Investment Climate and Business Environment Research Fund

Déterminants de l'Entrepreneuriat au Togo

Par

Golo Yao Nukunu[1]

Université de Lomé,

Togo, Lomé

Rapport de Recherche du FR-CIEA N0. 20/12

Fonds de Recherche sur le Climat d'Investissement et l'Environnement des Affaires (FR-CIEA)
www.trustafrica.org/icbe

Dakar, Juin 2012

[1] Contact : jebanukyg@yahoo.fr

Ce rapport de recherche a bénéficié d'un appui financier du Fonds de Recherche sur le Climat d'Investissement et l'Environnement des Affaires (CIEA), une initiative conjointe entre TrustAfrica et le CRDI. C'est un document de travail diffusé pour discussions et commentaires. Les conclusions et recommandations sont celles de (s) l'auteur (s), et ne reflètent pas nécessairement les points de vue du Secrétariat du FR-CIEA, de TrustAfrica ou du CRDI

Résumé

L'objectif de cette étude est de contribuer à une analyse approfondie des facteurs pertinents qui expliquent l'état de l'entrepreneuriat (la création d'entreprises, et leur croissance) afin d'informer les différentes politiques pour une meilleure promotion de l'entrepreneuriat. Cette étude est faite au moyen des analyses statistiques (bivariée et multivariée) et économétrique (logistique binaire) utilisant des données essentiellement primaires collectées auprès de 299 entreprises à Lomé la capitale et 432 potentiels créateurs. Les résultats des différentes analyses montrent que la perception de l'environnement des affaires reste déterminante dans la décision de création d'entreprises par les togolais. Ensuite, on constate que l'âge de l'entreprise et l'âge du promoteur influencent significativement la forte croissance des entreprises. Fort de ces résultats, les propositions suivantes sont formulées à l'endroit des décideurs : (i) En plus des politiques déjà mises en place l'Etat doit y joindre une politique fiscale en la faveur des entreprises, et une politique garantissant la sécurité des investissements. (ii) Pour améliorer les réponses à la pauvreté par la réduction du chômage à travers la promotion de l'entrepreneuriat, il importe de réadapter la politique fiscale en la faveur des entreprises jeunes dont les affaires sont efficacement gérées et mises sur les sentiers de croissance par des personnes ayant accumulées une certaines expériences.

Mots clés : Entrepreneuriat ; création, croissance; PME.

Avant-propos

Ce rapport est le produit d'une étude menée grâce au financement du Fonds de Recherche sur le Climat d'Investissement et de l'Environnement des Affaires en Afrique (FR-CIEA) de TrustAfrica (TrustAfrica Research Fund) et son partenaire le Centre de Recherche pour le Développement International (CRDI) qui nous ont fait confiance et qui ont cru en la pertinence du thème de même que son apport pour l'économie togolaise. Cette étude vise à faire ressortir les facteurs explicatifs de la création et de la croissance des PME au Togo. Elle a permis de compléter et/ou de réactualiser les connaissances existantes en la matière et de faire de propositions dans le but de la réorientation des politiques déjà mises en place pour mieux faciliter la création des PME avec l'ambition de soutenir leur croissance. La réalisation de cette recherche ne serait pas possible sans l'apport de certaines personnes. Il convient donc de leur exprimer toute notre reconnaissance.

Nos remerciements vont en particulier à Messieurs : BIGOU-LARE Nadédjo, AGBODJI Akoété Ega, LAMBONI Matéyendou, SEGLA Ametépé Simon, KAVEGUE Yawo Gilbert Josias, KOREM Ayira et à tous les agents qui ont participés à la collecte des données.

Avertissement

Les analyses et conclusions de ce document sont formulées sous la responsabilité de son auteur et ne reflètent pas nécessairement le point de vue officiel de TrustAfrica et de son partenaire le CRDI.

Table des matières

Résumé ii
Avant-propos iii
Table des matières iv
Tables des figures, graphiques et tableaux v
1. Introduction 6
2. Objectifs de l'étude 9
3. Revue de la littérature 9
4. Méthodologie d'analyse 17
4.1. Les données 17
4.2. Analyse des données 18
4.2.1. Analyses statistiques descriptives 18
4.2.2. Analyse économétrique 19
5. Les résultats et interprétations 23
5.1. Analyses préliminaires descriptives des données 23
5.1.1. Les caractéristiques des promoteurs d'entreprises au Togo 23
5.1.2. Les caractéristiques des entreprises 24
5.1.3. Les caractéristiques des potentiels promoteurs 25
5.2. Analyse descriptive multivariée 26
5.2.1. Profil des potentiels créateurs 26
5.2.2. Profils des entreprises en croissance 27
5.3. Analyses économétriques 28
5.3.1. Résultats de l'estimation du modèle de création (Logistique binaire) 28
5.3.2. Résultats de l'estimation de la croissance (modèle Logistique binaire) 31
6. Conclusion 34
Références bibliographiques 36
Annexes 38

Tables des figures, graphiques et tableaux

Figure 1 : Modèle causal de la croissance d'une entreprise.....13
Figure 2: Une représentation des modèles d'intention 20

Graphique 1 : Analyse multidimensionnelle du profil des potentiels promoteurs.....46
Graphique 2 : Analyse multidimensionnelle du profil des entreprises en croissance. 47

Tableau 1 : Effets nets des variables sur la décision de création d'entreprise 29
Tableau 2 : les Odds Ratios de l'estimation du modèle de croissance.....31
Tableau 3 Résultats de la régression modèle 1 de la croissance à la sortie de logiciel SPSS 12 38
Tableau 4 : Résultats de la régression modèle 2 de la croissance à la sortie de logiciel SPSS 12…39

1. Introduction

La littérature sur le développement du continent africain dans les années 50 et 60 mettait en relief l'importance du rôle de l'Etat plutôt que celui du secteur privé. On expliquait alors que « *tout pays en voie de développement souffrait d'un manque de ressources, en particulier des capitaux, des infrastructures et des cadres aptes à gérer des entreprises ; et par l'absence d'un marché de consommation à l'échelle nationale […]. Les industries lourdes, les ressources en capitaux et en compétences techniques et administratives ne pouvaient être mobilisées que par les seuls pouvoirs publics* » (Péklé, 2006). Ce qui accordait une priorité du financement et de la promotion du développement au secteur public. Mais devant les crises d'endettement de la fin des années 70 début 80, ces Etats ont été mis à de rudes épreuves des Programmes d'Ajustement Structurel (PAS)[2] avec des volets de privatisations et de libéralisation. Ces privatisations et libéralisation devraient conduire à de meilleurs résultats s'il y avait un secteur privé local conséquent. L'une des conséquences de la mise en œuvre de ces programmes est que les secteurs publics de ces pays qui étaient les pourvoyeurs d'emplois et moteurs de la croissance, n'ont plus les capacités pour jouer ces rôles, laissant des millions de sans-emplois.

Les petites et moyennes entreprises (PME) représentent sans doute la source d'emplois la plus importante dans de nombreux pays en développement et sont souvent le fondement même du secteur privé local. Elles représentent environ 70% à 80% du nombre des entreprises au Togo (Ministère des PME et de la promotion de la Zone Franche, 2006). Les entrepreneurs qui les créent pourraient donc jouer un rôle plus important dans le développement. C'est dans cette perspective que l'Etat togolais a fait du développement des PME/PMI une priorité avec la création en 2006 d'un ministère chargé des PME/PMI dont la mission est de mettre en œuvre la politique définie par l'Etat en matière de développement et de promotion des PME/PMI. A cela s'ajoute une refonte complète des réglementations applicables au secteur privé. Ces actions ont pour but de relever les défis de la lutte contre la pauvreté, qui passe par une accélération de la croissance en créant plus de valeur ajoutée au niveau local, notamment la formulation d'une stratégie de développement à long terme des PME/PMI. L'Etat trouve dans ce fait la nécessité de faire des PME/PMI un véritable levier stratégique pour la lutte contre la pauvreté, notamment au niveau des micros et petites entreprises évoluant souvent dans le secteur non structuré dit secteur informel.

Face au désengagement croissant de l'Etat, le secteur privé devait alors suppléer aux Etats pour ainsi redynamiser les économies Cowen (2002), à travers la création d'emplois, la croissance économique pour enfin parvenir à la réduction de la pauvreté. L'importance accordée à

[2] Les PAS ont été mis en œuvre au Togo à partir de 1981

l'entrepreneuriat à travers les PME est devenu encore plus grandissante avec la capacité des entreprises à résister à la dernière crise[3], en ce sens que ces PME ont contribué moins aux suppressions d'emplois que les grandes entreprises.

L'ère est maintenant à *la perspective microéconomique du développement* accordant une reconnaissance de plus en plus grande au rôle de l'initiative privée dans la dynamique économique de l'Afrique où la création d'emplois par la petite entreprise est un point central des politiques des Etats Péklé (2006). Un secteur privé dynamique avec des entreprises qui investissent, qui créent des emplois et qui accroissent la productivité — favorise la croissance et améliore les opportunités pour les personnes les plus défavorisées. En témoigne la création des directions entières consacrées aux PME dans les ministères ou dans d'autres cas des ministères consacrés à la promotion des PME. Au Togo, on peut citer l'Agence Nationale pour la Promotion de l'Emploi (ANPE[4]) et l' Agence Nationale de Garantie, de Promotion et de Financement (ANPGF[5]) qui sont actuellement des structures très actives dans la promotion de l'emploi par des soutiens techniques et financiers à la création des petites et moyennes entreprises ; et qui constitue des points focaux pour les actions du gouvernement en matière de réduction de la pauvreté à travers une réduction du chômage en garantissant l'emploi surtout à la tranche de la population jeune.

