 000 FCFA. Ces bénéfices, significatifs dans ce contexte, montrent que l'auto-emploi au grand marché est viable et peut être promu comme une alternative économique durable.

Graphique 13: Répartition selon la source du capital de départ



Source : auteur, à partir des enquêtes

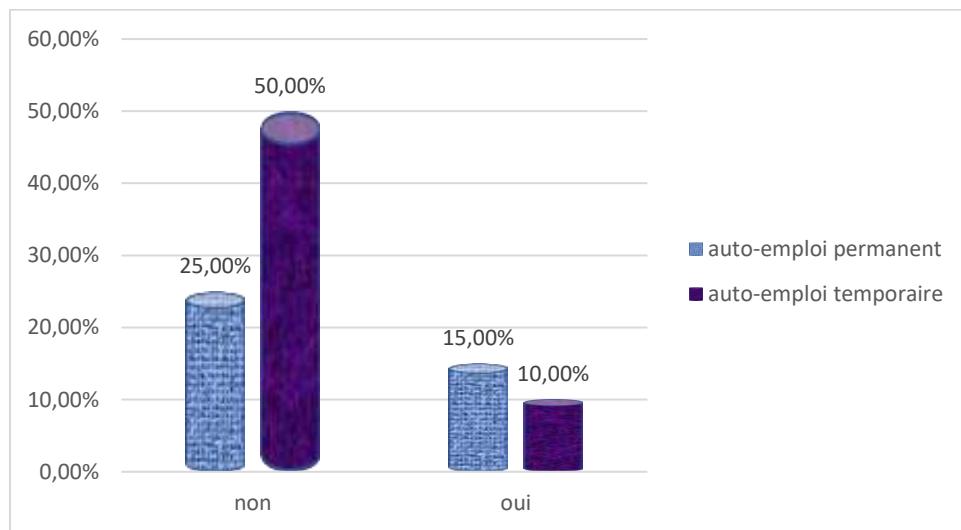
Le graphique 16 illustre les sources de capital des jeunes auto-employés au grand marché de Ouagadougou, Burkina Faso. L'épargne personnelle domine avec 68,33 %, indiquant que la majorité s'appuie sur leurs propres économies pour démarrer leur activité, reflétant une forte initiative individuelle, mais aussi des contraintes d'accès au crédit. Les combinaisons incluent 15 % (épargne personnelle + aide), 5 % (épargne personnelle + autre) et 3,33 % (épargne personnelle + crédit), totalisant 23,3 %, ce qui indique un usage modéré de financements mixtes. Les autres sources représentent 8,33 %, suggérant un accès limité à des fonds externes. Cette répartition met en évidence une dépendance principale à l'épargne personnelle, avec des opportunités d'expansion potentiellement freinées par un faible recours au crédit ou à l'aide extérieure.

Paragraphe II : Analyse des déterminants de l'auto-emploi des jeunes

Ce paragraphe présente une analyse des principaux facteurs qui influencent le choix de l'auto-emploi chez les jeunes. Il s'agit d'examiner le lien entre l'auto-emploi et la formation professionnelle, l'accès au financement et l'expérience professionnelle.

