

# CHAPITRE 1

## LES ENTREPRENEURS MAURICIENS

Emmanuel GRÉGOIRE, Gérard LEMOINE<sup>1</sup>

Les précédents chapitres ont souligné le rôle décisif joué par les entrepreneurs mauriciens dans le développement d'un grand nombre de secteurs d'activités à commencer par les exportations de sucre, de textile et le tourisme : incontestablement, ces hommes et ces femmes ont permis au pays de sortir du sous-développement en se tournant avec succès, tout d'abord, vers l'industrie, ce qui a permis de résorber le chômage, puis vers le secteur tertiaire. Plus de quarante ans après l'indépendance, le modèle de développement économique mauricien semble toutefois remis en cause dans la mesure où deux pans essentiels de son économie, le sucre et le textile, ont été touchés de plein fouet par la suppression des accords préférentiels qui les avaient longtemps protégés de la concurrence mondiale. Le pays doit impérativement s'adapter à ce nouveau contexte perturbé et plus encore renouveler son modèle économique en explorant des domaines comme les TIC, la petite manufacture de substitution aux importations ou à haute valeur ajoutée en vue de l'exportation. Les pouvoirs publics s'emploient donc à créer les conditions propices pour stimuler l'esprit d'entreprise afin d'encourager l'émergence de sociétés innovantes et créatrices de valeur. Pour appréhender les entrepreneurs

---

1. Avec le concours de Patricia Day-Hookoomsing et de Vincent Staub.

mauriciens ainsi que leur processus d'accumulation, il convient de se plonger dans l'histoire. En débutant notre étude avec l'implantation française, nous retracerons l'évolution de l'entrepreneuriat mauricien afin de saisir ses mutations économiques et humaines. Il conviendra de compléter les grands traits du paysage entrepreneurial national en s'intéressant au-delà des grands groupes, aux PME et au secteur informel. Nous pourrons alors réfléchir sur la situation actuelle à la fois du point de vue économique, juridique et institutionnel et entrevoir les conditions sociales (système éducatif, médias, etc.) qu'il convient de renforcer pour favoriser l'évolution des mentalités et faire émerger une véritable culture de l'entreprise impliquant l'ensemble de la société.

## I. GENÈSE DES ENTREPRENEURS MAURICIENS

Sans rentrer dans le détail tant ce thème est vaste et pourrait à lui seul faire l'objet d'un ouvrage, nous esquisserons ici les grandes étapes de l'émergence d'un entrepreneuriat national en distinguant trois phases :

- la période coloniale axée sur la monoculture de la canne à sucre contrôlée, au départ, par des planteurs d'origine française ;
- les années 1968-1992, soit de la proclamation de l'indépendance à celle de la république, caractérisées par le développement industriel et touristique, ce qui donna naissance à une nouvelle génération d'entreprises ;
- la période récente (1992-2010) marquée par une plus forte diversification économique (*offshore* financier, port franc, TIC, industrie marine), le renforcement des conglomérats et une plus grande hétérogénéité culturelle de la sphère entrepreneuriale.

### ***Les premiers entrepreneurs (1710-1968)***

En observant l'histoire de la république de Maurice, on peut considérer que Mahé de la Bourdonnais en fut le premier entrepreneur. Après avoir fait fortune dans le commerce du riz, des épices et du textile à partir des comptoirs français de Chandernagor et de Pondichéry, ce

Malouin, capitaine de la Compagnie des Indes, débarqua en 1735 à Port-Louis où il fut nommé gouverneur général des îles de France et de Bourbon (respectivement aujourd'hui, Maurice et la Réunion). Administrateur hors pair, il procéda à la réorganisation administrative et militaire de la colonie et en fut le premier bâtisseur (aménagement de Port-Louis, construction de son port, de l'hôtel du gouvernement, d'un hôpital, etc.). Mahé de la Bourdonnais influa à Maurice sa vocation maritime basant son économie sur le commerce lointain auquel il s'adonnait lui-même à travers ses sociétés de commerce : il fut ainsi le premier à concevoir l'océan Indien comme un complexe économique régional (Chazan-Gillig, 1998). Parallèlement, il donna une impulsion décisive à la culture de la canne à sucre en encourageant la propriété privée. À cette époque et jusqu'à la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, l'Île-de-France restait tournée vers la mer étant à la fois un point de ravitaillement des navires sur la route des Indes et de la Chine et de transbordement de leurs marchandises (Port-Louis est déclaré port franc en 1787). En outre, des négociants français se livraient à la traite des esclaves qu'ils acheminaient dans l'île afin de pallier l'absence de main d'œuvre locale indispensable à la mise en valeur des champs de canne et plus largement du pays. À la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, le pouvoir économique passa des mains des négociants et des marins au long cours à celles des planteurs sucriers en raison des guerres napoléoniennes qui perturbaient l'activité des premiers : Français et Anglais s'opposaient dans l'océan Indien si bien que Maurice fut coupé de la métropole au début du XIX<sup>ème</sup> siècle. Pour renflouer la colonie et lui permettre de survivre, des corsaires dont le plus célèbre fut Surcouf s'attaquèrent aux navires de commerce anglais, leurs expéditions devenant une importante activité pendant près de quinze ans. Pour mettre fin à leurs exactions, les Britanniques s'emparèrent de l'île en 1810.

Dès lors, ils en firent une colonie dominée par une économie de plantation et non plus axée vers la mer et le négoce maritime : les planteurs français furent de véritables entrepreneurs bien qu'exploitant une main d'œuvre servile. En contact avec des maisons de commerce britanniques qui leur octroyèrent des crédits pour l'achat d'équipements destinés à leurs usines, ils augmentèrent fortement la production sucrière tout au long du

XIX<sup>ème</sup>. Comme nous l'avons décrit (2<sup>ème</sup> partie, chapitre 1), de grandes plantations se constituèrent progressivement par concentration ou rachat de propriétés si bien qu'un petit groupe de planteurs d'origine française assura sa domination sur l'économie locale. À partir de 1880, les Indo-mauriciens qui étaient venus remplacer, dès le milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle, les esclaves désormais affranchis jouèrent un rôle économique grandissant dans l'économie sucrière grâce au morcellement de quelques grandes propriétés. Ces acheteurs de terres furent de riches commerçants, des sirdars et des recruteurs : proches des propriétaires sucriers, ils devinrent des petits planteurs dont on chiffrait l'effectif à plus de 10.000 en 1884. Cette émancipation économique indienne dans le secteur sucrier fut un prélude à ses revendications politiques. Elle avait été précédée par l'arrivée de négociants musulmans originaires du Goujerat qui avaient investi le commerce de détail notamment du riz et des tissus : ils importaient des marchandises de Calcutta, Chittagong et Madras et exportaient du sucre vers Bombay. L'importance de ces commerçants Goujerati devint bien réelle dans les années 1880. De leur côté, les immigrants chinois dont l'installation à Maurice s'amplifia au début du XX<sup>ème</sup> siècle ne restaient pas inactifs : ces commerçants investirent le commerce de détail à Port-Louis ainsi que dans les villages sucriers à travers le système du crédit et se tournèrent ensuite vers le négoce de gros. Progressivement, ils devinrent la seconde communauté entrepreneuriale du pays. Qu'ils soient d'origine indienne ou chinoise, la grande guerre favorisa la montée de ces marchands asiatiques qui détenaient pratiquement le monopole des grains et du sucre. De plus, ils étaient des intermédiaires obligés pour les grands domaines qui écoulaient leur récolte en Inde. La seconde guerre mondiale renforça leur position et par là le pouvoir politique et social de certaines couches de la population d'origine indienne qui était la plus nombreuse.

À la veille de l'indépendance, le paysage entrepreneurial mauricien qui demeurait concentré sur l'agriculture et le commerce renvoyait à la composition culturelle de la société. À sa tête, se trouvaient les Franco-mauriciens qui constituaient une oligarchie terrienne et financière qui contrôlait l'économie de l'île : parmi les principaux groupes sucriers,

figuraient CIEL, Espitalier-Noël, Mon Loisir, Constance, Union, Saint Aubin, Harel frères, Médine, Mon Désert-Alma etc.. Pour ce qui est du négoce et des liaisons maritimes, Rogers, Blyth Brothers<sup>1</sup>, Ireland Fraser et Harel Mallac étaient les opérateurs dominants. Venaient ensuite les entrepreneurs sino-mauriciens avec des groupes tels que Happy World et ABC Group créé par Sir Moilin Jean Ah Chuen en 1931 (celui-ci était fils d'un immigré arrivé à Maurice vers 1880). ABC Group se limitait, au départ, à un magasin de distribution de produits alimentaires en gros et au détail. Très vite, il tissa un réseau de distribution dans toute l'île et se spécialisa dans la vente de produits surgelés dont il demeure un des principaux importateurs. Les Indo-mauriciens de confession musulmane constituaient également un groupe entrepreneurial dynamique avec les familles Currimjee Jeewanjee et Hassan Moussa Rawat qui, toutes deux, débutèrent leurs affaires durant la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle. Quant aux Indo-mauriciens de confession hindoue, ils s'adonnaient essentiellement à l'agriculture, ce qui explique qu'ils constituaient les effectifs les plus nombreux des petits planteurs. Enfin, les Créoles étaient peu représentés si ce n'est au niveau de l'artisanat et de la micro entreprise.

La colonisation fut donc marquée par la formation d'une classe d'entrepreneurs sucriers regroupés au sein de la Chambre d'agriculture qui sera le lieu d'expression privilégié de leur pouvoir. De manière concomitante, elle favorisa le développement du commerce et contribua à l'émergence d'un capital domestique local essentiellement d'origine européenne, mais qui s'est peu à peu diversifié au fur et à mesure que se profilait l'indépendance : dès les années trente et jusqu'aux années soixante, émergea toute une pléiade d'entrepreneurs et d'hommes d'affaires issus des autres communautés nationales au sein desquels figurait, par exemple, Lim Fat un des pionniers de la zone franche.

---

1. Fondé en 1830, Blith Brothers qui était une filiale du groupe anglais Thomas Blith and Son était engagé dans le négoce maritime. En 1972, la société fusionna avec Ireland Fraser dont la création remonte à 1850, pour donner le puissant groupe Ireland Blith Limited (IBL).