Malgré ces efforts et ses politiques à sa faveur, force est de constater que le secteur privé peine à jouer pleinement son rôle. Si les PME ont la capacité de créer des emplois, comment les politiques gouvernementales peuvent-elles aider le plus grand nombre d'entre elles à concrétiser ce potentiel? Pour répondre à cette question, il est utile de mieux comprendre les facteurs qui entourent le développement de l'entrepreneuriat.

[3] La crise d'abord financière et qui est devenu économique.

[4] Créée en 2005, elle participe à la mise en œuvre de la politique de l'emploi définie par les pouvoirs publics. Elle a pour mission d'intervenir sur le marché du travail : (i) en assistant les personnes à la recherche d'un emploi, d'une formation ou d'un conseil professionnel pour favoriser leur reclassement ou leur promotion professionnelle. A ces fins, elle participe à la mise en œuvre des actions qui favorisent la mobilité géographique et professionnelle et l'adaptation aux emplois ; (ii) en assistant les employeurs pour l'embauche et le reclassement de leurs salariés. Elle participe à la mise en œuvre des aides publiques destinées à faciliter ces opérations, ainsi que des dispositifs spécialisés notamment au profit des petites et moyennes entreprises.

[5] Créée en 2008, elle offre des produits financiers composés de garanties, de concours bancaires et de financements vifs. L'agence offre également des garanties non financières consistant, entre autres, au renforcement des capacités des personnels des PME/PMI, aux appuis conseils, à la promotion de l'auto-emploi et à des assistance techniques visant l'éradication de la pauvreté. Les principaux domaines d'intervention de l'agence sont l'agriculture, l'élevage, l'artisanat ; le commerce (achat et revente) y étant exclu.

L'entrepreneuriat[6] consiste en effet en la capacité d'estimer sans arrêt les conditions et les circonstances économiques afin de percevoir des occasions d'affaire et de proposer de nouveaux produits et services, de meilleure qualité et moins chers. Les entrepreneurs réorganisent les ressources économiques vers des usages à valeur ajoutée plus élevée. Ils innovent en cherchant de meilleurs processus de production et des façons de réduire les coûts. Ils sont ainsi à l'origine même du dynamisme économique et de la capacité à répondre efficacement aux désirs des consommateurs et aux besoins d'autres producteurs et intermédiaires dans le marché. Ils sont ainsi la source de la création de richesse et de ce fait un moteur de la dynamique économique.

L'entrepreneuriat se trouve ainsi décliné sous l'angle d'exploitation des opportunités d'affaires pour la « *création d'entreprise* ». Entreprendre n'est pas que création d'entreprise, il faut tenir compte aussi de la capacité managériale du créateur à pouvoir rendre pérenne et croissante l'entreprise créée. L'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe qui est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné.

Quels sont les facteurs qui déterminent l'entrepreneuriat à travers la création, et la croissance des PME au Togo ?

De manière générale, en réponse à cette interrogation, deux catégories de facteurs sont évoqués dans la littérature pour expliquer le désir d'entreprendre ou non dans les pays en développement : les facteurs décrivant l'environnement des affaires[7], les facteurs socioéconomiques et/ou les facteurs socioculturels[8]. Il faut tout de même noter que selon la situation des pays, tous ces facteurs n'expliquent pas simultanément et de façon significative le désir d'entreprendre. Il importe donc de mener des études au cas par cas pour en déterminer les facteurs pertinents.

[6] Cette définition n'est pas la seule, il existe une multitude de définition de l'entrepreneuriat. La définition proposée est une synthèse et est aussi proche de celle proposée par Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en 2005 « l'entrepreneuriat est la capacité de créer et de bâtir des entreprises là où d'autres n'ont pas vu l'occasion de le faire. L'entrepreneur qui prend des risques peut avoir un impact considérable sur une économie. Parmi les avantages qui découlent de son activité, on peut mentionner la création d'emploi, l'accroissement de la production de biens et de services et l'amélioration des niveaux de compétence qui assurent une croissance soutenue de l'industrie »

[7] L'environnement des affaires, est défini par les facteurs financiers (difficultés d'accès au crédit), le cadre réglementaire ou juridique (code d'investissement garantissant la sécurité des investissements, les facilités d'investissement et la taxation).

[8] Les facteurs socioéconomiques sont liés à l'individu lui-même et de son environnement social. Il s'agit des capacités managériales (l'incompétence et l'inexpérience des entrepreneurs), le capital social de l'entrepreneur (le réseau relationnel de l'entrepreneur), le genre et l'âge de l'entrepreneur. On y ajoute souvent l'attitude de l'entrepreneur face au risque ; l'appartenance ethnique et la religion du dirigeant.

C'est dans cette perspective, que s'inscrit cette étude qui se propose de déterminer dans le cas spécifique du Togo, les facteurs pertinents qui motivent le secteur privé d'entreprendre.

2. Objectifs de l'étude

L'objectif principal de cette étude est d'identifier les facteurs pertinents du développement de l'entrepreneuriat au Togo. Il est question de façon spécifique[9],

(i) d'identifier les facteurs déterminant la création des PME togolaises, et

(ii) d'identifier les facteurs de croissance de celles-ci

3. Revue de la littérature

La problématique abordée dans cette étude est une problématique ancienne donc largement abordée dans la littérature. Elle a fait l'objet d'une littérature assez abondante aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement. Sans toutefois être exhaustif, nous évoquons certains de ces travaux. Ainsi les différentes approches théoriques et empiriques seront abordées.

3.1. La littérature sur la création d'entreprise

La création d'entreprise a été expliquée par plusieurs approches notamment l'approche par les traits de la personnalité [10], l'approche démographique, l'approche environnementale et l'approche interactionniste. Mais dans la littérature récente, l'approche reposant sur le rôle central de l'intentionnalité dans le processus d'émergence organisationnelle, a fait son apparition. Selon cette approche, tout comportement intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir ce comportement. L'intention de créer est, quant à elle, fonction de l'attrait que représente ce choix pour l'individu et de sa perception de la faisabilité du projet. C'est ce qui constitue le fondement des théories de l'action raisonnée (Ajzen, 1975 ; Ajzen et Fishbein, 1980) et du comportement planifié (Ajzen, 1985, 1987, 1991). Les enseignements de ces modèles d'intention retiennent, selon Ajzen (1991), Boissin et *al.* (2008), trois groupes de facteurs pour expliquer la décision de création d'entreprise : **les attitudes associées au comportement** qui sont spécifiées par l'existence d'une idée ou d'un projet de création plus ou moins formalisé, et la recherche d'informations ; **les normes subjectives** qui s'expriment par le besoin d'accomplissement, la recherche de l'autonomie, la propension à la

[9] L'objectif spécifique initialement fixé pour l'analyse de la survie étant exclus fautes de non disponibilité des données devant permettre de le faire. Cet objectif fera donc l'objet d'une recherche future qui viendra sans doute compléter celle-ci.

[10] Cette théorie cherche à savoir ce qui différencie l'entrepreneur des autres acteurs de la vie économique. Ainsi ont été testées avec fortunes diverses et des résultats parfois contradictoires les pistes de « traits » suivants : le besoin d'accomplissement ; la confiance en soi et le « locus of control » ; le goût pour l'indépendance et l'autonomie ; l'aversion pour le risque.

prise de risque et l'existence de modèles d'entrepreneur ; **les perceptions du contrôle comportemental** qui se forment par les expériences professionnelles et associatives, les programmes ou les formations en entrepreneuriat, l'accessibilité des ressources financières, des informations et conseils. En ce sens, les variables généralement utilisées dans les tests empiriques de cette théorie sont : l'âge, le sexe, le statut, le niveau de locus of contrôle, besoin d'accomplissement et les attitudes envers les gens, les attitudes envers les institutions. Ces facteurs agissent sur la désirabilité et la faisabilité de la création d'entreprise.

Age et situation matrimoniale, genre : il a été généralement admis dans la littérature que les hommes sont environ deux fois plus entrepreneur que les femmes Reynolds et *al*. (2004). C'est ce qui a poussé Carter et *al*. (2001) puis Robichaud (2007), à proposer que l'étude de l'entrepreneuriat des femmes soi organisée de façon séquentielle en six (06) étapes suivantes : (1)- les caractéristiques et motivations des femmes entrepreneurs (2)- les ressources et contraintes, (3)- Le style de gestion des femmes entrepreneur, (4)- le financement et accès au crédit, (5)- leur réseaux, (6)- la performance des affaires des femmes. Ainsi d'autres études montrent que les femmes sont moins soucieuses d'entreprendre que les hommes (Robichaud 2007), moins orientées vers la recherche du gain économique (Huges, 2005), ou dans la recherche de la croissance rapide de leurs affaires.

Il est aussi admis que plus l'individu est jeune, plus il est plus motivé à entreprendre. La motivation première dans ce cas selon Guillaume (1998) est surtout le défis avec lui-même (besoin d'accomplissement, indépendance…) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses. En 1995, Gray et Coll, ont présenté quelques-unes des principales raisons qui motivent souvent la création d'une entreprise en Amérique du Nord, en Europe et au Japon : être son propre patron et être plus maître de son travail et de sa vie; trouver une autre possibilité d'avancement à partir d'un emploi sans avenir; obtenir des fonds additionnels; fournir des produits qui ne sont pas disponibles ailleurs.