A. Analyse croisée

Graphique 14: Jeunes auto-employés et formation professionnelle et technique



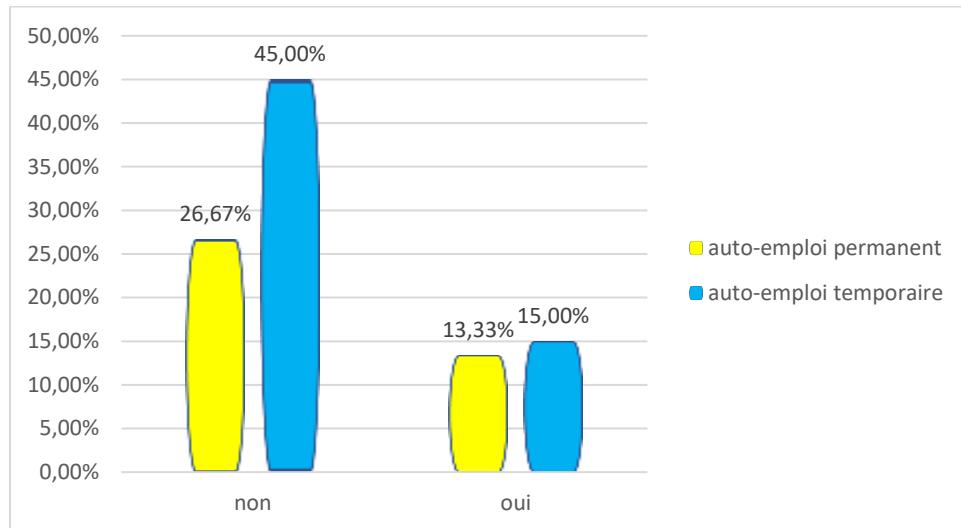
Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 17 met en évidence la relation entre le statut des jeunes auto-employés (permanent ou temporaire) et leur accès à la formation professionnelle et technique. Il en ressort que parmi les jeunes n'ayant pas bénéficié de formation, 25 % sont en situation d'auto-emploi permanent tandis que 50 % exercent un auto-emploi temporaire, soit un total de 75 % en auto-emploi, avec une nette prédominance de la forme temporaire. En revanche, chez les jeunes ayant bénéficié d'une formation, seuls 15 % sont en auto-emploi permanent et 10 % en auto-emploi temporaire, soit un total de 25 %. Cette répartition suggère que la formation professionnelle contribue à limiter le recours à l'auto-emploi précaire. L'écart de 40 points de pourcentage sur l'auto-emploi temporaire (50 % chez les non formés contre 10 % chez les formés) atteste du rôle de la formation dans la réduction des formes instables d'insertion.

Au-delà de cet effet protecteur, les données révèlent également une dynamique plus qualitative : l'auto-emploi permanent, bien qu'en légère baisse chez les formés, peut être interprété chez eux comme un choix stratégique et assumé, plutôt qu'une solution par défaut. En effet, la formation professionnelle et technique semble doter les jeunes des compétences nécessaires pour entreprendre durablement, sécuriser leurs activités et construire des parcours professionnels autonomes. Ainsi, les jeunes formés qui s'engagent dans l'auto-emploi permanent le font plus souvent de manière volontaire, avec une meilleure maîtrise des outils techniques et entrepreneuriaux. Cela contraste avec les non formés, chez qui l'auto-emploi permanent, bien que plus fréquent, résulte probablement davantage de l'absence d'alternatives

salariées. En définitive, la formation professionnelle et technique ne se contente pas de réduire la précarité de l'emploi : elle favorise une orientation vers l'auto-emploi par choix, fondée sur les compétences, la confiance et une vision à long terme de l'activité économique.