## ***Un entrepreneuriat qui devient industriel (1968-1992)***

Si les opposants à l'indépendance du pays ne lui voyaient guère d'avenir une fois la Grande-Bretagne partie, ses partisans estimaient, au contraire, qu'elle pourrait être économiquement bénéfique. Le gouvernement d'union nationale qui prit en main les rênes du pouvoir comme ceux qui lui succédèrent comprirent très vite que l'avenir du pays résidait dans son industrialisation, seule capable d'assurer son développement et de résorber un chômage endémique très élevé. Cette période est marquée par la création de nombreuses entreprises surtout concentrées dans le textile et le tourisme, par la formation de conglomérats et en même temps par une implication sans cesse plus prononcée de toutes les communautés nationales dans l'entrepreneuriat.

La création de la zone franche en 1971 fut un tournant décisif dans l'histoire économique de Maurice dans la mesure où, durant de longues années, elle fut le moteur de la croissance. Les autorités surent mobiliser les ressources et les énergies créatives pour en faire un succès : de nombreux groupes franco-mauriciens pourtant sans tradition ni savoir-faire industriel s'intéressèrent au textile<sup>1</sup> et transformèrent leurs anciennes usines sucrières, comme celles de Saint-Antoine à Goodlands, Mon Désert et Solitude à Triolet et Mon loisir à Saint-Pierre, en sites industriels (Buzenot, 2007). De même, ABC Group s'associa à une importante entreprise d'Hong Kong pour monter une unité textile. À leurs côtés et parfois plus tardivement, d'autres entrepreneurs comme François Woo Shing Hai et Louis Lai Fat Fur investirent le secteur en créant la Compagnie Mauricienne des Textiles (CMT) qui connut une réussite remarquable puisqu'elle figure parmi les quinze plus grandes entreprises mauriciennes classées selon leur chiffre d'affaires (*Business Magazine*, 2010). Enfin, les étrangers, européens et asiatiques, installèrent des usines en zone franche pour bénéficier d'une main d'œuvre peu onéreuse pour les uns, d'un accès privilégié au marché européen pour

---

1. Le boom sucrier des années soixante-dix facilita leurs investissements.

les autres. Parallèlement, tout le secteur manufacturier se développa, notamment la bijouterie, l'électronique mais aussi l'imprimerie, la fabrication de cosmétiques, de produits alimentaires, chimiques, d'allumettes, de cigarettes, l'embouteillage de boissons, branche importante du groupe Currimjee. Ce formidable essor industriel eut des effets directs et indirects sur la construction, le transport, le commerce et bien d'autres activités encore. Agissant souvent comme sous-traitants de ces nouvelles industries, de nombreuses PME et micro entreprises virent le jour, ces dernières proposant de multiples services (conseils, restauration, petit commerce, etc.).

Outre le textile, cette période fut marquée par une diversification des activités des grands groupes nationaux dans le tourisme. Amédée Maingard qui fut un grand entrepreneur y poussa la société Rogers qu'il dirigeait. Fondée en 1899 par Walter Richard Rogers, elle est l'un des premiers conglomérats mauriciens. Au départ, son activité portait sur l'importation d'équipements et de matériel destiné à l'industrie sucrière. Au cours des années vingt et trente, elle l'étendit à la marine marchande, Rogers devenant agent maritime puis affrétant ses propres navires dont certains assuraient une liaison régulière avec Rodrigues. Profitant du climat général de reprise économique après la seconde guerre mondiale, le groupe se lança dans l'aviation commerciale en tant que représentant des compagnies aériennes française, britannique, sud-africaine et australienne ainsi que dans le tourisme (cf. 2<sup>ème</sup> partie, chapitre 1). Des groupes sucriers tels que Médine, Mon Loisir, Union Sugar Estate, FUEL, CIEL et quelques autres firent de même étant en cela aidé par leur important capital foncier dont ils mirent en valeur les terres situées en bordure du littoral (construction de complexes hôteliers). Le tourisme attirait à la fois des grandes et des petites entreprises qui proposaient des services variés aux vacanciers. Simultanément, ces grands groupes investirent d'autres activités, le pays connaissant une phase de développement accéléré. Il permit l'éclosion de nouveaux entrepreneurs qui eurent le mérite de monter des affaires à partir de leurs compétences, de leur dynamisme et de leur travail. C'est le cas du groupe Food and Allied Limited fondé par Michel de Spéville (7<sup>ème</sup> groupe mauricien par son chiffre d'affaires en

2009). En 1967 Michel de Spéville crée sa première entreprise, un élevage de poulets de chair produisant 400 volailles par semaine. Plus de quatre décennies avant que le concept de « sécurité alimentaire » soit vulgarisé, il place déjà son action dans le cadre de « la réduction de la dépendance de Maurice à l'importation au niveau alimentaire ». Le groupe s'est progressivement constitué dans les années 70 d'abord avec une stratégie de filière par intégration verticale des activités liées à l'aviiculture. En amont la provenderie, en aval la transformation de la viande de poulet et la vente des produits frais et surgelés, cette diversification aval allant jusqu'à l'intégration d'une franchise de restauration rapide, « Kentucky Fried Chicken ». Le groupe développe sa propre franchise « Chantefrais », boucheries de volailles (100 points de vente). Parallèlement et toujours dans une logique de filière agro-alimentaire, le groupe développe ses activités dans la production de conserves (New Maurifood Ltd), les produits laitiers (en 1976, Maurilait avec les franchises Yoplait et Miko), en 1989, dans la minoterie (Les Moulins de la Concorde Ltd). Panagora Ldt assure la distribution de l'ensemble des produits auprès de 5000 points de vente sur toute l'île. Dans les années 1990 le groupe se diversifie de façon conglomérale (publicité, informatique, représentation maritime, et enfin hôtellerie). Aujourd'hui, Food and Allied compte plus d'une trentaine d'entreprises employant plus de 3000 salariés, organisées autour de six pôles opérationnels : la production animale, l'industrie agro-alimentaire, le commerce, l'import-export et la restauration, les services aux entreprises, l'activité maritime et l'hôtellerie. Le groupe exporte son savoir-faire à Madagascar et en Afrique Australe.

Cette industrialisation de l'île qui a été couronnée de succès s'est traduite par l'épanouissement du secteur privé qui a fait appel à des experts-comptables, des conseillers commerciaux et financiers et des bureaux de conseils pour l'assister dans sa tâche et des sociétés de service (informatique, nettoyage, gardiennage, etc.). Ainsi progressivement se renforça un tissu dense de petites et moyennes entreprises gravitant autour d'entreprises plus importantes et favorisant une croissance économique continue et auto entretenue. Ce phénomène avait déjà commencé dès la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle où des PME prospéraient

autour de l'industrie sucrière, comme par exemple les Forges Tardieu. Cependant, l'étroitesse du marché local a été longtemps un handicap pour l'essor d'entreprises industrielles de substitution aux importations (métallurgie légère, produits cosmétiques, produits chimiques, peintures, meubles, etc.). La croissance économique et le développement de la classe moyenne disposant d'un pouvoir d'achat plus élevé vont favoriser le développement d'entreprises dans ces secteurs.

### ***Un entrepreneuriat qui se diversifie (1992-2010)***

Au cours de la précédente période, l'économie mauricienne se concentrait sur le sucre, le textile et le tourisme. Il devenait impératif d'investir d'autres secteurs source de création d'entreprises et d'emplois, ce qui fut fait par la mise en place de l'*offshore* financier, des TIC, du port franc et de l'industrie marine. L'*offshore* devenu *Global Business* donna naissance à une multitude de *Management Companies*, sociétés de courtage et de gestion des compagnies étrangères en *offshore*. De même, les TIC à travers les centres d'appels, les entreprises d'externalisation et de développement de logiciels contribuèrent à la création d'un grand nombre de petites entreprises à la fois mauricienne et étrangère. Enfin, le port franc et la pêche entraînèrent l'apparition d'unités de plus grande taille employant une main d'œuvre nombreuse. Dans ces conditions, on assista à une forte augmentation du nombre des entreprises allant de grands groupes à des PME, chaque communauté nationale s'impliquant davantage dans ce processus. Pour montrer cette diversité de l'entrepreneuriat local, il convient de dresser le portrait de quelques entreprises qui renvoient à l'histoire des familles qui les ont fondées. Dans ce tableau, nous commencerons par le groupe CIEL.

Son origine remonte à 1912, année où Adrien Dalais, homme d'affaires spécialisé dans l'immobilier, racheta la propriété sucrière Deep River (Chateau, 2004). En 1926, il fit l'acquisition du Domaine de l'Etoile situé à proximité de la propriété. Au lendemain de la guerre, le groupe s'enrichit d'une seconde propriété sucrière également située dans le sud-est de l'île : Beau Champ. Dans la foulée, son capital s'ouvrit à d'autres

investisseurs dont la famille Lagesse. Peu après l'indépendance (1970), CIEL renforça sa position dans le sucre en prenant le contrôle d'une troisième propriété, celle de Ferney qui se trouve, elle aussi, dans le sud-est de l'île. Cette dernière acquisition favorisa l'entrée au capital de nouveaux investisseurs, ce qui va permettre au groupe de se transformer et de se diversifier alors qu'il était concentré sur le seul secteur primaire (sucre, puis cultures vivrières, aquaculture et élevage de cerfs). CIEL devint ainsi actionnaire de la société Ireland Fraser, à l'origine de la création d'Ireland Blyth Ltd en 1973. Deux ans plus tard, le groupe se tourna vers le textile avec le rachat de Floréal Knitwear spécialisé dans la confection de pull-overs. Les premières années de cette unité textile furent difficiles, mais l'usine fonctionna grâce au soutien de l'industrie sucrière en plein essor au cours des années soixante-dix (Deep River/Beau Champ y injectèrent des capitaux). Dans le même temps, le groupe se restructura en séparant ses activités. C'est alors que Consolidated Investment and Entreprise Ltd, autrement dit CIEL, vit le jour. En 1980, il investit dans la fabrication de fil de laine afin de gagner en flexibilité. Les exportations de textiles mauriciens étant florissantes, le groupe fit l'acquisition de trois nouvelles usines huit ans plus tard puis créa une unité de fabrication de chemises (Aquarelle Clothing) en 1994 suivie d'une usine de tissage (Consolidated Fabrics) en 1997. Entre-temps, la société avait délocalisé une partie de son activité dans la zone franche malgache pour bénéficier d'une main d'œuvre moins onéreuse. Son activité sucrière s'étendit également à l'étranger, en Tanzanie où le groupe racheta une usine située au pied du Kilimandjaro (Moshi). Face à sa croissance rapide, il se restructura une seconde fois (2001), ce qui engendra trois entités distinctes :

- CIEL Investment qui a des intérêts dans les différents secteurs de l'économie mauricienne (agriculture, commerce, tourisme, finance, TIC, construction, etc.) ;
- CIEL Agro-Industrie qui est concentré sur le sucre mauricien (80.000 tonnes) et tanzanien (60.000 tonnes) ;
- CIEL Textile qui gère cette activité dans l'île et à Madagascar. La société s'est également implantée sur le continent asiatique où

elle possède des unités de production en Inde, en Chine et au Bangladesh.

