



ETUDE DE L'ORGANISATION ET DES MODES D'INTERVENTION DES JEUNES DE LA DIASPORA MALIENNE POUR LE DEVELOPPEMENT DU MALI

RAPPORT FINAL

Septembre 2011



La présente publication a été élaborée avec l'aide de l'Union européenne. Le contenu de la publication relève de la seule responsabilité du Cabinet IRMA et ne peut aucunement être considéré comme reflétant le point de vue de l'Union européenne.

1. SOMMAIRE

1. RÉSUMÉ	5
1.1. Les associations et les actions de développements des jeunes de la diaspora	6
1.2. La plus-value pour les jeunes de la diaspora	6
1.3. Les partenariats	7
1.4. Une question de génération	7
1.5. Conclusion	7
2. CONTEXTE	8
2.1. Le vieillissement de la diaspora malienne	8
2.2. La stagnation des transferts financiers en direction du développement	9
2.3. L'Emergence des jeunes de la diaspora	10
2.4. Un contexte institutionnel favorable	10
2.4.1. La politique nationale en faveur de la jeunesse	10
2.4.2. La politique nationale de migration	11
2.4.3. Les actions de coopération dans le domaine Migration et développement	11
3. METHODOLOGIE ET DEROULEMENT DE L'ETUDE	12
3.1. Description et limites de l'échantillonnage	12
3.1.1. Méthode d'échantillonnage aléatoire	12
3.1.2. Un échantillon orienté vers des jeunes mieux insérés	12
3.2. Une méthodologie associant les acteurs des deux espaces	13
3.3. La plus-value du Web	13
3.3.1. Construction et mise en ligne du questionnaire	14
3.3.2. La mobilisation des jeunes de la diaspora et les réponses en ligne	14
3.3.3. Des résultats quantitatifs	14
3.4. Rappel des PHASES de l'étude	14
4. RESULTATS	16
4.1. Type Primo-arrivant et type 2ème Génération	16
4.1.1. Caractéristique des primo-arrivants	16
4.1.2. Caractéristique des jeunes de 2 ^{ème} génération	18

4.2. Deux profils très distincts	19
4.3. Typologie des relations des jeunes de la diaspora avec le Mali	20
4.4. Les actions de développement	21
4.4.1. Les associations des jeunes de la diaspora	21
4.4.2. Les types de projets	23
4.4.3. Le bilan des actions de développement	23
4.4.4. Le point de vue du terrain	24
4.5. Les entreprises des jeunes de la diaspora	25
4.5.1. Les caractéristiques des entreprises	25
4.5.2. Financement trésorerie et bénéfice	26
4.5.3. Le point de vue du terrain	27
4.6. Les partenaires des jeunes de la diaspora	28
4.7. L'Etat malien et l'environnement national	28
4.8. La relation avec les anciennes générations	30
4.8.1. Les jeunes souhaitent intervenir différemment	30
4.8.2. Certaines pratiques sont maintenues	30
4.9. La plus-value pour les jeunes de la diaspora	33
4.10. Le renouvellement des générations	34
5. PERSPECTIVES	36
5.1. Communication et Information	37
5.1.1. Les cibles et le contenu	37
5.1.2. les médias	37
5.2. Valoriation des compétences	38
5.3. Echanges d'expériences et lien avec les collectivités locales	39
5.4. Partenariat public privé	40
5.5. Structuration	41
5.6. Un guichet unique sur le Web	42
6. CONCLUSION	45
7. ANNEXES	46
7.1. rappel du cadre institutionnel et opérationnel de la politique migratoire malienne	46
7.1.1. Les initiatives politiques	46
7.1.2. les structures institutionnelles	46

7.1.3.	Eléments techniques	48
7.1.4.	Eléments législatifs	49
7.2.	Présentation des dispositifs existants	50
7.2.1.	En matière d'investissement :	50
7.2.2.	En matière d'emploi et de création d'entreprise	50
7.2.3.	Dans le domaine de la formation professionnelle et l'apprentissage	52
7.2.4.	En matière d'accompagnement : le PAJM	53
7.3.	Fiches projets	54
7.3.1.	Actions de développement	54
7.3.2.	Entreprises	70
7.4.	Biographies de jeunes de la diaspora	77
7.5.	Bibliographie	87
7.6.	Liste des personnes et structures rencontrées	88
7.7.	Sigles et Abréviations	90
7.8.	Questionnaires	91

1. RÉSUMÉ

Au Mali et en Europe, les jeunes de la diaspora sont de plus en plus visibles, à la fois via les projets qu'ils initient mais également via les « success stories » de jeunes leaders politiques, économiques et socioculturels.

Cette émergence des jeunes de la diaspora dans la relation entre les migrations et le développement est également une nécessité. En effet, le vieillissement des travailleurs migrants arrivés en nombre dans les années 70 et 80, conjugué à la crise économique mondiale se traduit par une stagnation des transferts financiers de la diaspora en direction du développement des régions d'origine. Les leaders d'opinion de la diaspora, ainsi que les institutions maliennes et européennes, s'accordent sur le fait que les prochaines pages de l'histoire du Codéveloppement seront écrites par les jeunes de la diaspora : une nouvelle génération pas uniquement venue du Mali mais également née en Europe.

Cette étude de « l'organisation et les modes d'intervention des jeunes de la diaspora pour le développement du Mali » a été réalisée par la Cellule Technique du Codéveloppement dans le cadre du projet CIGEM, Centre d'Information et de Gestion des Migrations au Mali mis en oeuvre en appui au Ministère des Maliens de l'Extérieur et de L'Intégration Africaine et financée par l'Union Européenne. Son objectif était d'analyser les comportements des jeunes de la diaspora malienne dans leurs interventions en direction du pays d'origine afin de concevoir un programme adapté de mobilisation des jeunes de la diaspora et de valorisation de leurs initiatives.

Elle a été conduite par une équipe de consultants franco-maliens dans trois pays : Le Mali, la France et l'Espagne. Un échantillonnage aléatoire a consisté en la mobilisation des jeunes via le Web et les réseaux sociaux (FaceBook) pour répondre à plusieurs questionnaires en ligne.

Il ne s'agit pas d'un recensement et l'échantillon a exclu une part des jeunes de la diaspora « jeunes en difficulté » ou « jeunes désocialisés ». L'échantillonnage a été voulu pour définir le rôle des jeunes de la diaspora dans le cadre de la Politique Nationale Migratoire (PNM). A ce titre les résultats ne doivent pas être généralisés à l'ensemble de la population « Jeunes de la diaspora ».

Enfin les acteurs des trois pays ont été associés tout au long de l'étude à travers des comités ad-hoc, dans l'analyse et l'interprétation des résultats. Au total 150 jeunes ont renseigné les questionnaires ce qui confirme la pertinence du Web comme un outil majeur de communication et d'information des jeunes de la diaspora.

La cible de l'étude « jeunes de la diaspora » a été définie par le groupe de travail « Nouvelles générations de la diaspora », comité de pilotage de l'étude. Il s'agit de jeunes âgés de 18 à 40 ans. Ils sont soit :

- Primo-arrivants : nés au Mali et arrivés en Europe après 18 ans ;
- Jeunes de 2ème génération : nés en Europe de parents maliens ou nés au Mali et arrivés en Europe avant 18 ans.

Donnant priorité à l'amélioration de leur situation professionnelle, statutaire ou de logement, le lien des primo-arrivants avec le Mali relève principalement du lien social c'est-à-dire le téléphone, et l'envoi d'argent pour les dépenses familiales (santé, école téléphone). Le profil des primo-arrivants présents en France et en Espagne sont très semblables notamment concernant l'âge moyen, l'année moyenne d'arrivée en France... Le choix du pays de destination est lié à des opportunités statutaires (obtention d'une carte de séjour) et d'emploi. Les primo-arrivants se déplacent d'un pays à l'autre au gré des opportunités administratives et économiques.

Les jeunes de 2^{ème} génération, bénéficiant d'une situation statutaire et d'emploi plus stables développent des liens plus divers avec le Mali. Un jeune de 2^{ème} génération sur deux est impliqué dans des activités associatives liées au développement du Mali. L'objectif n'est pas uniquement l'amélioration des conditions de vie des populations maliennes, c'est également un cheminement plus personnel identitaire, social et professionnel. Le profil 2^{ème} génération est uniquement présent en France. D'après les entretiens, les enfants de 2^{ème} génération en Espagne sont pour les plus vieux âgés de 10 ans, correspondant aux premières vagues d'immigration malienne en Espagne.

1.1. LES ASSOCIATIONS ET LES ACTIONS DE DEVELOPPEMENTS DES JEUNES DE LA DIASPORA

Si les anciens migrants se sont regroupés par rapport au lieu de vie au Mali, sous forme d'associations villageoises, la genèse des associations de jeunes de 2^{ème} génération est plutôt le lieu de vie en France, le quartier ou la ville de résidence. Ces associations sont diverses, et accueillent des membres de toutes origines. Elles conduisent au delà des actions de développement de nombreuses actions citoyennes (action sociale, sport, culture).

Leur domaine d'intervention prioritaire d'intervention au Mali est l'éducation. La moitié des projets sont réalisés en dehors du village d'origine des parents. Dans 2/3 des cas, ces projets sont pérennisés avec la mise en place de structures de gestion locales.

Les entreprises des jeunes de la diaspora

Un jeune sur cinq est impliqué dans un projet ou une idée d'entreprise. Le Mali est choisi pour ses opportunités de développement. Les jeunes valorisent ici l'image positive des entreprises françaises sur le marché économique malien.

50 % des entreprises sont créées dans le domaine du commerce et 50 % dans le domaine des services.

L'absence des jeunes dans la production et l'industrie, et la non formalisation des entreprises résultent d'une crainte de l'environnement global des affaires. Les investissements de création des entreprises sont financés majoritairement par un apport personnel. Le lien avec le système bancaire est rare.

La majorité des entreprises enquêtées ont été créées en 2009. Même s'il est difficile de mesurer les résultats d'une entreprise après deux ans d'activité, la majorité des gérants annoncent des bénéfices faibles. D'après les jeunes entrepreneurs, leur double-culture s'exprime dans la rapidité et dans la rigueur avec laquelle ils conduisent leurs affaires, et leur difficulté concernent un manque de connaissance des pratiques maliennes en affaire.

1.2. LA PLUS-VALUE POUR LES JEUNES DE LA DIASPORA

Au-delà de la réussite des projets au Mali, de l'apport pour les populations locales et les bénéficiaires, des bénéfices économiques qu'ils peuvent en tirer, la plus-value des projets des jeunes de la diaspora est d'abord personnelle et identitaire.

Les projets apportent aux jeunes l'impression de servir à quelque chose, et une meilleure connaissance du Mali. Dans plus d'1/3 des cas, la plus-value est professionnelle avec l'apport de nouvelles compétences et une expérience professionnelle. Les jeunes inscrivent les actions réalisées en direction du Mali dans leur curriculum vitae comme une expérience professionnelle à part entière.

1.3. LES PARTENARIATS

Même si 1 jeune sur 2 estime que les institutions ne sont pas proches d'eux, ils ont comme leurs aînés une forte capacité de mobilisation des :

- Partenaires privés dans 60% des cas
- Villes et collectivités locales dans 53% des cas.

Les jeunes ont très peu de contacts avec les autorités maliennes et pourtant ils estiment que ces contacts sont indispensables à la réussite des projets. Cette absence de contact traduit le manque de confiance des jeunes dans l'environnement économique et institutionnel du Mali. L'image des institutions maliennes souffre d'un lourd déficit, qu'il s'agira sans doute de combler par plus d'espaces de dialogue.

1.4. UNE QUESTION DE GENERATION

Les jeunes de la diaspora interviennent de manière plus importante dans le domaine du secteur privé, de l'entreprise que leur parent. Concernant les actions associatives, ils reconnaissent l'utilité des actions de leurs parents pour le Mali mais ne souhaitent pas les reproduire. Seul un jeune sur cinq est membre d'associations d'anciens.

Si les jeunes souhaitent se démarquer dans le lien avec le pays d'origine, ils maintiennent certaines pratiques de leurs parents. Il s'agit notamment du système performant de transfert de fonds mis en place dans les foyers de résidents de travailleurs immigrés. Deux jeunes sur trois utilisent ce système informel pour envoyer de l'argent au Mali.

Les jeunes âgés de 20 à 30 ans sont les plus mobilisés dans les actions de développement en direction du Mali. Au-delà de 30 ans, les obligations professionnelles et souvent familiales (mariages, enfants) entraînent souvent un désengagement progressif de l'action associative.

Ceci entraîne un « turn-over » rapide. Tous les dix ans une génération de jeunes de la diaspora laisse place à une autre. C'est l'une des caractéristiques surprenante de leur action, et surtout au regard de leurs parents qui sont parfois restés mobilisés 40 ans durant dans des associations villageoises.

Le fort taux de participation des jeunes de la diaspora à des actions de développement (50% de l'échantillon) concentrées sur la tranche d'âge 20 – 30 ans, ainsi que la plus-value concernant la construction identitaire et professionnelle font de ces actions associatives en direction du Mali un élément de passage à l'âge adulte pour ces jeunes. Le lien avec le Mali peut être considéré comme un élément constitutif personnel et professionnel pour les jeunes de la diaspora.

1.5. CONCLUSION

Sans parler de conflit de génération, il existe aujourd'hui une certaine incompréhension entre les « anciennes générations » et les jeunes de la diaspora quand à l'avenir du lien économique, sociale et culturelle qu'ils entretiennent avec le Mali.

La volonté des jeunes est de faire évoluer les systèmes de relation économique et solidaire avec le Mali. Cela ne signifie pas un désengagement et ne doit pas se traduire par une diminution des transferts financiers comme le redoutent certains acteurs du Codéveloppement en Europe et au Mali, car la jeune génération de la

diaspora est sans doute plus nombreuse que l'ancienne, dispose de compétences techniques et financières plus importantes, et a une capacité de mobilisation des partenaires techniques et financiers plus éprouvée. Cette étude nous montre que son engagement pour le Mali est très ancré et même en quelque sorte indispensable à sa construction individuelle et professionnelle.

2. CONTEXTE

2.1. LE VIEILLISSEMENT DE LA DIASPORA MALIENNE

Le Mali est de part sa position géographique, écologique et économique un pays à fort potentiel d'émigration. La population malienne est de 14,5 Millions d'habitants, et on estime que 4 Millions de maliens vivent à l'extérieur du pays. Si une grande part de cette population émigrée est basée dans des pays voisins en Afrique de l'Ouest (3,5 Millions de personnes), environ 200 000 personnes vivent en Europe.

A partir des années 60, la croissance européenne d'après-guerre, fait appel de manière massive à une main d'œuvre ouvrière originaire du Mali et du Sénégal, notamment de la zone du bassin du fleuve Sénégal. La population majoritairement soninké, dont l'histoire d'émigration avait d'abord été tournée vers les pays d'Afrique Centrale, répond favorablement aux sollicitations des grandes entreprises industrielles européennes. C'est le début d'une noria dont l'impact sur le développement du Mali est encore aujourd'hui déterminant.

Conjointement à la crise économique de 1974, la politique migratoire se durcit tout en facilitant l'intégration des étrangers à travers la politique de regroupement familial. Les migrations saisonnières et de travail laissent place à une sédentarisation progressive des individus et des familles. La mobilité des populations émigrées remise en cause, les travailleurs maliens s'installent, se sédentarisent, rapatrient en Europe leurs femmes et leurs enfants. Les premières générations d'enfants français de parents maliens naissent en France dans les années 70.

