



# ANNALES DE L'UNIVERSITE DE PARAKOU

## Série SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

**REVUE SCIENTIFIQUE**

ISSN : 1840-9490

eISSN : 1840-9504

Volume 6

Numéro 2

Décembre 2021

*Issa BIO, Barthélémy BIAO et Boubié BASSOLET : ANALYSE DES EFFETS DU TAUX DE CHANGE REEL SUR LES ECHANGES COMMERCIAUX ET LES INVESTISSEMENTS DIRECTS ETRANGERS AU BENIN.*

*Ousséni DEBOUROU MAMAN: PERFORMANCE DU PROCESSUS D'INTEGRATION DES FUSIONS ACQUISITIONS: UNE REVUE DE LA LITTERATURE.*

*Amara NIMAGA : INCLUSION DE LA DYNAMIQUE DES ACTIVITES INFORMELLES AUX STRATEGIES DU DEVELOPPEMENT LOCAL. CAS DES PETITES ENTREPRISES INFORMELLES DU DISTRICT DE BAMAKO.*

*Alain ODODE et Karima SYLLA DOUCOURE : INFLUENCE DU DON AVEC CONTREPARTIE SUR LA PERFORMANCE ECONOMIQUE DES PETITE ET MOYENNES ENTREPRISES AU BENIN.*

*Guillaume S. NONKOUDJE, Emmanuel C. HOUNKOU et Louis K. TEKPANZO : INFLUENCE DES FACTEURS SOCIOCULTURELS SUR LE DYNAMISME ENTREPRENEURIAL DES JEUNES DIPLOMES DU BENIN.*

*Kouamé Jean Jacques KOUADIO : L'EFFET DE FRONTIERE DANS LES PAYS DE L'UEMOA.*

© « ANNALES DE L'UNIVERSITE DE PARAKOU »

## Comité d'Édition

Président : Prosper GANDAHO, Professeur Titulaire

Vice-Président : Holden O. FATIGBA, Maître de Conférences Agrégé

Membres : Ibrahim ALKOIRET TRAORE, Professeur Titulaire

Ansèq C. GOMEZ, Maître de Conférences

Diane GANDONOU, Assistante

## Comité de Publication

Directeur de Publication : Barthélémy BIAO, Professeur Titulaire

Secrétaire de Publication : Camille Dètonджи GUIDIME, Maître Assistant

Membres : Léandre GBAGUIDI, Maître de conférences Agrégé

Francine TOKPO, Maître Assistant

Falylath BABAH DAOUDA, Maître Assistant

## Comité de Lecture

DIAW Adama, *Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université Gaston Berger de Saint-Louis, (Sénégal)* ; ONDO-OSSA Albert, *Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université Omar Bongo, Libreville (Gabon)* ; SEMEDO Gervasio, *Professeur, Maître de conférences hors classe (HDR), Université de Tours (France)*; DIA Amadou Lamine, *Professeur Titulaire des Sciences de Gestion, Université Cheikh Anta DIOP, (Sénégal)* ; TIDJANA Bassirou, *Professeur Titulaire des Sciences de Gestion, Université Cheikh Anta DIOP, (Sénégal)* ; KOBBOU Georges, *Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université Yaoundé II, (Cameroun)* ; SOGBOSSI BOCCO Bertrand, *Professeur Titulaire des Sciences de Gestion, Université de Parakou, (Bénin)* ; ANASSE Augustin, *Professeur Titulaire des Sciences de Gestion, Université ALASSANE OUATTARA de Bouaké, (Côte d'Ivoire)* ; SARR Felwine, *Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université Gaston Berger de Saint Louis, (Sénégal)*; AKANNI Alain, *Professeur Titulaire des Sciences de*

*Gestion, Université Cheikh Anta DIOP, (Sénégal)* ; DANKOKO Ibrahim, *Professeur Titulaire de Sciences de Gestion, Université Cheikh Anta DIOP, (Sénégal)* ; ZAHONOGO Pam, *Professeur Titulaire des Sciences Économiques Université Ouaga II, (Burkina Faso)* ; IGUE Babatoundé Charlemagne, *Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université d'Abomey Calavi, (Bénin)* ; HOUNKOU Emmanuel, *Professeur Titulaire des Sciences de Gestion, Université d'Abomey Calavi, (Bénin)* ; WANDA Robert, *Professeur Titulaire des Sciences de Gestion, Université de Dschang, (Cameroun)* ; AVOM Désiré, *Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université de Dschang, (Cameroun)* ; YABI Afouda Jacob, *Professeur Titulaire des Sciences agronomiques, Université de Parakou, (Bénin)* ; BIAO Barthélémy, *Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université de Parakou, (Bénin)* ; BIGOULARE Nadédjo, *Maître de conférences, Agrégé des Sciences de Gestion, Université de Lomé, (Togo)* ; BACHIR Wade,

*Professeur Titulaire des Sciences de Gestion, Université Cheikh Anta DIOP, (Sénégal) ; LANHA Magloire, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université d'Abomey Calavi, (Bénin); SIRPE Gnderman, Université Ouaga II, Burkina Faso ; GLIDJA Bai Judith Monique, Maître de conférences, Agrégée des Sciences de Gestion, Université d'Abomey Calavi, (Bénin); AMADOU-SANNI Moustapha, Maître de Conférences, démographie, Université de Parakou, (Bénin) ; DIENG Seydi Ababacar, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université Cheikh Anta DIOP, (Sénégal) ; DIOP Fatou, Maître de conférences, Agrégée des Sciences Économiques, Université Cheikh Anta DIOP, (Sénégal) ; GANDAHO Roger, Maître de conférences, Agrégé des Sciences de Gestion, Université de Bouaké (Côte d'Ivoire) ; GUEYE Birahimi, Maître de conférences, Agrégé des Sciences de Gestion, Université Gaston Berger de Saint-Louis, (Sénégal) ; ACCLASSATO Denis Houensou, Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université d'Abomey Calavi, (Bénin) ; NAFIOU Malam Maman, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université Abdou Moumouni, (Niger) ; BAYALA Auguste Serge Balibier, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université Ouaga II, (Burkina Faso) ; WOROU HOUNDEKON Rosaline, Maître de conférences, Agrégée des Sciences de Gestion, Université d'Abomey Calavi, (Bénin) ; THIAM Ibrahima, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université de Thiès, (Sénégal) ; HONLONKOU Albert, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université d'Abomey Calavi, (Bénin) ; SYLLA DOUCOURE Karima, Maître de conférences, Agrégé des Sciences de Gestion, Université d'Abomey Calavi, (Bénin) ; JOHNSON Daniel, Maître de conférences des Sciences Économiques,*

*Université de Kara, (Togo) ; DRAMANI Latif, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université de Thiès, (Sénégal) ; CHABOSSOU Augustin Foster, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université d'Abomey Calavi, (Bénin). EGBENDEWE Aklesso Y. G., Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université de Lomé, (Togo) ; AMADOU Akilou, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université de Lomé, (Togo) ; KOUNETSRON Yao Messah, Maître de conférences, Agrégé, Université de Lomé, (Togo), OUEDRAOGO Idrissa, Professeur Titulaire des Sciences Économiques, Université Ouaga 2, (Burkina Faso); MOUNGOU MBENDA Patricia Sabine, Maître de Conférences Agrégée des Sciences de Gestion, Université de Yaoundé 2, (Cameroun), SONG-NABA Florent, Maître de Conférences Agrégé, Université de Ouaga II, (Burkina Faso), NDIAYE Aziz Abdoul El Hadji, Maître de Conférences Agrégé, Université Gaston Berger de Saint-Louis, (Sénégal), MICHOD Guy, Professeur, Université d'Auvergne, (France), SANE Seydou, Maître de Conférences Agrégé, Université Gaston Berger, (Sénégal), KANE Cherif Sidy, Maître de Conférences Agrégé, Université Cheikh Anta DIOP, (Sénégal), AGBODJI Ega Damien, Professeur Titulaire des Sciences Economiques, Université de Lomé, (TOGO), NDIINGA Mathias Marie Adrien, Maître de Conférence Agrégé des Sciences Economiques, Université Marien Ngouabi de Brazzaville, (République du Congo), ASSEMIEN Alexandre Clovis, Maître de Conférences, Agrégé des Sciences Économiques, INPFHB-Yamoussokro, (Côte d'Ivoire), ALINSATO Alastaire, Maître de conférences, Agrégé des Sciences Économiques, Université d'Abomey-Calavi, (Benin), BAYALA Serge Auguste Balibié, Maître de conférences, Agrégé des Sciences de Gestion, Université Ouaga II, (Burkina-*