À présent, CIEL (environ 22.000 employés pour un chiffre d'affaires de plus de 10 milliards de roupies en 2009 soit près de 250 millions d'euros) constitue un des principaux conglomerats mauriciens avec des intérêts dans de multiples groupes tels qu'IBL, Sun Resorts, Constance Hotels, etc. La famille Dalais qui préside toujours à sa destinée est, depuis déjà plusieurs générations, une des grandes familles entrepreneuriales du pays.

Antoine New Seng Seeyave qui est à l'origine avec d'autres associés du groupe Happy World (1952) débuta par l'embouteillage et la distribution de rhum. Happy World démarra toutefois son activité en fabriquant des glaces puis l'étendit à la distribution de produits surgelés, notamment la viande et les produits laitiers (Chateau, 2004). En 1966, il obtint la prestigieuse franchise Lyons Maid pour la production et la vente de crème glacée. Le froid est donc au cœur de l'activité de ce groupe qui a acquis en ce domaine un savoir-faire reconnu. En 1973, il se lança dans la pêche industrielle et l'élevage de poulets avec la création de Mauritius Farm Limited. Cet élargissement de ses activités est venu compléter, en amont et en aval, la distribution de produits surgelés. En 1977, le groupe s'intéressa à l'électroménager, l'audiovisuel, l'informatique et les équipements de bureau. Des initiatives furent également prises dans le domaine de la restauration avec la franchise de Pizza Hut, mais aussi les services maritimes et le courtage boursier. Happy World Foods Ltd qui fêta ses cinquante ans en 2002 est coté à la bourse depuis 1995. En 2004 le groupe se scinde en deux. En 2006, la branche agro-alimentaire change de nom pour devenir Innodis Ltd, une fusion entre les deux noms INNOVation et DynamISM. En 2009, le chiffre d'affaires d'Innodis était de 2,75 milliards de roupies (65 millions d'euros), ce qui fait d'elle la vingt-sixième société mauricienne par son chiffre d'affaires. Son activité demeure concentrée dans l'élevage et la commercialisation des poulets et d'autres produits frigorifiés et non-frigorifiés, le négoce de biens de consommation courante, la fabrication de crème glacée et l'importation de produits Nestlé, Unilever, fromageries Bel, Ceres, Barilla, etc. Dans

une optique de développement régional, Innodis a monté un élevage de poulets au Mozambique. Le dynamisme de ce groupe comme celui d'autres groupes sino-mauriciens (ABC Group de la famille Ah Chuen, CMT, Gamma-Civic ltd, Udis Ltée, Jacques Li Wan Po group, etc.) fait que la communauté sino-mauricienne est surreprésentée dans le monde des affaires par rapport à son faible poids démographique (3% de la population). Dès les années soixante, ces entrepreneurs disposaient de capacité d'investissement leur permettant de répondre favorablement au Plan (*Development Certificate Scheme* qui exonérait de taxe toute nouvelle entreprise pour une durée de cinq ans) visant à encourager la création d'entreprises. Ils ont été actifs dans tous les secteurs (sauf la canne à sucre car ils ne possèdent pas ou peu de terres), en particulier l'industrie en s'appuyant sur leurs anciens réseaux d'échanges liés à leur origine chinoise.

Le groupe Currimjee créé par des Indo-mauriciens de confession musulmane remonte aux années 1890, lorsqu'un jeune immigrant du Gujerat, Currimjee, fonda la Currimjee Jeewanjee and Company afin de se lancer dans l'importation de nourriture pour le bétail puis dans le commerce du riz et de la farine et surtout dans l'exportation de sucre mauricien vers l'Inde. En association avec la famille Jeevanjee, elle avait, au début du XX<sup>ème</sup> siècle, un réseau d'entreprises établies à Bombay, à Calcutta, à la Réunion, à Madagascar, au Tanganyika et à Zanzibar (Hein, 1996). Au fil des ans et grâce au dynamisme de ses dirigeants, la société diversifia son activité dans la commercialisation des produits textiles, des fertilisants, des matériaux de construction et dans l'immobilier. Elle avait aussi établi tout un réseau de représentation dont l'épicentre était Maurice et dont les ramifications touchaient l'Inde (Bombay) et Madagascar où le groupe acquit une cimenterie en 1936 à Majunga. En 1955, il inaugura une usine d'embouteillage de boissons gazeuses, Quality Beverages Limited qui avait obtenu la franchise de Pepsi-Cola, la société étant dirigée par les petits-enfants de son fondateur. Plus tard (1992), elle se lança dans l'eau en bouteille à travers la marque Vital Water Bottling Company Ltd. Currimjee avait auparavant ouvert, en 1965, la première savonnerie moderne de l'île (Soap and Allied Limited) puis une compagnie de détergents (Detergents

Limited) et une fabrique de margarine en partenariat avec la famille allemande Gesche (Margarine Industries Limited fondée en 1967) (Mathis, 1998). Au cours des années soixante-dix, le groupe investit dans le textile en créant la société Bonair Knitwear, une des premières entreprises textiles à s'être installée en zone franche (1974). Bonair fabriquait des vêtements en laine et de sport destinés à une clientèle européenne et avait créé sa propre marque, Maille Street, distribuée dans ses magasins à Maurice et dans quelques villes européennes. Le groupe se lança ensuite dans la construction avec Batimex, la représentation de compagnies aériennes (Singapore Airlines) et maritimes (Nakufreight), les voyages (Silver Wings), l'assurance et la distribution de gaz domestique (Elf Gaz). À la fin des années quatre-vingt, nouvelle diversification cette fois-ci dans le secteur de la communication et plus particulièrement de la téléphonie cellulaire et la télévision via MC Vision qui représente Canal+. Si Bonair Knitwear a fermé ses portes en 2001, le groupe continue son expansion en se tournant vers les services financiers, la publicité et la distribution de cartes téléphoniques. Il est devenu le quatrième groupe mauricien en terme de chiffre d'affaires et compte quarante-trois entreprises à Maurice (4500 salariés) et sept implantée à l'étranger (Afrique du Sud, Seychelles, Inde, etc.). Il est désormais dirigé par la quatrième génération de la famille Currimjee attestant par là de la qualité de la gestion du groupe qui s'est développé – tout comme son concurrent Hassan Moussa Hawat Group – en marge du sucre et du tourisme contrairement à beaucoup d'autres conglomérats mauriciens (Currimjee est le 12<sup>ème</sup> groupe mauricien en chiffre d'affaires en 2009).

Le groupe indo-mauricien Bhunjun & Sons Group dont le capital est entièrement mauricien commença son activité dans la construction au début des années soixante. Au départ commerçant de détail, son fondateur Soodursan Bhunjun s'est lancé dans la production de ciment à petite échelle et est progressivement devenu entrepreneur de bâtiment. Après l'indépendance, son affaire prit un réel essor avec le développement de Maurice. Elle a bénéficié de très nombreuses commandes de l'État qui mettait alors en place de nombreuses infrastructures (université de Maurice, école hôtelière d'Ebène, etc.), ce qui lui a permis de se structurer,

de se bâtir une solide réputation de compétence et de figurer parmi les cent premières entreprises mauriciennes en terme de chiffres d'affaires (70<sup>ème</sup> place en 2008). Au fil des ans, l'entreprise s'est diversifiée pour devenir un des grands groupes du bâtiment : son chiffre d'affaires qui était de 178 millions de roupies en 1997 est passé à 316 millions de roupies en 2001 puis à 810 en 2008, ce qui illustre sa forte croissance. À présent, il intervient dans de multiples domaines ayant réalisé son intégration verticale : la promotion immobilière, la construction, la fabrication de matériaux de construction et le tourisme. Pour cela, il a mis en place plusieurs sociétés : certifiée aux normes ISO 9001 signe d'un savoir-faire reconnu, la société Betonix ltd qui compte plus de 300 employés, produit différentes sortes de ciment. Fine Crush ltd est spécialisée dans le concassage de pierre ramassée dans les champs de canne. À son actif, le Bhunjun & Sons Group a une série de belles réalisations telles que la Cyber Tour à Ebène ou le Centre d'expositions au Domaine des Pailles. Sa filiale Salt Lake Resorts est spécialisée dans le tourisme : elle possède plusieurs grands hôtels de l'île et de plus simples comme le Gold Crest Hotel à Quatre-Bornes. Elle est actionnaire de l'Hotel Sheraton Four Points d'Ebène et a récemment cédé Le Voile d'Or Hotel à Bel Ombre qui est devenu le Movenpick. Sa filiale Jhotee Properties Ltd se prépare à construire 26 villas dans le cadre des IRS. De nombreux projets sont à l'étude comme la construction de nouvelles tours à Ebène. Enfin, l'entreprise se lance dans le transport marin pétrolier à l'aide d'un tanker afin de diversifier son activité.

Le groupe créole Leal avec plus de 3 milliards de roupies de chiffres d'affaires en 2008 est la 23<sup>ème</sup> entreprise mauricienne et est présente dans de nombreux secteurs d'activité. Dès 1912, le groupe est présent dans le secteur pharmaceutique en assurant l'importation et la distribution de médicaments par l'intermédiaire de la société Pharmacie Nouvelle Ltd. Aujourd'hui elle représente les grands laboratoires pharmaceutiques européens (Sanofi, Bayer, Pierre Fabre, etc.). Dans les années soixante dix, l'entreprise se diversifie dans le domaine des biens de consommation (produits alimentaires et boissons, produits cosmétiques et d'hygiène, détergents...) et représente des multinationales comme Danone, Unilever, Johnson Wax, Novartis, Panzani, etc. Depuis 1982,

l'entreprise développe dans sa filiale COMANU Ltd, sous licence (Nivea, Unilever) la production de produits cosmétiques (savons, dentifrices, déodorants corporels, etc.) pour le marché intérieur et l'exportation. Les activités dans ce secteur sont en croissance constante et le chiffre d'affaires consolidé de Pharmacie Nouvelle représente plus de cinquante pour cent du chiffre d'affaires du groupe. Enfin Pharmacie Nouvelle Ltd est aussi présente dans l'industrie chimique à partir de 1995 pour répondre aux besoins de l'industrie textile qui se développe à Maurice. Le deuxième grand domaine d'activité du groupe LEAL est le secteur automobile où le groupe se déploie depuis 1970, d'abord dans la maintenance et la fourniture de pièces détachées, puis comme franchisé BMW. Leal and Co limited est aussi l'importateur de Renault, Mercedes et Jaguar. Le groupe Leal est encore actif dans le secteur du tourisme (location de voitures avec Europcar, tour opérateur), l'informatique, la logistique, le port franc et la fourniture d'équipements et de camions. Le déploiement des activités du groupe Leal accompagne et participe au développement économique et social de l'île Maurice, en répondant aux besoins des entreprises et à ceux des consommateurs dont le pouvoir d'achat croît au fil du temps.