Les difficultés statutaires, et les politiques de regroupement familial et d'intégration n'effacent pas les objectifs économiques de cette migration de travail, et ne distendent pas les liens entre la diaspora malienne et le Mali. Les objectifs d'assurer un « mieux-être » aux populations locales, de participer à l'accès aux services de base que sont la santé et l'éducation restent une priorité des maliens de la diaspora. Progressivement, ils se structurent dans ce sens en créant des associations villageoises, des associations communales, des fédérations et des Forums nationaux.

La croissance et les besoins en main d'œuvre vont faire de l'Espagne une nouvelle destination de prédilection pour les travailleurs migrants maliens à partir du milieu des années 90.

Si dans les années 2000, leur place dans les sociétés européennes est souvent remise en cause, ils trouvent une compensation sociale, économique et politique au Mali, où l'on compare le montant de leurs transferts financiers à ceux des bailleurs de fonds bi et multilatéraux, et où voient le jour les premières actions visant à valoriser leur argent, leurs compétences, et la reconnaissance institutionnelle à travers la création du Haut Conseil et du Ministère des Maliens de l'Extérieur et de l'Intégration Africaine (MMEIA) en 2004.

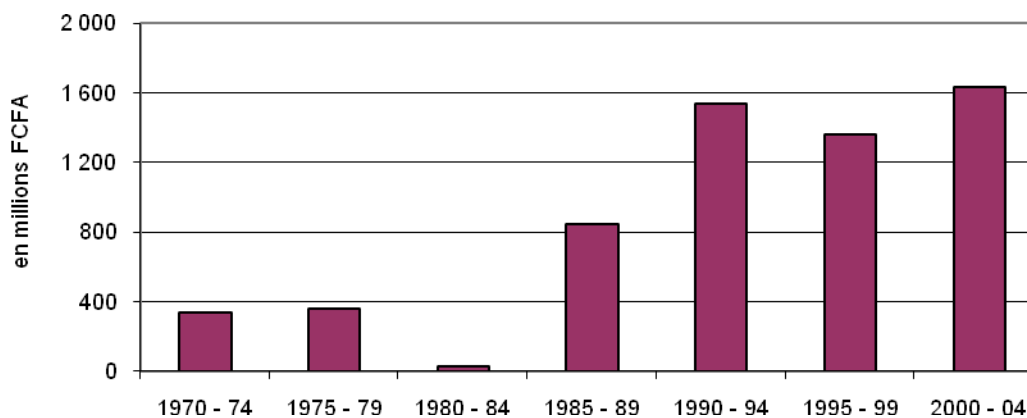
Aujourd'hui le vieillissement de la diaspora malienne en Europe est le constat des migrants eux-mêmes. Arrivés dans les années 70 et 80, les premiers travailleurs migrants partent à la retraite, ou entament leurs dernières années de travail quand ils ne sont pas touchés par le chômage. Les leaders d'opinion de la diaspora, présidents d'associations, syndicalistes qui ont construit l'histoire de la relation des migrants maliens avec leur pays d'origine quittent leur responsabilité en étant convaincus que les prochaines pages de cette histoire se

joueront ailleurs. L'avenir de leur action est tourné vers une nouvelle génération non pas venue du Mali mais souvent née en Europe : la jeunesse de la diaspora.

2.2. LA STAGNATION DES TRANSFERTS FINANCIERS EN DIRECTION DU DEVELOPPEMENT

Les transferts financiers des migrants qui ont fait l'objet d'études et de convoitise depuis une quinzaine d'années sont l'un des indicateurs, les plus marquants, du vieillissement de la diaspora. Conjugée à la crise économique européenne, la diminution du nombre d'actifs au sein de la diaspora malienne se traduit par une stagnation des transferts financiers en direction des régions d'origine.

Même s'il est encore difficile de mesurer les montants exacts des transferts financiers, tant la part transitant par des systèmes informels est importante (supérieure à 50%), l'étude conduite en 2004 par la Cellule Technique du Codéveloppement en partenariat avec l'INA-PG, l'AGED, l'AFVP et pS-Eau, montre la stagnation des investissements des migrants dans les projets de développement. exhaustive les investissements de. On observe sur un échantillon de 50 associations de migrants et 50 villages d'origine de la région de Kayes **une stagnation des investissements des associations de migrant depuis le début des années 1990.**



Cette question interroge l'ensemble des acteurs de développement. Les villages et les communes des zones d'origine, les associations de migrants, les institutions maliennes se questionnent sur le renouvellement de cette manne financière. Nombreux sont ceux qui identifient les jeunes de la diaspora comme la nouvelle génération des investisseurs tout en étant conscients que leur relation avec le Mali s'exprimera différemment.

Ces données doivent être complétées par celle de l'étude de la BAD, « les transferts de fonds des migrants, un enjeu de développement » qui met en évidence le lien entre le niveau de formation et d'insertion professionnelle des migrants et les montants transférés. Ceci plaide en faveur d'un relais potentiel des jeunes de la diaspora quand aux transferts de fonds, puisque le niveau de formation et d'insertion professionnelle des jeunes est plus élevé que leurs parents.

Ces deux études confirment donc une diminution du transfert de fonds par les anciennes générations de migrant mais un fort potentiel de transfert des jeunes de la diaspora.

2.3. L'ÉMERGENCE DES JEUNES DE LA DIASPORA

Depuis une dizaine d'année environ, et sur les deux espaces au Mali et en Europe, les jeunes de la diaspora sont de plus en plus visibles, à la fois de part la réussite des projets qu'ils conduisent mais également du fait de l'émergence de leaders politiques, économiques et socioculturels.

La population malienne a longtemps observé avec distance, les enfants d'émigrés parfois considérés comme « mal éduqués ». Ces enfants qui passent leurs vacances dans le village d'origine de leur parent ou à Bamako, vivent difficilement le décalage socioculturel entre l'Europe et le Mali. Depuis le milieu des années 2000, la tendance s'inverse. Les « success stories » dans le domaine économique, politique, dans la culture ou le sport impactent fortement l'image des jeunes de la diaspora auprès de la population malienne. Parmi eux on peut citer :

- Malamine Koné : PDG et fondateur de la marque AIRNESS, 1^{er} équipementier de sport français.
- Ali Soumaré : Conseiller régional au Conseil Régional d'Ile de France.
- Ladjidoucouré : Champion du Monde 2005 du 110 m haies.

Les jeunes de la diaspora ne sont plus uniquement considérés comme « des jeunes de cités » mais ils sont porteurs de compétences qui peuvent être mises au service de la nation malienne.

2.4. UN CONTEXTE INSTITUTIONNEL FAVORABLE

2.4.1. LA POLITIQUE NATIONALE EN FAVEUR DE LA JEUNESSE

Après deux ans d'un dialogue construit entre l'Etat, les jeunes et les partenaires techniques et financiers, mais également à la suite de l'organisation des « Assises Nationales de la Jeunesse » en 2009, le Mali s'est doté pour la période 2011-2015 d'un document de politique cadre de développement de la jeunesse : « Initiative nationale pour le développement de la jeunesse (INDJ) »

Parmi les 8 secteurs d'interventions mis en avant, celui de la mobilité des jeunes (immigration et migration) traduit clairement la volonté de l'Etat malien d'intervenir de manière volontariste en direction des jeunes de la diaspora et dans le cadre de sa politique nationale.

Extrait du Document de Politique Cadre de Développement de la Jeunesse au Mali (Ministère de la Jeunesse et des Sports) :

- *promouvoir des mécanismes et des outils facilitant les investissements de la diaspora ;*
- *orienter les investissements de la diaspora dans les secteurs productifs pour faciliter l'employabilité des jeunes ;*
- *mettre en place un dispositif incitatif de valorisation des métiers pour les jeunes (agro-industrie, BTP, Entrepreneuriat, mines) ;*
- *renforcer les liens socio-éducatifs et culturels des jeunes de la diaspora avec ceux du pays d'origine ;*
- *organiser des activités sportives, culturelles et socio-éducatives dans les pays à forte concentration de Maliens ;*
- *favoriser et pérenniser la participation active des jeunes de la diaspora aux grandes manifestations nationales culturelles, sportives et socio-éducatives (Biennale, compétitions sportives, colonies de vacances, festivals,*
- *chantiers/camps) ;*
- *faciliter l'accès des jeunes issus de l'immigration aux bourses d'études et de formation ;*

- appuyer les initiatives des jeunes de la diaspora et des organisations faitières s’occupant de leur encadrement et accompagnement (HCME, CNJ Mali) ;
- renforcer les dispositifs d’information, d’orientation, d’insertion et d’intégration des jeunes maliens de la diaspora ;

2.4.2. LA POLITIQUE NATIONALE DE MIGRATION

En 2010, le Ministère des Maliens de l’Extérieur et de l’Intégration Africaine (MMEIA) a lancé l’élaboration de la Politique Nationale de Migration, mettant un accent particulier sur le lien entre migrations et développement. Cette politique nationale migratoire vise l’amélioration de la mobilisation et de la valorisation des capacités de la diaspora.

Ainsi dans le cadre des groupes de travail « Nouvelle Génération de la diaspora » animée par la Cellule Technique du Codéveloppement et « Migration – Diaspora – Développement » animé par le MMEIA, notre étude doit apporter une contribution et des pistes d’action concrète sur la thématique des jeunes de la diaspora. Au regard des premiers résultats non encore diffusés sur le cadrage stratégique de la Politique Nationale de Migration, il semble que des axes communs d’intervention se dégagent comme la valorisation des compétences, la valorisation des réseaux sociaux et économiques et la valorisation culturelle. Un apport croisé des travaux menés dans le cadre de l’élaboration de la Politique Nationale de Migration et de la présente étude a d’ores et déjà été évoquée par le MMEIA.

Au-delà des initiatives institutionnelles, le Haut Conseil des Maliens de l’Extérieur place également la question des jeunes de la diaspora au centre de ses problématiques notamment avec la préparation des prochaines assises européennes de la jeunesse d’origine malienne.

Compléments en Annexe 1 : *rappel du cadre institutionnel et opérationnel de la politique migratoire malienne.*

2.4.3. LES ACTIONS DE COOPERATION DANS LE DOMAINE MIGRATION ET DEVELOPPEMENT

La prise de conscience d’un lien entre les questions migratoires et les questions de développement apparaît en Europe à la fin des années 80 à travers des initiatives nationales et des actions conduites par la société civile (ONG’s, OSIM).

C’est en 2006, avec la conférence de Rabat, que s’officialise le dialogue Euro-africain pour la migration et le développement. Les activités du Centre d’Information et de Gestion des Migrations (CIGEM) démarrent en 2008, et concrétisent l’engagement de l’UE. L’objectif est la mise en œuvre d’une politique migratoire nationale, mettant un accent particulier sur le lien entre migration et développement.

Parallèlement en 2004, dans le cadre du projet bilatéral franco-malien « Mise en œuvre du Codéveloppement au Mali », une composante intitulée « Jeunesse et Codéveloppement » appuie une trentaine d’initiatives associatives portées par des jeunes issus de la diaspora malienne en France. L’intérêt politique en France sera précipité par les émeutes de 2005, et le sommet Afrique-France de 2007 sera consacré à la Jeunesse.

Aujourd’hui, la réflexion de l’UE dans le domaine de la migration vise une « *approche intégrée et centrée sur le migrant*¹ » et prenant en compte « *le point de vue de la famille / du ménage du migrant* ». Ces réflexions convergent avec celles des migrants et de l’Etat malien quand au rôle des jeunes de la diaspora.

¹ MIGRATION ET MOBILITÉ EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT - Vers une approche centrée sur le migrant - Document de réflexion – 2011- UE

3. METHODOLOGIE ET DEROULEMENT DE L'ETUDE

3.1. DESCRIPTION ET LIMITES DE L'ECHANTILLONNAGE

L'objectif de l'étude est d'analyser les comportements des jeunes de la diaspora malienne dans leurs interventions en direction du pays d'origine afin de concevoir un programme adapté de mobilisation des jeunes de la diaspora et de valorisation de leurs initiatives.

Comme il n'existe pas de recensement relatif aux jeunes de la diaspora, notre méthode est basée sur l'échantillonnage.

3.1.1. METHODE D'ECHANTILLONNAGE ALEATOIRE

Le choix de l'échantillon a pris en compte trois facteurs :

- **La définition d'une base de sondage** : c'est-à-dire la définition du groupe de population qui sera étudié et ses limites. Dans le cas de notre étude, il s'agit des jeunes de la diaspora malienne résidant en Espagne ou en France. Ils doivent être âgés de 18 à 40 ans (âges limites fixés par le groupe de travail « Nouvelles générations de la diaspora »)
- **La taille de l'échantillon (150 individus)** : elle est déterminée par le budget et les ressources disponibles dans le cadre de l'étude, le temps disponible pour mener à bien l'étude. Cette taille d'échantillon détermine également le degré de certitude des résultats de l'étude.
- **La méthode d'échantillonnage aléatoire** : les méthodes courantes sont soit l'échantillonnage aléatoire soit l'échantillonnage raisonné. Dans le cadre de cette étude, il s'agit d'une méthode aléatoire. En effet, l'échantillonnage raisonné aurait nécessité de connaître en amont la population-mère, c'est-à-dire les jeunes de la diaspora (ce qui n'était pas le cas au démarrage de l'étude) et aurait nécessité un temps de construction de l'échantillon. L'échantillonnage aléatoire offre des avantages en terme de coûts, de rapidité et dans le cas d'absence de base de sondage. L'inconvénient est qu'il ne permet pas d'utiliser bon nombre de techniques statistiques, ce qui n'était pas l'objectif final de l'étude.

Notre étude sur les jeunes de la diaspora malienne résidant en Espagne et en France pourrait porter à discussion, si elle avait pour ambition de fournir ou de s'appuyer sur des « statistiques ethniques ». Comme précisé au paragraphe précédent, la méthode employée n'utilisera pas d'outils statistiques. Notre travail a plutôt été de quantifier les avis des jeunes sur leurs relations avec le Mali et avec les partenaires qui les accompagnent dans leurs projets.

3.1.2. UN ECHANTILLON ORIENTE VERS DES JEUNES MIEUX INSERES

L'échantillonnage aléatoire a consisté en une mobilisation des jeunes via le Web et les réseaux sociaux. Il n'y a pas eu de choix des destinataires mais une diffusion aléatoire des questionnaires sur le net via les réseaux sociaux et mailing-List des partenaires du projet.

Une part des questionnaires a été remplie directement par les jeunes, et d'autres ont été rempli grâce à une assistance téléphonique des consultants.

Cependant en dehors des entretiens individuels, seuls les jeunes ayant accès à internet et volontaires pour répondre à ce type d'enquête auront été pris en compte. Notre étude n'est pas un recensement et a exclu sans

doute une part des jeunes de la diaspora « jeunes en difficulté » ou « jeunes désocialisés ». Moins connectés aux réseaux sociaux, moins volontaires pour participer à ce type d'enquêtes, il semble qu'ils aient peu ou pas répondu au questionnaire.

De plus, les consultants ont pris le parti de ne pas les solliciter directement, d'une part du fait de la difficulté d'accès, d'autre part parce qu'ils ne constituent pas la cible des projets envisagés par les commanditaires de l'étude.