Niveau d'éducation et l'expérience professionnelle : Le niveau d'étude semble, quant à lui, avoir une importance pour expliquer le niveau d'intention d'entreprendre. Une partie de la littérature considère l'éducation comme un facteur qui permet de quitter l'agriculture pour l'emploi salarié et l'auto-emploi en zone rural, par contre Wu (2002) trouve que l'éducation associée à l'appartenance au parti communiste dissuade les individus dans les zones urbaines à entreprendre en Chine.

Selon la littérature, l'activité entrepreneuriale d'un individu est aussi fonction de l'expérience professionnelle. Cette expérience relate l'histoire entrepreneuriale de l'individu.

Traditionnellement, la plupart des entrepreneurs commencent leur carrière comme salariés. Le travail constitue souvent un lieu de rencontre essentiel entre le créateur et l'idée. Il permet d'observer et d'explorer en profondeur un secteur d'activité, un marché et un métier. L'expérience professionnelle peut donc augmenter les perceptions des aptitudes entrepreneuriales et de ce fait, contribuer éventuellement, au sein du processus entrepreneurial, à la formation de l'intention et à l'acte de création. Il est rare de voir quelqu'un touché par la grâce et trouver une idée dans un domaine qui lui est peu ou pas familier. Les opportunités décelées sont souvent à l'actif d'un briscard doté d'une forte expérience professionnelle. La probabilité de créer une entreprise est alors plus importante lorsque les individus arrivent à maturité professionnelle.

Entourage : Il s'agit de l'environnement familial, la famille est le premier milieu dans lequel les valeurs de l'entrepreneur éventuel sont transmises. De nombreuses études démontrent la sur représentation des entrepreneurs qui ont un parent, tant le père que la mère, eux-mêmes entrepreneurs, comparativement à la population générale (Bossin et *al*.2008).

Attitude face au risque : Kihlstrom et Laffont (1979) étudient un modèle entrepreneurial (en se basant sur les travaux de Knight) dans lequel les individus les plus averses au risque deviennent des travailleurs alors que les moins averses au risque deviennent des entrepreneurs.

Réseaux interpersonnels : Djankov et *al*. (2006) montre qu'un important déterminant de la décision d'entreprendre est la connaissance des personnes qui ont tenté l'entrepreneuriat. Pour Yeuh (2009) les réseaux sociaux (ensemble des amis et connaissances qui sont des entrepreneurs) ont des impacts sur les facteurs qui déterminent l'auto-emploi. En absence d'un système légale effectif, les relations interpersonnelles sont préférées par les individus car ils permettent d'accroitre le flux d'information et réduire les coûts de transaction liés au démarrage d'une affaire. Avoir un réseau social faciliterait l'auto-emploi en permettant de surmonter les obstacles liés à l'accès aux crédits d'une part, et la réduction des coûts d'autre part, (Djankov et *al*. 2006).

Notre analyse emprunte la voie de cette littérature récente fondée sur les modèles d'intention entrepreneuriale. Toutefois les variables utilisées seront adaptées selon leur disponibilité.

3.2. La littérature sur la croissance

Du point de vue théorique, trois grands courants de pensées sous-tendent la littérature sur l'analyse de la croissance d'une entreprise.

La première théorie et considérée comme référence est celle évoquée par Gibrat (1931) et qui explique la croissance d'une entreprise par sa taille.

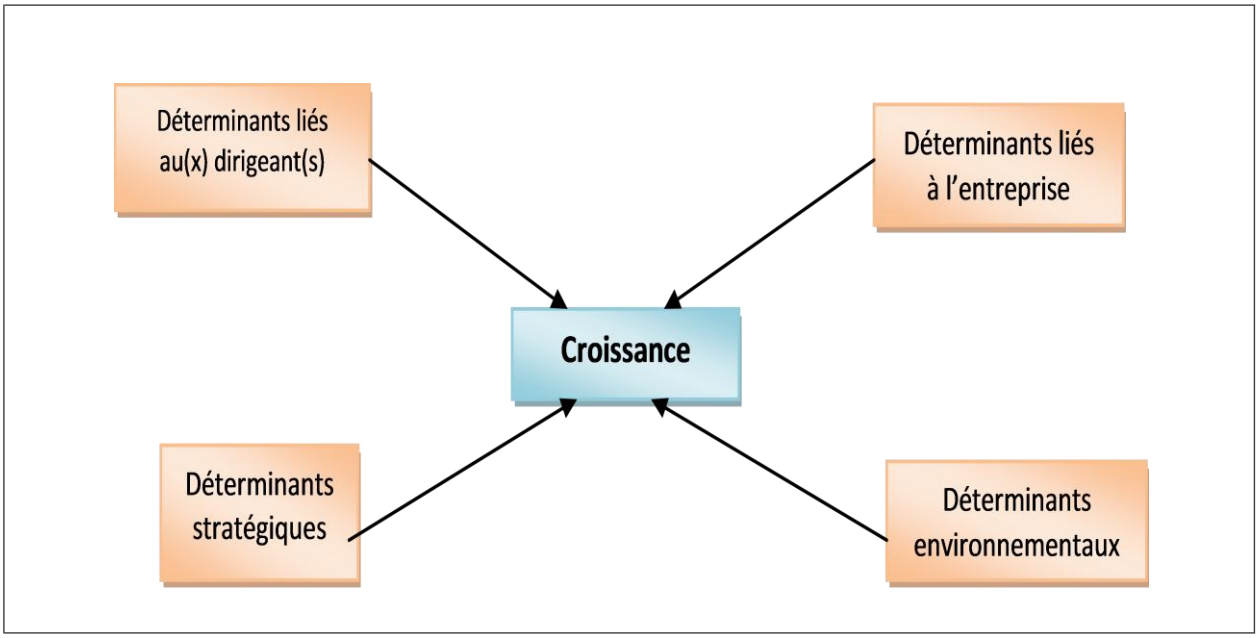
La deuxième est l'approche néoclassique de la croissance qui est une amélioration au cadre de référence de Gibrat, tient compte dans l'explication de la croissance d'une entreprise en plus de la taille, la capacité managériale de l'entrepreneur (Jovanovic, 1982). Dans ce modèle, on retrouve l'idée d'une hétérogénéité des niveaux de compétence managériale, développée notamment par Lucas (1978). Ignorées au départ, les capacités des dirigeants se révèlent progressivement, au fur et à mesure de l'activité, selon que les résultats sont conformes ou non aux espérances. Certaines entreprises (les moins capables) disparaissent, les autres se développent avec un taux de croissance qui diminue avec l'âge (à taille donnée), ainsi qu'avec la taille (à âge donné).

La troisième théorie est l'approche évolutionniste initiée par Nelson et Winter (1982). Cette approche a enrichit l'analyse théorique de la croissance des entreprises. Selon ces auteurs, les firmes en concurrence sur un même marché sont caractérisées par un niveau inégal de coûts de production imputable à une différence de capacité technologique. Les firmes bénéficiant des coûts les plus bas réalisent les plus gros profits. Dans la version la plus simple du modèle évolutionniste, la croissance des entreprises est étroitement liée à l'importance des profits qui permettent la constitution de nouvelles capacités de production. Le différentiel de rythme de croissance entre les entreprises d'un même secteur s'interprète donc comme la conséquence de l'hétérogénéité des niveaux d'efficience (ou plus généralement de compétence) des firmes. Ce modèle de base a été amendé dans plusieurs directions. Ainsi, l'importance des délais de livraison et / ou leur politique en matière de prix ; les conditions d'accès au financement extérieur ; de même que l'existence de coûts d'ajustement (générés notamment par la nécessité de restructurer l'organisation lorsque celle-ci change de dimension) sont d'autres éléments susceptibles de modifier les trajectoires individuelles de croissance des entreprises.

En plus de ces trois théories traditionnellement évoquées pour l'analyse de la croissance, il a souvent été souvent aussi avancé, la théorie de la contingence. Cette approche stipule qu'il est probable que d'autres facteurs internes ou externes propres à l'organisation et à son environnement ou à l'environnement du propriétaire dirigeant aient aussi un effet sur une ou plusieurs de ses composantes (Fabi, Garrand et Pettersen, 1993). Cette théorie voit l'entreprise comme un système ouvert, constitué d'un ensemble de sous-systèmes en interaction constante, et dont la survie dépend de l'adaptation à leur environnement. L'entreprise a donc rarement le contrôle absolu de ses actions. Par exemple, elle doit acquérir les ressources nécessaires et disposer de sa production, et elle dépend, par conséquent, de l'environnement socio-économique extérieur. Elle est tributaire des échanges qu'elle entretient avec son milieu où elle puise ces ressources et où elle écoule ses biens ou services. Ce milieu lui impose des contraintes qu'elle peut toutefois chercher jusqu'à un certain point à transformer et à modifier.

En combinant ces différentes théories, et les résultats des différentes tests empiriques de ces facteurs, Janssen (2002) synthétise un modèle causal dans lequel il regroupe les facteurs en quatre catégories : *les déterminants lié(s) au(x) dirigeant(s) ; les déterminants stratégiques ; les déterminants liés à l'entreprise ; et les déterminants environnementaux*. Ce regroupement a été généralement accepté par les chercheurs mais les composantes de chaque catégorie diffèrent selon les auteurs. Utilisant ce regroupement, il mène une étude sur les PME belges et montre que la croissance de l'emploi au sein des PME est uniquement influencée par certaines variables liées à deux sous-groupes, à savoir l'expertise du dirigeant et ses caractéristiques démographiques.