## **II. LES PME, ACTEURS DU DÉVELOPPEMENT**

Après cette rétrospective de l'entrepreneuriat local à partir de l'évocation de ces grands groupes qui ont structuré l'économie mauricienne, il convient de s'intéresser aux petites et moyennes entreprises dont la contribution est aussi essentielle pour comprendre le développement de Maurice.

Les institutions internationales ont souvent encouragé les États à confier le sort de leurs économies à des entreprises multinationales, souvent étrangères, utilisant une main d'œuvre locale bon marché pour des productions industrielles ou des cultures de rente destinées à l'exportation. Cette stratégie a conduit à une désarticulation des économies au sens où l'entend François Perroux (1958) avec, d'un côté, une économie locale traditionnelle organisée à partir d'entreprises précapitalistes et peu capitalistiques et, de l'autre, de grandes unités à

forte intensité technologique, tournées uniquement vers l'extérieur (capitaux, technologies et expertise étrangère, profits réexportés, etc.) exploitant à leur profit les ressources locales et tenant même parfois les gouvernements dans une allégeance financière ! La distance entre ces deux secteurs empêche tout effet d'entraînement de l'un sur l'autre et explique en partie la difficulté de développement de nombreux pays. Or, il est reconnu que les PME jouent un rôle essentiel dans leur économie. Dans tous les pays développés, le tissu économique est constitué à près de 99% de PME tissant un réseau économique dense de petites unités productives en interrelations entre elles et avec des grandes entreprises.

Si la république de Maurice est aujourd'hui un pays intermédiaire du point de vue de son niveau de développement<sup>1</sup>, on peut émettre l'hypothèse qu'elle le doit, certes, à une croissance soutenue, mais surtout au fait que celle-ci est auto entretenue grâce à son tissu économique dense et équilibré constitué d'un centaine de grandes entreprises (ou groupes d'entreprises) qui coexistent ou sont en inter relations avec des milliers de PME. D'une part, les grands groupes sucriers d'origine locale ont réinvesti leurs capitaux dans les nouveaux secteurs d'activités (tourisme, textile et aujourd'hui TIC) et, d'autre part, l'ouverture vers d'autres secteurs économiques a été l'occasion de nouvelles opportunités d'affaires qui ont favorisé l'émergence de nouveaux entrepreneurs. Pour encourager l'entrepreneuriat, les autorités mauriciennes ont fait évoluer le cadre juridique et institutionnel dans un sens plus propice à la création d'entreprises. Cependant un décalage existe encore entre les possibilités offertes et la réponse de la population. Pour faire évoluer les mentalités et favoriser l'émergence d'une véritable culture entrepreneuriale nationale impliquant l'ensemble de la société, le système éducatif, les médias, les organisations professionnelles et les institutions de conseil à la création d'entreprises ont un rôle fondamental à jouer.

---

1. Avec un PNB par habitant de 7200 dollars et un indice de développement humain de 0,81, la république de Maurice est classée dans le groupe des pays à revenu intermédiaire.

## ***La place des PME dans l'économie mauricienne***

Le tissu économique mauricien est constitué d'un réseau dense de PME et d'une centaine de grandes entreprises à capitaux locaux et internationaux. On dénombre plus de 90.000 entreprises de moins de dix salariés employant près de 100.000 salariés<sup>1</sup>, 70% d'entre elles, n'ont qu'un ou deux salariés. Ces entreprises se concentrent massivement (38%) dans le commerce de gros et de détail de biens de consommation courante et la réparation de véhicules à moteur. Viennent ensuite les secteurs du transport, de la logistique et les communications (17%), l'industrie (14%), la construction (10%) et l'hôtellerie et la restauration (8%).

Toutefois ces données chiffrées<sup>2</sup> doivent être examinées avec précaution, compte tenu, d'une part, de l'existence d'un secteur informel important et, d'autre part, du fait que les grands groupes se constituent souvent en une multitude de PME créées en fonction de leurs besoins, de l'évolution des marchés ou rachetées pour consolider une filière ou tout simplement réduire la concurrence. Même de petits entrepreneurs peuvent être à la tête de quatre ou cinq entreprises pouvant employer un nombre très variable de salariés (de 0 à 10 ou même plus !). L'étroitesse des marchés contraint en fait l'entrepreneur à être présent sur plusieurs marchés et à saisir toutes les opportunités avec des activités souvent très différentes (par exemple : l'informatique, le conseil, la restauration, l'import-export) et pour des raisons de visibilité il préfère créer une entreprise par activité.

### ***Les entreprises informelles : une réalité économique incontournable***

Le développement du secteur informel est souvent une réponse au chômage particulièrement en l'absence d'indemnités de chômage et

---

1. Globalement des entreprises de moins de dix salariés créent de l'activité pour 208.810 personnes : entrepreneurs travaillant seuls : 51.550 ; entrepreneurs employant bénévolement de la famille (près de 20.000 personnes) : 38.630 ; entrepreneurs employant des salariés : 98.630.

2. Source : *Central Statistics Office, Mauritius, 2008.*

aux incertitudes sur l'emploi. La création de son propre emploi est une alternative que l'on ne peut négliger. Devant le risque de perte de pouvoir d'achat (suppression des heures supplémentaires par exemple) ou la précarité de l'emploi actuel, certains tentent de s'adapter par le travail autonome en créant leur propre activité de manière informelle. Cette activité indépendante souvent familiale et relevant du secteur informel est souvent développée en complément à un emploi dont le revenu est jugé insuffisant. Dans ce cas, il apparaît que la décision de créer une entreprise est une décision par défaut, une alternative à la rareté de l'emploi et au chômage. Cette forme d'entrepreneuriat est aussi une réponse à la pauvreté (Fortin, 2002), imposée par la nécessité.

Dans la zone franche où la conjoncture internationale entraîne des suppressions d'emplois et où le travail est essentiellement féminin, la situation des femmes licenciées est difficile. Leur niveau de qualification est faible, elles n'ont comme expérience que le travail posté en usine et dans une conjoncture où des emplois industriels continuent à être détruits, elles ont peu de perspectives de retrouver un emploi d'autant plus que les nouvelles opportunités d'embauche se situent dans des secteurs à plus forte technicité, mobilisant des compétences qu'elles peuvent difficilement acquérir. En même temps, une étude réalisée par le *Centre for Applied Social Research* (CASR)<sup>1</sup> observe qu'elles ne souhaitent pas retravailler dans la zone franche pour des raisons liées à l'absence de sécurité de l'emploi ou aux contraintes des heures supplémentaires et des horaires irréguliers peu compatibles avec la vie familiale. L'entrepreneuriat, même informel, peut-il être une solution alternative pour permettre à ces femmes d'accéder à une activité leur apportant des ressources ? Un certain nombre d'expériences réussies témoignent que ces femmes ont des aptitudes pour devenir entrepreneures. Des formations conduites par le *National Women Entrepreneur Council* ou le *National Productivity and Competitiveness Council* dans le cadre du *Special Programme for Unemployed Women* leur ont permis d'aborder la création d'entreprises dans de bonnes conditions. Cependant certains comportements ne sont pas propices à la création d'entreprises.

---

1. Centre for Applied Social Research: 'A Survey on the Attitudes of the Unemployed Towards Accepting Employment in the Export Processing Zone of Mauritius', University of Mauritius, 2001.

Dans l'étude du CASR, des femmes déclarent « *que leur business joue un rôle second dans leur vie, leur priorité est de s'occuper de leur mari et de leurs enfants* » Elles sont épouses et mères d'abord, entrepreneures ensuite. Pour ces raisons, beaucoup de femmes qui ont une activité indépendante relèvent du secteur informel.

Le nombre d'entreprises informelles est difficile à évaluer, d'une part, du fait du caractère spécifique de ces entreprises qui ne sont évidemment pas enregistrées et, d'autre part, par la difficulté à les définir. Selon différentes sources, elles sont estimées entre 20.000 et 40.000. Mais ces chiffres recouvrent des réalités très différentes. Une femme qui fait de la couture trois ou quatre heures par jour, quelques jours par semaine pour confectionner des vêtements pour les femmes de son voisinage ou un employé qui, les fins de semaines, fait des reportages photographiques dans les mariages relèvent-ils de l'entrepreneuriat informel ? Ces activités se situent entre l'emploi informel et l'entreprise informelle. Cependant ces activités sont nombreuses (entretien de jardin, travaux d'entretien et de réparation dans les logements, ventes ponctuelles de fruits sauvages, etc.) et constituent un appoint de salaire non-négligeable pour de nombreuses familles modestes.

L'entreprise informelle est le plus souvent une entreprise familiale ayant une activité quasi permanente et où de manière permanente ou occasionnelle (le soir, les week-ends) les membres de la famille, au sens large, participent au travail. Elle emploie éventuellement des salariés. Ces entreprises peuvent rester familiales et informelles, d'autres ont vocation à croître et à rejoindre le secteur formel. Ces entreprises informelles sont souvent une solution au chômage d'un des membres de la famille. Elles relèvent de métiers ne nécessitant pas de savoir-faire très spécialisés : activités liées au tourisme (promenades en bateaux, restauration rapide, etc.), à la fabrication de produits alimentaires (gâteaux, samossas, etc.), aux services (location de matériel ou service de photos pour les mariages, etc.). Ces activités permettent d'éviter la paupérisation. Elles soutiennent la consommation et participent à la croissance (Hénault et M'Rabet, 1990), mais elles ne créent pas les conditions d'un développement durable. Leur pérennité est fragile, les conditions d'emplois y sont précaires.

Enfin hors du champ des entreprises répertoriées, elles s'exonèrent le plus souvent du respect des réglementations organisant la protection de l'environnement (Lemoine, 2008). Les mesures de simplification prises par le gouvernement visent à encourager ces entreprises informelles à rejoindre le secteur formel afin qu'elles puissent développer leurs activités, créer de l'emploi et ainsi contribuer plus efficacement au développement durable du pays.