Cependant les entretiens individuels avec des acteurs du secteur social dans les quartiers défavorisés ont laissé apparaître un lien fort entre les questions d'insertion sociale et professionnelle des jeunes en Europe et les questions identitaires et de développement. La découverte d'un autre espace de vie, et notamment les voyages au Mali, sont identifiés par les animateurs des quartiers défavorisés comme un facteur de reconstruction des jeunes en difficulté.

Ceci laisse apparaître la convergence entre les politiques de la ville et les politiques de Coopération et de Codéveloppement.

3.2. UNE METHODOLOGIE ASSOCIANT LES ACTEURS DES DEUX ESPACES

Comme annoncé dans les termes de référence et dans la réponse à l'appel à proposition pour la conduite de l'étude, l'équipe mixte franco-malienne a associé les acteurs des deux espaces tout au long de l'étude.

Au Mali, le groupe de travail « nouvelles générations de la diaspora » présidé par le Ministère de la Jeunesse et des sports et regroupant les acteurs institutionnels et de la société civile a validé durant la phase de cadrage les questionnaires et la méthodologie de l'étude, lors d'une réunion de lancement tenue à Bamako le vendredi 27 mai 2011. La restitution du rapport d'étape s'est tenue à Bamako le jeudi 23 juin 2011.

En France le comité de suivi de l'étude composé de Mams Yaffa (Esprit d'Ebène), Aminata Bouné (Les Routes du futur), Jimmy Berthé (Deuxième Génération), Ibrahim Bathily (société H2S), s'est réuni le 24 mai 2011 pour une réunion de cadrage et le 27 juin 2011 pour la restitution du rapport d'étape.

En Espagne, le partenariat avec le MPDL (Movimiento por la Paz) a permis également la mobilisation de leaders associatifs sur les régions de Madrid et Valence. L'étude a en effet coïncidé avec une tournée d'information auprès des migrants maliens sur les outils du Codéveloppement.

Tout au long de l'étude, les échanges par mail avec les consultants ont permis de prendre en compte les remarques des acteurs des deux espaces et de faciliter les contacts avec les jeunes de la diaspora, leur partenaire pour l'analyse et l'interprétation des résultats.

3.3. LA PLUS-VALUE DU WEB

Les outils internet ont apporté une réelle plus-value au travail des consultants à travers deux aspects :

1. La construction et la mise en ligne des questionnaires bilingue
2. La mobilisation des jeunes de la diaspora et les réponses en ligne

3.3.1. CONSTRUCTION ET MISE EN LIGNE DU QUESTIONNAIRE

Les « Google documents » et leur « Template » en utilisation libre ont permis la construction de 5 questionnaires (en Annexe 5.1) :

1. « Questionnaire Individuel » en français
2. « Questionnaire Action de Développement » en français
3. « Questionnaire Entreprise » en français
4. « Entrevistas Individuales para los Jovenes » en espagnol
5. « Entrevistas Accion de desarrollo » en espagnol

Chaque questionnaire est composé de questions à choix unique, à choix multiples, et à réponse ouverte. Les questions à choix multiples ou uniques facilitant le traitement quantitatif des réponses. Les questionnaires accessibles en ligne par un lien ont pu être remplis directement à distance par les jeunes suite à un simple contact par mail, téléphone ou tchat.

3.3.2. LA MOBILISATION DES JEUNES DE LA DIASPORA ET LES REPONSES EN LIGNE

Le deuxième apport du Web pour l'étude a été l'utilisation des réseaux sociaux Face Book, Mailing List et Blog pour informer les jeunes de la diaspora du lancement de l'étude et les encourager à répondre au questionnaire.

Les membres du comité de suivi ont été mis à contribution à travers leur page Face book et leur « capacité de mobilisation » pour la mise en relation avec l'ensemble des jeunes enquêtés en France. En Espagne, les jeunes de la diaspora ont rarement répondu directement aux questionnaires en ligne. C'est accompagné de l'animateur du MPDL ou du consultant que les réponses ont pu être faites dans des cybercafés.

3.3.3. DES RESULTATS QUANTITATIFS

La méthodologie s'appuyait sur l'hypothèse de l'utilisation du Web comme outil de communication avec les jeunes de la diaspora. Même s'il est de notoriété publique que l'Internet est l'outil principal de communication des jeunes générations, cette hypothèse devait être vérifiée dans le cadre d'une étude.

Plus de 150 questionnaires ont été renseignés.

Ce résultat donne plus de poids à l'échantillon et donc aux tendances dégagées par l'étude, et confirme **la pertinence du Web comme un outil majeur de communication et d'information des jeunes de la diaspora.**

3.4. RAPPEL DES PHASES DE L'ETUDE

L'étude s'est déroulée en 5 phases :

1. La phase de cadrage
2. La phase documentaire et d'entretiens
3. La phase de visites de projets au Mali : afin de réaliser le maximum d'entretiens dans la première partie de l'étude, la majeure partie des visites de projet a eu lieu en juillet.

4. La phase de rédaction du rapport d'étape : au regard des contraintes de temps du fait d'un démarrage tardif de l'étude et de la nécessité d'apporter des pistes d'actions à la cellule technique de Codéveloppement à la fin du mois de juin, un rapport d'étape a été fourni après les 28 premiers jours de travail.
5. La phase de rédaction du rapport final et l'atelier de restitution

	Date	Chef de fil		Expert local	
		nbre de jour	Activité	nbre de jour	Activité
Semaine 1	24-mai	7	Phase de cadrage	6	Phase de cadrage
Semaine 2	30-mai	7	Entretien	5	Entretien
Semaine 3	06-juin	7	Entretien	4	Entretien
Semaine 4	13-juin	7	Entretien Espagne	2	Visite terrain Mali
Semaine 5	20-juin	7	Entretiens et rédaction rapport d'étape	7	Entretiens et rédaction rapport d'étape
Semaine 5	23 ou 24 juin		Restitution du rapport d'étape		Restitution du rapport d'étape
Semaine 7	juillet	5	Entretien	2	Visite terrain Mali
Semaine 8	juillet	6	Rédaction du rapport provisoire	6	Rédaction du rapport provisoire
Semaine 9	Sept	4	Restitution à Bamako Rédaction du rapport final	3	Restitution Bamako Rédaction du rapport final
Total		50		35	

4. RESULTATS

Il ne s'agit pas d'un recensement et l'échantillon a exclu une part des jeunes de la diaspora « jeunes en difficulté » ou « jeunes désocialisés ». L'échantillonnage a été voulu pour définir le rôle des jeunes de la diaspora dans le cadre de la Politique Nationale Migratoire (PNM). A ce titre les résultats ne doivent pas être généralisés à l'ensemble de la population « Jeunes de la diaspora ».

4.1. TYPE PRIMO-ARRIVANT ET TYPE 2EME GENERATION

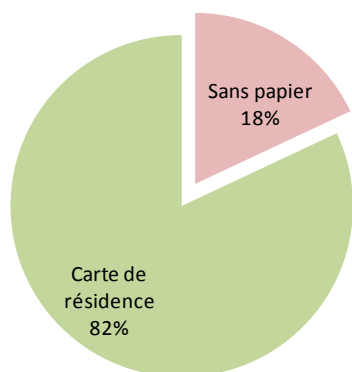
Annoncée dans les termes de référence de l'étude, l'étude confirme l'hypothèse d'une typologie distinguant deux groupes distincts parmi les jeunes de la diaspora malienne :

1. Les primo-arrivants : sont des jeunes migrants âgés de 18 à 40 ans arrivés en Europe après leur majorité.
2. Les jeunes de 2^{ème} génération : sont des enfants de migrants (2^{ème} génération) ou les enfants de leurs enfants (3^{ème} génération). Ils sont nés en Europe ou arrivés en Europe avant leur majorité.

4.1.1. CARACTERISTIQUE DES PRIMO-ARRIVANTS

L'échantillon a concerné 37 primo-arrivants dont 27 en Espagne. **Les % indiqués ci-dessous concernent notre échantillon et donc doivent pris en compte en tant que tel. Ils ne sauraient donner lieu à une généralisation.**

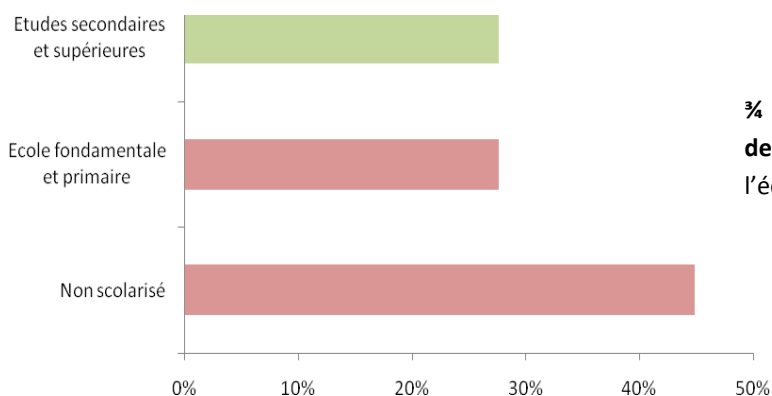
L'année moyenne d'arrivée en Europe est 2004, l'âge moyen est 32 ans. Ce qui signifie que l'âge moyen d'arrivée en Europe est 25 ans.



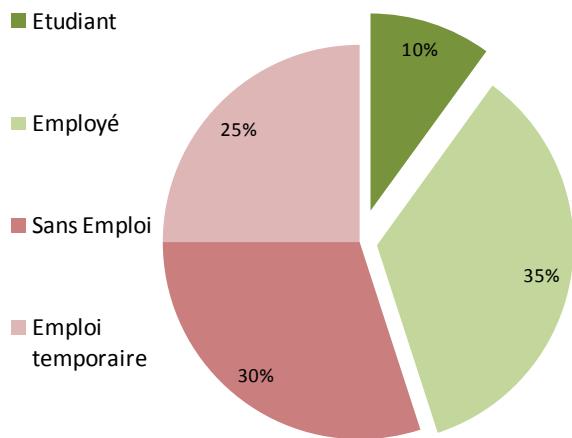
82 % des primo-arrivants disposent d'une carte de résident ou sont engagés dans une procédure d'obtention.

18% sont en situation irrégulière.

NB : aucun primo-arrivant résidant en France n'est en situation illégale, et si l'on ne considère que les primo-arrivants résidents en Espagne 30% sont en situation irrégulière.



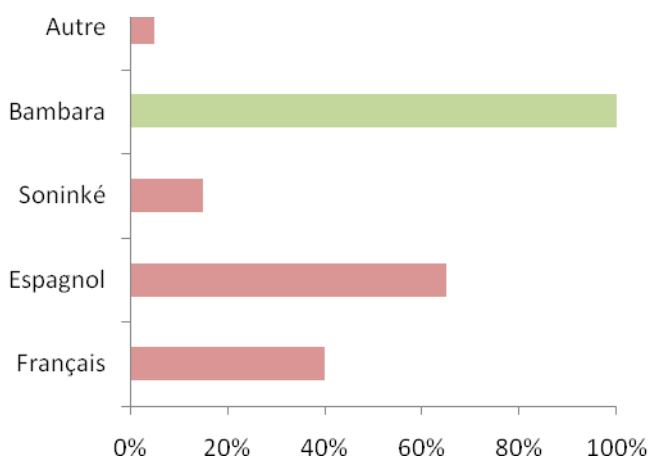
¾ des primo-arrivants ont un faible niveau de formation c'est-à-dire non scolarisé ou l'école fondamentale ou primaire.



35% des primo-arrivants ont un emploi stable.

Il est à noter qu'une grande part des primo-arrivants en Espagne, travaillent comme ouvrier agricole. Ce travail physiquement difficile nécessite un déplacement de région en région avec l'évolution des récoltes au cours de l'année.

De nombreux migrants sont venus en Espagne pour obtenir un titre de séjour et pouvoir bénéficier à terme du regroupement familial.



100 % des primo arrivants parlent le Bambara, bien plus parlé que le Soninké, ce qui traduit une évolution des nouvelles générations de migrants qui ne sont plus majoritairement soninkés.

De plus **100 % des parents des primo-arrivants sont au Mali**

PROFIL DES PRIMO-ARRIVANTS

Arrivée en 2004 en France ou en Espagne

Age moyen 32 ans

Non ou faiblement scolarisé

Nationalité malienne en situation irrégulière dans au moins 20% des cas

Employé de manière stable dans 35% des cas

Parlant le Bambara

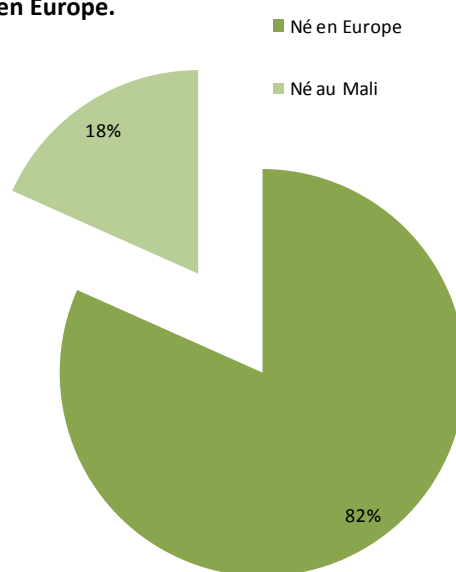
Avec ses parents vivant au Mali

4.1.2. CARACTERISTIQUE DES JEUNES DE 2^{ÈME} GENERATION

L'échantillon a concerné 111 jeunes de 2^{ème} génération, dont la totalité réside en France. En effet, parmi les enfants de migrants maliens nés en Espagne, aucun n'a atteint aujourd'hui l'âge de 18 ans. D'après les entretiens, les enfants de 2^{ème} génération en Espagne sont pour les plus vieux âgés de 10 ans, correspondant aux premières vagues d'immigration malienne en Espagne.

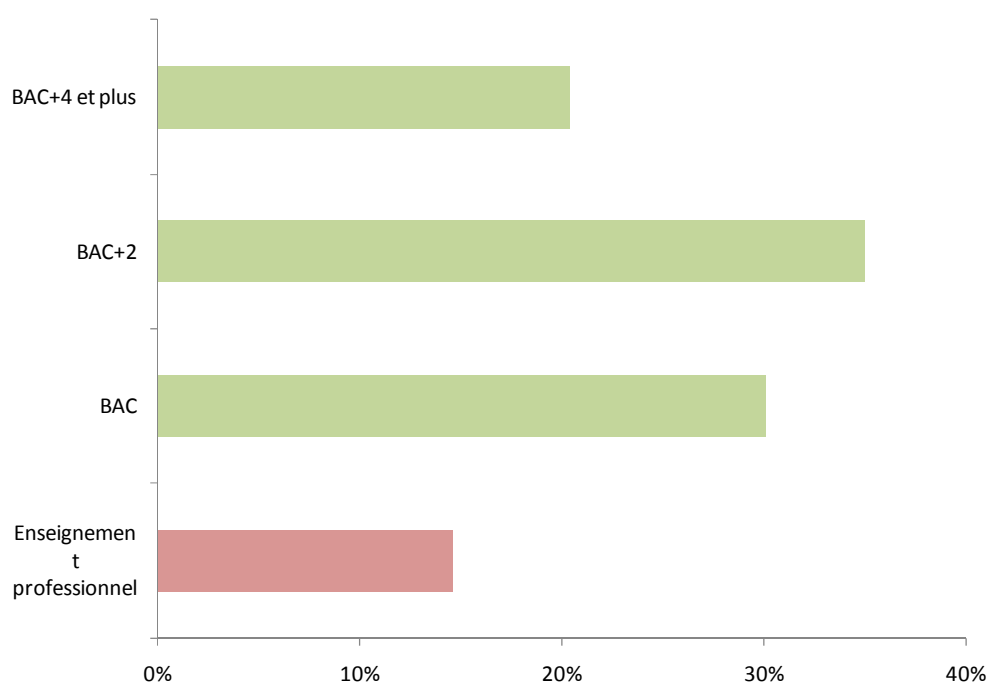
Comme énoncé dans le paragraphe 2.1.2. *Echantillon tourné vers les jeunes mieux insérés*, les résultats concernant le profil des jeunes de 2^{ème} génération ne sont pas représentatifs de l'ensemble des jeunes issus de la diaspora malienne. Ils présentent une part de jeunes volontaires et conscients de l'intérêt de ce genre d'enquête.