Figure 1 : Modèle causal[11] de la croissance d'une entreprise



***Source** : Janssen 2002*

Les déterminants liés au promoteur/dirigeant fréquemment testés dans la littérature empirique sont : le niveau d'éducation, le lien familial personnel avec un entrepreneur, la connaissance du secteur d'activité, une activité antérieure comme indépendant complémentaire, la taille de l'organisme dans lequel travaillait antérieurement le créateur, le nombre de créateurs, l'âge, le sexe, une formation en gestion et/ou en création d'entreprise, une origine familiale entrepreneuriale, une équipe dirigeante, une expérience professionnelle, les motivations au moment de la création.

Les déterminants relatifs à l'entreprise sont : la taille, l'âge, le montant des ressources financières mobilisées à la création, la nature des ressources financières, location des locaux, entreprise filiale d'une entreprise étrangère, la forme juridique de l'entreprise.

[11] Ce modèle causal ignore les interactions entre les différentes catégories de facteurs et considère les influences directes sur la croissance.

Les déterminants relatifs à la stratégie sont : le développement d'un réseau (réseau national ou international), le type de marché (local, régional, national, international), la stratégie agressive.

Les déterminants environnementaux sont : le taux de croissance sectoriel, le degré de concentration du marché, la pression fiscale et sociale.

Le niveau d'éducation : du point de vue théorique (Montgomery et *al*., 2005), on pense qu'il existe un lien positif entre les performances d'une entreprise et le niveau des études du créateur d'entreprise. Avec comme hypothèse que l'éducation améliore les compétences et les aptitudes des individus. Elle facilite aussi l'accès à la connaissance, au capital, de même qu'elle facilite le recrutement de personnel qualifié. De nombreuses études empiriques constatent effectivement que le niveau d'éducation du dirigeant a un impact positif sur la croissance.

Activité antérieure comme indépendant complémentaire : le fait que, lors du lancement de son activité, le dirigeant exerce d'autres activités professionnelles et ne se consacre pas uniquement à la nouvelle entreprise pourrait influencer positivement sa croissance ultérieure. S'il exerce parallèlement un emploi salarié, il n'est pas uniquement tributaire des revenus générés par son entreprise ou son activité d'indépendant pour subvenir à ses besoins et à ceux de sa famille. La grande partie des études empiriques le prenant en compte ont conclu qu'il n'y a pas de lien significatif avec la croissance de l'entreprise.

Connaissance du secteur d'activité : Elle peut également revêtir une certaine importance. Il est en effet plausible de penser qu'une expérience antérieure dans le même secteur permet d'acquérir une connaissance spécifique des produits, des procédés de fabrication, des technologies, des réseaux de distribution et des contraintes liées à ce secteur d'activité. Elle peut donc avoir un impact positif sur la bonne conduite des affaires.

Lien familial personnel avec un entrepreneur : Cette théorie suppose qu'un promoteur ou dirigeant issu d'une famille comptant un ou plusieurs propriétaires-dirigeants bénéficiera de l'expérience de ceux-ci et pourra compter sur un financement familial. En conséquence, on peut émettre l'hypothèse que cette variable influencera positivement la croissance.

L'âge : Le fait qu'un individu plus âgé dispose en général de ressources financières plus importantes et de réseaux d'affaires plus développés, ce qui réduit la probabilité d'être confronté à des contraintes de liquidités contrairement à des individus jeunes. D'après la littérature empirique, en cas de significativité, le lien est négatif.

Le sexe : Il est plausible de penser que les femmes sont habituellement plus centrées sur la famille et moins disposées à poursuivre des objectifs liés à l'expansion de l'entreprise. Les institutions financières ont plus souvent tendance à imposer des conditions plus strictes en ce qui concerne les garanties de prêts si le chef d'entreprise est une femme, limitant de ce fait le potentiel de croissance de ces entreprises.

Taille de l'organisme dans lequel travaillait antérieurement le créateur : La taille de l'entreprise dans laquelle était exercé l'emploi précédent peut également avoir un impact sur la croissance. Le fait d'avoir travaillé au sein d'une entreprise d'une certaine taille a pu permettre au dirigeant de se familiariser avec des techniques de gestion propices à la croissance.

La taille de l'entreprise : Elle est la caractéristique de l'entreprise qui a retenu l'attention des chercheurs en raison de son importance pour la détermination de politiques économiques nationales mieux adaptées. Elle a même fait l'objet de la loi de Gibrat (1931) selon laquelle le taux de croissance des entreprises est dépendant de leur taille. La littérature n'est pas unanime sur l'effet de la taille sur la croissance de l'entreprise.

L'âge de l'entreprise : Les études qui se sont penchées sur le lien entre l'âge des entreprises et leur croissance font apparaître quasi unanimement un lien négatif. Ce qui suppose que Les entreprises jeunes sont donc plus susceptibles de croître de manière significative que les entreprises plus âgées. Cela suggère l'existence d'une relation négative entre l'âge de la firme et sa croissance, en raison des rendements décroissants de l'apprentissage au cours du temps.

Montant des ressources financière mobilisées à la croissance : Il est généralement accepté en économie que l'existence de contraintes de liquidités, de même qu'un accès limité au financement, limitent la croissance des entreprises. Disposer donc de ressources financières suffisantes est crucial pour une entreprise car celle-ci a besoin de capital pour démarrer, pour survivre et pour croitre. L'effet est donc positif s'il existe.

Nature des ressources financières : La source du financement est aussi importante que l'accès à ce financement pour la croissance de l'entreprise. Certaines études ont montrées que l'utilisation de fonds personnels, familiaux et amicaux au moment de la création de l'entreprise influence négativement la croissance. Inversement, certaines recherches constatent que la probabilité de croissance des entreprises ayant ouvert leur capital ou qui ne sont pas fermées à cette éventualité est plus importante que celle des entreprises dont le dirigeant souhaite à tout prix conserver son indépendance.

Forme/statut juridique de l'entreprise : Les entreprises constituées en personne morale – à responsabilité limitée – affichent une croissance supérieure à celle des entreprises non constituées. Plusieurs facteurs peuvent expliquer le lien entre le statut de l'entreprise et la croissance. Ainsi Les personnes morales peuvent émettre des actions, et les actionnaires, revendre celles qu'ils détiennent, ce qui facilite la mobilisation des capitaux nécessaires à l'expansion. Les attentes des entrepreneurs jouent également un rôle; le choix du statut juridique peut refléter leur évaluation du degré de risque de leur projet et leur motivation pour investir et se développer.

La stratégie de l'entreprise : en termes de choix et d'étendue des marchés peut avoir un impact significatif sur la croissance de l'entreprise. Toutefois, seuls certains facteurs relatifs à la diversification géographique semblent exercer un impact significatif sur la croissance lorsqu'on les étudie indépendamment d'autres types de déterminants (Janssen, 2002). D'autres études font apparaître qu'une entreprise exportatrice est plus susceptible de croître qu'une autre et que dans certains cas, les entreprises à forte croissance retirent plus de revenus de l'étranger que les entreprises à faible croissance.

L'environnement : ces variables permettent de contrôler le secteur d'activité de l'entreprise. La générosité de l'environnement et, en particulier le taux de croissance sectoriel est, de loin, la variable environnementale dont l'influence sur la croissance a été la plus étudiée par les travaux empiriques (Janssen, 2002). En principe, une croissance de l'industrie permet aux entreprises existantes de ne pas nécessairement être déforcées par la prise de parts de marché par de nouveaux entrants et diminue, de ce fait, la probabilité d'une riposte de la part des premières (Porter, 1980). Un marché en croissance offre en principe plus d'opportunités aux entreprises, et, notamment, aux nouveaux entrants car, par définition, la demande y est en croissance. Weinzimmer (1993) constate l'existence d'une relation positive entre la générosité de l'environnement et la croissance. Selon cet auteur, cela tendrait à démontrer que la croissance d'une entreprise pourrait simplement provenir du fait qu'elle appartienne à un secteur « généreux ». Un tel environnement permettrait aux entreprises de croître sans devoir acquérir des ressources ou des parts de marché au détriment de concurrents.

Des différentiels de croissance selon le secteur reflètent en partie les différences de rendements, de technologie ou de concurrence qui existent entre les secteurs.

La grande partie des études empiriques plus récentes ont eu comme référence ce modèle théorique de Janssen (2002) qu'elle adapte ou complète mais regroupe rarement l'ensemble des facteurs précités. Chaque étude selon son objectif utilise les facteurs qu'elle juge pertinent. Ainsi, Guyot, Janssen et Lohest (2006), trouvent dans une étude menée sur les PME wallonnes en Belgique que

quatre variables relatives à l'entrepreneur, trois variables concernant la firme et une seule variable choisie ayant trait à la stratégie, influencent significativement [12] la croissance. Les facteurs environnementaux ne semblent pas avoir d'impact. Les résultats démontrent que la croissance ne peut être appréhendée que dans une perspective multidimensionnelle et plaident pour l'adoption d'un modèle théorique complet intégrant des variables explicatives de types divers.

Par contre, Boukar et Julien (2009), ont centré leur analyse sur l'influence des facteurs socioculturels sur les micro-entreprises (entre 0 et 5 employés) et les petites entreprises (entre 5 et 20 employés). Utilisant, un échantillon de micro et petites entreprises camerounaises, ils arrivent aux résultats selon lesquels, les variables socioculturelles comme l'influence de la famille, de l'ethnie et de la religion, en même temps que les qualités de l'entrepreneur tels son niveau d'instruction et son expérience sont déterminants dans la croissance des entreprises africaines.