Il existe enfin une autre catégorie d'entreprises informelles pour lesquelles l'objectif de l'entrepreneur est de créer une entreprise formelle, mais il démarre son activité dans un cadre informel en gardant un emploi, le temps de valider son projet en ayant un volume de clientèle suffisant pour lui assurer un revenu de substitution à son emploi. Il s'agit, par exemple, de cadres d'entreprises qui envisagent de faire du conseil. Au bout de quelques mois d'activité, l'entreprise est enregistrée. Le créateur y consacre alors tout son temps pour en assurer le développement.

### ***La modernisation des PME***

Le domaine des PME est engagé dans une mutation progressive se traduisant par une diversification accrue des secteurs concernés et une professionnalisation plus importante.

L'activité commerciale représente traditionnellement à Maurice un secteur important où les sociétés sont nombreuses (près de 40% de l'ensemble des entreprises) et qui emploie plus de 13% de la population active. Historiquement, les PME étaient surtout concentrées dans ce secteur. À l'époque coloniale, les autorités n'étaient pas favorables à l'industrialisation, en particulier aux activités de substitution aux importations. Les colonies étaient un débouché naturel de leur propre activité industrielle et par ailleurs l'industrie entraîne des concentrations ouvrières et urbaines qui peuvent se révéler dangereuses pour l'ordre public. Il faut attendre le milieu du XX<sup>ème</sup> siècle pour que soit encouragé la création d'industries de substitution à l'importation de boissons, de conserves, de produits d'hygiène, de meubles, etc. en facilitant notamment l'importation de machines et d'équipements. Des opportunités de création

de PME dans de nouveaux secteurs d'activité sont alors apparues, mais le manque de savoir-faire technique, la faiblesse du marché local, n'ont pas permis un véritable essor de ces activités industrielles et l'économie est restée dominée par les activités commerciales tributaires des arrivées de marchandises au port, d'où l'importance des « *general retailers* ». Cette forme commerciale est induite par la faible maîtrise de l'approvisionnement et donc la nécessité d'avoir des marchandises de toute nature à vendre.

Depuis quelques années, le paysage des entreprises mauriciennes se modernise progressivement en particulier dans le secteur de la distribution. Dans la distribution alimentaire et de produits de première nécessité s'instaure un continuum entre la « ti laboutik » traditionnelle et l'hypermarché, dans la confection, le prêt-à-porter se substitue au sur mesure et le magasin spécialisé remplace le « *general retailer* ». Jusqu'à la fin du XX<sup>ème</sup> siècle, l'essentiel de la distribution de produits alimentaires et de première nécessité était assuré par plus de 5000 « ti laboutiks », échoppes de proximité où tout Mauricien pouvait faire ses achats à côté de son domicile ou de son lieu de travail. Ces « ti laboutiks » se retrouvent y compris dans les villages les plus reculés. Elles sont elles-mêmes approvisionnées « à la chine<sup>1</sup> » par les grands groupes tels que Fail (Panagora) ou Innodis pour les activités agro-alimentaires. Ce type de distribution était adapté à une population aux revenus faibles, aux besoins solvables limités et qui, faute de moyen de transport personnel, devait faire ses achats dans des endroits où elle pouvait se rendre à pied.

La première forme de distribution moderne apparaît en 1975 avec l'ouverture de « Prisunic » à Curepipe, elle le restera jusqu'en 1993 avec l'arrivée de « Continent ». Toutefois des formes plus élaborées que la « ti laboutik » se mettent en place avec des magasins modernes présentant un assortiment plus large et un mode de commercialisation basé sur le self-service. Sik Yuen ou National Stores en sont des exemples emblématiques.

Des centres commerciaux s'implantent dans les villes, bâtiments regroupant quelques dizaines de magasins individuels et parfois quelques

---

1. Vente à la chine ou vente « au cul du camion ».

enseignes connues dont la clientèle est essentiellement locale et populaire : Evershine à Rosehill ou Ocharde Centre à Quatre-Bornes en 1993 par exemple. D'autres centres commerciaux regroupant essentiellement des grandes enseignes comme au Caudan à Port-Louis (1996) drainent une clientèle plus huppée ou étrangère. Le premier hyper marché est implanté par Maurel à Phoenix sous l'enseigne « Continent », aujourd'hui devenu Jumbo après avoir plusieurs fois changé de nom. En même temps et pour faire face à la concurrence que représente Continent, les superettes et petits supermarchés de centres urbains s'organisent en une chaîne de magasins indépendants « les grandes surfaces réunies ou GSR ». En 1994, IBL crée la chaîne de supermarché, Winners qui a aujourd'hui seize magasins, il faudrait encore citer les chaînes Spar ou Way (cette dernière résultant d'une scission des GSR). Ensuite, le paysage mauricien de la distribution s'est diversifié avec l'implantation du centre commercial Shop Pride à Trianon, un deuxième Jumbo à Richeterre, des super U à Grand Baie et à Rose Hill.

Cette évolution de la distribution accompagne l'évolution des modes de consommation et la démocratisation de la voiture. Des « ti laboutiks » s'adaptent, s'agrandissent, se modernisent pour résister, les plus vulnérables disparaissent notamment avec le départ en retraite de leurs exploitants. Leurs enfants ont pu en général grâce aux revenus que leurs parents ont gagnés, faire des études et accéder à des emplois industriels ou de service favorisant une ascension sociale. En même temps le développement de Maurice crée des emplois nouveaux perçus peut-être comme plus valorisants, laissant plus de temps libre et procurant des revenus plus stables. La modernisation de la distribution, l'amélioration de sa productivité libèrent de la main-d'œuvre pour ces nouvelles activités à plus forte valeur ajoutée.

Même si actuellement il semble y avoir une accélération de l'ouverture de nouveaux centres commerciaux, la mutation vers des formes de commerce moderne s'est faite suffisamment lentement pour que Maurice n'ait pas connu une désertification des commerces de proximité. Alors qu'en Europe le retour des commerces et des clients vers les centres villes semblent s'amorcer, Maurice a peut-être fait l'économie

de cette mutation brutale provoquée par la multiplication des grandes surfaces. Maurice peut tendre vers un équilibre plus harmonieux, les grandes surfaces servant d'aiguillon concurrentiel pour favoriser la modernisation du petit commerce, qui a encore d'énormes efforts à faire pour répondre aux nouvelles exigences des consommateurs : meilleure présentation des produits, assortiment plus spécialisé et gammes plus profondes, horaires d'ouverture mieux adaptés.

Une évolution comparable s'est produite dans le domaine de la confection. Il y a encore trente ans, les couturières et les artisans tailleurs étaient très nombreux et pratiquement tous les Mauriciens faisaient appel à leur service. Le prêt-à-porter n'offrait pas de choix important ou était trop cher pour beaucoup d'entre eux. Avec l'arrivée de la zone franche textile, le marché aurait pu être inondé par ces produits bon marché, faisant disparaître du même coup tailleurs et couturières très rapidement. Dans un premier temps, la commercialisation des produits textiles manufacturés de zone franche était interdite puis restreinte dans un second temps. Même si les Mauriciens ont encore recours aux services des tailleurs et des couturières, leur nombre a progressivement diminué avec la montée en puissance du prêt à porter plus à la mode et bon marché et répondant mieux aux attentes des jeunes urbains. Les enfants de ces tailleurs et des couturières sont probablement devenus employés, ouvriers, cadres dans les nouveaux secteurs d'activité se développant.

Ces deux exemples montrent que l'économie mauricienne sous l'action coordonnée des pouvoirs publics et du secteur privé s'est adaptée peu à peu et sans réelle rupture brutale en particulier dans les secteurs les moins soumis à la concurrence mondiale en suivant l'évolution progressive des habitudes de consommation. Les secteurs industriels et de services modernes, créateurs de plus de valeur, absorbent les nouvelles générations de travailleurs plus qualifiés alors que se réduisent les activités préindustrielles au rythme de sortie vers la retraite des plus âgés.

### ***Les entrepreneurs étrangers***

Dans les années qui ont suivi l'indépendance, les autorités

mauriciennes avaient mis en place des règles très restrictives à la création d'entreprises par des étrangers. Pratiquement ils ne pouvaient le faire qu'en s'associant de manière minoritaire avec un associé mauricien et tous les secteurs d'activités n'étaient pas concernés. Aujourd'hui ces règles restrictives ont été considérablement simplifiées ; le *Board of Investment (BOI)* sous l'égide du ministère des Finances du gouvernement mauricien, a pour mission de favoriser et de faciliter les investissements étrangers à Maurice. Il a des bureaux à Paris (France) et à Mumbai (Inde). Il apporte aux investisseurs potentiels des conseils sur les potentialités d'investissement, de l'aide dans l'identification de partenaires locaux et une assistance en matière de formalités (permis de travail, permis de résidence, etc.).

De 70 millions d'euros en 2003, les investissements directs étrangers atteignent 285 millions d'euros en 2008 et se concentrent essentiellement dans l'intermédiation financière (40% en 2008), l'hôtellerie (35%), l'immobilier et les activités industrielles (16%). L'année 2009<sup>1</sup> se caractérise par un affaiblissement de ces investissements étrangers en particulier dans le domaine de l'intermédiation financière.

Ces investissements directs étrangers sont d'abord d'origine européenne (à plus de 70%)<sup>2</sup> et essentiellement britannique et française. Les investissements américains très faibles jusqu'en 2006 (inférieur à 2%) progressent fortement en 2007 (20%) mais n'atteignent que 9% en 2008 et 2009. Les investissements des autres pays proviennent de l'Afrique du Sud, des Emirats Arabes Unis, de l'Inde et de la Chine, mais restent globalement modestes (inférieurs à 5% en 2009 pour chacun de ces pays)<sup>3</sup>.

Dans la dernière décennie, les entreprises étrangères (essentiellement françaises) se sont implantées à Maurice en particulier dans le secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication. En 2009 sur 42 centres d'appels 23 étaient d'origine

---

1. Janvier à septembre 2009, derniers chiffres disponibles.

2. Sauf en 2008 où l'Europe ne représente que 52%, cette année étant marquée par des investissements indiens (18%) et chinois (16%) importants. Tendence qui ne semble pas se confirmer sur les neuf premiers mois de 2009, où ils ne sont plus respectivement que 5% et 3%.

3. Source : Board of Investment, Maurice, juillet 2009.

étrangère et d'abord française (19). Sur 102 entreprises dans le domaine du Business Process Outsourcing (BPO) 70% sont étrangères (40% d'origine française et 30% issues d'une dizaine d'autres nationalités dont 10% d'origine britannique). Sur 56 entreprises dont l'activité relève du développement de logiciels, plus de la moitié sont étrangères et en particulier françaises (15). Concernant les autres activités liées aux TIC (numérisation de données, production multimédia, web ou activités de conseil dans ces domaines), la présence étrangère est supérieure à 30% et à dominante française<sup>1</sup>.