80% des jeunes de 2^{ème} génération sont nés en Europe.



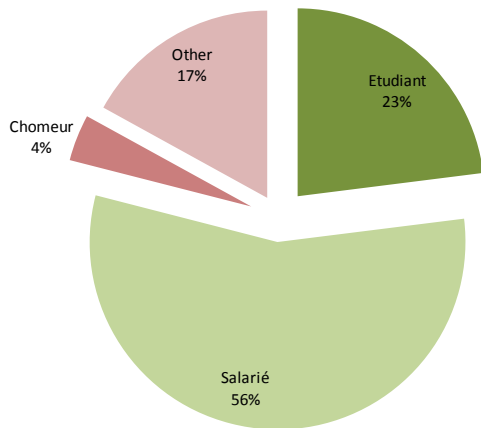
75% des jeunes de 2^{ème} génération sont de nationalité européenne

Ils constituent une réserve de compétences puisque 80% ont un niveau d'étude supérieur

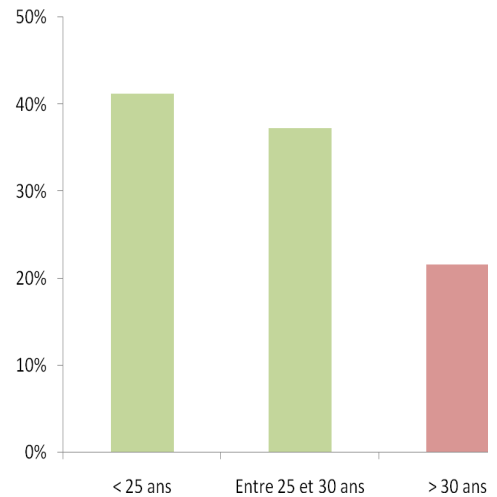


Les jeunes de 2^{ème} génération contrairement à leurs parents ont majoritairement la nationalité européenne. Si jusqu'aujourd'hui, les diasporas étrangères étaient au centre des politiques de Codéveloppement, les prochaines générations qui mettront en œuvre des actions de Codéveloppement seront des Européens. Ceci impactera sans doute fortement l'avenir des politiques Migration et Développement.

½ des jeunes de 2^{ème} génération est salarié, ¼ est étudiant



L'âge moyen des jeunes de 2^{ème} génération est de 26 ans 80 % ont moins de 30 ans



4.2. DEUX PROFILS TRES DISTINCTS

PROFIL DES 2^{ème} GENERATIONS

- Nés en Europe à 80%
- Age moyen 26 ans
- Bac + 2
- Nationalité européenne
- 50% de salariés 25% d'étudiants
- Parlent Français et Bambara
- Parents en Europe dans 80% des cas

PROFIL DES PRIMO-ARRIVANTS

- Arrivés en France ou en Espagne en 2004
- Age moyen 32 ans
- Non ou faiblement scolarisé
- Nationalité malienne en situation irrégulière dans au moins 20% des cas
- Employé de manière stable dans 35% des cas
- Parlent le Bambara
- Parents au Mali dans 100% des cas

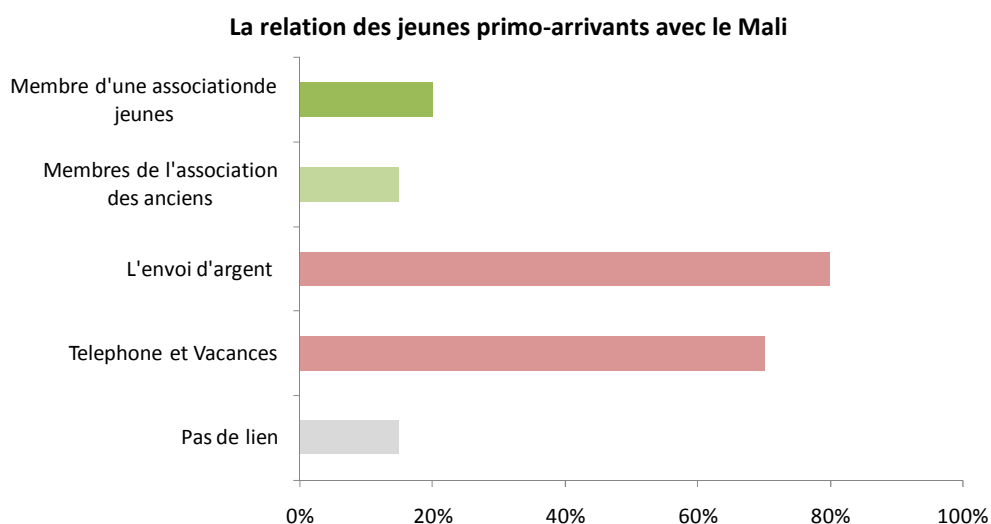
Deux profils très distincts apparaissent. Ils se distinguent par la stabilité de leur statut (nationalité européenne contre carte de séjour), par leur situation familiale (présence des parents), et par leur le niveau de formation et leur situation professionnelle.

Le profil 2^{ème} génération est uniquement présent en France.

Le profil primo-arrivant est présent en France et en Espagne.

En comparant, les primo-arrivants résidant en France avec les primo-arrivants résidant en Espagne on obtient des profils très semblables notamment concernant l'âge moyen, l'année moyenne d'arrivée en France... Le choix du pays de destination est lié à des opportunités statutaires (obtention d'une carte de séjour) et d'emploi. **Les primo-arrivants se déplacent d'un pays à l'autre au gré des opportunités administratives et économiques.** 2004, l'année moyenne d'arrivée des primo-arrivants en Espagne, correspond d'ailleurs à une mesure nationale de régularisation.

4.3. TYPOLOGIE DES RELATIONS DES JEUNES DE LA DIASPORA AVEC LE MALI

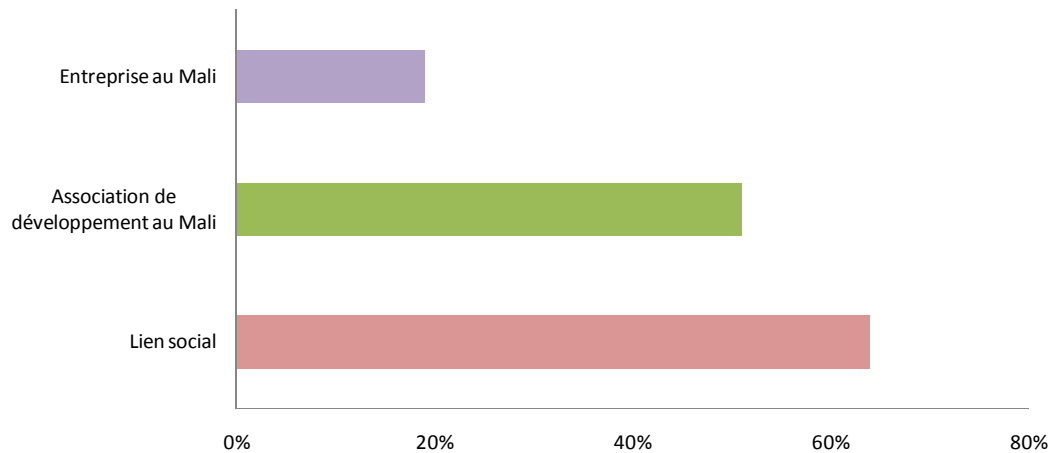


La relation des primo-arrivants avec le Mali est tournée à 75% vers le lien social (téléphone à la famille, vacances, envoi d'argent) Les difficultés statutaires, économiques et de logement rencontrés par les primo-arrivants expliquent sans doute le fait qu'ils ne s'investissent pas prioritairement sur des actions plus collectives (associations de développement).

Pour conforter cette hypothèse on remarque que les personnes qui estiment n'entretenir aucun lien avec le Mali sont ceux qui sont arrivés le plus récemment après 2009 et que tous ceux qui sont membres d'associations de développement sont arrivés avant 2004.

L'intégration ou l'insertion dans le pays d'accueil facilite pour les primo-arrivants l'implication dans le développement du pays d'origine, ce qui est un des fondements des politiques Migration et Développement.

La relation des jeunes de 2^{ème} génération avec le Mali



100 % des jeunes de 2^{ème} génération répondent « Oui » à la question « Avez-vous un lien avec le Mali ? »

64% développent un lien social avec le Mali

51% sont membres d'une association de développement

19% ont créé des entreprises

Qu'ils soient jeunes primo-arrivants ou jeunes de 2^{ème} génération, la majorité des jeunes de la diaspora ont un lien avec le Mali. Chez les jeunes de 2^{ème} génération, le lien social et familial est prépondérant, mais la part des activités associatives liée au développement du Mali est également très importante.

La signification des actions de développement au Mali pour les jeunes de 2^{ème} génération n'est pas uniquement liée à l'amélioration des conditions de vie des populations maliennes mais également lié à un cheminement plus personnel identitaire, social et professionnel. (Voir § 3.6 Une question de génération)

4.4. LES ACTIONS DE DEVELOPPEMENT

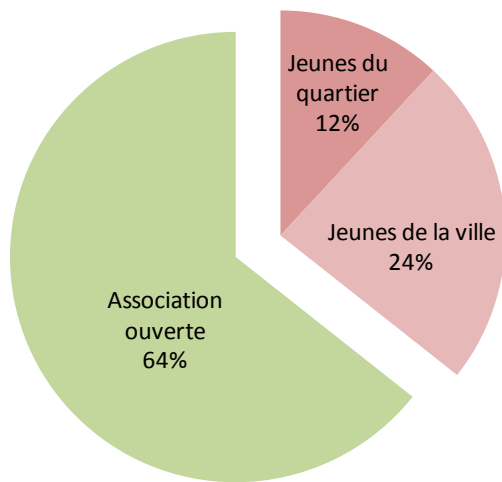
4.4.1. LES ASSOCIATIONS DES JEUNES DE LA DIASPORA

Ces associations (formelles) ont été créées en moyenne en 2002 et comptent en moyenne 150 membres.

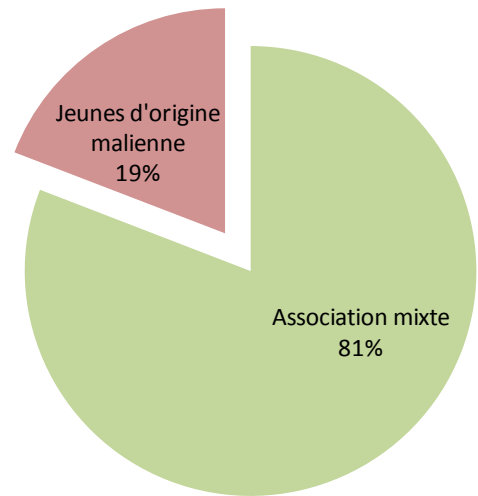
Si les anciens migrants se sont regroupés par rapport au lieu de vie au Mali, sous forme d'associations villageoises, la genèse des associations de jeunes de 2^{ème} génération est généralement le lieu de vie en France, le quartier ou la ville de résidence. Pour les primo-arrivants, le principe du regroupement des membres originaires d'un même village au Mali est toujours de mise.

Les associations de jeunes de 2^{ème} génération majoritaires dans notre échantillon (>90%) sont des associations ouvertes dont les membres sont de toute origine géographique, ethnique... Elles sont à 80% non liées au village d'origine de leurs parents.

Associations des jeunes de 2^{ème} génération et lieu de résidence des membres

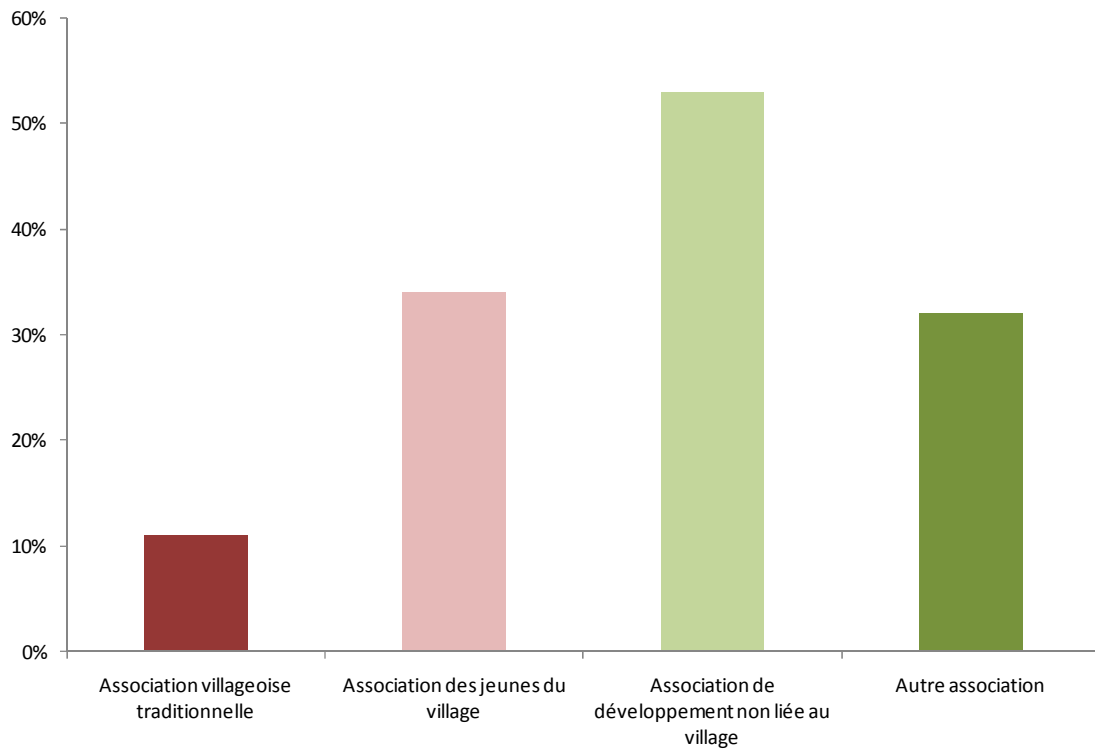


Associations de jeunes de 2^{ème} génération et origine des membres



80% des jeunes sont membres d'associations non liées au village d'origine de leurs parents. Leurs associations de développement n'interviennent pas uniquement au Mali mais également dans d'autres pays d'Afrique de l'Ouest, notamment le Sénégal, et parfois d'autres continents.