*faso), BIBOUM Altante Désirée, Maître de conférences, Agrégé des Sciences de Gestion, Université de Douala, (Cameroun), DIOP Fatou Maître de conférences, Agrégée des Sciences de Gestion,, Université Cheick Anta Diop de Dakar, (Sénégal), MAMBUNDOU Jean-Paul, Maître de conférences, Agrégé des Sciences de Gestion, Université Omar Bongo, (Gabon), MERUNKA Dwight, Professeur des Sciences de Gestion,*

*Université Aix-En-Provence, (France), NDOUME Hervé, Maître de conférences, Agrégé des Sciences de Gestion, Université Omar Bongo, (Gabon), NKAKLEU Raphaël, Maître de conférences, Agrégé des Sciences de Gestion, Université de Douala, (Cameroun), UM-NGOUEM Marie-Thérèse, Université de Douala, (Cameroun), WADE Mouhamed El Bachir, Professeur Titulaire, Université Cheick Anta Diop de Dakar, (Sénégal).*

**Impression** : Centre d'Impression et de Publication de l'Université de Parakou ®  
**Publicité et abonnement**

Prix du numéro : XOF 2 500 ou 5 €.

© « ANNALES DE L'UNIVERSITE DE PARAKOU »

---

---

**ANNALES DE L'UNIVERSITE DE PARAKOU**

**Série SCIENCES ECONOMIQUES ET DE  
GESTION**

---

---

**© « ANNALES DE L'UNIVERSITE DE PARAKOU »**

---

---

**ANNALES DE L'UNIVERSITE DE PARAKOU**  
**Série SCIENCES ECONOMIQUES ET DE**  
**GESTION**

---

---

**Volume 6**

**Numéro 2**

**Décembre 2021**

---

---

- ANALYSE DES EFFETS DU TAUX DE CHANGE REEL SUR LES ECHANGES COMMERCIAUX ET LES INVESTISSEMENTS DIRECTS ETRANGERS AU BENIN.** 1-21  
*Issa BIO, Boubié BASSOLET et Barthélémy BIAO*
- PERFORMANCE DU PROCESSUS D'INTEGRATION DES FUSIONS ACQUISITIONS : UNE REVUE DE LA LITTERATURE.** 22-39  
*Ousséni DEBOUROU MAMAN*
- INCLUSION DE LA DYNAMIQUE DES ACTIVITES INFORMELLES AUX STRATEGIES DU DEVELOPPEMENT LOCAL. CAS DES PETITES ENTREPRISES INFORMELLES DU DISTRICT DE BAMAKO.** 40-62  
*Amara NIMAGA*
- INFLUENCE DU DON AVEC CONTREPARTIE SUR LA PERFORMANCE ECONOMIQUE DES PETITE ET MOYENNES ENTREPRISES AU BENIN.** 63-85  
*Alain ODODE et Karima SYLLA DOUCOURE*
- INFLUENCE DES FACTEURS SOCIOCULTURELS SUR LE DYNAMISME ENTREPRENEURIAL DES JEUNES DIPLOMES DU BENIN.** 86-104  
*Guillaume S. NONKOUdje, Emmanuel C. HOUNKOU et Louis K. TEKPANZO*
- L'EFFET DE FRONTIERE DANS LES PAYS DE L'UEMOA** 105-125  
*Kouamé Jean Jacques KOUADIO*

# Annales de l'Université de Parakou, Série « Sciences Économiques et de Gestion »

## Instructions aux Auteurs

(Mise à jour au 23 Février 2019)

Annales de l'Université de Parakou, Série « Sciences Économiques et de Gestion » publie des articles en français ou en anglais dans le domaine des sciences économiques et de gestion ainsi que dans les domaines qui leur sont frontaliers.

L'article doit porter sur une problématique du domaine des sciences économiques et de gestion, tel que défini ci-dessus, présenter le cadre conceptuel, la méthodologie, les données, le traitement et les résultats. Il doit être accompagné des données utilisées. Les articles purement théoriques sont bienvenus pour autant qu'ils indiquent les faits stylisés modélisés et les intuitions à la base des conjectures.

Ces articles théoriques doivent faire preuve d'une conceptualisation avancée et user d'outils méthodologiques rigoureux pour ouvrir la voie à des vérifications empiriques plus tard.

Les projets d'article soumis aux Annales de l'Université de Parakou, Série « Sciences Économiques et de Gestion » doivent être des travaux originaux n'ayant pas fait l'objet d'une publication dans une revue scientifique. Les projets soumis font l'objet d'évaluation par deux rapporteurs anonymes. **Le plagiat entraîne systématiquement le rejet de l'article**, sans aucune possibilité de reprise. L'auteur doit absolument citer ses sources, soit entre guillemets si c'est une citation textuelle, soit sans guillemet si l'idée a été réécrite ou adaptée.

Les projets d'articles ne doivent dépasser 20 pages au format B5 (Largeur : 176 mm, Hauteur : 250 mm) en police Times New Roman 12, interligne simple, y compris tableaux, graphiques, références bibliographiques et annexes. Les projets doivent inclure en français et en anglais : un titre et un résumé de 10 lignes, trois ou quatre mots-clés, et trois ou quatre codes de classification du *Journal of Economic Literature (JEL)*, surtout pour le domaine Économie. Ces codes doivent respecter les recommandations du « Guide des Codes JEL », notamment l'utilisation exceptionnelle des codes « C - *Mathematical and Quantitative Methods* » qui sont en principe réservés aux travaux portant sur lesdits outils et non ceux qui les emploient comme technique de recherche.

La numérotation des sections, graphiques, tableaux et formules doit être manuelle et non automatique. Les graphiques et figures doivent être en haute résolution, en noir ou en niveaux de gris avec des motifs. Ils doivent être aux formats .emf, ou .png ou .jpg. Les courbes doivent être suffisamment épaisses et nettes, en noir ou niveau de gris avec des motifs et légendes bien différenciés. Les données sources des graphiques peuvent être requises pour l'optimisation.

Toutes les références citées dans le texte doivent figurer dans la bibliographie et vice-versa. Les références bibliographiques devront être présentées de la façon suivante :

- Dans le manuscrit, indiquer le nom suivi de l'année de publication. Exemple : Malinvaud (1991).

- Dans la section réservée aux références bibliographiques les auteurs doivent être listés par ordre alphabétique : (i) Pour les monographies (livres, rapports, etc...) : Malinvaud, E., (1991), *Voies de la recherche macroéconomique*, Ed. Odile Jacob, Paris, 507p ; (ii) Pour les articles publiés dans des revues ou périodiques : Stiglitz, J., Weiss A. (1981), « Credit Rationing in Markets with Imperfect Information », *American Economic Review* 71(3), 393-410.

Les annexes doivent être numérotées et présentées après les références bibliographiques.

Les auteurs devront imprimer les fichiers à eux envoyés au format PDF.

Les soumissions d'articles doivent être effectuées en envoyant les manuscrits aux formats

Word et PDF à l'adresse : [annalessup-seg@netcourrier.com](mailto:annalessup-seg@netcourrier.com)

**Le paiement des frais de publication se fait après acceptation pour publication de l'article. Les frais de traitement sont de XOF 40 000. La quittance de versement à NSIA Bank Bénin SA au SWIT CODE : DBLNBJB sur le numéro de compte BJ099 02001 320081209014 41 dont le titulaire du compte est UP-RECHERCHE BP 123 PARAKOU. Le contact de la banque est : +229 21 31 9797 ou +229 21 31 98 98. La quittance scannée, doit être envoyée par courriel à [annalessup-seg@netcourrier.com](mailto:annalessup-seg@netcourrier.com)**

**« Annales de l'Université de Parakou, Série Sciences  
Économiques et de Gestion »**

**Volume 6 - Numéro 2 - Décembre 2021**

**ISSN : 1840-9490**

**eISSN : 1840-9504**

**ISBN :**

**Site Web : <http://seg.annales-up.org>**

**Informations : [annalesup-seg@netcourrier.com](mailto:annalesup-seg@netcourrier.com)**

**Soumission : [annalesup-seg@netcourrier.com](mailto:annalesup-seg@netcourrier.com)**

**Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Bénin, 2019.**

## **Remerciements aux référés anonymes du Présent Numéro**

Le Comité d'Édition et le Comité de Publication des Annales de l'Université de Parakou, Série « Sciences Économiques et de Gestion » remercient très particulièrement les référés anonymes de ce numéro 2 du volume 6 de Décembre 2021.