### III. ENTREPRENDRE À MAURICE

La vitalité et la prospérité d'un pays ainsi que son développement durable sont notamment conditionnés par sa capacité à créer des entreprises. Mais le développement de l'entrepreneuriat suppose, d'une part, que des conditions économiques, sociales et institutionnelles soient réunies pour que les initiatives des créateurs puissent s'épanouir et, d'autre part, que la population manifeste une réelle motivation pour l'entrepreneuriat.

La république de Maurice se trouve aujourd'hui confrontée à des mutations économiques importantes évoquées précédemment. Dans ce contexte perturbé, il est essentiel que l'économie mauricienne s'adapte rapidement et renouvelle son modèle économique. Face au chômage et aux incertitudes sur l'emploi, corollaires de ces mutations économiques, la création de son propre emploi est une alternative que l'on ne peut négliger. Dans ce cas, il apparaît que la décision de créer une entreprise est une décision par défaut, une alternative à la rareté de l'emploi, au chômage ou pour compléter un salaire insuffisant. À côté de cet entrepreneuriat contraint, un entrepreneuriat plus volontariste basé sur la recherche d'opportunités d'affaires innovantes et créatrices de valeur doit être encouragé. Cette forme d'entrepreneuriat, dans un contexte d'incertitude de l'environnement économique, ne peut

---

1. Rapport de la Banque de Maurice sur les investissements directs étrangers en valeur (2009).

se développer que si les pouvoirs publics créent des conditions propices pour encourager la création d'entreprises innovantes, favoriser l'évolution des mentalités et stimuler l'esprit d'entreprise. L'enjeu est important car ces deux types d'entrepreneuriat n'ont pas nécessairement le même contenu en terme de création d'emplois, de création de valeur, de pérennité de l'activité et en définitive en terme d'impact sur le développement durable de l'économie concernée (*Global Entrepreneurship Monitor*, 2001).

### **Les conditions de l'entrepreneuriat à Maurice**

En définitive, la création d'emplois ou les facilités à créer une entreprise ne peuvent avoir d'effets que s'il y a un changement de mentalité et de culture vis-à-vis du travail et de l'entreprise. À Maurice comme dans de nombreux pays (Commission européenne, 2002), il semble que la décision de créer une entreprise soit une décision par défaut, souvent une alternative à la rareté de l'emploi ou à des conditions de salaire jugées insuffisantes. Mais la perspective d'un bon emploi, d'un salaire élevé associé à un niveau de protection sociale important conduit à préférer la voie du salariat.

- Dans ce contexte macro-économique difficile, l'environnement socio-économique mauricien présente toutefois un certain nombre d'atouts favorables à l'entrepreneuriat :
- L'existence d'un marché intérieur certes étroit mais solvable, associé à la présence d'un système de distribution qui s'est modernisé et densifié ces dernières années ;
- L'ouverture sur l'extérieur : une partie significative de la population a de la famille à l'étranger, souvent dans plusieurs pays et des courants d'échanges existent (voyages, affaires, etc.) ;
- Une société multiculturelle favorisant les échanges avec les pays occidentaux (Europe, Australie, etc.) comme les pays asiatiques (Inde, Chine) ou l'Afrique (Afrique du Sud, Madagascar, Mozambique, etc.) ;
- Un multilinguisme qui permet d'établir des relations d'affaires

aisément aussi bien par exemple avec les pays d'Afrique francophone que d'Afrique anglophone ;

- Une main-d'œuvre ayant un niveau de formation satisfaisant ;  
Cependant cet environnement socio-économique présente aussi des points faibles importants ;
- Les attitudes culturelles ne favorisent pas la prise d'initiative, la prise de risque. Les parents souhaitent que leurs enfants deviennent fonctionnaires ou employés dans une grande entreprise offrant des garanties de stabilité de l'emploi (banques, compagnies d'assurances, etc.) ;
- Le système éducatif se focalise sur la réussite aux examens et sacrifie les activités développant les savoir être. Majoritairement les parents renforcent cette orientation. Le système de bourses encourage la compétition aux examens et contribue à faire des leçons particulières une pratique universelle ;
- L'environnement familial ne comprend pas en général les exigences de l'entrepreneuriat : niveau de stress du dirigeant, longues journées de travail, pas de week-end. Les proches acceptent difficilement cette indisponibilité : « *il est le patron, il peut faire ce qu'il veut !* » (l'épouse d'un entrepreneur). « *J'ai mon entreprise depuis 12 ans, mais ma mère me propose régulièrement de prendre un emploi dans une entreprise : tu seras plus tranquille, c'est plus sûr, tu pourras mieux t'occuper de tes enfants* » Rina N., entrepreneure dans le secteur informatique (Lemoine, 2007<sup>1</sup>) ;
- Le manque de compétences en marketing, en gestion commerciale se traduit par une absence de prise en compte des besoins réels des clients ou une mauvaise appréhension de la concurrence. « *Mes clients, ce sont les touristes* », sans se préoccuper de la segmentation de ce marché, et avec une perception a priori très générale et globale des attentes des touristes non-validée ;
- Le manque de fiabilité du personnel qui éprouve des difficultés à s'adapter aux nouvelles exigences du travail (productivité, respect

---

1. Ces témoignages ainsi que ceux qui suivent ont été recueillis lors d'une enquête effectuée en 2007 par G. Lemoine.

des horaires, etc.) et adhère peu à la culture d'entreprise. La mobilité du personnel est très importante. Il change d'entreprise parce qu'il a trouvé un emploi plus près de son domicile ou un peu mieux rémunéré ;

- Un système financier frileux, pratiquant des taux d'intérêt élevés pour les entreprises et exigeant des garanties personnelles dissuasives pour les entrepreneurs. Le Gouverneur de la Banque de Maurice demande d'ailleurs aux banques de réduire le différentiel entre le taux de rémunération de l'épargne et les taux d'intérêt à l'emprunt qui est actuellement de cinq points. Il leur demande aussi de réduire le différentiel sur les taux de change à l'achat et à la vente, ainsi que le niveau des différentes commissions bancaires, afin de mieux répondre aux besoins des entreprises.

Pour que ces opportunités soient saisies et développées et aboutissent à la création d'entreprises innovantes, il convient d'avoir un cadre juridique, institutionnel et financier propice à la création des entreprises et au développement des affaires. Depuis 2001, les gouvernements successifs mauriciens ont fait voter des lois et élaboré des règlements visant à encourager et à faciliter la création d'entreprises : statut juridique adapté aux TPE, simplification et rapidité des formalités de création, garanties pour la protection du patrimoine familial de l'entrepreneur. Des dispositifs sont mis en œuvre pour accompagner les créateurs d'entreprises. Le système bancaire tend à proposer des solutions mieux adaptées aux besoins de financement des jeunes entreprises.

### ***Des mesures institutionnelles et financières pour favoriser l'entrepreneuriat***

Maurice s'oriente, outre le développement du tourisme, vers les technologies de l'information et de la communication (TIC), les services financiers, les services aux entreprises et aux personnes. Le maintien d'une croissance soutenue et la résorption du chômage passe par la création d'entreprises. Le gouvernement manifeste la volonté de faire de « *Maurice une économie dynamique et entrepreneuriale* ». Pour atteindre

cet objectif, les autorités ont pris un certain nombre de dispositions pour encourager et faciliter la création d'entreprises et mis en place des structures pour accompagner les créateurs d'entreprises. Entre 2002 et 2008, le nombre d'entreprises de moins de dix salariés a augmenté de plus de 23 %.

Le droit civil mauricien a été adapté en particulier dans le domaine de la protection du patrimoine familial, pour faciliter la création d'entreprises. Dans le même ordre d'idée, il est aussi désormais possible de créer une société unipersonnelle. Le *Business Facilitation Act* voté en octobre 2006 simplifie les procédures administratives liées à la création d'entreprise. « *On a supprimé les permis qui étaient inutiles. Par exemple si votre business, c'est d'assembler des fleurs artificielles, il vous fallait des autorisations de la Santé, de la Police, des Pompiers, de l'Environnement. Ces permis ont été abolis* » selon V. Ramgoolam, directeur général de la *Small Enterprises and Handicraft Development Authority* (SEHDA). Suivant l'activité de l'entreprise, des autorisations sont encore nécessaires, mais les procédures d'obtention sont en cours de simplification et les délais réduits. « *Il est évident que l'on ne peut pas autoriser un élevage de poulet dans un quartier résidentiel !* » (V. Ramgoolam, SEHDA). Sur la base de ce texte, une entreprise pourrait être créée en quelques jours au lieu de plusieurs mois auparavant. Cela semble se vérifier pour des petites entreprises en particulier dans le domaine des services. Pour les autres et surtout si elles ont un impact environnemental nécessitant des autorisations préalables, cela peut demander un peu plus de temps. La création d'entreprise peut aussi se faire entièrement en ligne. Enfin l'entrepreneur qui ne souhaite pas créer une société peut être enregistré comme entrepreneur individuel, ce qui lui permet d'avoir « *une business card* » pour un coût symbolique. Les organismes d'aide à la création et l'accompagnement des entreprises ont enfin été restructurés et modernisés.

La *Small Enterprise and Handicraft Development Authority* (SEHDA) remplacée aujourd'hui par la *Small and Medium Enterprises development Authority* (SMEDA) s'adresse aux TPE de moins de dix salariés et dont le chiffre d'affaires est inférieur à 10 millions de roupies relevant de tous les secteurs économiques sauf les TIC, les services financiers,

l'agriculture et les organisations caritatives. Ses missions consistent à favoriser la création d'entreprise par la recherche d'opportunités d'affaires, le conseil dans le domaine de la stratégie, du marketing ou encore l'aide à la rédaction du plan d'affaires. Elle facilite aussi les procédures d'enregistrement en ligne sur l'internet des entreprises nouvelles. Elle a enfin un rôle de promotion des activités des petites entreprises en organisant des foires et des salons, de formation pour renforcer les compétences, de voyages d'affaires et de prospection. Elle met à la disposition des petits entrepreneurs un centre de documentation. La SEHDA devenue donc SMEDA par son programme d'action semble avoir facilité la transformation d'un nombre significatif d'entreprises informelles en entreprises enregistrées.

La *National Empowerment Foundation* (NEF) est d'une société publique à but non-lucratif, dont une des missions est de favoriser le développement de la micro-entreprise : conseils en création d'entreprise, financement de formations en entrepreneuriat, aide à l'accès au financement, mentorat.