En somme, la croissance de l'entreprise est un phénomène multifactoriel ou multidimensionnel. Elle résulte de situations issues particulièrement d'une combinaison de facteurs personnels et d'éléments de l'environnement immédiat, ethnique, social, politique et macroéconomique. Notre analyse utilise aussi le modèle causal à quatre catégories de facteurs de Janssen (2002), toutefois à l'intérieur de chaque catégorie, les variables à prendre en compte dépendront des informations obtenues lors de la collecte des données.

4. Méthodologie d'analyse

4.1. Les données

Les données utilisées pour cette analyse sont essentiellement primaires. Pour la collecte de données, la ville de Lomé a été choisi compte tenue de la très forte concentration des entreprises dans cette ville-capitale. Elle comptait 6585 entreprises enregistrées à la Chambre de Commerce et de l'Industrie (CCIT) entre 2006 et 2010. La méthode de sondage utilisée est le tirage stratifié à deux degrés selon les formes juridiques. Au niveau primaire, nous avons sélectionné 198 établissements, 84 sociétés à responsabilité limitée et/ou unipersonnelles et 18 sociétés anonymes soit au total de 300 entreprises.

Au second niveau, deux cadres au plus sont enquêtés dans chaque entreprise sélectionnée soit un échantillon de 600 cadres. Il importe de préciser que la méthode de collecte utilisée est l'interview directe.

[12] Le niveau d'éducation, la taille de l'entreprise dans laquelle travaillait antérieurement le créateur, et l'âge du créateur pour les variables liées aux dirigeants ; la taille de l'entreprise, la nature des ressources financières pour les variables liées aux caractéristiques de l'entreprise ; le choix et l'étendue des marchés au niveau de la stratégie de la firme.

Les cadres interviewés dans les entreprises sont considérés comme des potentiels créateurs de leurs propres entreprises. La raison est toute simple, étant dirigeant ou autre personnalités bien placées dans l'administration d'une entreprise, ils ont une certaines capacités et maîtrise des rouages dans les entreprises et constituent pour nous un vivier idéal pour la création de leurs propres entreprises.

La collecte des données proprement dite a durée une semaine soit du 02 au 6 mai 2011. Les difficultés auxquelles le personnel de la collecte s'est confronté sont : le refus catégorique ou absence répétée de certains directeurs d'entreprises ou personnel clé capable de fournir les informations, la fermeture ou changement de lieux de certaines entreprises sélectionnées. Pour pallier à tous ces problèmes évoqués, nous avons procédé au remplacement des entreprises de même forme juridique se trouvant dans le même quartier. Ceci nous a permis d'enquêter 299 entreprises sur 300 sélectionnées et aussi d'interroger des entreprises dont la date de création ne se situe pas dans la fourchette 2006-2010. Pour les mêmes raisons, seulement 432 cadres ont répondus au lieu de 600 initialement prévus.

Le traitement des données qui comprend les activités suivantes *: l'élaboration du masque de saisie, la vérification et le classement des questionnaires, le dépouillement des questions ouvertes, la saisie, l'apurement des fichiers et le transfert des données vers le logiciel d'analyse économétrique*, a été facilité par le logiciel CSPRO4.

4.2. Analyse des données

Les données recueillies ont d'abord fait l'objet d'une analyse préliminaire pour faire ressortir les différentes caractéristiques révélées et ensuite les analyses économétriques. Cette analyse préliminaire est faite aux moyens de statistiques descriptives. Deux logiciels SPADPro5 et SPSS 12 sont utilisé à cette fin. SPADPro5 est utilisé pour l'analyse statistique multivariée et SPSS 12 pour l'analyse économétrique.

4.2.1. Analyses statistiques descriptives

Les statistiques descriptives sont essentiellement des proportions et dans une moindre mesure les moyennes, et l'Analyse Factorielle des Correspondances Multiples (AFCM) qui est une méthode d'analyse descriptive multivariée. L'AFCM est une technique habituellement utilisée pour la réduction des données. Elle est particulièrement utile lorsque l'on doit analyser, simultanément, un nombre élevé de variables interdépendantes, pour caractériser différents individus. Elle met en évidence les interrelations entre plusieurs variables à partir desquelles on peut apercevoir des regroupements de variables par « affinité » ou par proximité statistique et la position des unes (ou

certains groupes de variables) par rapport aux autres. Elle permet de résumer une masse d'informations contenues dans plusieurs variables.

Cette technique permet d'obtenir plusieurs variables résumées appelées facteurs, qui dans la présente étude permettent de caractériser les potentiels créateurs, et/ou les entreprises en croissance.

4.2.2. Analyse économétrique

Les variables à analyser étant qualitatives et avec des propriétés bien déterminées, des modélisations conséquentes sont utilisées. Ainsi on fait recours à une spécification logistique binaire pour modéliser les deux phénomènes étudiés : la décision de créer une entreprise ou non ; et la croissance.

Il y a lieu de noter que la régression logistique utilise la méthode du maximum de vraisemblance pour estimer les paramètres du modèle. Du fait de la non-linéarité du modèle, ces paramètres sont estimés par itération. Cette méthode est essentiellement probabiliste. Elle fournit des coefficients de régression « β_i » à partir desquels on calcule les Odds Ratio (OR) ou rapports de chances (exp(β)). Seulement les Odds Ratio sont présenté dans les tableaux de résultats. Ces ratios sont calculés de la façon suivante :

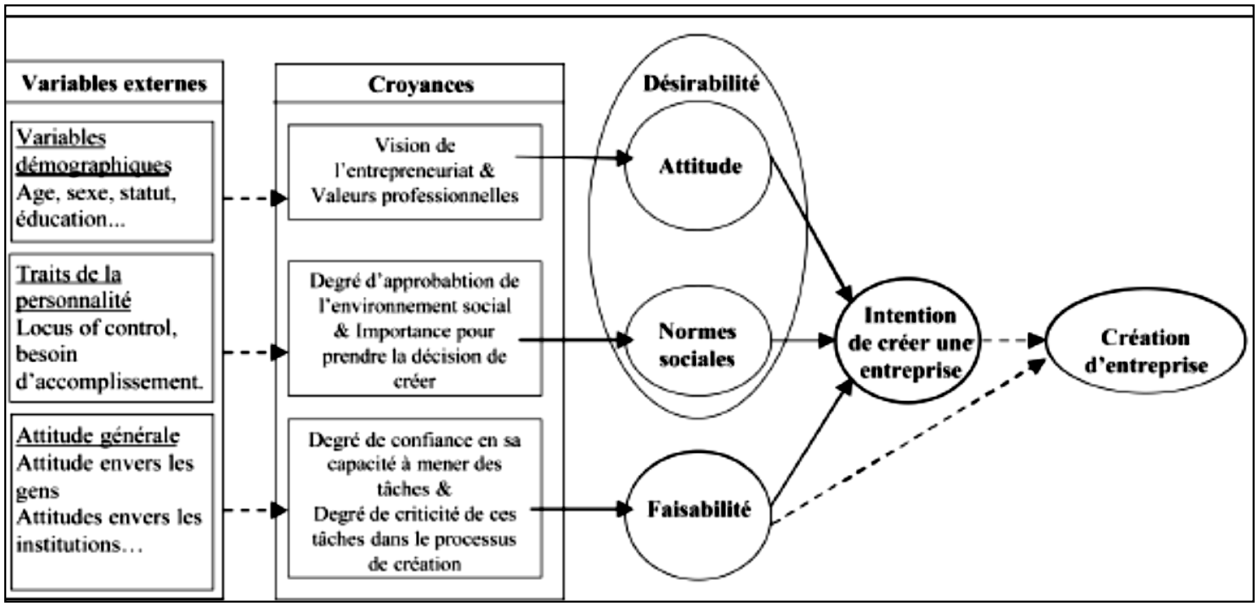
$$OR_{(\hat{\beta}_i)} = \begin{cases} Exp\left(\hat{\beta}_i\right) - 1 \text{ , Si } Exp\left(\hat{\beta}_i\right) > 1 \\ 1 - Exp\left(\hat{\beta}_i\right) \text{ , Si } Exp\left(\hat{\beta}_i\right) < 1 \end{cases}$$

Un OR supérieur à 1 dans une catégorie indique qu'il y a une plus grande probabilité de survenance de l'évènement étudié ; par contre lorsqu'il est inférieur à 1 signifie une probabilité plus faible que l'évènement se produise dans la catégorie considérée par rapport au groupe de référence. Ces ratios s'interprètent toujours par rapport à la modalité de référence. Ce qui a nécessité la définition des modalités de référence pour chaque variable dont les modalités sont supérieures ou égales à deux. Dans les tableaux de résultats, ces modalités sont notées « **Réf.** »

***La création d'entreprise : une analyse en modélisation logistique binaire*[13]**

La modélisation en modèle logistique binaire utilisée ici est inspirée et adapté de la méthodologie de Yueh (2009). Ce modèle a pour base un modèle d'intention de création d'entreprise de la façon suivante :

Figure 2: Une représentation des modèles d'intention



Source : adapté d'Ajzen (1991), Boissin et al (2008).