## INFLUENCE DES FACTEURS SOCIOCULTURELS SUR LE DYNAMISME ENTREPRENEURIAL DES JEUNES DIPLOMES DU BENIN

Guillaume S. NONKOUDJE<sup>6</sup>, Emmanuel C. HOUNKOU<sup>2</sup> et Louis K.  
TEKPANZO<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Université d'Abomey-Calavi et Université de Liège, Laboratoire de Recherche sur  
les Performances et Développement des Organisations,

<sup>3</sup> Université de Parakou, Centre de Recherche en Entrepreneuriat, Croissance et  
Innovation

Courriel de correspondance : [dr.nonk37@gmail.com](mailto:dr.nonk37@gmail.com)<sup>1</sup>

**Résumé :** L'entrepreneuriat constitue un facteur de développement social et économique. Malgré cet intérêt grandissant qui s'y trouve, la difficulté d'entreprendre persiste dans presque tous les pays du monde notamment ceux de l'Afrique. A cet effet, cette recherche tente d'étudier l'influence des facteurs socioculturels sur le dynamisme entrepreneurial des jeunes du Bénin. A travers une méthodologie mixte, nous avons collecté les données auprès de 1421 diplômés du Bénin, par la méthode de Hair et al. (2003). Le logiciel SPSS est utilisé pour vérifier la relation entre les variables. Les résultats révèlent que les dimensions socioculturelles influencent positivement (coef = 0,344; t = 13,281) le dynamisme entrepreneurial des jeunes diplômés.

**Mots clés :** *Facteurs socioculturels, dynamisme entrepreneurial, Bénin*

**Abstract:** Entrepreneurship is a factor of social and economic development. Despite this growing interest, the difficulty of entrepreneurship persists in almost all countries of the world, particularly in Africa. To this end, this research attempts to study the influence of socio-cultural factors on the entrepreneurial dynamism of young graduates in Benin. A mixed methodological approach, we collected data from one thousand four hundred and twenty-one (1421) young graduates in Benin, using the method of Hair et al. (2003). SPSS software are used to test the relationship between the variables. The results reveal that the socio-cultural dimensions (ethnicity, family, religion and education) positively (coef = 0.344; t = 13.281) influence the entrepreneurial dynamism of young graduates.

**Key words :** *Sociocultural factors, entrepreneurship, Benin*

### 1. Introduction

---

<sup>6</sup> **Remerciements :** Les auteurs remercient le Projet PFS de la Coopération ARES de l'UAC pour le financement de la collecte des données sans oublier les Professeurs Olivier Lisein (Belgique) et Karima Sylla pour leurs contributions

Le phénomène entrepreneurial a manqué d'un cadre conceptuel adéquat à cause de la difficulté à définir son champ. Au lieu d'expliquer et de prédire un ensemble unique de phénomènes empiriques, il est devenu une empreinte sous laquelle un tas de recherches est hébergé (Chelly, 2003 ; Fayolle et Surlemont, 2009). Ainsi, bon nombre d'experts et gouvernants s'intéressent à la question de l'entrepreneuriat car il joue des rôles essentiels dans l'économie en terme de création d'entreprise, de l'auto-emploi et de résorption du chômage (Abdelnour, 2012).

Malgré cet intérêt grandissant qui s'y trouve, la difficulté à entreprendre persiste dans presque tous les pays du monde notamment ceux de l'Afrique. Cette situation est alarmante tant au niveau des jeunes diplômés qu'au niveau des jeunes de faible qualification. Auparavant, on n'assiste pas à des discours motivants, de représentation sociale, ni à des enseignements sur l'entrepreneuriat. Les premières recherches des auteurs surtout Cantillon, avaient porté sur le rôle des entrepreneurs et ont essayé de mieux expliquer les facteurs favorisant la création d'entreprises. Elles ont abordé la théorie économique différente des pratiques de gestion (planification stratégique) (Marhesnay et Carrier, 2005), du financement des entreprises (St-Pierre, 2009) sans oublier le marketing relationnel (Pacitto et al., 2006).

Cependant la question de créativité entrepreneuriale, d'innovation (Lisein, 2021) et du dynamisme entrepreneurial reste d'actualité. Nlemvo, Biga-Diambeidou et Coeurderoy (2011) quant à eux ont défini le dynamisme entrepreneurial comme une mesure multidimensionnelle, sur une période donnée, de la performance de l'activité entrepreneuriale au sein d'une entité territoriale donnée. La croissance, le nombre des entreprises et l'innovation permettent donc d'apprécier ce dynamisme. Mais à présent, l'on enregistre un nombre anodin d'entreprises et un taux d'aggravation du chômage et de sous-emploi (BM, 2017). Car, à l'horizon 2050, il est attendu la création de 3,3 milliards d'emplois formels ou informels pour intégrer la population active mondiale dans l'économie. En Afrique, sur les dix prochaines années, 330 millions de jeunes seront déversés sur le marché du travail (AFD, 2012 ; OIT, 2015).

Donc, une forte implication de la communauté ethnique, de la religion, de l'éducation, de la famille dans la création d'entreprise peut améliorer cet échec. Car, une forte influence de la tradition communautaire dans les entreprises engendre un certain nombre d'attitudes et de comportements contraires à l'esprit d'entreprise. L'ethnie, la famille influencent la croissance des PME (Boukar et Julien, 2009), la religion et la famille quant à elles ont des effets sur l'intention de créer (Pepin, 2011 ; Wéber, Blais et Betz., 2002). Au Bénin, les ethnies (Adja, Yoruba), les musulmans et évangéliques réussissent en entrepreneuriat. La

conception (l'enfant est une richesse, le plus grand signe de prestige selon la logique des Fon alors que la richesse est monétaire ou commerciale selon la logique Nago ou Yoruba), la peur de l'échec et l'individualisme ou le réseautage des dimensions socioculturelles qui peuvent influencer l'entrepreneuriat. C'est pourquoi, l'on se pose la question de savoir : Dans quelle mesure, les facteurs socioculturels influencent-ils le dynamisme entrepreneurial des diplômés au Bénin ? En effet, cette recherche vise à établir le lien entre les facteurs socioculturels et le dynamisme entrepreneurial des diplômés au Bénin. Ce travail s'est structuré autour de trois sections. La première section pose le cadre théorique de l'étude. La deuxième section expose la méthodologie mise en œuvre et la troisième section présente les résultats et discussions qui débouchent sur les apports de cette recherche.

## **2. Cadre théorique de l'étude**

### **2.1 Approches socioculturelles en entrepreneuriat**

#### *2.1.1 Approche par la légitimation sociale*

Développée par Etzioni (1987), cette approche par la légitimation sociale encore appelée approbation morale, se focalise sur l'impact des normes sociales et des institutions sur la société dans son ensemble. Une plus grande intensité entrepreneuriale peut alors être observée dans les sociétés où l'entrepreneur reçoit un statut social élevé, où le système éducatif donne sa place à l'esprit d'entreprendre, et où l'environnement législatif et fiscal va dans le sens d'un encouragement à la prise d'initiative. Ainsi, pour les tenants de la légitimation sociale, l'esprit d'entreprendre est plus développé dans certains pays et s'explique par l'incidence globale de la culture et d'institutions favorables. Cette approche évoque les facteurs pull et push. Le « pull » est le fait que l'individu opte pour l'entrepreneuriat parce que, selon ses attentes, une situation meilleure en découlera pour lui, que ce soit d'un point de vue matériel ou non matériel. Pour Stanworth et Curran, (1973), le « pull » fait référence à une situation de tension pour l'individu, tiraillé entre sa condition courante, qu'il estime insatisfaisante, et ses préférences.