Le *National Women Entrepreneur Council* (NWECC) est un corps paraétatique dont la vocation est de promouvoir l'indépendance économique des femmes notamment par la création d'entreprise. Il dispense des formations (techniques, marketing, développement personnel, etc.), informe, conseille les femmes entrepreneures, leur facilite l'accès aux foires et aux salons. Le programme d'action du NWECC vise à vaincre les pesanteurs sociales qui tiennent les femmes à l'écart de l'entrepreneuriat et à leur donner des outils leur permettant d'envisager cette activité avec sérénité. Le chômage frappe trois fois plus les femmes (12%) que les hommes (4%). La réponse des femmes face au chômage se situe souvent dans la création d'une activité informelle. Le NWECC encourage ces femmes à franchir le pas et à faire enregistrer leur entreprise, ce qui peut leur donner accès à des financements.

*Enterprise Mauritius* a de son côté pour première mission de favoriser les exportations au plan régional et international. Pour cela il s'agit de renforcer les capacités des entreprises par la formation, le conseil, la veille stratégique et la mise en réseau pour identifier les marchés,

les partenaires, les clients. *Enterprise Mauritius* a aussi pour mission de faciliter l'accès des entreprises à de nouvelles activités, de nouveaux marchés inscrivant ainsi son action dans une démarche intrapreneuriale pour contribuer au renforcement et au développement des entreprises. Institution récente, *Enterprise Mauritius* s'efforce de stimuler la créativité des entreprises et les invite à s'engager dans des activités innovantes, créatrices de valeur.

Sur le plan du financement, des facilités ont été prévues pour les PME. La *Développement Bank of Mauritius* a mis en place des plans de financement qui permettent aux petits opérateurs d'emprunter sans avoir à hypothéquer leurs biens personnels. Le *SME Partnership Fund* a vocation à contribuer au financement des PME. Il est géré par le Gouvernement, la *State Investment Corporation*, la Banque de Développement avec les banques commerciales et *Enterprise Mauritius* qui préparent les dossiers de demande de financement pour les entreprises à un coût forfaitaire de 5000 roupies. Ce fonds participe sous forme de fonds propres au capital de la PME. Il peut aussi se porter garant pour des entreprises dans le cadre de projets répondant aux critères des banques commerciales.

L'*Enterprise Development Fund* quant à lui permet aux PME d'accéder à des financements pouvant atteindre 500.000 roupies pour des projets leur permettant de renforcer leurs capacités et leurs compétences et développer l'innovation et les nouvelles technologies

L'ensemble de ces mesures créent un cadre juridique, réglementaire et financier plus favorable à la création d'entreprises, même si dans cette phase de transition des ajustements administratifs sont encore nécessaires. Amédée Darga, président du Conseil d'administration d'*Enterprise Mauritius* constate un regain d'intérêt pour la création d'entreprises à Maurice, mais en même temps il souligne le manque de vision des entrepreneurs potentiels « *qui se traduit par un désir de création d'entreprise qui s'arrête au lancement d'une cinquième tabagie* »<sup>1</sup>. Mahmood Cheeroo, Secrétaire général de la Chambre de commerce et d'industrie

---

1. Tabagie : petite boutique en particulier en milieu rural, vendant des produits de première nécessité.

de Maurice constate de son côté que s'il y a une volonté plus affichée de créer des entreprises, il y a peu d'innovations « *on veut reprendre les mêmes recettes pour réussir, mais le marché est restreint* ». On constate un manque de créativité, d'innovation dans la recherche d'opportunités, par exemple, dans des activités de substitution aux importations ou tournées vers l'exportation notamment dans le cadre régional. Trop de PME restent cantonnées dans les secteurs d'activités traditionnels et il y a un déficit de créativité souligne Sanjiv Mulloo, ex-Président de la Chambre des PME. Il s'interroge « *est-ce que notre école encourage la créativité ? Avons-nous une culture entrepreneuriale dans le sens où elle encourage la créativité ?* ». Dans le même sens, U. Boolell présidente de The Indus Entrepreneurs Global, s'interroge : « *Est-ce que l'éducation donne aux gens les moyens de se développer ou au contraire de se conformer ? En fait, notre système éducatif ne consiste-t-il pas simplement à créer des génies de la conformité ?* ».

Le secteur informel est important comme nous l'avons évoqué précédemment. Un des enjeux de la mise en place de ce nouveau cadre des affaires est de favoriser la transformation des entreprises informelles en entreprises enregistrées plus dynamiques et performantes et donc ayant espérance de survie plus importante, condition du développement durable du pays. Cependant, si l'existence de réelles opportunités de développement d'activités est identifiée, si les dispositifs administratifs, juridiques et financiers favorables à la création d'entreprises existent, ces conditions nécessaires ne se révèlent cependant pas suffisantes pour créer une réelle dynamique de création d'entreprises. Un décalage important existe entre les possibilités offertes et la réponse de la population face à ces opportunités. Certes, il existe des entrepreneurs performants et dynamiques, mais force est de constater que la culture entrepreneuriale est loin d'irriguer l'ensemble de la population. En particulier trop de jeunes notamment diplômés rêvent de devenir fonctionnaires ou salariés avec un emploi stable dans une grande institution para-publique ou privée (banque, etc.). Quant à la création d'entreprise, elle n'est souvent que la reproduction de ce qui marche et réussit dans son environnement immédiat, le secteur commercial lié aux importations étant privilégié.

Pour faire évoluer les mentalités et favoriser l'émergence d'une véritable culture entrepreneuriale impliquant l'ensemble de la société, le système éducatif a un rôle fondamental à jouer. Ce constat est fait dans de nombreux pays, ainsi l'entrepreneuriat et son enseignement sont une préoccupation récurrente de l'Union européenne. Le rapport final du groupe d'experts « éducation à entrepreneuriat » (Commission européenne, 2002) affirme que l'Europe doit stimuler l'esprit d'entreprise et favoriser l'émergence d'entreprises créatrices et innovatrices. Le Global Entrepreneurship Monitor (2001) fait le même constat pour les pays du Sud<sup>1</sup>.

## ***Développer la culture entrepreneuriale***

Maurice dispose d'atouts économiques pour favoriser le développement de l'entrepreneuriat. Les pouvoirs publics ont pris la mesure de l'enjeu et s'engagent dans des réformes pour faciliter l'accès à l'entrepreneuriat, notamment sur le plan administratif et sur le plan financier comme nous venons de le voir. Cependant, des barrières psychologiques et sociologiques existent à la création d'entreprises. Dans ce contexte, les experts (Fortin, 2002) s'accordent à dire qu'au-delà des incitations économiques et des simplifications administratives, il convient de développer la culture entrepreneuriale et que l'éducation a un rôle fondamental à jouer dans ce domaine dès l'école maternelle.

### ***1. Le rôle décisif du système éducatif***

L'éducation est un moyen privilégié d'inculquer aux jeunes, l'esprit d'entreprise. Mais il est bien évident que le développement d'aptitudes et d'attitudes entrepreneuriales constitue au-delà de son application dans la création d'entreprise, un atout pour la société, comme une attitude générale utile à chacun dans sa vie professionnelle et personnelle. D'ailleurs, l'enjeu va bien au-delà de la création d'entreprise et conditionne

---

1. Global Entrepreneurship Monitor, 2001, South-Africa.

aussi l'efficacité et le développement des entreprises existantes à travers l'intrapreneuriat<sup>1</sup>.

Il est communément admis que le terme d'entrepreneuriat renvoie à deux grands types de questions : d'un côté ce qui relève de l'esprit d'entreprise, du comportement entrepreneurial, qualifiés encore d'attitude entrepreneuriale, d'état d'esprit entrepreneurial, de l'autre ce qui concerne « l'acte d'entreprendre » (Julien et Marchesnay, 1996). La création d'entreprise est a priori la conséquence logique d'un état d'esprit entrepreneurial, mais ce comportement entrepreneurial n'est pas une caractéristique exclusive du créateur d'entreprise. Il peut se manifester dans d'autres formes d'organisation (chef de projet, intrapreneuriat, responsables d'incubateur, de pépinière d'entreprises, etc.). On peut être « entreprenant sans être entrepreneur » (Bloy, 2001) et la culture entrepreneuriale peut concerner toutes formes d'organisations (entreprises, associations, ONG, etc.).

Quelque soit l'acception retenue, attitude entrepreneuriale ou acte d'entreprendre, les compétences requises doivent être développées et valorisées dans le système éducatif. En effet, le sens de l'initiative, la créativité et l'autonomie inculqués dès l'école primaire contribuent à faire des citoyens responsables, indépendamment du fait que ces aptitudes sont indispensables à l'entrepreneur. Elles s'acquièrent en s'appuyant sur des dispositifs pédagogiques actifs et sur une conception interdisciplinaire et transversale de la formation que l'on ne peut réduire à une simple acquisition de connaissance. La relation directe à la création d'entreprise n'est pas nécessaire dans les enseignements et en conséquence cette stratégie pédagogique peut s'appliquer à tout niveau d'enseignement. À Maurice, aujourd'hui la prise en compte de la culture entrepreneuriale dans le système éducatif est une priorité affirmée du ministre de l'Éducation et de l'ensemble du gouvernement, mais cela se traduit encore timidement selon les niveaux d'enseignements.

Dans le primaire, des initiatives locales sont prises par des équipes pédagogiques en particulier dans les zones d'éducation prioritaires

---

1. Intrapreneuriat : développement d'activités nouvelles au sein d'une organisation existante.

(ZEP) avec le concours d'ONG pour développer une pédagogie de projet favorisant l'autonomie et la prise d'initiatives. Cependant, la priorité de l'école reste la réalisation du programme dans l'optique de la réussite à l'examen du *Certificate of Primary Education* (CPE) qui ouvre les portes du collège. Les parents souhaitent que leurs enfants aient le meilleur classement possible à cet examen afin d'intégrer les meilleurs collèges. L'institution que constituent les leçons particulières laisse peu de loisirs à l'enfant pour avoir des activités extra scolaires favorisant créativité et autonomie. Le gouvernement mauricien s'engage dans une politique visant à réduire ces leçons particulières.

Le collège dans ses programmes accorde une place réduite à l'entreprise et à l'entrepreneuriat. La préparation aux examens (*School Certificate* puis *Higher School certificate*) qui sous-tend la finalité de tout le système d'éducation secondaire favorise l'accumulation de savoirs au détriment des savoir-faire et des savoir-être. Le classement à HSC est une source de compétition pour le classement entre les collèges et pour l'attribution des bourses d'enseignement supérieur. Professeurs et parents partagent la même motivation pour favoriser la performance des élèves dans cette compétition et les contraindre au régime des leçons particulières le soir, en fin de semaine et pendant les vacances. Ce régime d'acquisition intensif de connaissances laisse peu de place pour les activités développant la créativité et l'épanouissement de la personnalité.