De plus c'est aussi à travers des associations citoyennes, culturelles ou sportives que les jeunes conduisent également des actions en direction du Mali.

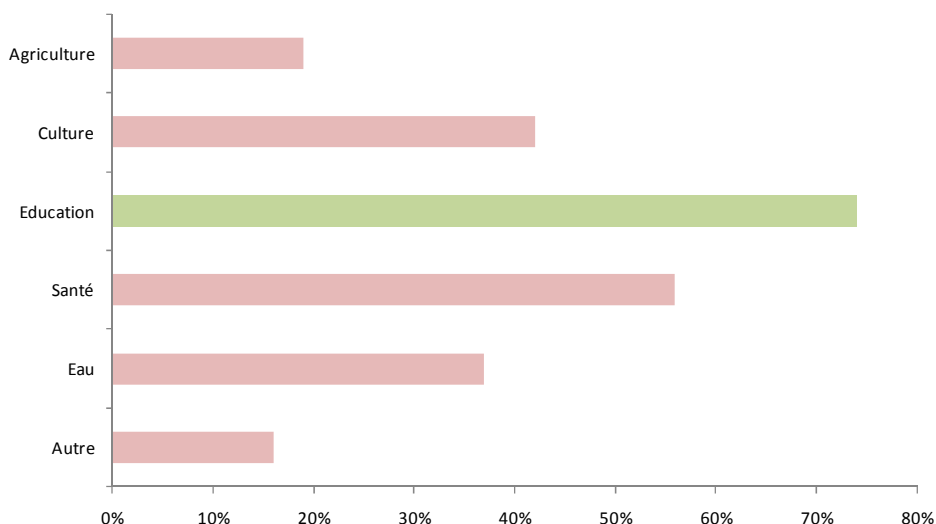


4.4.2. LES TYPES DE PROJETS

Le domaine d'intervention prioritaire est l'éducation. La moitié des projets sont réalisés en dehors du village d'origine des parents.

2/3 des projets nécessitent plus d'un voyage par an au Mali. 60% des projets sont créateurs d'emplois (dont 41% de 1 à 5 emplois créés et 18% plus de 5 emplois créés)

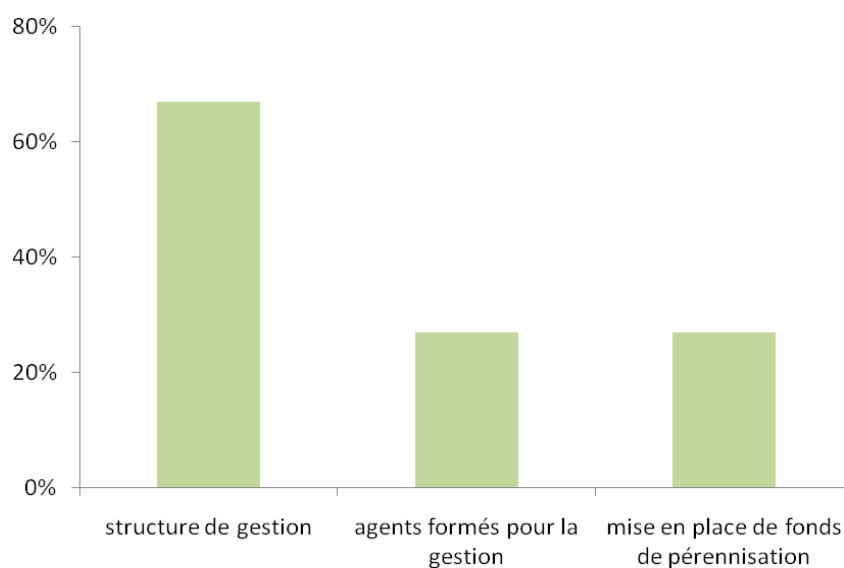
Le budget moyen des projets est 20 Millions de FCFA ce qui représente le budget type d'un projet de construction de 3 salles de classes équipées.



4.4.3. LE BILAN DES ACTIONS DE DEVELOPPEMENT

Nous avons utilisé un indicateur lié à la pérennité des projets c'est-à-dire à la présence ou non d'une structure de gestion, d'un agent de gestion du projet ou d'un fonds de pérennisation du projet.

2/3 des actions de développement sont pérennisées par des structures de gestion



4.4.4. LE POINT DE VUE DU TERRAIN

Suite aux visites de terrain effectuées voici quelques détails sur les facteurs de réussite et les limites des projets des jeunes.

4.4.4.1. LES FACTEURS DE REUSSITE DES PROJETS :

Le facteur le plus important est l'attachement des jeunes de la diaspora à leur communauté qui se traduit par des échanges et des voyages réguliers. Cette présence continue d'un partenaire du projet (Cf. fiche action : projet adduction d'eau de Mountan Soninké) est gage de réussite.

La complémentarité des partenaires financiers et techniques favorise également la réussite des projets (Cf. fiche action : projet de volontariat jeunesse avec la CONJEDEV)

Les types de projets généralement choisis : éducation, santé, hydraulique relèvent des domaines prioritaires actuels de l'Etat, des collectivités, et des populations. Plusieurs appuis complémentaires permettent d'assurer leur pérennité (prise en charge des enseignants, fournitures, agents de santé, suivi de gestion,...). Pour la santé et l'hydraulique des recettes sont générées et permettent d'assurer le fonctionnement des installations.

Rappelons que les trois domaines éducation, santé, hydraulique sont les premiers à avoir été transférés aux collectivités locales par l'Etat. Ils ont des standards de normes techniques et de gestion fixés par l'Etat : Association de Santé Communautaire (ASACO) pour la santé, Comité de Gestion Scolaire (CGS) pour l'éducation et l'Association d'Adduction d'Eau Potable (AAEP) pour les adductions d'eau.

Les choix des domaines d'intervention des jeunes de la diaspora répondent à une logique de priorité des populations bénéficiaires (éducation, santé, hydraulique) de visibilité (réalisations physiques, évènements) et de simplicité (standards existants, peu de projets complexes).

4.4.4.2. LES LIMITES DES PROJETS

Certaines actions sont très proches de l'humanitaire/urgence car issues d'un coup de cœur face à des difficultés spécifiques de la communauté bénéficiaire. Elles sont caractérisées par une faiblesse d'étude de faisabilité et surtout en termes de pertinence et de durabilité. Au bout de quelques mois ou années de fonctionnement, ces insuffisances sont relevées et leur durabilité est mise en mal.

Le sentiment de faire coûte que coûte quelque chose pour la communauté emporte généralement sur la pertinence, l'impact et la durabilité. Les investissements sont généralement de faibles montants et n'engagent pas beaucoup de partenaires. Le moulin des femmes de Kounda peut être cité comme exemple de ce cas de figure (Cf. fiche action : moulin à Kounda). Gardons nous cependant de généraliser, car ils permettent également d'identifier des actions futures de plus grande envergure. C'est le cas de Kounda, où dans le même village et avec la même association partenaire un projet de grande envergure est réalisé (eau potable et irrigation) en étant mieux préparé avec des études de faisabilité plus fouillées.

4.4.4.3. COMPLEMENTARITE DES GENERATIONS

Nous avons vu des cas d'excellentes complémentarités entre générations pourvu que les rôles soient bien définis et attribués en fonction des capacités de chacun. C'est le cas des projets du village de Mountan et du centre d'accueil de l'association Guidimaka Danka Mali à Kayes n'di (Cf. fiche action solidarité Kayes). Dans ces cas, les jeunes se sont bien investis dans la mobilisation des partenaires techniques et financiers tandis que les anciens ont bien assuré la mobilisation des ressources internes (financières et physiques) auprès des ressortissants et des populations du village.

4.5. LES ENTREPRISES DES JEUNES DE LA DIASPORA

Les acteurs économiques et institutionnels maliens ont confirmé lors des entretiens individuels une émergence des jeunes de la diaspora dans la création d'entreprise au Mali.

Même auprès de jeunes très proches de nos partenaires associatifs au sein de la jeunesse de la diaspora malienne (Association Esprit d'Ebène, Association Deuxième Génération...) il a été très difficile d'obtenir des données chiffrées sur les résultats économiques des entreprises.

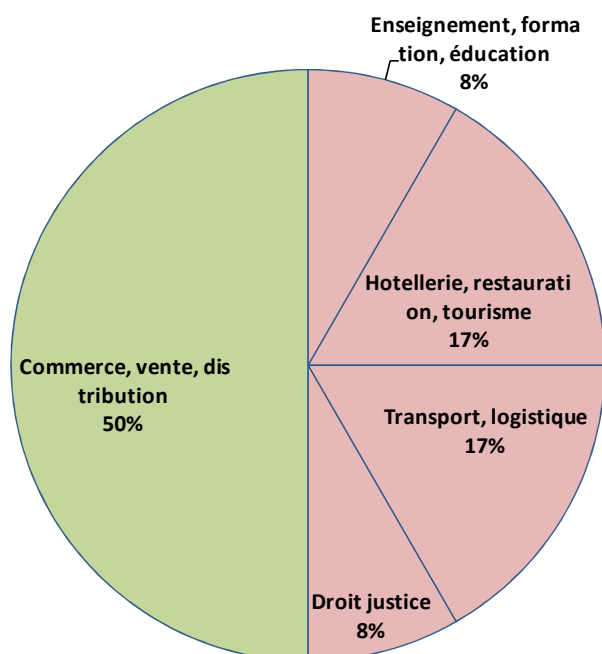
4.5.1. LES CARACTERISTIQUES DES ENTREPRISES

1/3 des entreprises n'ont pas de statut formel. Lorsqu'elles sont immatriculées, elles le sont en France dans 60% des cas. Le pays d'immatriculation est choisi pour l'image vis-à-vis du client (50% des cas) et les facilités administratives (40% des cas). Les jeunes valorisent ici l'image positive des entreprises françaises sur le marché économique malien.

83% des entreprises des jeunes ont leurs activités au Mali. 64% des entreprises ont leurs activités sur les deux espaces en France et au Mali. Le Mali est choisi pour ses opportunités de développement (dans 85% des cas) et pour la taille de son marché (dans 77% des cas).

Le choix d'entreprendre est lié à « une bonne idée » dans 77% des cas, à la volonté d'être son propre patron dans 62% des cas.

Le choix du domaine d'activité de l'entreprise est lié aux activités en France dans 77% des cas, à un voyage au Mali dans 31% des cas.



50 % des entreprises créées dans le domaine du commerce et 50 % dans le domaine des services.

La répartition 50% commerce et 50% services montre l'absence des jeunes dans la production et l'industrie, deux secteurs gros consommateurs de capitaux. Ils exigent en plus des investissements lourds, un engagement soutenu et durable avec un besoin en ressources humaines important. Nous comprenons aisément ainsi qu'ils ne soient pas investis par les jeunes dont les sources de financement sont majoritairement personnelles (fonds propres ou prêts personnels). Aussi, le manque de confiance dans l'environnement global des affaires au Mali impose des immobilisations légères et/ou facilement délocalisables.

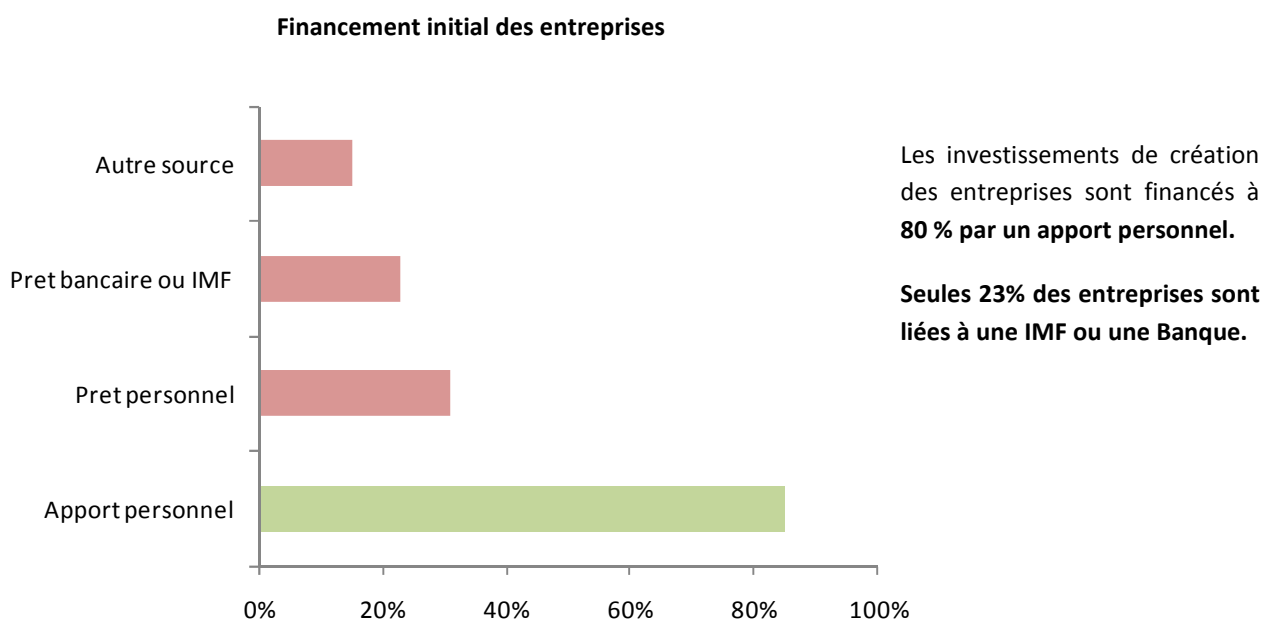
La non formalisation d'1/3 des entreprises tient en partie à la non confiance en l'administration malienne et en l'environnement global des

affaires.

D'après les jeunes entrepreneurs, leur double-culture s'exprime dans la rapidité (64% des cas) et dans la rigueur (45% des cas) avec laquelle ils conduisent leurs affaires. Dans 70% des cas ils estiment n'avoir pas une habitude suffisante des pratiques maliennes en affaire.

Seuls 23% des jeunes réussissent à mobiliser une ressource humaine qualifiée, et 23% estiment que la gestion de leur entreprise à distance est possible avec un bon relais sur place.

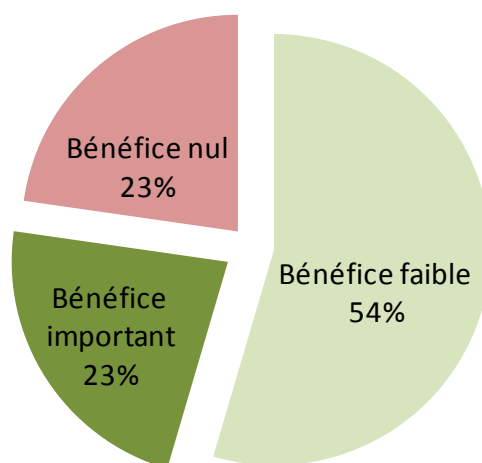
4.5.2. FINANCEMENT TRESORERIE ET BENEFICE



La problématique est identique, pour les besoins de trésorerie, couverts soit par de l'argent personnel soit par de l'autofinancement.