#### *2.1.2 Approche par l'agrégation des traits psychologiques*

Les précurseurs de cette approche (Davidsson et Wiklund, 1997 ; Shane, 1993) ont montré dans leurs travaux, l'existence d'un lien entre, d'une part, les valeurs et les croyances de l'individu et, d'autre part, son comportement. Selon cette approche, pour un pays donné, plus il y a d'individus dont les valeurs sont entrepreneuriales, plus est élevé le nombre d'individus au comportement entrepreneurial. De même, il est recevable que des différences culturelles constatées au niveau des pays ou des régions influencent et permettent de démarquer, le comportement des individus par la décision de créer son entreprise

ou de devenir travailleur indépendant plutôt que de travailler pour autrui (Mueller et Thomas, 2000).

### *2.1.3 Approche par l'insatisfaction*

Evoquée par Baum et al. (1993), cette approche demeure fondamentalement différente de l'approche par l'agrégation des traits psychologiques et par l'approbation morale, car elle ignore le fait que la culture et l'entrepreneuriat découlent des caractéristiques et de comportements individuels considérés dans leur agrégat. L'activité entrepreneuriale mesurée au niveau des pays ou des régions tient aux différences de valeurs et de croyances des entrepreneurs potentiels comparativement à la population dans son ensemble (Thurik et Dejardin, 2012). Quand la culture est non entrepreneuriale et ce, de manière dominante, une opposition de valeurs entre groupes peut amener les entrepreneurs potentiels à sortir de leur situation courante, non entrepreneuriale, et à devenir effectivement des entrepreneurs.

## **2.2 Facteurs socioculturels influençant le dynamisme entrepreneurial**

La culture est un concept polysémique et a un caractère ambigu car il existe de multitudes clarifications faites par les chercheurs (Nizet et Pichault, 2007). Elle a été avancée dans plusieurs domaines notamment celui de l'entrepreneuriat. En effet, la culture se révèle comme un ensemble coalisé qui n'existe qu'à travers les personnes qui la portent, qui se l'approprient et qui la transmettent. Ces personnes ont, depuis leur enfance, dans leur famille ou communauté, à l'école ou à l'université, acquis des valeurs programmées dans leur esprit.

Davidsson et Wiklund (1997) ont cherché à identifier les dimensions de la culture d'un milieu susceptibles d'expliquer les disparités régionales de l'entrepreneuriat. Les dimensions étudiées ont été synthétisées sous les valeurs et les croyances des habitants d'une région donnée. Les valeurs correspondent aux attitudes généralement associées à l'entrepreneuriat alors que les croyances visent des concepts davantage liés à la culture tels le statut social de l'entrepreneur ou sa contribution à la société. Selon eux, il n'a pas été possible d'identifier les dimensions des valeurs ou croyances expliquant le mieux les disparités régionales en termes d'entrepreneuriat. Les dimensions normatives regroupent les concepts de l'image de l'entrepreneur au sein de la société, la valeur placée sur l'innovation et la créativité et la croyance que l'entrepreneuriat est un choix de carrière respectable. Dans les spécificités de la culture, Hofstede, Hofstede et Minkov (2011) ont révélé six dimensions de la culture pour différencier les cultures nationales entre elles : i) distance hiérarchique ; ii)

masculinité/féminité, iii) individualisme/collectivisme, iv) certitude/incertitude, v) orientation à court/long terme et vi) indulgence (plaisir/retenue).

Pour Julien et Marchesnay (2007), un milieu est doté d'une culture entrepreneuriale s'il démontre « cette attitude ou aptitude par laquelle une société territoriale reconnaît et stimule chez les entrepreneurs les valeurs personnelles et les habiletés de gestion, et leur permet donc de mettre à profit dans des expériences diverses leur esprit d'initiative, leur sens du risque ainsi que leur capacité d'innover et de gérer efficacement leurs relations avec l'environnement ». Dans le contexte béninois, la culture d'entreprendre se rattache aux attitudes et valeurs associées à l'entrepreneuriat (autonomie, créativité), de même qu'aux compétences pour relever le défi de création. Les caractéristiques de la culture entrepreneuriale de Weber (2000) constituent des moteurs de la modernité occidentale. Cette culture s'initie au sein de la société.

### *2.2.1 Ethnie et dynamisme entrepreneurial*

Les travaux de Filion et al. (2007) ont pour objectif d'identifier une occasion d'affaires dans le contexte d'entrepreneuriat des ethnies chinoise, italienne, indienne/sikhe, juive et vietnamienne dans les trois plus grandes villes canadiennes. Pour aboutir à des résultats probants, ils ont utilisé la méthode de boule de neige avec un échantillon de 715 répondants. Les résultats qui en sont sortis révèlent qu'une faible proportion des entrepreneurs ont immigré au Canada pour des raisons entrepreneuriales et que les entrepreneurs se sont lancés en affaires tout d'abord par souci d'indépendance et aussi pour des raisons économiques. Les activités commerciales y sont exercées par des étrangers qui n'adhèrent pas aux valeurs culturelles de la société ambiante. C'est le cas des épiceries chinoises fréquentées par la communauté noire dans la vallée du Mississippi (Toulouse et Brenner, 1992). Shapero et Sokol (1982) soulignent que l'entourage et les groupes d'influence du créateur d'entreprise correspondent traditionnellement aux groupes ethniques qui, dans certains pays, sont associés à l'activité entrepreneuriale. Sur la base du fichier des entreprises enregistrées à la CCIB au Bénin, l'on constate que les entreprises sont majoritairement créées par les Adja et Yoruba. Les statistiques de l'UAC Startup Valley, montrent que plus de 70% des diplômés porteurs de projets entrepreneuriaux sont des départements de l'Atlantique, du Mono, du Couffo, de l'Ouémé et du Plateau. Les analyses permettent de dire que ces départements sont fortement représentés par les ethnies Yoruba, Adja et Nago. D'où, cette hypothèse est énoncée :

*H1 : l'ethnie influence significativement le dynamisme entrepreneurial des diplômés au Bénin.*

### *2.2.2 Religion et dynamisme entrepreneurial*

Dans leurs travaux, Gurel et al. (2010) ont démontré à partir d'un échantillon d'étudiants musulmans, qu'au niveau de la religion islamique, seule la dimension rituelle intervient dans l'influence de la motivation entrepreneuriale. Ils ajoutent

que pour développer une culture entrepreneuriale, il faut se préparer à faire face aux aléas et à la complexité dus au phénomène de la globalisation. Cela permet de résoudre aussi les problèmes de la difficulté d'anticipation sur les marchés quels qu'ils soient. Ils affirment que l'impact de la culture entrepreneuriale est d'une importance capitale chez les nouveaux diplômés. Cette culture met en valeur les caractéristiques de la personne et stimule son intention d'entreprendre et accentue son individualisme, son désir de se réaliser. Weber (2000) a admis que la religion exerce une influence sur l'entrepreneuriat. Ainsi, l'on formule cette hypothèse suivante :

*H2 : la religion influence significativement le dynamisme entrepreneurial des diplômés au Bénin.*

### *2.2.3 Famille et dynamisme entrepreneurial*

La plupart des études empiriques en entrepreneuriat se sont concentrées sur les freins matériels ou financiers, ignorant fréquemment les freins liés à l'individu en tant que tel (perception du risque, manque de confiance en soi, etc) ou à son environnement relationnel (opposition du conjoint ou de la famille) (Lohest et Guyot, 2008). L'étude de Filion (2002), portée sur un échantillon de 483 étudiants de l'école HEC et polytechnique de Montréal a fait un éclairage sur la question de famille et la création d'entreprise. Ces résultats démontrent que les parents ont une influence importante sur l'intention de créer une entreprise, les amis aussi en ont leur part d'influence. Ces derniers sont la catégorie de personnes la plus influente après les parents. Les travaux de Fayolle (2011) établissent un lien entre la famille et l'entrepreneuriat. Ses résultats montrent que les individus qui ont des parents chefs d'entreprises, ou exerçant une activité de travailleur indépendant, seraient plus à même de créer des entreprises ou du moins d'en présenter l'intention. Les études réalisées par Mungai et Velamuri (2011) précisent que l'expérience au sein d'une entreprise familiale a une influence sur l'intention entrepreneuriale. La famille ou un parent entrepreneur est un facteur socioculturel favorable à l'entrepreneuriat. Ainsi, Drennan et al. (2005) ont trouvé que les jeunes ayant un parent ou un membre de la famille entrepreneur ont une intention plus élevée de créer une entreprise et préfèrent la carrière de l'entrepreneuriat à celle du salariat. Pour Greve et Saleff (2003), les jeunes côtoyant un parent entrepreneur perçoivent mieux les faiblesses et les barrières qui peuvent entraver la voie de l'entrepreneur et sont plus tentés à entreprendre. Alors, l'on teste cette hypothèse suivante :