La décision de créer ou non une entreprise est ainsi modélisée à partir d'un modèle dichotomique y_i qui est la variable observée. y_i^* est la variable latente non observable qui est expliquée par un vecteur de variables X .

$$y_i^* = \alpha + \beta X_i + \varepsilon \text{ avec } y_i = \begin{cases} 1 \text{ si } y_i^* > 0 \\ 0 \text{ si non} \end{cases} \qquad (1)$$

X est le vecteur des variables associées à la décision de créer on non une entreprise, et β le vecteur des coefficients associés. Le vecteur des variables est composé de : *l'environnement institutionnel* (capté par le statut légal de l'entreprise) ; *les caractéristiques de l'entrepreneur* (l'âge, le sexe, le niveau d'éducation, l'expérience antérieure de l'entrepreneur, les motivations de l'entrepreneur, attitude face au risque, situation sur le marché du travail, le capital social) ; *les*

[13] Les modèles probit et logistiques linéaires sont généralement appliqués aux mêmes types de données c'est-à-dire quand la variable dépendante est qualitative et binaire ; et donnent des résultats interprétables de la même façon. Ils estiment la probabilité de survenance d'un évènement ; la différence est qu'ils utilisent des lois de probabilités différentes. Le probit utilise une loi normale alors que le logit utilise une loi logistique.

conditions économiques (le taux de croissance du pays, le secteur d'activité, évolution du chômage, corruption, mode de financement). ε est le terme d'erreur qui suit une loi logistique.

L'équation à estimer donne de façon un peu plus explicite :

$$y_i^* = \alpha + \beta_1 ENI + \beta_2 CEN + \beta_3 CEC + \varepsilon \qquad (2)$$

avec la condition sur y^*

ENI = variables explicatives liées à environnement institutionnel ; *CEN* = variables explicatives liées aux caractéristiques de l'entrepreneur ; *CEC* = variables explicatives liées aux conditions économiques. Ces variables explicatives ont été largement décrites dans la revue de la littérature.

La croissance d'une entreprise : une modélisation en modèle logistique binaire

Dans le cadre de cette étude, l'évolution relative de l'emploi est utilisée comme mesure de la croissance de l'entreprise. Pourquoi cet indicateur ? Il faut noter que la croissance a été mesurée sur base d'une multitude de critères. Les deux critères les plus utilisés selon Janssen (2005) sont *l'emploi* et *les ventes*. Ici, notre préférence pour l'emploi par rapport aux ventes se justifie car, outre le fait qu'elle soit une mesure de la croissance économique, pour l'entrepreneur, elle peut constituer un indicateur de son succès et, pour la société dans son ensemble, elle est une mesure de la contribution économique de la firme au bien-être commun. C'est pourquoi ce critère a été utilisé par de nombreux économistes et sociologues, bien qu'au sein des entreprises elles-mêmes, il semblerait que le succès soit plus mesuré en termes de croissance des ventes et que ce dernier critère ait été privilégié par les chercheurs en sciences de gestion (Weinzimmer, 1993).

Selon Child (1973), l'emploi est un critère adéquat pour mesurer la taille d'une organisation car ce sont avant tout des humains qui sont « organisés ». Enfin, dans la mesure où le dirigeant attendra en principe que la demande se stabilise avant de recruter du personnel, l'emploi est théoriquement considéré comme une mesure moins volatile de la croissance que le critère des ventes. Dans la plupart des cas, la stabilité de ce critère est accrue par les rigidités présentes sur le marché du travail liées à une législation sociale contraignante et à de négociations collectives très fortes. Une des raisons non moins importante se trouve être le fait que c'est souvent la seule donnée disponible et facile d'accès dans des PME de pays en développement.

Cependant, l'on ne doit pas ignorer l'indicateur « *chiffre d'affaires* ou *ventes* » de mesure de la croissance pourrait sembler plus fiable que celui de l'effectif, pour deux principales raisons. La première est liée au manque de fiabilité des données sur les effectifs contenues dans les bases de données. La seconde a trait au recours de plus en plus fréquent des entreprises à du personnel

extérieur ou des partenaires de sous-traitance, ayant pour conséquence d'accroitre fortement leur activité, sans pour autant accroitre leurs effectifs. Les raisons évoquées précédemment justifient donc le choix opéré pour la présente étude.

Ici également, une spécification logistique binaire est utilisée. Elle estime donc l'influence des variables explicatives sur la probabilité de croissance des entreprises. La croissance d'une entreprise est ainsi modélisée à partir d'un modèle dichotomique y_i qui est la variable observée. y_i^* est la variable latente non observable qui est expliquée par un vecteur de variables X .

$$y_i^* = \alpha + \beta X_i + \varepsilon \text{ avec } y_i = \begin{cases} 1 \text{ si } y_i^* > 0 \\ 0 \text{ si non} \end{cases} \quad (3)$$

L'équation 3 est le premier modèle (modèle 1) où la croissance positive est expliquée.

$$y_i^* = \alpha + \beta X_i + \varepsilon \text{ avec } y_i = \begin{cases} 1 \text{ si } y_i^* > c \\ 0 \text{ si non} \end{cases} \quad (4)$$

où c est une valeur attribuée à la croissance. L'équation 4 est le deuxième modèle (modèle 2) où la croissance dépassant un certain seuil c est expliqué. Le seuil ici est de 50%.

X_i est le vecteur de variables explicatives et ε_i le terme d'erreur suivant une loi logistique et β est le vecteur des coefficients associés aux variables explicatives.

Les variables explicatives utilisées dans la littérature sont : *le vecteur des variables explicatives liées aux caractéristiques du créateur* (l'âge, le sexe, le niveau d'éducation, la formation professionnelle, nationalité, le nombre de créateurs, taille de l'organisme dans lequel travaillait antérieurement le créateur, activité antérieure comme indépendant complémentaire, connaissance du secteur d'activité, lien familial/personnel avec un entrepreneur) ; *les facteurs liés aux caractéristiques de l'entreprise* (la taille de l'entreprise, l'âge, le montant des ressources financières mobilisées à la création, nature des ressources financières, statut juridique de l'entreprise) ; *les facteurs liés à la stratégie de l'entreprise* (appartenance à un réseau d'entreprise) ; *les facteurs liés à l'environnement de l'entreprise* (taux de croissance sectoriel, le taux de chômage du pays).

L'équation de façon un peu plus explicite donne,

$$y_i^* = \alpha + \beta_1 CPC + \beta_2 CEN + \beta_3 PSE + \beta_4 EVE + \varepsilon \quad (5)$$

Avec *CPC* = variables explicatives liées aux caractéristiques personnelles du créateur ; *PSE* = variables explicatives liées au positionnement stratégique de l'entreprise ; *CEN* = caractéristiques de l'entreprise, *EVE* = facteurs liés à, l'environnement de l'entreprise.

5. Les résultats et interprétations

5.1.Analyses préliminaires descriptives des données

Le questionnaire ayant servi aux interviews est structuré en trois sections : la section I a servi à collecter les données sur les caractéristiques du promoteurs/dirigeants des entreprises ; la section II a servi à collecter les caractéristiques des entreprises ; et la section III qui a servi à collecter les caractéristiques des potentiels promoteurs. L'analyse descriptive est aussi structurée de la même façon.

5.1.1. Les caractéristiques des promoteurs d'entreprises au Togo

L'âge moyen des promoteurs d'entreprises enquêtés est de 45ans, ce résultat montre qu'en moyenne, les promoteurs de PME au Togo ne sont pas jeunes. La majorité des promoteurs a l'âge situé entre 40-49 ans, soit une proportion de 42%. De surcroit, 70% de ces promoteurs ont l'âge supérieur à 40 ans. Ceci corrobore les différents programmes en vigueur dans le pays pour la promotion de l'entrepreneuriat de la tranche jeune.

Les résultats montrent que les promoteurs ont un niveau d'instruction ou d'éducation acceptable ; soient 37% des enquêtés ont le niveau de l'enseignement supérieur, 27% ont atteint le niveau du deuxième cycle du secondaire. Les principaux motifs de la création de leurs entreprises révélés à travers l'enquête sont : « être indépendant » et « la perception d'une opportunité de marché » soit 30%, et 23% respectivement. Un rapprochement de ce résultat et de l'âge des promoteurs peut nous conduire à conclure que plus les individus prennent de l'âge, plus ils créent leurs entreprises pour devenir indépendant. Une autre explication que l'on peut évoquer est qu'en plus de devenir indépendant, ces individus créent leurs affaires dans le but de garantir en quelque sorte leur retraite étant donné le bas niveau des pensions.

Les résultats montrent par ailleurs que les promoteurs ne sont pas forcément d'origine entrepreneuriale et le fait de créer l'entreprise pour être indépendant a pour conséquence que les togolais s'associent rarement pour mener ou conduire leurs affaires. Ainsi 49% des entreprises interrogées sont créées avec zéro associé et 88% avec un maximum de deux personnes.

Les hommes sont plus entreprenants que les femmes, 82% des promoteurs interrogés sont du sexe masculin ; ils sont de nationalité togolaise et majoritairement chrétiens.

5.1.2. Les caractéristiques des entreprises

Les entreprises sont généralement crées sur les fonds propres du promoteur (75% des entreprises interrogées sont créées sur fonds propres) ; et dans la plupart des cas dans le secteur du commerce et de la distribution (73%), et ce sont des établissements. C'est justement ce constat qui aurait guidé l'exclusion du secteur du commerce (achat et vente) dans les principaux domaines d'intervention de l'ANPGF.