L'enseignement supérieur semble vouloir avoir une démarche plus volontariste vis-à-vis de l'entrepreneuriat par la création de modules transversaux sur la création d'entreprise proposés largement aux étudiants. Cependant, si certains étudiants manifestent un intérêt pour la création d'entreprise, ils considèrent souvent qu'ils n'ont pas les compétences pour s'engager dans cette voie. D'abord, ils n'ont aucune idée du type d'entreprise qu'ils pourraient créer. À leurs yeux, tout existe déjà sur le marché. Ils ne trouvent pas dans leurs études, dans leurs travaux de recherche (ou éventuellement dans leurs activités extra-universitaires) des applications susceptibles de répondre à un besoin nouveau ou mal satisfait du marché et pouvant leur suggérer une opportunité d'affaires. Toute leur attention et leurs efforts sont tendus vers la réussite aux

examens académiques qui valident l'acquisition de connaissances et ne laissent aucune place au développement de compétences plus créatives. Ainsi, pendant le temps de leurs études supérieures, les étudiants restent éloignés de la réalité économique et sociale des entreprises. Peu d'établissements d'enseignement supérieur intègrent des stages en entreprise dans leur cursus de formation. Les étudiants ont une idée très imprécise du fonctionnement d'une entreprise et même la gestion des entreprises est enseignée selon une l'approche très théorique et surtout orientée vers le management des grandes organisations. Prenant la mesure de cette lacune l'Université de Maurice s'engage dans une politique active de stages obligatoires pour tous les étudiants.

En définitive, la communauté scientifique, enseignante et étudiante, reste encore relativement éloignée des préoccupations relevant de la démarche entrepreneuriale. Ceux qui veulent entreprendre et qui montrent des capacités d'initiatives et de dynamisme sont en général souvent des personnes qui, dans leur entourage familial ou social, bénéficient d'un environnement entrepreneurial. Faut-il pour autant admettre qu'il y a un déterminisme entrepreneurial et qu'en quelque sorte, selon une idée trop communément admise, « on naît entrepreneur » et qu'il est en conséquence vain, voire incongru de vouloir enseigner l'entrepreneuriat ? Christian Bruyat (1998) a montré l'absence de fondement de cette thèse « innéiste ». Si chacun peut citer des dynasties d'entrepreneurs ou des entrepreneurs autodidactes ayant brillamment réussi, cela reste cependant l'exception. Au-delà du goût du risque, entreprendre est aussi une discipline dont les principes et les règles s'apprennent (Fayolle, 2004).

La possibilité de créer son entreprise rapidement au terme de la formation doit être considérée comme un projet possible et motivant pour le jeune diplômé. La démarche de recherche et d'évaluation d'opportunité d'affaires, le processus d'élaboration d'un plan d'affaires, les sources et modalités de financement doivent être étudiées, les structures d'aide et de conseil doivent être connues. Enfin les bases de la gestion et du management doivent être abordées. Il semble en particulier utile de former les étudiants de troisième cycle (les doctorants) à la recherche d'un emploi,

à la création de leur propre emploi (travail autonome) et en définitive à la création d'entreprise. Peu d'entre eux deviendront professeurs d'université et les autres ne trouveront pas nécessairement un emploi en relation avec leur sujet de recherche. Il convient donc de les amener à identifier de manière plus générale les compétences qu'ils ont acquises, transférables dans un environnement lié à l'entreprise. Cette démarche pourrait d'ailleurs implicitement contribuer à orienter la recherche vers des sujets en adéquation avec les besoins du développement.

## 2. Le rôle de la société civile

Si le rôle de l'école est fondamental pour développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes, pour assurer sa diffusion dans l'ensemble de la société il faut aussi compter sur le relais des médias et des organisations professionnelles. Les médias ont un rôle important à jouer pour diffuser grâce à leur audience large, les bonnes pratiques entrepreneuriales, présenter des portraits d'entrepreneurs satisfaits de leur choix et les réussites d'entreprises. Ils doivent contribuer à donner une image positive et gratifiante de la création d'entreprise et montrer qu'il est possible de réussir même si on n'est pas un héritier fortuné. Des titres de la presse quotidienne consacrent des rubriques régulières à l'entrepreneuriat et font des articles sur de jeunes entrepreneurs. Ils mettent aussi en avant les femmes entrepreneures. Ces initiatives importantes doivent être généralisées à l'ensemble des médias.

Les organisations professionnelles comme les chambres de commerce, les chambres de métiers, les associations et les syndicats professionnels doivent collaborer avec le système éducatif en lui apportant des témoignages d'entrepreneurs, des études de cas, en facilitant les visites d'entreprises ou en encourageant les stages. Elles peuvent par ailleurs organiser des formes de tutorat et de mentorat pour accompagner les futurs entrepreneurs pendant toute la période de création et les premiers mois de la vie de la jeune entreprise. Par exemple, la *Mauritius Employers Federation* (MEF) organise des formations pour les nouveaux entrepreneurs et a mis en place un dispositif de mentorat. Ce

transfert de compétences au contact de chefs d'entreprises chevronnés est un facteur de survie important de la nouvelle entreprise (Laverrière et Bouchard, 2006). Le rôle du mentor est aussi de permettre au créateur d'entreprise de se constituer un réseau relationnel et professionnel lui permettant de développer son activité et de rester en position de veille informationnelle.

## **Conclusion : des entreprises au service du développement**

Ces pages montrent l'importance jouée par le secteur privé dans le développement de la république de Maurice. Chaque grande époque de son histoire a eu sa génération d'entrepreneurs, certaines familles constituant de véritables dynasties entrepreneuriales qu'on retrouve dans la plupart des communautés nationales. Ce dynamisme a fait de Maurice un pays connu pour être très entreprenant et ouvert sur le monde où la réussite individuelle est toujours possible pour qui a de l'ambition et des idées. Contrairement à beaucoup de pays africains, l'État n'a jamais voulu contrôler l'ensemble de l'économie en nationalisant des secteurs stratégiques comme celui de l'importation des produits alimentaires ou de l'exportation de la canne. Dans une tradition libérale très britannique, il y a eu un *modus vivendi* entre État et secteur privé qui, s'ils se sont affrontés à plusieurs reprises, ont toujours tenté de trouver un accord. Le PPP (partenariat privé/public) qui les associe dans la réalisation de certains projets d'envergure (infrastructures routières par exemple) symbolise leur volonté de contribuer l'un et l'autre au développement du pays : à maintes reprises, les entrepreneurs mauriciens ont fait preuve d'imagination pour trouver de nouvelles niches dans lesquelles ils se sont engouffrés au profit de tous (notamment par la création d'emplois).

Toutes les entreprises, qu'elles soient grandes ou petites, ont participé à la *success story* économique du pays. Si les grands groupes sont les plus visibles, ils ne doivent pas faire oublier la foule de PME et de micro entreprises qui jouent un rôle important en matière d'emplois et de revenus : elles aussi ont contribué à la résorption du chômage et

ont parfois aidé à compléter le revenu tiré du secteur formel. En étant délocalisé sur l'ensemble du territoire et non dans un espace délimité, la zone franche a ainsi pu offrir des emplois bien ancrés sur l'ensemble du territoire. De la même manière, elle a offert des marchés à de nombreuses PME bien réparties du nord au sud de l'île même si elles se concentrent dans les zones les plus urbanisées.

Ce développement d'un entrepreneuriat national est un des faits sociaux majeurs de l'histoire récente du pays. Il n'est pas le seul comme nous allons le voir dans le chapitre suivant qui aborde les transformations de la société mauricienne.

## BIBLIOGRAPHIE

Bloy E., 2001, Pour la création d'entreprise, « sensibilisation, formation ou acculturation », actes des VIIèmes journées scientifiques du réseau thématique de Recherche Entrepreneuriat de l'AUF, Maurice.

Bruyat C., 1998, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, université Pierre Mendès France, Grenoble.

*Business Magazine*, 2010, The Top One Hundred Companies 2010, Port-Louis, 248 pages.

Buzenot L., « Zone franche industrielle d'exportation et système urbain à Maurice », revue *Mappemonde* n°88 (4-2007) Paris.

Chateau, Th., *Le grand livre des entrepreneurs de Maurice, L'Eco Austral*, Port-Louis, 2004, 336 pages.

Chazan-Gillig S., « Ethnicité et libre-échange dans la société de l'île Maurice », revue *L'Homme et la Société* n°130, éditions l'Harmattan, Paris, 1998, pp. 93-104.

Commission européenne, 2002, Observatoire des PME : *la démographie des PME en Europe*, n°5.

Fayolle A., 2004, *Entrepreneuriat, apprendre à apprendre*, éditions Dunod.

Fortin P. A., 2002, *La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté*, Les éditions de la fondation de l'entrepreneurship.

Global Entrepreneurship Monitor, 2001, South Africa.

Hein Ph., 1996, *L'économie de l'île Maurice*, éditions de l'Harmattan, Paris, 111 pages.

Hénault G. et M'Rabet R., 1990, *L'entrepreneuriat en Afrique Francophone*, éditions AUPELF-UREF, John Libby Eurotext , Paris.

Julien P. A. et Marchesnay M., 1996, *L'entrepreneuriat*, éditions Economica.

Laverrière N. et Bouchard M., 2006, « Des statistiques révélatrices : cinq ans après sa création, l'utilité du service de mentorat d'affaires de la Fondation de l'Entrepreneurship ne se dément pas », *Vigie*, lettre n° 62 de la Fondation de l'entrepreneurship.

Lemoine G., 2008., « Freins et motivations à l'entrepreneuriat dans les pays du Sud », colloque « Vers une Francophonie entrepreneuriale », Québec, 2008.

Mathis M., 1998, *Les 10 premiers groupes d'affaires mauriciens*, Poste d'expansion économique de l'Ambassade de France, Port-Louis, 99 pages.

Perroux F., 1958, « Trois outils pour l'analyse du sous-développement », Cahiers de l'I.S.E.A, série F, Paris

Grégoire Emmanuel, Lemoine G. (2011)

Les entrepreneurs mauriciens

In : Grégoire Emmanuel (dir.), Hookoomsing V.Y. (dir.),  
Lemoine G. (dir.). *Maurice : de l'île sucrière à l'île des  
savoirs*

Maurice : Le Printemps, p. 183-223

ISBN 978-99949-1-054-0