*H3 : la famille influence significativement le dynamisme entrepreneurial des diplômés au Bénin.*

### *2.2.4 Education et dynamisme entrepreneurial*

L'étude de Souitaris, Zerbinati et Al-Laham (2007) est consacrée à la conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et à l'identification des facteurs de

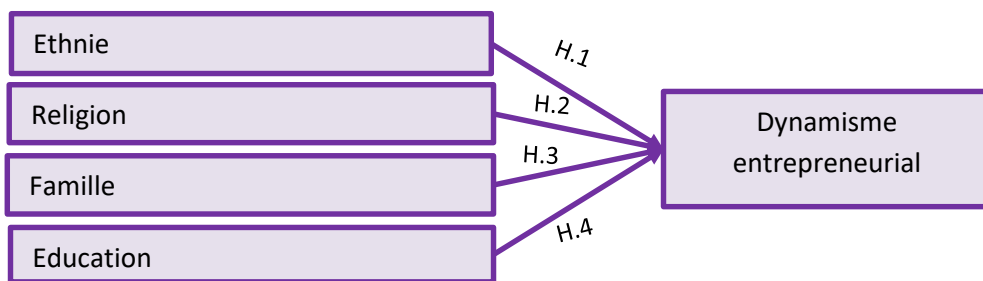
son développement à l'Université à travers une méthodologie mixte. Les auteurs ont montré que l'éducation en entrepreneuriat auprès d'universitaires, a un impact positif sur leur intention d'entreprendre. Abdennadher et Boudabbous (2014) ont travaillé sur le rôle du parcours scolaire dans l'acte entrepreneurial en s'appuyant sur le cas du contexte tunisien. Ils ont mené une étude exploratoire qualitative portant sur des entretiens de parcours de 30 entrepreneurs. Les résultats ont montré que le système éducatif tunisien ne favorise pas l'intention entrepreneuriale et souffre de plusieurs insuffisances. Leurs résultats illustrent que le parcours scolaire favorise indirectement l'acte entrepreneurial et prouve certaines insuffisances du système éducatif tunisien. Ces auteurs ont montré l'importance de l'éducation dans la création d'entreprise en Tunisie. La variable éducation s'explique par le parcours scolaire et le système éducatif tunisien qui influence négativement l'entrepreneuriat.

Dans le même sens, Gurel et al. (2010) trouvent que l'éducation à l'entrepreneuriat répond aux objectifs de réussite pour nos économies au niveau économique, politique, social et technologique. Quant à Mueller (2011), l'auteure a conclu que la formation en entrepreneuriat (tels les cours de planification d'entreprise) augmente l'intention entrepreneuriale. La présence des formations en entrepreneuriat et une image positive des entrepreneurs dans le système éducatif sont deux incitations pour que les étudiants choisissent une carrière entrepreneuriale. La littérature fait la lumière sur l'influence de l'éducation à la base (des parents) et l'éducation à l'université (acadépreneuriat). Sur ce, l'on formule cette hypothèse qui suit :

*H4 : l'éducation influence positivement le dynamisme entrepreneurial des diplômés au Bénin*

La littérature établit un lien entre les facteurs socioculturels et entrepreneuriat.

Figure 1 : Modèle de recherche



Source : A partir de la littérature, 2021

### 3. Méthodologie de la recherche

Pour apprécier le lien entre les facteurs socioculturels et l'entrepreneuriat dans le contexte béninois, il a été adopté une approche méthodologique quantitative et qualitative.

### **3.1 Approche qualitative**

Il a été effectué une étude qualitative, complétive de la revue de littérature pour adapter les échelles de mesure des variables préalablement identifiées dans la théorie. Au cours des entretiens, nous avons constaté qu'à partir d'un certain nombre d'entretiens, la réalisation d'un nouvel entretien n'a plus apporté d'éléments nouveaux aux informations déjà recueillies. Dès lors, nous avons arrêté les interviews parce qu'on a conclu que le nombre d'entretien réalisé est suffisant et représentatif. Car, le nombre de personnes à interroger a été fonction de la saturation sémantique après analyse et au fur et à mesure que les entretiens se déroulent. Les entretiens ont été réalisés auprès de 20 personnes dont 13 hommes et 7 femmes, de toutes les catégories sociodémographiques. Les répondants se sont exprimés sur les facteurs socioculturels liés à l'entrepreneuriat de manière libre dans le but de faire émerger spontanément d'autres aspects liés aux facteurs socioculturels absents dans la littérature. Nombreuses dimensions sont confirmées de l'étude qualitative, telles que la religion, la famille, l'ethnie, et l'éducation relevées dans les travaux. Cette enquête qualitative a permis de recenser les spécificités socioculturelles (les perceptions des amis et l'absence de réseaux et des dimensions qui présentent plus de score dans le contexte béninois) dans l'entrepreneuriat et de donner une perspective plus large aux résultats issus de l'étude quantitative.

### **3.2 Méthode quantitative**

#### *2.2.1 Caractéristiques et méthode d'échantillonnage*

L'on a construit notre échantillon par la méthode de Hair et al. (2003) qui nous recommande de tenir compte du nombre d'items des variables de l'étude. Après l'étude qualitative et la revue de littérature, il a été identifié 151 items qui sont multipliés par dix (pour une représentation normale de l'échantillon). C'est ainsi que la taille de l'échantillon est de 1510 diplômés. Au finish, il a été récupéré et exploité 1421 questionnaires correctement renseignés dont 913 hommes et 509 femmes. Le questionnaire est adressé par la méthode de boule de neige compte de l'effectif pléthorique des diplômés sortis des universités du Bénin. Il comporte des questions relatives aux facteurs socioculturels et les indicateurs du dynamisme entrepreneurial. Les répondants ont majoritairement le niveau de Licence, soit 1225 contrairement à 114 répondants de niveau master et 82 répondants ont le niveau supérieur au master et sont de spécialités de formations variées. Enfin, plus de la moitié (61%) de l'effectif total des répondants sont des chrétiens et les autres sont répartis entre la religion musulmane (8%), évangéliste (25,6%), animiste (3,9%) et autre religion (1,5%).

### 3.2.2 *Opérationnalisation des variables*

Nous considérons que la relation postulée entre les facteurs socioculturels et le dynamisme entrepreneurial est une relation de cause à effet. Cet axe de recherche vise à expliquer l'effet de chaque dimension des facteurs socioculturels (ethnie, éducation, famille, religion) sur le dynamisme entrepreneurial des jeunes universitaires diplômés dans le contexte béninois. Les items de la variable explicative « Facteurs socioculturels » sont regroupés en 4 dimensions issues de la littérature (Bourguiba, 2007 ; Julien et Boukar, 2009 ; Diakité, 2004). La variable expliquée « Dynamisme entrepreneurial » est aussi mesurée par 4 dimensions (création d'entreprise, reprise d'entreprise, innovation et croissance/développement) avec les items issus de la littérature (Cardon, Gregoire, Stevens et Patel, 2013). Ils sont mesurés avec des échelles de Likert à 5 points, commençant par « pas du tout d'accord (1) » à « tout à fait d'accord (5) ». Car, un tel nombre de niveau pour l'échelle de Likert est nécessaire pour l'emploi de la méthode d'estimation des équations structurelles par le maximum de vraisemblance.