La connexion des entreprises avec le système bancaire est faible. Les banques françaises refusant de s'impliquer sur des territoires qu'elles connaissent peu, les banques maliennes peu informées du potentiel des jeunes entrepreneurs de la diaspora

3/4 des entreprises ont un bénéfice faible ou nul. Ce résultat doit être mis en perspective avec l'âge des entreprises créées en moyenne en 2009, soit avec moins de deux ans d'existence.



4.5.3. LE POINT DE VUE DU TERRAIN

Le climat général dans les relations d'affaires entre jeunes de la diaspora et résidents maliens n'est pas très sain. Les premiers doutent tandis que les derniers se disent frustrés par ce manque de confiance.

Historiquement, il faut rappeler que plusieurs migrants de générations antérieures ont été victimes des cas d'arnaques dans des projets d'entreprises ou de construction immobilière soit de la part d'agents de l'Etat, soit des partenaires ou soit de la famille.

L'idée reçue qui consiste à penser que les ressortissants maliens à l'étranger « ont beaucoup d'argent » amplifie cette tendance de nombreuses personnes à vouloir leur soutirer malhonnêtement de l'argent. Il n'en demeure pas moins que l'environnement « peu sain » des affaires est une réalité quotidienne qui touche tous les investisseurs au Mali qu'ils soient de l'intérieur ou de l'étranger ou tout simplement étrangers. Les actes généralement évoqués sont : surfacturation, taxes exorbitantes, bilans masqués, harcèlement fiscal, blocage « intéressé » des documents administratifs,...

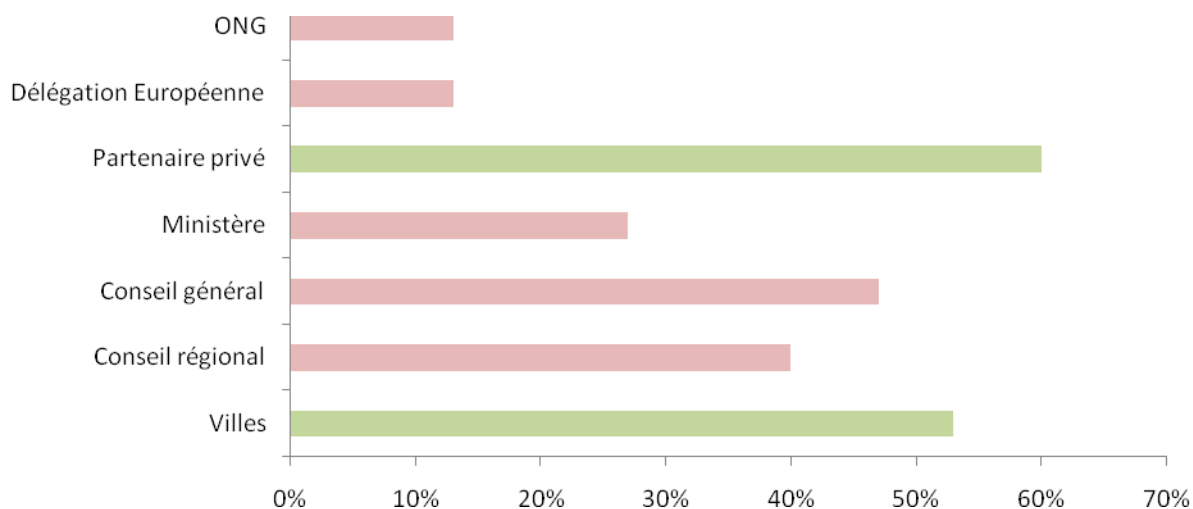
Le cas le plus récent ayant défrayé la chronique est l'affaire Samassa (résident) contre Konaté (diaspora) (Cf. annexe...). En exemple, nous avons le cas de M. Dioumanera (Fiches unité glace) qui a payé 60% de la valeur de ses équipements en frais de douane.

Enfin, une majorité des jeunes qui s'investissent dans l'entreprise a peu d'informations sur les différentes opportunités dont leur activité peut bénéficier et sur les voies de recours légales en cas de litige. (Cf. Fiche superette Bam's et Labo Dream).

4.6. LES PARTENAIRES DES JEUNES DE LA DIASPORA

Même si 1 jeune sur 2 estime que les institutions ne sont pas proches d'eux, ils ont comme leurs aînés une forte capacité de mobilisation des :

- Partenaires privés dans 60% des cas
- Villes et collectivités locales dans 53% des cas.



Les représentants de collectivités rencontrés pendant l'étude (Montreuil, Gentilly, Aubervilliers, Ivry, Paris, Conseil Régional Ile de France) confirment ces résultats, d'une part parce que les villes disposent de dispositifs d'appui financiers accessibles aux jeunes pour leurs projets, d'autres parts parce qu'ils encouragent les projets des jeunes au sein de leur coopération décentralisée.

On notera le faible niveau de partenariat avec les ONG et la commission ou délégations européennes. Plusieurs jeunes ont fait référence à la complexité des dossiers administratifs européens.

La moitié des contacts institutionnels concernent des demandes de financement et des autorisations administratives.

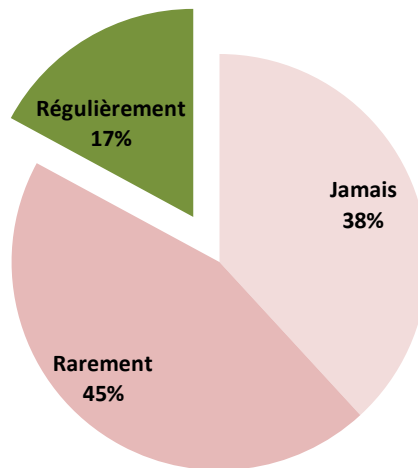
Seuls 26% des jeunes affirment connaître des dispositifs d'appui financier à leurs projets au Mali.

4.7. L'ETAT MALIEN ET L'ENVIRONNEMENT NATIONAL

Les jeunes ont une certaine méconnaissance des termes de la décentralisation au Mali tout en insérant leurs projets dans les priorités nationales :

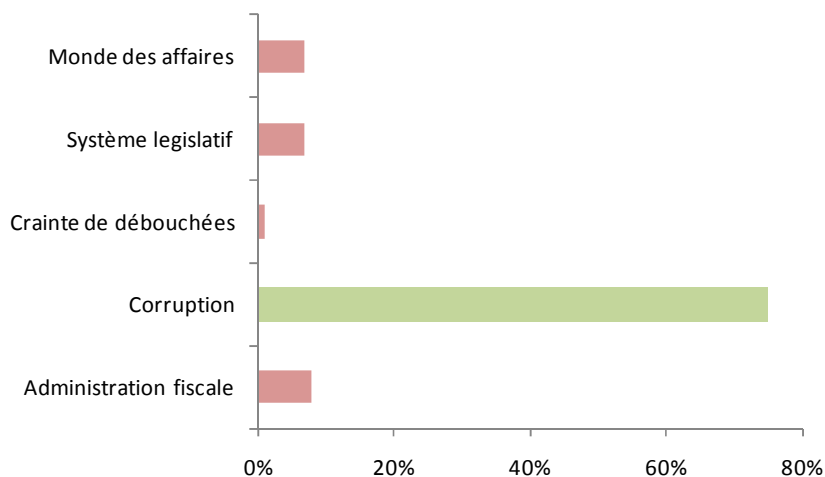
- 80% des projets ont un lien avec les priorités nationales
- 65% des jeunes ne connaissent pas le PDSEC
- 60 % des projets ont été l'occasion d'une délibération en Conseil Communal

La régularité des contacts avec les autorités maliennes



Seuls 17% des jeunes ont des contacts réguliers avec les autorités maliennes et pourtant 80 % pensent que ces contacts sont **indispensables à la réussite des projets**.

Les craintes des jeunes par rapport à l'environnement malien



75% des jeunes craignent les problèmes de corruption liés à l'environnement malien.

Comme évoqué dans la partie sur les entreprises des jeunes de la diaspora (§ 3.4), l'image de l'environnement malien même s'il est perçu comme une opportunité, dispose d'une image négative. Les réponses ouvertes concernant les attentes des jeunes vis-à-vis des autorités maliennes concernent la transparence, la communication, l'écoute...

Mieux communiquer sur les dispositifs nationaux, valoriser l'image des institutions maliennes auprès des jeunes mais également mieux informer les institutions maliennes du potentiel des jeunes de la diaspora constituera un axe important des recommandations et des perspectives d'action de cette étude.

4.8. LA RELATION AVEC LES ANCIENNES GENERATIONS

La relation entre les jeunes de la diaspora et la génération de leurs parents est complexe. Les jeunes plébiscitent l'action conduite par leurs parents, sans pour autant souhaiter l'intégrer ou la poursuivre à l'identique. Ils savent par contre s'approprier certains outils mis en place par leurs parents pour une meilleure gestion du double-espace.

4.8.1. LES JEUNES SOUHAITENT INTERVENIR DIFFEREMMENT

Seuls 20% des jeunes sont membres d'associations d'anciens, pourtant 75% d'entre eux trouvent utiles les actions conduites par ses associations. Seuls 15% d'entre eux participent régulièrement aux réunions des associations de leurs parents.

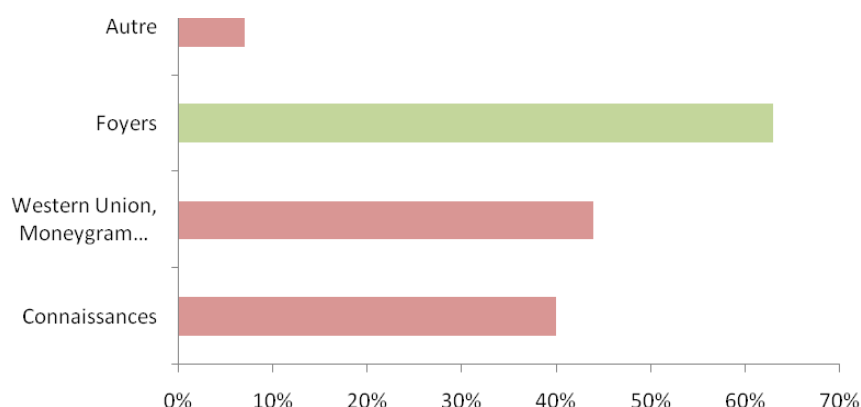
Les jeunes reconnaissent l'utilité de l'action associative de leurs parents pour le Mali mais ne souhaitent pas la reproduire.

La disparition de l'organisation associative villageoise mise en place par la première génération de la diaspora est un sujet d'inquiétude des bénéficiaires, des associations villageoises partenaires au Mali, des institutions maliennes.

Dans l'objectif de valoriser les apports de la diaspora, les acteurs de développement doivent comprendre les nouvelles ambitions des jeunes de la diaspora qu'il sera vain de contraindre à reproduire les pratiques de leurs parents.

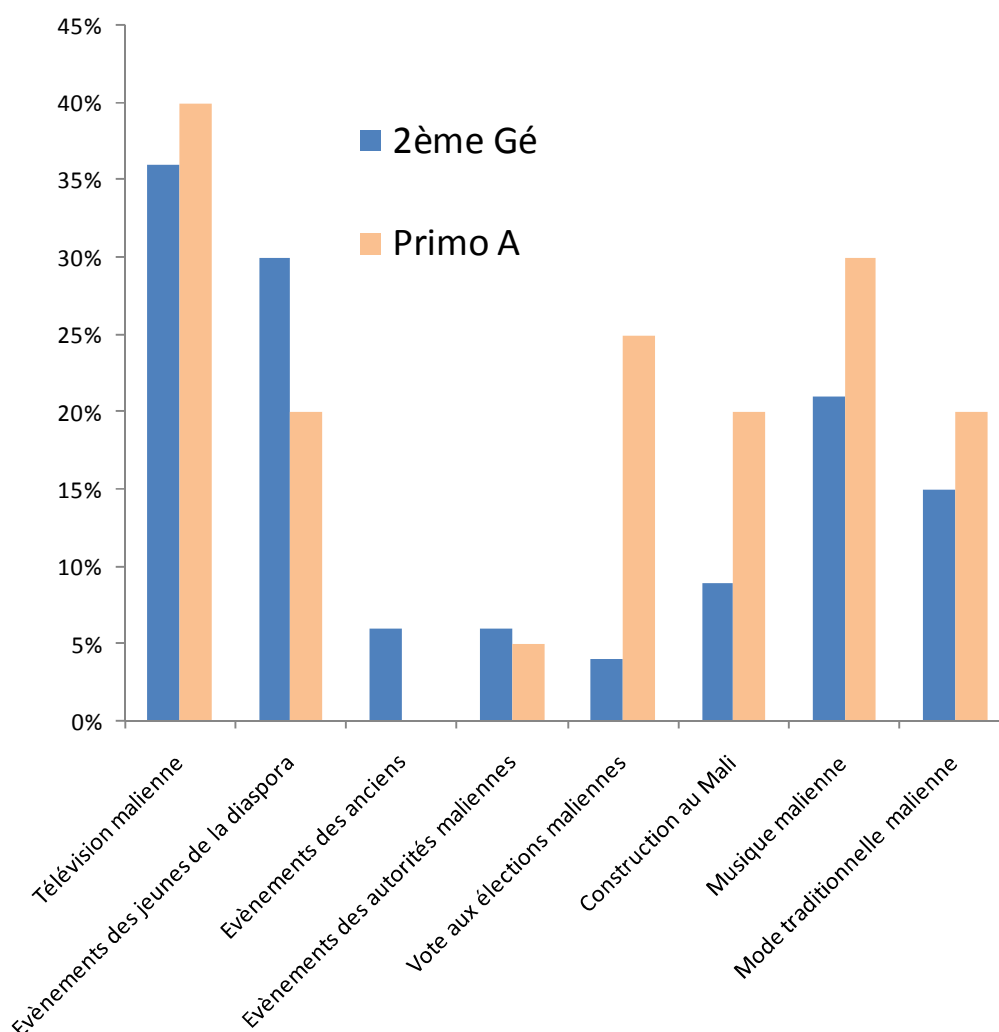
4.8.2. CERTAINES PRATIQUES SONT MAINTENUES

Les modalités de transfert d'argent au Mali



Si les jeunes souhaitent se démarquer dans le fonctionnement associatif, ils maintiennent certaines pratiques de leurs parents. Il s'agit notamment du système performant de transfert de fonds mis en place dans les foyers de résidents de travailleurs immigrés. **63 % des jeunes utilisent ce système informel pour envoyer de l'argent au Mali.**

Le lien citoyen avec le Mali



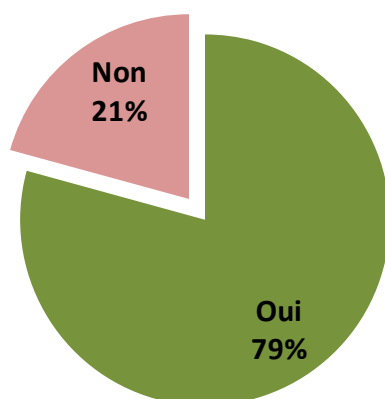
Comme pour les anciennes générations, **la télévision malienne** est le premier lien avec le pays des jeunes de la diaspora. Les émissions de l'ORTM et Africâble sont suivies en direct par satellite ou via les sites Maliweb, Malikounda, Bamananet ou Mali football.

La distinction est très nette concernant **le vote aux élections maliennes** puisque ¼ des primo-arrivants votent. Cette proportion devrait évoluer dans le cadre du RAVEC (recensement administratif à vocation d'état civil).