Graphique 15: jeunes auto-employés et accès au financement



Source : auteur, à partir des enquêtes

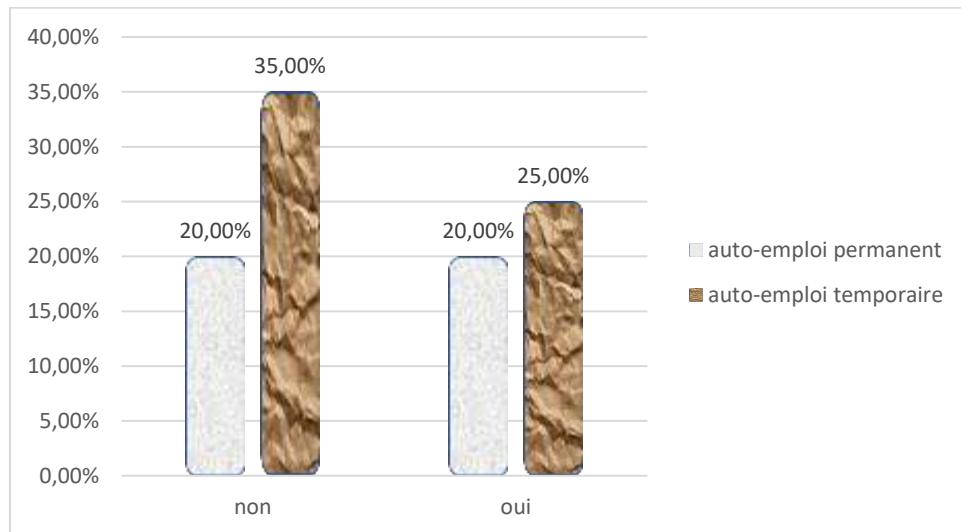
Le graphique 18 met en lumière l'impact direct de l'accès au financement sur la nature et la stabilité de l'auto-emploi des jeunes. Les données révèlent que parmi les jeunes n'ayant pas accès au financement, l'auto-emploi se manifeste principalement sous une forme temporaire, touchant 45 % d'entre eux, contre seulement 26,67 % en situation d'auto-emploi permanent. Cette forte prédominance de l'auto-emploi temporaire en absence de financement traduit une dynamique de survie où les jeunes s'engagent dans des activités instables, faiblement capitalisées, et souvent dictées par l'urgence de générer un revenu.

À l'inverse, lorsque les jeunes ont accès au financement, la part de l'auto-emploi temporaire chute à 15 %, alors que celle de l'auto-emploi permanent s'établit à 13,33 %. Cette redistribution, bien que modeste en valeur absolue, marque un tournant significatif. L'accès au financement contribue non seulement à réduire la précarité des activités auto-entrepreneuriales, mais surtout à favoriser leur formalisation et leur pérennisation. Le financement agit ici comme un véritable facteur de structuration économique, en permettant aux jeunes d'investir dans des ressources, des équipements ou des formations, conditions essentielles pour assurer la viabilité de leur activité.

Ainsi, le financement se présente comme un levier stratégique dans la transition des jeunes de l'auto-emploi de nécessité vers l'auto-emploi de projet. En rendant possible des activités mieux

organisées et susceptibles de se consolider sur le long terme, il joue un rôle crucial dans la dynamique de stabilisation professionnelle des jeunes auto-employés. Autrement dit, au-delà d'être un simple moyen d'accès au marché, le financement conditionne l'évolution qualitative de l'auto-emploi vers une activité durable, structurée et économiquement viable.

Graphique 16: jeunes auto-employés et expérience professionnelle



Source : auteur, à partir des enquêtes

Le graphique 19 montre la répartition des jeunes auto-employés selon leur accès ou non à une expérience professionnelle préalable, en distinguant l'auto-emploi permanent et temporaire.

Chez les jeunes sans expérience professionnelle, l'auto-emploi temporaire domine nettement avec 35 %, contre 20 % pour l'auto-emploi permanent. Ce déséquilibre suggère que l'absence d'expérience professionnelle pousse les jeunes vers des formes d'auto-emploi précaires, probablement faute de compétences pratiques, de réseaux ou de connaissances du marché. Ils s'engagent alors dans des activités peu durables et souvent informelles.

En revanche, pour les jeunes ayant une expérience professionnelle, les écarts entre auto-emploi permanent et temporaire se resserrent : 25 % pour l'auto-emploi temporaire et 20 % pour l'auto-emploi permanent. La présence d'une expérience professionnelle semble ainsi favoriser un meilleur équilibre, avec une progression notable de l'auto-emploi permanent. Cette tendance laisse entendre que l'expérience professionnelle joue un rôle dans la consolidation des parcours entrepreneuriaux, en facilitant l'accès à des ressources non financières comme le savoir-faire, les compétences de gestion ou les contacts professionnels.

Ainsi, l'expérience professionnelle apparaît comme un atout pour sécuriser les trajectoires d'auto-emploi des jeunes, en leur offrant les bases nécessaires pour envisager des projets plus structurés et durables. Elle agit comme un facteur d'insertion économique, réduisant la tendance à se cantonner à des formes d'auto-emploi de nécessité.