### 3.2.3 *Outils et méthodes de traitement et d'analyse des données*

Nous employons la méthode des équations structurelles pour l'analyse factorielle confirmatoire et pour le test des hypothèses. Une analyse descriptive et multivariée sur le logiciel SPSS est réalisée pour s'assurer de la pertinence des variables. La validation des hypothèses par l'emploi de cette méthode se fait par l'examen des indices. Les outputs de l'analyse par la méthode de maximum de vraisemblance contiennent des informations pour apprécier les relations entre les variables d'explication et les variables expliquées. L'on nuance trois types d'informations importantes : la valeur des liens de causalité par les coefficients standardisés, le signe de la relation fourni par le signe de ces coefficients standardisés et la significativité statistique des liens de causalité qui est donnée par la valeur du « t » de Student. Quant aux conditions pour vérifier si les variables se prêtent à la factorisation, nous avons deux tests réalisables : le test de sphéricité de Bartlett et le test MSA (Measure of Sampling Adequacy) désigné aussi par test de KMO (Kaiser, Meyer et Olkin). Le seuil empirique d'acceptabilité d'alpha de Cronbach est compris entre 0,6 et 0,8 pour une étude exploratoire. Par contre, pour une étude confirmatoire, une valeur situant au-dessus de 0,8 est recommandée (Evrard et al, 2003). Dans cette étude confirmatoire, c'est le rhô de Jöreskog que nous avons utilisé pour apprécier la fiabilité de l'instrument de mesure.



Quelques extraits des réponses recueillies vont soutenir les liens entre les facteurs socioculturels et le dynamisme entrepreneurial des jeunes diplômés. Ils sont résumés par les verbatim ci-après : « [...] pour moi l'homme travaille pour sa propre vie, donc moi je travaille pour ma vie hein. L'éducation nous donne les moyens d'affronter la réalité oui...d'avoir une base théorique dans le monde des affaires... ». Dans cette vie certains croient au destin...moi je vois que je suis le maître de mon destin et ma manière de vivre une vie paisible devient une priorité..., j'apprécie mes doutes et incertitudes dans un environnement concurrentiel ... ». Le tableau ci-après présente, les résultats des indicateurs retenus dans le cadre de ce papier.

Tableau 3 : Qualité du modèle de mesure des construits de la variable FSC

CMIN	P	Indices absolus			Indices incrémentaux			Indice de parcimonie	
		RMSEA	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI	PNFI	PCFI
4394,8	0,000	0,022	0,98	0,96	0,97	0,95	0,97	0,95	0,91

Source : Résultats de nos enquêtes, 2021

Tous les indicateurs de la qualité d'ajustement sont dans les normes communément admises.

#### 4.1.2. Analyse exploratoire quantitative des échelles de mesure du DE

Rappelons que la variable expliquée de cette recherche est le dynamisme entrepreneurial, mesurée par quatre indicateurs adaptés de la littérature et après l'étude qualitative. Les conditions nécessaires à la réalisation de l'analyse en composantes principales sont constituées par l'indice de KMO et le test de Bartlett. Le tableau suivant montre les résultats de ce test.

Tableau 4 : Test de conditions de factorisation de la variable DE  
Indice KMO et test de Bartlett

Mesure de précision de l'échantillonnage de KMO	,826
Khi-deux approximé	28852,141
Test de sphéricité de Bartlett	Ddl
	253
Signification de Bartlett	,000

Source : Résultats de nos enquêtes, 2021

L'indice de KMO est largement au-dessus du seuil de 0,5 prouvant ainsi que les données sont factorisables. De même, le test de Bartlett est significatif au seuil de 1 %. Ce qui nous permet de rejeter l'hypothèse nulle d'absence de corrélation entre les items constitutifs de la variable dynamisme entrepreneurial des jeunes universitaires diplômés. Les résultats de l'étude qualitative montrent que les dimensions création d'entreprise, reprises d'entreprise, innovation et croissance mesurent le dynamisme entrepreneurial des jeunes diplômés. Certains diplômés précisent dans leur explication :

*« ... je suis excité quand je me lance dans la recherche de nouvelles opportunités. Moi je me suis dynamisé. La probabilité pour que le lancement de mon entreprise se passe mal est très élevée... Le montant financier que l'on peut perdre avec la création d'une nouvelle entreprise est considérable.... Oui nos valeurs culturelles ou sociales c'est de voir hein la contribution de la femme..., pour que les progénitures ou les diplômés d'aujourd'hui entreprennent, il faut dès leur naissance dans chaque famille, les orienter vers cette vision entrepreneuriale [...] ».*

Le tableau ci-après présente les résultats des estimations établissant les forces et les sens des liens entre les variables de premier ordre et du second ordre du dynamisme entrepreneurial.

Tableau 5 : Coefficients de régression entre DE et ses dimensions

Dimensions	Lien	Variable	Estimate	S.E.	C.R.	P
INOV	<---	DE	,845	,025	34,095	***
CRENT	<---	DE	,669	,032	20,899	***
CROIS	<---	DE	1,254	,033	38,197	***
REPR	<---	DE	,571	,030	19,257	***

Source : Résultats de nos enquêtes, 2021

Les liens sont tous positifs et significatifs avec un risque de 1 %. Les coefficients de régression sont tous supérieurs à zéro. Le tableau suivant présente la qualité des indicateurs retenus par rapport aux résultats.

Tableau 6 : Qualité du modèle de mesure des construits de la variable DE

CMIN	P	Indices absolus			Indices incrémentaux			Indice de parcimonie	
		RMSEA A	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI	PNFI	PCFI
604,21	0,000	0,027	0,94	0,93	0,91	0,98	0,91	0,95	0,91

Source : Résultats de nos enquêtes, 2021

Tous les indicateurs de la qualité d’ajustement retenus sont dans les normes admises.

#### 4.1.3 Tests des hypothèses de la recherche

La vérification des hypothèses revient à présenter les résultats relatifs aux liens entre les dimensions socioculturelles et le dynamisme entrepreneurial des jeunes diplômés. Le tableau suivant, permet de voir les résultats sur la significativité des liens.

Tableau 7 : Résultats de l’estimation : effet direct

Variable	Liens	Dimensions	Estimate	S.E.	C.R.	P
DE	<---	ETHN	,487	,005	57,098	***
DE	<---	RELI	,314	,004	12,118	***
DE	<---	EDUC	,340	,007	27,492	***
DE	<---	FAMI	,326	,006	8,622	***
INOV	<---	DE	,843	,027	30,689	***
CRENT	<---	DE	,931	,032	29,326	***
CROIS	<---	DE	,902	,031	28,701	***
REPR	<---	DE	1,211	,040	30,540	***

Source : Résultats de nos enquêtes, 2021

Ce tableau montre que chaque dimension socioculturelle influence positivement et significativement la variable dynamisme entrepreneurial. Constatant que les résultats ont montré que l’ethnie (ETHN) influence positivement ( $\beta = 0,487$ ) et de façon significative (CR= t =57,098 et p = 0,001) le dynamisme entrepreneurial, ce qui permet de dire que l’hypothèse H1 qui stipule que l’ethnie influence positivement et significativement le dynamisme entrepreneurial, est confirmée. S’agissant de la dimension religion (RELI), elle a un effet positif ( $\beta = 0,314$ ) et significatif (CR= t =12,118 et p = 0,001) sur le dynamisme entrepreneurial, donc l’hypothèse H2 qui stipule que la religion influence positivement et significativement le dynamisme entrepreneurial, est aussi confirmée. De même, la dimension famille (FAMI) influence positivement ( $\beta = 0,326$ ) et significativement (CR= t =8,622 et p = 0,001) le dynamisme entrepreneurial, alors l’hypothèse H3 selon laquelle la famille influence positivement et significativement le dynamisme entrepreneurial, est confirmée. Les résultats ont montré par ailleurs que l’éducation (EDUC) influence positivement ( $\beta = 0,340$ ) et de façon significative (CR= t =27,492 et p = 0,001) le dynamisme entrepreneurial, alors l’hypothèse H4 qui stipule que l’éducation influence positivement et significativement le dynamisme entrepreneurial, est aussi confirmée.