L'investissement immobilier est également une constante d'une génération à l'autre. Le ratio de 10 à 20% entre les jeunes de 2^{ème} génération et les primo-arrivants est quasi le même pour les anciennes générations.

Les évènements organisés par les jeunes de la diaspora (Miss Mali, Mali Talents...) sont également un point de ralliement des jeunes de la diaspora.

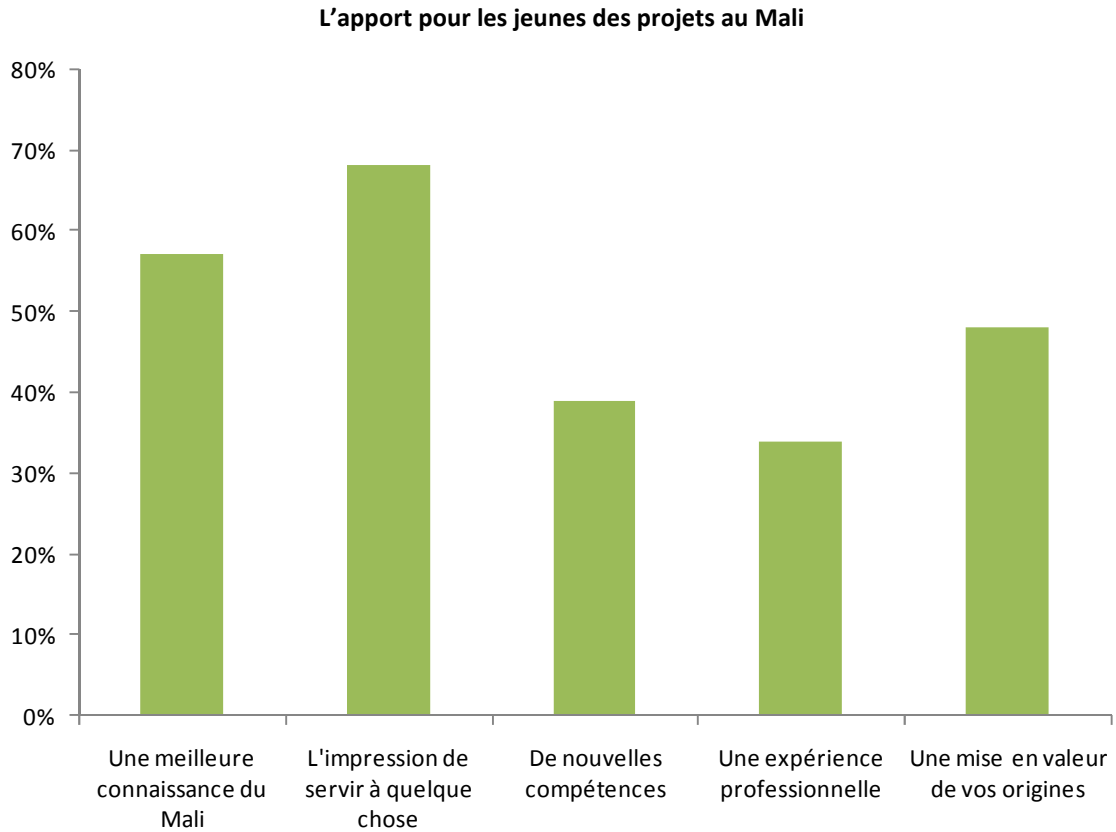
Envisagez-vous un jour de vous installer au Mali ?



Le mythe du retour s'est également transmis d'une génération à l'autre, comme leurs parents, les jeunes de la diaspora souhaitent s'installer au Mali.

Ce résultat peut prêter à polémique, mais il trouve écho dans le milieu sportif ou de plus en plus de jeunes de la diaspora décident volontairement de rejoindre l'équipe nationale du Mali et d'exprimer ainsi leur double appartenance. Dans le Hand Ball avec Fenda Diarra, ou dans le Football avec Momo Sissoko, les jeunes de la diaspora représentent le Mali sur la scène internationale.

4.9. LA PLUS-VALUE POUR LES JEUNES DE LA DIASPORA



Au-delà de la réussite des projets au Mali, de l'apport pour les populations locales et les bénéficiaires, la plus-value des projets des jeunes de la diaspora est d'abord personnelle et identitaire.

Dans plus de 50% des cas, les projets apportent aux jeunes l'impression de servir à quelque chose, et une meilleure connaissance du Mali.

Dans plus d'1/3 des cas, la plus-value est professionnelle avec l'apport de nouvelles compétences et une expérience professionnelle.

Dans ce sens, **60% des jeunes inscrivent les actions réalisées en direction du Mali dans leur curriculum vitae** en tant qu'expérience professionnelle à part entière.

4.10. LE RENOUVELLEMENT DES GENERATIONS

Nombre de projets réalisés par période et par tranche d'âge



Pour les projets réalisés depuis 2007, la tranche d'âge la plus impliquée est < 25 ans. La tranche d'âge 25-30 ans est également impliquée mais plus faiblement. La tranche d'âge > 30 ans est très peu représentée.

Pour les projets réalisés depuis 2001, la tranche d'âge 25-30 ans est la plus impliquée, et la tranche d'âge < 25 ans est peu représentée.

20 à 30 ans est la période la plus active dans les actions de développement en direction du Mali. Au-delà de 30 ans, les obligations professionnelles et souvent familiales (mariages, enfants) entraînent un désengagement progressif de l'action associative bénévole en direction du Mali.

Ceci entraîne un « turn-over » rapide. Tous les dix ans une génération de jeunes de la diaspora laisse place à une autre. C'est sans doute l'une des caractéristiques les plus surprenante de leur action, et surtout au regard de leurs parents qui sont parfois restés mobilisés 40 ans durant dans des associations villageoises.

Ce renouvellement rapide nécessite un travail de capitalisation d'autant plus efficace. Durant nos entretiens les jeunes de 20 ans dénoncent le fait de ne pas avoir d'informations sur les actions menées par leurs aînés de 30 ans qui eux-mêmes font ce reproche à leurs parents.

Le fort taux de participation des jeunes de la diaspora à des actions de développement (50%) concentrées sur la tranche d'âge 20 – 30 ans, ainsi que la plus-value concernant la construction identitaire et professionnelle font de ces actions associatives en direction du Mali un élément de passage à l'âge adulte pour ces jeunes.

Le parallèle est aisé avec la génération précédente pour laquelle le départ en migration était assimilé à une épreuve de passage à l'âge adulte.

Le lien avec le Mali peut être considéré comme un élément constitutif de manière individuelle et professionnelle des jeunes de la diaspora.

5. PERSPECTIVES

Les perspectives résultent des questionnaires et des entretiens réalisés avec les jeunes et leurs partenaires au Mali et en Europe.

Ces recommandations concernent le Mali dans un travail interministériel tant les domaines concernés sont variés (domaines techniques, décentralisation, secteur privé, emploi, formation professionnelle, jeunesse et sport, migration) mais concernent également l'Europe à travers les collectivités et les politiques de la ville, de l'insertion socioprofessionnelle et du Codéveloppement.

Nous avons porté un intérêt particulier aux actions liées aux politiques maliennes en matière de migrations et développement et de jeunesse et sport, en particulier celle de l'Initiative Nationale pour le Développement de la Jeunesse (INDJ 2011 – 2015)². Ces propositions s'articulent autour de 5 axes principaux.

1. Les actions visant à valoriser l'apport des jeunes de la diaspora dans le développement du Mali sont des actions impliquant par nature le double-espace européen et malien. Ceci nécessite la mise en œuvre d'outils de communication et d'information d'autant plus importants que l'étude a laissé apparaître de nombreux déficits. L'information et la communication sont le 1^{er} axe de travail.
2. La typologie des jeunes de la diaspora fait ressortir le niveau de compétences élevé des jeunes de 2^{ème} génération liés au Mali. 80% d'entre eux ont le niveau Bac. Les biographies permettent également de mesurer la diversité de leurs parcours et de leurs compétences. De plus les jeunes envisagent leurs actions en direction du Mali comme des expériences valorisantes et valorisables professionnellement. L'ensemble de ces constats aboutissent au 2^{ème} axe de travail : la valorisation des compétences.
3. Contrairement à leurs parents, les jeunes de la diaspora interviennent dans des actions en direction du Mali (au delà du lien social et du soutien familial) pendant une période réduite de leur existence (de 20 à 30 ans voir § 3.9). Cette période charnière est une période de disponibilité, de formation, de recherche et de construction identitaire. Le renouvellement rapide tous les 10 ans des générations d'acteurs nécessitera sans doute un outil de capitalisation et d'échange d'expérience piloté par les autorités maliennes : le 3^{ème} axe de travail.
4. Les jeunes de la diaspora sont de plus en plus nombreux à investir le secteur privé. Ils considèrent le Mali comme un pays d'opportunités, ils ont des idées mais sont encore très méfiants vis-à-vis de l'environnement économique malien et ont la perception d'une généralisation des pratiques de corruption. Rassurer les jeunes investisseurs pour les attirer sur le marché malien, informer des dispositifs d'appui et des opportunités d'affaires, communiquer sur les réussites exemplaires de jeunes de la diaspora, encourager le secteur privé de la diaspora est le 4^{ème} axe de propositions.
5. La représentation des jeunes de la diaspora progresse à travers les instances de la diaspora et les instances de la jeunesse. Cependant les structures fédératives mises en place directement par les jeunes de la diaspora ont connu jusqu'à maintenant trop de difficultés statutaires ou de gouvernance. Appuyer la structuration des jeunes de la diaspora est le 5^{ème} axe de proposition.

Au-delà de ces propositions opérationnelles, les liens sociaux (envoi d'argent, communications téléphoniques) sont généralement des choix personnels en fonction des réalités de chaque famille. Dans ses conditions, une intervention extérieure à peu d'intérêt à moins qu'elle ne porte sur l'amélioration des conditions (coût, sécurité, rapidité,...) de transfert des fonds et cadeaux en nature et la fluidité des liaisons téléphoniques.

² La politique nationale migratoire étant en cours d'élaboration.

Un autre type de lien social est celui des colonies de vacances. Les autorités et leurs partenaires souhaitent encourager ces actions pour les enfants dont les impacts au-delà de l'immersion sociale et la découverte peuvent aller à l'initiation d'action de développement. Il s'agit là d'un investissement à moyen ou long terme pour consolider le lien entre les jeunes futurs leaders et investisseurs et le Mali³. A l'évidence des activités événementielles comme les biennales, les tournois sportifs et bien d'autres activités de jeunesse doivent accorder une place de choix aux maliens de la diaspora dans l'objectif de maintenir ce lien de générations en générations.

Il s'agit également d'éviter de trop discriminer même « positivement » ce public au risque d'engendrer des sentiments à leur encontre par les jeunes maliens et donc de chercher au maximum à les inclure dans les dispositifs maliens de droit commun.

5.1. COMMUNICATION ET INFORMATION

5.1.1. LES CIBLES ET LE CONTENU

Les cibles des actions de communication et d'information doivent être doubles :

1. Les jeunes de la diaspora qui ont une image négative des institutions maliennes, des pratiques de l'environnement des affaires, et une mauvaise connaissance des dispositifs de droit commun.
2. Les institutions maliennes et les acteurs de la société civile qui n'ont pas une vision suffisamment précise du potentiel que représentent les jeunes de la diaspora pour le Mali.

La première étape d'une campagne de communication peut être la diffusion des résultats de cette étude. A travers des réunions de restitution, la diffusion d'une plaquette de synthèse des résultats de l'étude, la production de petits films vidéo retraçant le parcours de jeunes de la diaspora, et bien entendu le Web, il s'agit de construire un support de connaissance commune quand aux actions des jeunes de la diaspora en direction du Mali.

Les résultats de l'étude constituent un diagnostic préalable, un état des lieux, qui si il est compris et validé par l'ensemble des acteurs, permettra d'adapter ou de construire de nouveaux dispositifs. Ces résultats devront être largement diffusés au sein des institutions maliennes, dans les médias classiques et sur le Web.

Concernant l'image des institutions maliennes, une politique volontariste doit être menée en direction des jeunes de la diaspora par l'Etat malien. Ceci passera par les représentations consulaires en France et en Espagne et par le Ministère de la Jeunesse et des Sports, qui devront mettre en place les outils nécessaires pour informer les jeunes de la diaspora sur les dispositifs de droit commun auxquels ils ont accès.

5.1.2. LES MEDIAS

Les résultats des enquêtes et des entretiens sont clairs sur les médias à utiliser pour informer les jeunes. Le Web est le média, sans doute le plus efficace, avec la mise en place possible d'un site internet dédié aux jeunes de la diaspora.

³ La décision d'entreprendre au Mali est née d'un voyage au pays pour 31% des jeunes investisseurs interrogés

Des messages peuvent être diffusés et des partenariats peuvent être mis en œuvre avec des chaînes de télévision nationale ORTM et Africâble. Enfin la présence des institutions maliennes durant les événements organisés par les jeunes de la diaspora du type Festivité d'indépendance du Mali ; soirée culturelle, Miss Mali, Mali Talents sont également un vecteur d'information.

5.2. VALORISATION DES COMPETENCES

Deux résultats complémentaires viennent confirmer la nécessité de développer les dispositifs de valorisation de compétences des jeunes de la diaspora pour le Mali. 80% des jeunes enquêtés ont un niveau de formation supérieur et seuls 23% réussissent à mobiliser des ressources humaines qualifiées dans le cadre de leurs activités économiques.

Les jeunes constituent un vivier de compétences. Ils sont disposés notamment dans le cadre de leurs premières expériences professionnelles à mettre à disposition du Mali leur savoir-faire et leur connaissance des deux espaces.

Trois types d'action peuvent permettre de mieux valoriser les compétences des jeunes :

1. Les dispositifs existants

L'adaptation de dispositifs existants, comme le TOKTEN ou les bourses emplois de l'APEJ (Agence pour la Promotion de l'Emploi des Jeunes) peut permettre l'accueil de jeunes de la diaspora durant des séjours professionnels courts dans des entreprises privées ou des services publics.

2. La mise en place d'un outil spécifique.

Un outil spécifique devrait permettre de construire une base de données des compétences professionnelles de la jeunesse malienne ayant un intérêt pour le Mali. Il s'agirait ensuite de communiquer sur cette base (lancement officiel, présentation aux milieux professionnels privés et publics) pour la rendre accessible à tous via le web. Les bourses d'emploi et de formation organisées par le ministère de l'emploi et de la formation professionnelle à travers ses structures comme l'ANPE, l'APEJ, le FAFPA,... pourront servir de cadre opérationnel.

L'expérience conduite au Sénégal dans le cadre du PAISD (Programme d'Appui aux Initiatives de Solidarité pour le Développement) qui rencontre un certain succès pourrait servir de modèle.

The screenshot shows the website interface for the 'PROGRAMME D'APPUI AUX INITIATIVES DE SOLIDARITE POUR LE DEVELOPPEMENT'. At the top, there is a navigation bar with 'Plan du site | Contact | FAQ'. The main header features a large image of a water tower and a group of people working in a field, with the program title overlaid. A menu on the left lists categories: 'Accueil', 'Espace Volontaire', 'Accompagnement des projets d'investissement privé', 'Mobilisation de l'expertise de la diaspora', and 'Appui au développement local des régions d'origine'. The 'Expert candidat' section is active, displaying a call to action for Senegalese experts in France, a description of the program's mission, and a list of benefits for participants.