Les données collectées montrent que 8% des entreprises ont connu une décroissance, 31% n'ont connu ni de décroissance ni de croissance ; 61% ont quand même connu une croissance[14]. Les entreprises dont l'âge est compris entre 0 et 4 années révolues ont connu plus de croissance (49%), ensuite suivent celles qui ont entre 5 et 9 ans ; ce qui permet de conclure que les entreprises les plus jeunes sont celles qui ont connu le plus de croissance. 48% de ces entreprises ayant connues une croissance, ont mobilisées au moins 1 million de FCFA à la création, et on note au passage que la majorité des entreprises interviewées ont mobilisé plus de 1 millions à leur création (54%). En général, 86% des entreprises sont dans des locaux loués, celles ayant connu une croissance représentent 62%. Les plus fort taux de croissance sont obtenus dans les secteurs communication/télécommunications (67%) et commerce (62%) ; et au niveau des promoteurs ayant au moins le niveau d'instruction du deuxième cycle du secondaire. Au niveau de la forme juridique, les SA/SAU et les SARL/SARLU ont enregistrées les plus forts taux de croissance soient respectivement 78% et 71%. La croissance est positivement corrélée avec le nombre de personne à la création, en ce sens que les entreprises créées seul ont connu moins de croissance que les autres. Une gestion d'entreprise en tant qu'associés a donc beaucoup plus de chance de la mener sur la voie de la croissance.

En faisant un regroupement en 4 modalités[15] pour la croissance, on constate que les croissances fortes sont obtenues chez les groupes d'individus ayant une expérience d'avant création en marketing/vente et en management/supervision. De manière globale, que ce soit pour une croissance faible ou forte, le fait que le promoteur ait une expérience en vente/marketing et/ou management/supervision a un impact positif sur la croissance. Concernant la motivation à la création et la croissance, on constate lorsque les promoteurs créent leur entreprise pour être indépendant, réaliser un profit personnel ou par la perception d'une opportunité de marché la

[14] La notion de croissance analysée ici est la différence entre la taille de l'entreprise à sa création et sa taille actuelle. C'est pour cela qu'il avait été choisi de n'enquêter que les entreprises créées et enregistrées à la CCIT entre 2006 et 2010. Mais compte tenues des difficultés sur le déroulement de la collecte les agents lors des remplacements ont dû aller en dessous de 2006.

[15] Ces 4 modalités sont : la décroissance (différence négative), pas de croissance (différence nulle), croissance faible (différence positive entre 1 et 4) et forte croissance (différence positive au moins égale à 5).

croissance est forte. Un des résultats non moins important est que la croissance forte est obtenue pour les promoteurs ayant au moins 40 ans, ce qui peut impliquer que l'âge du promoteur a un impact sur la croissance de leur entreprise.

5.1.3. Les caractéristiques des potentiels promoteurs

Seulement 21% des potentiels promoteurs se disent prêts à créer leur propre entreprise dans un délai de moins d'une année. Sinon la plus grande partie est aussi prête à créer son entreprise mais dans un délai relativement long. Contrairement aux promoteurs qui sont relativement âgés, les potentiels créateurs interrogés sont plus jeunes, avec une proportion de 87% ont moins de 40 ans, et 74% de cet ensemble a moins de 35 ans.

Cette population relativement jeune a aussi un bon niveau d'instruction, soit 60% des répondants ont au moins un niveau d'instruction du deuxième cycle du secondaire et 32% ont un niveau d'instruction de l'enseignement supérieur.

Les potentiels promoteurs n'ont pas d'équipe entrepreneuriale, ou au cas où ils en ont, ce sont des amis ou des membres de leur famille. Ce qui confirme en quelque sorte le fait que les entreprises sont souvent créées sur les fonds propres des associées et font rarement appel aux emprunts auprès des institutions financières. Ils ne possèdent pas non plus, dans la majorité des cas, d'expérience dans la création d'entreprises (73% des interviewés n'ont aucune expérience dans la création et pour ceux qui ont l'intention de créer leurs propres entreprises dans un délai raisonnable, la moitié n'a aucune expérience dans la création). Ils n'ont aussi pas d'expérience en management (pour l'ensemble des interrogés) mais 64% de ceux qui désirent créer leur propre entreprise ont quand même une expérience en management.

Le principal motif pour lequel ces potentiels promoteurs désir promouvoir leur propres entreprise se trouve être « *l'auto-emploi* », avec une proportion de 48% suivi du « *goût d'entreprendre* » avec une proportion de 19%. Ce qui peut s'expliquer par le fait des politiques de promotion de l'entrepreneuriat des jeunes qui a pour but de leur fournir les moyens à s'auto-employer, leur donne le goût d'entreprendre.

Pour ceux qui ne sont pas prêts à créer leur entreprise dans un délai raisonnable, ils avancent les motifs suivants : prioritairement « *le manque de moyen financiers* », et accessoirement « *le manque de volonté et de temps* », « *le manque d'expérience* », « *le manque de nouveaux marchés à exploiter* ». Cette priorité peut s'expliquer par le fait qu'ils aiment entreprendre seul (pas d'équipe entrepreneuriale fondatrice, ne sont pas nécessairement d'origine familiale entrepreneuriale, ne dispose pas d'expérience dans la création de même que dans le management) et sur les fonds

propres, et étant relativement jeune et ne respectant pas les conditions de prêts ; il va de soi que le manque de moyens financiers soit le principal handicap pour entreprendre.

Les interrogés estiment que « *les difficultés d'accès au crédit* », « *la fiscalité défavorable* » et la « *concurrence* » sont autant de difficultés dont ils font face. Ceci peut s'expliquer par le fait qu'étant relativement jeunes, ils ne peuvent pas respecter les conditions de prêts fixées par les institutions financières ; surtout la disponibilité de garanties tangibles et/ou intangibles. C'est en cela que l'ANPGF peut être d'une importance particulière pour booster l'entrepreneuriat surtout de la frange jeune.

Les autres caractéristiques non moins importantes révèlent que ces potentiels promoteurs sont majoritairement de sexe masculin et de religion chrétienne. Ces résultats n'ont rien de surprenants car, la deuxième stratification est faite au sein des entreprises qui sont promus par les hommes et des chrétiens. Ce qui laisse croire que les recrutements au sein de ces entreprises tiennent compte des appartenances religieuses.

5.2.Analyse descriptive multivariée

L'analyse descriptive multivariée n'est autre qu'une synthèse des différentes analyses descriptives bivariées. Cette synthèse est faite aux moyens d'une analyse factorielle des correspondances multiples dont les graphiques sont présentés ci-dessous. L'analyse factorielle des correspondances multiples a été préférée à l'analyse en composante principale et/ou factorielle à cause de la nature des variables (qui sont pour la plupart des variables qualitatives).

5.2.1. Profil des potentiels créateurs

Le graphiques 1 en annexe montre que les potentiels promoteurs interrogés ne sont pas prêts à créer leur propres entreprise faute de « *manque de moyens financiers* » et n'ont pas de facilités d'accès au crédit, par « *manque d'expérience* », par « *manque de volonté et de temps* », absence « *de nouveaux marchés* ». Ils estiment que le niveau de fiscalité est trop élevé pour la bonne marche des entreprises, qu'il y a « insécurité des investissements » et que le climat des affaires est défavorable. Ils ont un niveau d'instruction aussi moins élevé (aucun niveau, primaire et le premier cycle du secondaire). Ils sont de sexe féminin relativement jeune, ils n'ont jamais travaillé dans des entreprises avant.

Pour ceux qui ont l'intention de créer leur propres entreprises, ils ont un niveau d'instruction relativement élevé (deuxième cycle du secondaire et le supérieur). Ils sont plus âgés et occupent de bonnes positions dans les entreprises où ils travaillent actuellement (directeur/chef d'entreprise,

cadre, contremaître) ; et disposent des expériences dans la création et dans le management d'entreprises. Ils ont après leur diplômes, suivis des formations soit en entrepreneuriat ou en gestion et disposent aussi des facilités d'investissement et de capital social favorable. Leurs principales motivations sont « *l'auto-emploi, l'amélioration du statut social, la réalisation d'un défi personnel, le goût d'entreprendre et parce qu'ils disposent d'idées nouvelles* ». Cependant ils estiment que la concurrence et la fiscalité défavorable constituent les principales difficultés à entreprendre au Togo.

5.2.2. Profils des entreprises en croissance

L'indicateur de croissance est obtenu après calcul et recodage de l'évolution relative de l'emploi dans les entreprises. Initialement regroupé en quatre catégories dans l'analyse descriptive univariée ou bivariée, l'analyse multivariée nous révèle deux tendances globales : le ***groupe 1*** de la croissance que qualifiée de forte et le ***groupe 2*** de la décroissance, pas de croissance et de la croissance qualifiée de faible.

Ainsi le graphique 2 (Voir annexe) montre que les entreprises du ***groupe 1*** sont des entreprises qui ont mobilisés au moins 1 millions de FCFA à leur création et ces fonds sont pour la plus part des cas empruntés au près des institutions de finance ; et dans une moindre mesure des actions vendus. Elles ont comme forme juridique des SA/SAU et des SARL/SARLU généralement dans le secteur de communication/télécommunication. Elles sont dirigées par des équipes hétérogènes et/ou des managers externes. Leur promoteurs ont souvent le niveau d'instruction de l'enseignement supérieur et n'ont pas forcément suivi des formations professionnelles après leur diplômes. Pour ceux qui en ont suivi, ils l'ont suivi soit en entrepreneuriat ou en gestion. Ils disposent des expériences en management et supervision. Ils sont généralement âgés et ont créé leur entreprise pour la réalisation d'un défi personnel.