## 4.2 Discussions des résultats

Les résultats issus de cette étude montrent un coefficient de régression positif ( $\beta = 0,343$ ) et significatif au seuil de 1% c'est-à-dire une relation positive entre les deux variables des facteurs socioculturels (ethnie ; éducation ; religion et famille) et le dynamisme entrepreneurial des jeunes diplômés. De surcroît, les résultats de tous les indices sont satisfaisants ; ce qui explique que le modèle présentant le lien entre les dimensions des facteurs socioculturels et le dynamisme entrepreneurial s'ajuste aux données théoriques. On peut ainsi penser que certains propos entendus et recueillis lors des entretiens justifient les résultats obtenus : *« Il y a un nombre restreint de jeunes diplômés des Universités du Bénin qui entreprennent ... cela s'explique aussi parce que se mettre en association nécessite vraiment le partage de la même vision et qu'il faut avoir donc les mêmes systèmes de valeur. Si vous n'avez pas les mêmes systèmes de croyance religieuse, la même vision, il est parfois difficile de se mettre ensemble pour mener une activité. La culture béninoise aussi constitue un véritable frein à cette mise en association et fait que les gens veulent entreprendre seuls, on dit souvent tout le monde peut entreprendre mais ce n'est pas tout le monde qui entreprend. Chaque famille doit inculquer l'éducation entrepreneuriale à ses progénitures pour un changement de mentalités... ».*

Ces résultats obtenus dans cette recherche corroborent avec les travaux de recherche de Diakitè (2004) qui montrent que l'ethnie, la famille et la religion constituent des facteurs de succès entrepreneurial dans la mesure où les personnes vivant dans la même communauté et partageant les mêmes valeurs, les mêmes croyances et vivant dans une solidarité sont plus incitées à l'entrepreneuriat. Au Bénin, nous observons ce phénomène de solidarité entre les musulmans et dans les ethnies Adja et Yoruba qui cherchent à mieux dynamiser leurs affaires. Par contre l'individualisme pousse certaines ethnies à l'entrepreneuriat. C'est le cas des gouns au Bénin. Toujours dans le même ordre d'idée Bourguiba (2007) montre dans ses travaux que le problème des genres, masculinité et féminité, relève des faits sociaux et culturels. De plus en plus, l'idée d'une différence de nature entre les hommes et les femmes se trouve complétée par celle d'un conditionnement conférant à l'homme une position dominante et reléguant la femme dans une position de dépendance. Relatives et déterminées par l'environnement socioculturel, les différences de rôles, de positions et de relations observées entre hommes et femmes donnent lieu à des discriminations qui pourront disparaître au fil des temps et selon le contexte. Au Bénin, l'avènement des microcrédits aux plus pauvres a boosté cette pratique et les femmes sont plus dynamiques et présentes sur le terrain de l'entrepreneuriat.

Les travaux de Diakité (2004) évoquent le concept de compétition en entrepreneuriat au sein des femmes ou groupes ethniques. Ainsi la famille favorise l'acte d'entreprendre surtout quand les parents sont entrepreneurs ; le cas des maçons dans le contexte béninois est fréquent. De même lorsque la mère est commerçante l'une de ses filles devient commerçante ou elle associe le commerce à son activité de base. Les travaux de Bourguiba (2007) montrent également que certaines ethnies sont plus enclines dans la création d'entreprise que d'autres. C'est le cas de la communauté musulmane et celle d'adja au Bénin qui sont pour la plupart des commerçantes de tout ordre et prêtes à courir n'importe quel risque pour pouvoir entreprendre. Car, certains responsables déclarent : *« dans le système éducatif du Bénin, il faut consacrer plus, peut-être 14 années ou parfois 15 années de formation calquées sur diplôme, et après le diplôme je vais obtenir l'emploi et bizarrement la quinzième année, on dit oui emploi indépendant alors que j'ai passé 14 années pour avoir un "diplôme salarié" et peut-être la dernière année on commence par parler d'emploi indépendant, entreprendre. C'est difficile parce que même les enseignants, sont héritiers d'un système quasiment non entreprenant ... »*.

Cette recherche abonde en grande partie dans le sens des études en entrepreneuriat qui considèrent les variables culturelles qui ont suivi le travail séminal de Hofstede et al. (2011). Les chercheurs ont en général émis l'hypothèse selon laquelle l'esprit d'entreprise est facilité par les cultures et croyances qui sont riches en valeurs entrepreneuriales (Hayton et al., 2002). Cependant, les résultats auxquels nous sommes parvenus à travers cette recherche sont contraires aux résultats sortis et retenus des travaux de Paturel et Arasti (2006) qui ont révélé quatre groupes de facteurs environnementaux dégagés (facteurs socioculturels, économiques, codes et politiques du gouvernement et réseaux entrepreneuriaux), ces facteurs en dehors des réseaux entrepreneuriaux jouent un rôle inhibiteur et/ou sont sans effet dans la création d'entreprise par les femmes diplômées iraniennes. Dans l'informel, on remarque une forte présence des bonnes dames qui sont dans le commerce. Au regard de la dimension religion, l'étude de Schulders (2006) a montré l'implication des religions asiatiques comme le confucianisme, le bouddhisme, l'hindouisme, le taïsme, le shintoïsme et l'islam sur l'activité économique. Ridding (1992) pense que la forte compétitivité des entreprises japonaises résulte de la cohésion entre les membres et d'une manière d'agir, de décider et de se comporter axée sur les fondements religieux.

### **4.3 Apports de la recherche**

La littérature concernant l'entrepreneuriat et les facteurs socioculturels est riche mais très peu étudiée de façon académique notamment dans le contexte béninois. En effet, les résultats de cette recherche ont prouvé que les dimensions socioculturelles ont un pouvoir explicatif positif et significatif sur le dynamisme entrepreneurial des jeunes diplômés au Bénin. Les recherches antérieures n'ont

pas étudié explicitement et testé empiriquement l'hypothèse d'une telle liaison entre les facteurs socioculturels et le dynamisme entrepreneurial des jeunes diplômés. Nombreux sont les auteurs qui ont conduit des travaux sur l'intention entrepreneuriale dans les Université (Tourès, 2003 ; Abbès, Amari et Allaya, 2016), mais n'ont jamais abordé le dynamisme entrepreneurial ni ses indicateurs de mesure utilisée. Dans ses études, Pepin (2011) se questionne sur l'entrepreneuriat en milieu scolaire. Indirectement, les résultats par rapport à cet axe de recherche ont permis de mettre en évidence les implications de chaque aspect des facteurs socioculturels retenus sur le dynamisme entrepreneurial des jeunes diplômés surtout au Bénin. Cette recherche constitue, d'une part, une grille de lecture pour toute personne qui dispose des astuces primordiales pour créer une entreprise et d'autre part, un outil d'aide à la connaissance et à la compréhension des facteurs socioculturels de l'entrepreneuriat des jeunes diplômés au Bénin. Ce travail enrichit les efforts de nos gouvernants et ceux des enseignants qui cherchent une approche adéquate entre les offres de formation et le besoin de l'environnement. Les apports méthodologiques se trouvent dans l'élaboration d'un modèle combinant toutes les dimensions socioculturelles en relation avec le dynamisme entrepreneurial et la validation externe des échelles de mesures. Ainsi, les résultats que nous avons obtenus ont permis de vérifier la dimensionnalité des facteurs socioculturels dans le contexte de cette étude et constituent une contribution à la validation externe des résultats des travaux réalisés dans d'autres contextes. Nous estimons aussi comme contribution méthodologique, relative à l'utilisation des méthodes à équations structurelles et à l'adaptation des contenus de certains items constituant les dimensions des variables utilisées au Bénin. D'énormes travaux dont ceux de Verstraete (2012), de Tourès (2003) et de Barès (2004) sont réalisés sur l'opérationnalisation des hypothèses de recherche comme le cas dans cet article, contrairement à l'étude de Diakété (2004) qui n'a pas formulé d'hypothèses. Nos hypothèses mettent en lien les facteurs socioculturels et le dynamisme entrepreneurial des jeunes en contexte béninois, avec des items sur des échelles de Likert à 5 pts.