Plan du site | Contact | FAQ

PROGRAMME D'APPUI AUX INITIATIVES DE SOLIDARITE POUR LE DEVELOPPEMENT

- Migration et développement
- Principes d'intervention
- Ressources
- Equipe technique
- Présentation du Programme

Accueil

Espace Volontaire

Accompagnement des projets d'investissement privé

- Soumettre un projet
- Actions réalisées
- Actualités

Mobilisation de l'expertise de la diaspora

- Expert candidat
- Structures d'accueil
- Missions réalisées
- Actualités

Appui au développement local des régions d'origine

Expert candidat

[Accueil > Mobilisation de l'expertise de la diaspora](#)

Vous êtes expert sénégalais établis en France disposant d'une haute qualification et d'une expérience professionnelle avérée.

Vous souhaitez mettre à disposition votre expertise auprès des structures du secteur public et privé du Sénégal.

Le Programme d'Appui aux Initiatives de Solidarité pour le Développement vous propose de vous mobiliser pour réaliser une mission d'expertise au Sénégal sur une courte période (de une à quatre semaine selon la mission). Pour cela le Programme d'Appui aux Initiatives de Solidarité pour le Développement assure :

- L'acheminement de l'expert entre la France et le Sénégal
- La prise en charge de la couverture santé de l'expert durant la mission
- Le versement d'une indemnité journalière forfaitaire dégressive en fonction de la durée de la mission.

3. La sélection d'un domaine d'activité

La sélection d'un domaine d'activité particulier par exemple le domaine de la santé, pourrait constituer une première étape, avant élargissement, d'un dispositif de valorisation des compétences. Il s'agirait d'identifier l'ensemble des compétences disponibles en Europe et les besoins au Mali dans le domaine concerné et de mettre ne place les outils spécifiques pour la valorisation des compétences pour toute la filière (Infirmières, médecins, administrateurs de systèmes hospitaliers...) ou pour un niveau de formation donné (ex : BAC+2 dans le domaine de la santé)

5.3. ECHANGES D'EXPERIENCES ET LIEN AVEC LES COLLECTIVITES LOCALES

Le faible niveau d'informations sur les actions menées par l'ancienne génération allié au renouvellement rapide des jeunes générations de la diaspora nécessite une meilleure capitalisation d'expérience.

Un travail de recensement des projets (titre, coût, plan de financement, lieu, objectifs, résultats, impacts, public cible, contact,...) pourra renseigner l'ensemble des acteurs du développement ayant des intérêts pour le

territoire concerné. Les collectivités territoriales au niveau cercle et région pourraient abriter une telle base de données et doivent être pleinement responsabilisées depuis le niveau commune dans le recensement.

Cette implication des élus permettra aussi de mieux renseigner les collectivités sur ce que fait la diaspora. Pour chaque cercle ou région, on disposera ainsi de moyens pour suivre l'évolution intergénérationnelle des interventions.

Les résultats de cet exercice pourraient être communiqués lors de journées (1 fois par an) et au niveau de chaque cercle et/ou région qu'on pourrait appeler « Journées de la diaspora ». On aura ainsi créé l'occasion d'informer et de sensibiliser en même temps un grand nombre d'acteurs sur la problématique développement migrations, et de mesurer avec les acteurs les évolutions et les bonnes pratiques. Ce type d'outil est une demande concrète des jeunes qui interviennent dans des projets de développement au Mali et de moins en moins dans le village d'origine de leurs parents.

Le ministère des maliens de l'extérieur et de l'intégration africaine pourrait piloter une telle initiative en se basant sur ses services internes, et en partenariat avec les collectivités locales.

5.4. PARTENARIAT PUBLIC PRIVE

Même si ils rencontrent des difficultés, l'implication des jeunes de la diaspora dans le secteur privé et la création d'entreprise est en pleine croissance. En effet au-delà de la vocation économique, la création d'entreprise a également pour eux un objectif d'insertion et constitue une voie permettant de s'affranchir des discriminations sociales et d'origine, qu'ils rencontrent en Europe.

Cette situation est décrite dans les communautés plus nombreuses et mieux connues : les jeunes d'origine maghrébine. D'après Moustapha Bourras, président du CEFIR⁴, et du FORIM⁵, dans le cadre de l'ouvrage « Création d'entreprises, une chance : l'immigration et sa jeunesse » (CEFIR – 2006) : « *l'intégration par l'économie est une condition nécessaire et suffisante de l'intégration sociale des immigrés et des jeunes issus de l'immigration* ». L'ethno-business est aujourd'hui un secteur captif pour les jeunes de la diaspora dans lequel l'identité biculturelle est réellement valorisée.

Partant du principe des intérêts multiples pour les jeunes de la diaspora de suivre le chemin du créateur d'entreprise, plusieurs pistes sont envisageables :

1. Bancariser les projets

Malgré des idées innovantes, un bon niveau de compétences, des apports personnels conséquents, les entreprises des jeunes de la diaspora ne sont pas accompagnées par le système bancaire malien. Seules 23 % ont bénéficié d'un prêt bancaire ou d'une IMF au démarrage de leur activité.

Cette question récurrente concernant les investissements économiques de la diaspora nécessite d'identifier des outils de garantie à distance, d'appui technique pour la construction des partenariats avec les banques ou les IMF. Des entreprises identifiées dans le cadre de l'étude pourraient servir d'amorce à un système de crédit bancaire pour l'extension d'activités.

2. Médiatiser des projets d'entreprise exemplaires

⁴ Centre d'Education et de Formation Interculturel Rencontre

⁵ Forum des Organisations de Solidarité Internationales Issues des Migrations

L'image négative du milieu des affaires au Mali peut être améliorée en communiquant sur des créations entreprises « exemplaires ». L'idée d'un « concours du meilleur business plan » pour la jeunesse de la diaspora émise pendant notre entretien avec l'APEJ paraît fort intéressante. Ce concours peut générer un système de parrainage d'entreprises de la diaspora en sollicitant l'implication « des grands noms » comme MALAMINE KONE et sa société AIRNESS, qui a également marqué son intérêt.

3. Informer sur des opportunités de financement, de formation, d'accompagnement

Le Web constitue une nouvelle fois l'outil idéal pour mettre à disposition des informations sur l'ensemble des opportunités qui existent au Mali. Il y a lieu de mieux communiquer sur les opportunités d'exonérations offertes par le gouvernement malien à des investisseurs de la diaspora, comme sur l'ensemble des dispositions spécifiques prises par l'Etat pour les encourager à investir au Mali. En plus du site web, des missions d'informations et de sensibilisation peuvent être organisées par un ensemble de partie prenante : CTC, APEJ, MMEIA, CIGEM.

5.5. STRUCTURATION

Il existe divers cadres d'organisation et de structuration de la jeunesse malienne à l'extérieur. Les principaux sont :

- les sections jeunesse des conseils de base des maliens de l'extérieur (démembrement du Haut Conseil des Maliens de l'Extérieur : HCME)
- le Conseil National de la Jeunesse du Mali (CNJM) dans un certain nombre de pays où il est implanté à travers des jeunes de la diaspora disposant de quotas dans les instances dirigeantes de l'organisation au Mali. A côté de ces deux grands cadres existent d'autres cadres d'organisation de la jeunesse variables d'un pays à un autre.
- Le FOJIM a longtemps été un cadre reconnu de regroupement des jeunes de la diaspora en France, mais qui a connu des problèmes de gestion et de gouvernance.

L'ouverture du CNJ à l'ensemble des jeunes maliens en fait une faitière, interlocutrice directe des autorités maliennes et un cadre intéressant de resserrement de liens entre jeunesse de la diaspora et jeunesse de l'intérieur.

Il peut être intéressant de travailler davantage avec le CNJ Mali pour mieux asseoir sa présence à l'extérieur à travers :

- les actions de communication/information et les échanges d'expériences,...
- la création des instances de représentation là où c'est nécessaire.

Le FOJIM, sous forme de faitière mérite d'être redynamisé avec l'appui des cellules relais en France et en Espagne tout en veillant à éviter les erreurs du passé. Un diagnostic préalable des causes des défaillances actuelles s'avère indispensable à cet effet. Mais l'ensemble des jeunes leaders interrogés sur son utilité ont marqué l'intérêt de cette structure.

A l'inverse, étant donné que la jeunesse au niveau des conseils de base n'échappe pas malheureusement aux conflits internes de type politique qui rongent le HCME tant en France qu'en Espagne, il y a peut être lieu de surseoir à toute intervention de nature structurante à ce niveau tant que les choses ne rentrent pas dans l'ordre.

5.6. UN GUICHET UNIQUE SUR LE WEB

L'idée d'un guichet unique dématérialisé sur le Web, outil mis en exergue par l'étude, pourrait permettre de répondre à une grande part des questions posées par le partenariat avec la jeunesse de la diaspora. Il permettrait de mettre en œuvre une grande partie des recommandations citées ci-dessus.

Ce site portail pourrait comprendre :

- Des informations sur les cadres administratifs et les institutions maliennes
- Des informations sur les dispositifs financiers et d'accompagnement au Mali et en Europe
- Des éléments détaillés pour les actions associatives (fiches projets, bases de données régionales)
- Des éléments concernant le secteur privé (fiches entreprises, démarches et réglementations, situations sectorielles)
- Un outil pour la mobilisation des compétences
- Un espace de dialogue (blog)
- Des éléments d'actualité sur les événements des jeunes de la diaspora, l'actualité malienne...

Sans forcément créer de nouveaux contenus, il s'agira de compiler des informations existantes, ou de renvoyer par des liens vers les sites concernés. Cet outil sera alimenté à la fois par les institutions maliennes, les autorités consulaires et les jeunes de la diaspora.

Voir également l'annexe Présentation des dispositifs existants

Axes	Actions	Acteurs impliqués	1 ^{er} responsable de la mise en œuvre	Délai	Public cible
1/Communication et information	1-1 Réunion de restitution de l'étude au Mali, en France et en Espagne	Cabinet IRMA, CTC, MMEIA, HCME, ambassades du Mali	CTC et cabinet IRMA	Court terme	Jeunesse diaspora, tous migrants, autorités pays concernés, acteurs publics et privés
	1-2 Elaboration et diffusion de plaquettes de synthèse des résultats de l'étude	CTC, CIGEM, MMEIA, DGME, HCME, jeunesse de la diaspora, CNJM, MJS	CTC	Court terme	Institutions maliennes, acteurs publics et privés, autorités des pays d'accueil
	1-3 Production et diffusion de films retraçant des parcours de réussite de migrants	CTC, CIGEM, MMEIA, DGME, HCME, jeunesse de la diaspora, CNJM, MJS	MMEIA	Court terme	Institutions maliennes, acteurs publics et privés, autorités des pays d'accueil
	1-3 Mise en place d'outils d'information des jeunes de la diaspora pour donner une image positive de l'administration malienne	Cf site web unique	MMEIA	Moyen terme	Ensemble de la diaspora malienne
	1-4 Participation des autorités maliennes aux côtés des jeunes de la diaspora dans le cadre d'organisation d'évènements de portées nationales à l'extérieur (fête d'indépendance, élection miss Mali, Mali talents, soirée culturelle malienne, ect.)	MMEIA, MJS, HCME, DGME, organisation jeunesse de la diaspora, CNJM	MMEIA, MJS	Court terme	Jeunesse de la diaspora, autorités consulaires du Mali, MJS, MMEIA
2/Valorisation des compétences	2-1 Adapter les dispositifs existants : le TOKTEN (valorisation des compétences de la diaspora intellectuelle), les bourses emplois de l'APEJ, les fonds de formation (FAFPA)	CIGEM, APEJ, ANPE, FAFPA, HCME	MMEIA	Court terme	Jeunesse de la diaspora
	2-2 Outil spécifique (base de données des compétences qui s'intéressent au Mali)	CTC, DGME, CIGEM, ANPE, HCME	MMEIA	Moyen terme	Jeunesse de la diaspora, autorités maliennes, secteur privé malien
	2-3 l'exemple concret dans le domaine de la santé	Ministère de la santé, DGME, HCME	MMEIA	Moyen terme	Jeunesse de la diaspora compétente dans le domaine de la santé
3/Echanges d'expériences et liens avec les collectivités	3-1 Constitution de bases de données cercle et région et organisation journée diaspora	Commune, conseils de cercle, assemblée régionale, MMEIA, CTC, HCME, MATCL	MMEIA	Moyen terme	collectivités locales, Etat central, jeunesse de la diaspora
4/Partenariat pulic-privé	4-1 Bancarisation des projets d'entreprises	MMEIA, ANPE, FARE, APEJ	MMEIA	Moyen terme	Jeunes entrepreneurs de la diaspora
	4-2 Médiatiser les réussites exemplaires en entreprise	MMEIA, DGME, HCME	MMEIA	Court terme	Jeunesse de la diaspora
	4-3 Informer sur les opportunités de financement, de formation et d'accompagnement	CTC, APEJ, ANPE, FAFPA, MMEIA, CIGEM	MMEIA	Court terme	Jeunesse de la diaspora

5/Structuration	5-1 Accompagner le CNJ pour sa grande implantation à l'extérieur	CNJM, MJS, MMEIA, HCME (section jeunesse), ambassade et consulat du Mali	CNJM	Court terme	Jeunesse de la diaspora
	5-2 Redynamiser le FOJIM	Association de jeunesse à l'extérieur, HCME, MMEIA, CTC	MMEIA	Court terme	Jeunesse de la diaspora
6/Mise en place d'un guichet unique sur le web	6-1 Mise en place d'un guichet unique sur le web	MMEIA, DGME, API, CTC, CIGEM, ANPE, APEJ, FAFPA, FARE, MJS, MEFP	MMEIA	Moyen terme	Diaspora, autorités maliennes, secteur privé, partenaires techniques et financiers du Mali

6. CONCLUSION

Sans parler de conflit de génération, il existe aujourd'hui une certaine incompréhension entre les « anciennes générations » et les jeunes de la diaspora quand à l'avenir du lien économique, sociale et culturelle qu'ils entretiennent avec le Mali.

La volonté des jeunes est de faire évoluer les systèmes de relation économique et solidaire avec le Mali. Cela ne signifie pas un désengagement et ne doit pas se traduire par une diminution des transferts financiers comme le redoutent certains acteurs du Codéveloppement en Europe et au Mali, car la jeune génération de la diaspora est sans doute plus nombreuse que l'ancienne, dispose de moyens matériels et socioprofessionnels plus importants, et a une capacité de mobilisation des partenaires techniques et financiers plus éprouvée. Cette étude nous montre que son engagement pour le Mali est très ancré et même en quelque sorte indispensable à sa construction individuelle et professionnelle.

L'ensemble des acteurs du Codéveloppement au premier rang desquels l'Etat malien et ses collectivités locales doit apprendre à mieux connaître cette nouvelle génération, ses atouts, ses pratiques et ses motivations pour valoriser un apport qui peut être décisif pour l'avenir du Mali.

A l'heure des politiques migratoires européennes rendant difficiles le renouvellement des flux de travailleurs immigrés originaires d'Afrique, cette évolution des pratiques prônée par les jeunes de la diaspora est nécessaire pour adapter les mécanismes du Codéveloppement à une nouvelle génération caractérisée par sa double appartenance.