## **5. Conclusion et pistes de recherche**

Cette étude a testé l'influence des facteurs socioculturels sur le dynamisme entrepreneurial des diplômés au Bénin. Les résultats ont montré que les dimensions socioculturelles étudiées sont toutes en lien avec l'entrepreneuriat notamment l'ethnie, la religion, la famille et l'éducation. Les facteurs socioculturels ont un effet significatif et positif sur le dynamisme entrepreneurial des jeunes au Bénin. Cependant, ce travail présente des limites. Elle ne s'inscrit pas dans une perspective longitudinale, qui aurait permis de mieux voir les effets des facteurs socioculturels sur le dynamisme entrepreneurial. Une autre limite

concerne les données empiriques requises dans le cadre d'analyse proposée, qui se doivent de répondre à des interrogations portant à la fois sur la culture nationale, l'environnement et le comportement individuel. Cette recherche n'a pas fait l'objet d'une étude spécifique de la prédominance d'une ethnie dans le cadre du dynamisme entrepreneurial. Ce travail n'a donc pas abordé la question du genre, ni les facteurs économiques ou institutionnels dans la relation entre facteurs socioculturels et dynamisme entrepreneurial. Elle n'a pas aussi étudié de façon spécifique les interactions entre les cultures considérées ni les cultures organisationnelles caractérisant les Universités du Bénin. Une autre limite est liée au fait que, l'instrument de culture avec la grille méthodologique des 6-D de Hofstede n'a pas été testé, les individus s'expriment au nom des autres personnes de leur région. Ces limites constituent des pistes de recherche importantes qui méritent un développement plus poussé et approfondi. Les futures recherches pouvaient explorer le rôle des variables sociodémographiques sur la relation entre facteurs socioculturels et dynamisme entrepreneurial. Une étude sur le rôle de la spiritualité sur la relation entre facteurs socioculturels et le dynamisme entrepreneurial peut être envisageable car certains jeunes entrepreneurs font parfois recours à la spiritualité comme un outil. D'autres chercheurs peuvent faire la réplication de cette recherche dans un autre contexte. Aussi une étude comparative pourrait-elle être effectuée sur l'influence des ethnies Adja, Fon et Yoruba du Bénin ou d'autres pays sur l'entrepreneuriat.

## 6. Références

- Abbès, I., Amari, F. et Allaya, A. (2016). *Impact de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'intention d'entreprendre*. Association internationale de management stratégique, XXV<sup>e</sup> Conférence Internationale de Management Stratégique, Hammamet, 1-25 ;
- Barès, F. (2004). *La mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises : regards croisés d'une déclinaison locale de la politique nationale*. L'émergence du réseau CRE Alliance. CIFEPME, Montpellier, 27-29 ;
- Baum, J.R., Olian, J.D. Erez, M. Schnell, E.R. Smith, K.G. Sims, H.P. Scully J.S. et Smith K.A. (1993), Nationality and work role interactions : a cultural contrast of Israeli and US entrepreneurs' versus managers' needs, *Journal of Business Venturing*, 8 (6), 499-512.
- Boukar, H. et Julien, P. A. (2009). Les Facteurs de Contingence de la Croissance des Micro et Petites Entreprises Camerounaises. Direction et Gestion, *La Revue des Sciences de Gestion*, 3 (237-238), 75-83 ;
- Bourguiba, M. (2007). *De l'intention à l'action entrepreneuriale : Approche comparative auprès de TPE Françaises et tunisiennes*. Université Nancy 2, Institut d'Administration des Entreprises, Tome 1, p. 329 ;
- Chelly, A. (2003), L'identification et le développement d'opportunités entrepreneuriales, ATER Université de Toulon et du Var – IAE, p. 18 ;

- Clausen, T. et Korneliussen, T. (2012). The relationship between entrepreneurial orientation and speed to the market: The case of incubator firms in Norway, *Technovation*, 32(9), 560-567;
- Davidsson, P. et Wiklund, J. (1997). Valeurs, croyances et variations régionales des taux de création de nouvelles entreprises. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 18, 179-199 ;
- Diakité, B. (2004). *Facteurs socioculturels et création d'entreprise en guinée*. Étude exploratoire des ethnies peule et soussou. Thèse présentée à la Faculté des études supérieures de l'Université Laval, p. 387 ;
- Etzioni, A. (1987), Entrepreneurship, adaptation and legitimation, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 8 (2), 175-189.
- Evrard, Y., Pras, B., Roux, E., (2003) : Market, études et recherches en marketing, fondements, méthodes, 3<sup>ème</sup> édition, Nathan ;
- Fayolle, A. (2011). Enseignez, enseignez l'entrepreneuriat, il en restera toujours quelque chose ! *Entreprendre et innover*, n°3, 147-158 ;
- Fayolle, A. et Surlémond, B. (2009). Le mythe de l'entrepreneur rationnel. *L'Expansion Entrepreneuriat*, n°1, p. 13 ;
- Filion, L. J. (2002). L'entrepreneuriat comme carrière potentielle - Une évaluation en milieu universitaire. Cahier de recherche n°2002-04 de la chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter. Hec Montréal ;
- Filion, L., Brenner, G. A., Dionne, L. et Menzies, T. V. (2007). L'identification d'une occasion d'affaires en contexte d'entrepreneuriat ethnique. *Revue internationale P.M.E*, 20 (2), 33-57 ;
- Gurel, E., Altınay, L. et Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669;
- Hayton, G. et Zahra, A. (2002). Perceptions culturelles et intention d'entreprendre une comparaison entre des étudiants brésiliens et français. Un article de la revue, *Revue internationale P.M.E*, 23 (2), 9-41 ;
- Hofstede, G. (2011). Dimensionner les cultures : le modèle de Hofstede en contexte. Lectures en ligne en psychologie et culture, 2 (8) ;
- Julien, P. A., et Marchesnay, M., (2007). Pour une approche ethno méthodologique de la PME. *Revue internationale P.M.E*, 11 (1), 123-140 ;
- Lohest, O. et Guyot, J. L. (2008). Institut Wallon de l'évaluation, de la prospection et de la statistique. n° 801;
- Marchesnay, M. (2002). Pour une approche entrepreneuriale de la dynamique Ressources-Compétences. Essai de praxéologie, papier de recherche ;
- Mueller, S. D. et Thomas, (2000). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. February 2001, *Journal of Business Venturing*, 16 (1), 51-75 ;

- Mungai, E. et Velamuri, R. (2011). Parental Entrepreneurial Role Model Influence on Male Offspring: Is It Always Positive and When Does It Occur ? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (2) ;
- Nizet J. et Pichault F. (2007), Les performances des organisations africaines : pratiques de gestion en contexte incertain, L'Harmattan, Paris, Conception et Dynamique des organisations, 297 p.
- Nlemvo, F., Biga Diambeidou, M, & Coeurderoy (2011), Le dynamisme entrepreneurial des Régions : proposition d'un cadre conceptuel, *Canadian Journal of Regional Science*, 34 (2-3), 47-59 ;
- Pacitto, JC., Arlotto, J., Fabiani, T. et Jourdan, P. (2014). Cultures nationales et actions entrepreneuriales : une nouvelle perspective pour la recherche en entrepreneuriat ;
- Paturel, R. et Arasti, Z. (2006). Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran. ;
- Pepin, M. (2011). L'entrepreneuriat en milieu scolaire : de quoi s'agit-il. McGill. *Journal of éducation/Revue des sciences de l'éducation de McGill*, 46 (2), p. 326 ;
- Shane, S. (1993). Cultural influences on national rates of innovation. *Journal of Business Venturing*, n° 8, 59-73
- Shapero, A. et Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice Hall, chap. IV, pp. 72-90 ;
- Souitaris, V., Zerbinati, S. et Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22 (4), 566-591;
- Stanworth et Curran, 1973, L'impact de la culture sur l'esprit d'entreprendre, *Reflets et perspectives de la vie économique*, (Tome LI), 75-81
- St-Pierre, J. (2009). *L'innovation*, dans Janssen, F. (dir.) *Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat*. Bruxelles De Boeck, p. 96 ;
- Thurik R. et Dejardin M. (2012), L'impact de la culture sur l'esprit d'entreprendre, *Reflets et perspectives de la vie économique*, n°2, 75-81 ;
- Toulouse, J. M. et G. A. Brenner (1992). Activités d'affaires et groupes ethniques à Montréal. Cahier de recherche 92-09-02, Chaire d'entrepreneuriat Rogers Bombardier, J. A., HEC Montréal ;
- Verstraete, W. (2012), Le business model : une théorie pour des pratiques, *Entreprendre & Innover*, 1 (13), 7- 26 ;
- Weber, E. U., Blais, A-R. et Betz, N. (2002), A Domain-Specific Risk-Attitude Scale: Measuring Risk Perceptions and Risk Behaviors, *Journal of Behavioral Decision Making*, 15(4), 263-290.