Les entreprises du ***groupe 2*** sont généralement dans le secteur du commerce, ont mobilisées moins de fonds à la création que celles du groupe 1 et ces fonds sont des fonds propres. Elles sont dirigées par le créateur, par un dirigeant familial successeur au créateur, ou une équipe à dominance familiale dont le niveau d'instruction n'excède pas souvent le deuxième cycle du secondaire. Généralement dirigées par des femmes, elles sont créées pour permettre au promoteur d'être indépendant et lorsqu'il y a une opportunité de marché qui se présente. Ces promoteurs ont aussi rarement des formations professionnelles après leurs diplômes.

L'analyse statistique descriptive a fait ressortir un certain nombre de caractéristiques et profils, mais il serait hâtive de tirer de conclusions fondées sur ces résultats. Il serait mieux d'adjoindre à ces résultats les résultats économétriques qui font l'objet de la prochaine section.

5.3.Analyses économétriques

5.3.1. Résultats de l'estimation du modèle de création (Logistique binaire)

La méthode de « pas à pas » utilisée ici bien qu'un peu fastidieux a pour le mérite d'estimer les effets nets de l'ajout de chaque variable de même que les effets issus de l'interaction des variables explicatives sur la variable expliquée. Les différents modèles (M1 à M8) sont obtenus par ajout successif des variables explicatives. Le modèle d'intérêt est donc le modèle (M8) qui est celui qui contient l'ensemble des variables. Ainsi, on constate à travers les résultats que le niveau d'instruction influence la décision d'entreprendre ; de même que la fiscalité et le climat d'investissement, la facilité et la sécurité des investissements, l'âge du potentiel promoteur (surtout la frange plus ou moins jeune) puisqu'ils estiment qu'il existe de nouveaux marchés à exploiter. Cependant, ils estiment être confrontés à la difficulté d'accès au crédit comme principale difficulté.

5.3.1.1.Le niveau d'instruction

Le niveau d'instruction du supérieur influence significativement la décision de création d'entreprise. C'est-à-dire que les potentiels promoteurs ayant suivi une formation dans le supérieur ont plus enclin à créer leur propre entreprise par rapport au niveau de référence qui est « aucun niveau/primaire ». Ce niveau d'instruction garde toujours sa significativité mais devient faible lorsqu'on introduit la variable relative à l'expérience en management qui est aussi significative. Tous ceux qui disposent d'un niveau d'instruction du supérieur et qui ont une expérience en management ont plus de chance de créer leur entreprise par rapport à ceux qui n'en disposent pas.

5.3.1.2.Expérience en création

Le fait de disposer d'une expérience antérieure dans la création est un facteur explicatif significatif de la création de nouvelles entreprises. L'introduction de cette variable dans le modèle (M3) a totalement inhibé les significativités des deux variables précédentes. Ce qui signifie que quel que soit le niveau d'instruction et que la personne dispose ou non d'expérience en management, elle a beaucoup plus de chance de créer une nouvelle entreprise si elle dispose déjà d'expérience en création. Ce résultat soulève la problématique de la compréhension des facteurs explicatifs de la disparition ou de la survie des PME au Togo.

Tableau 1 : Effets nets des variables sur la décision de création d'entreprise

Variables (**modalités**)	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
Niveau d'instruction								
Aucun/primaire	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	**Réf****
Secondaire	0.821	0.583	0.371	0.480	0.579	0.549	0.260	0.286
Supérieur	2.637**	1.746*	1.352	1.676*	1.857*	1.110*	1.501	1.677
Expérience en management								
Oui		0.765**	0.179	0.196	0.129	0.098	0.118	0.087
Non		Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
Expérience en création								
oui			2.469***	2.587***	2.448***	2.437***	2.651***	**2.476*** **
Non			Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
Formation professionnelle								
Non				0.228	0.321	0.391*	0.367	0.398
Oui				Réf.	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
Atouts à la création								
Fiscalité/climat d'investissement favorable					1.248**	1.156*	1.143*	**1.295***
Facilité et sécurité d'investissement /capital social favorable					3.465***	2.951***	3.614***	**3.854*** **
Marchés nouveaux					Réf.	Réf.	Réf.	**Réf***.
Difficultés à la création								
Fiscalité/climat d'affaire défavorable						2.221***	2.154***	**1.971*** **
Insécurité des investissement/concurrence						1.880***	2.063***	**2.017*** **
Accès difficile au crédit						Réf.	Réf.	**Réf***.
Age								
19-24 ans							Réf.	**Réf***.
25-29 ans							5.377***	**4.772****
30-34 ans							6.198***	**5.202*** **
35-39 ans							2.373	1.631
40-49 ans							3.254*	**2.589***
50 ans et Plus							3.665	2.864
Travail en entreprise								
Non								0.569
Oui								Réf.
Equipe entrepreneuriale fondatrice								
Seul								0.052
Famille et amis								0.061
Partenaires professionnels								Réf.
Genre								
Masculin								0.375
Féminin								Réf.
Valeur du Chi-deux	11.624	16.624	37.903	38.846	53.251	70.648	82.552	87.268

Source : estimation de l'auteur à partir des données collectées.

***Notes** : ***(**)* significativité à 1%(5%)10%. Réf. Indique la modalité de référence pour la variable.*

5.3.1.3.Environnement des affaires

L'environnement des affaires est un facteur très important dans la décision de création des répondants. En effet lorsqu'ils estiment que cet environnement est favorable en termes de facilité et sécurité des investissements, de capital social favorable, la probabilité de lancer leur propre affaire devient élevé. Dans le même sens, lorsqu'ils estiment l'environnement défavorable en termes de fiscalité, de concurrence et d'accès difficile au crédit, cette probabilité baisse. Une analyse de cette variable en relation avec d'autres, montre sa prise en compte a rendu non significatives d'autres. En effet le niveau d'instruction et la formation professionnelle sont devenus non significatives.

L'explication à ce fait est que lorsque le promoteur estime que l'environnement des affaires est favorable, alors, le niveau d'instruction et le fait qu'il ait suivi ou non une formation professionnelle après son diplôme ne constitue plus une variable de décision de création d'entreprise.

Par contre, lorsque l'environnement des affaires est jugé défavorable, la variable formation professionnelle redevient significative. Ce qui signifie la formation professionnelle suivi par le potentiel promoteur est mis à contribution lorsque les contraintes de l'environnement des affaires deviennent fortes.

5.3.1.4.Age du potentiel créateur

L'âge du potentiel promoteur est une variable importante qui joue aussi dans la décision de création d'entreprendre ses affaires. Au Togo on remarque la tranche d'âge comprise entre 25 et 35 ans est celle qui influence de façon significative la décision d'entreprendre. En effet cette tranche d'âge correspond à ce qu'on considère généralement comme jeune parfois en quête d'emplois. Cette dernière considération ne peut pas être considérée ici car, les potentiels promoteurs interrogés sont déjà dans des PME donc sont employés. Ce qui peut expliquer cette situation est « l'auto emploi » que cherchent ces jeunes.

Cette partie de l'analyse économétrique montre l'importance de la perception de l'environnement des affaires dans la prise de décision de création on non de son propre affaire. En dehors de l'âge du potentiel créateur, l'environnement des affaires influence significativement les autres variables (niveau d'instruction, expérience en management, expérience en création et formation professionnelle suivie après son diplôme). Ce qui montre que quel que soit les capacités managériales, les expériences et les atouts dont dispose un individu pour le lancement de son affaire, sa perception de l'environnement des affaires joue un rôle fondamental dans cette décision.

5.3.2. Résultats de l'estimation de la croissance (modèle Logistique binaire)

Tableau 2 : les Odds Ratios de l'estimation du modèle de croissance

Variables/modalités		Modèle 1	Modèle 2
Age de l'entreprise	< 5ans	réf	**réf***
	>5 ans	0.067	**0.924***
Montant des ressources financières	< 1000 000	réf	réf
	1000 000-10 000 000	0.280	0.459
	>10 000 000	0.068	0.358
Nature des ressources financières	fonds propres	réf	réf
	Emprunts/actions/autres	0.425	0.022
Filiale d'une entreprise étrangère	Oui	0.402	0.383
	Non	réf	réf
Locaux de l'entreprise loués	Oui	0.434	0.430
	Non	réf	réf
Dirigeant de l'entreprise	Créateur	réf	réf
	Manager externe/équipe hétérogène	0.236	0.694
	équipe à dominance familiale	0.528	0.615
Entreprise membre d'un réseau	Non	réf	**réf ****
	National	0.161	0.336
	International	1.538	**6.803****
Taille de l'entreprise		**0.051***	**0.043****
Statut juridique	Etablissement	**réf ***	**réf ****
	SARL/SARLU	**1.615****	**2.564*****
	SA/SAU	0.741	0.478
Nombre de personne à la création	Zéro	réf	réf
	1 – 4	0.385	0.264
	5 et plus	0.452	1.555
Niveau d'instruction	Aucun/primaire	réf	réf
	Secondaire	**0.617****	**0.793*****
	Supérieur	0.457	**0.850*****
Age du créateur	22-29	réf	réf
	30-39	0.130	0.721
	40-49	0.125	**0.84****
	50-59	0.055	**0.796***
	60 et plus	0.163	**0.831***
Travail indépendant avant création	Oui	0.095	0.607
	Non	réf	réf
Origine entrepreneuriale familiale	Oui	**0.478****	0.810
	Non	réf	réf
Type de clients	Administrations	réf	**réf***
	Particuliers	0.206	0.279
	Grande distribution	0.463	**0.782***
Type de marché	Local	**réf ****	réf
	National	**0.626****	0.288
	International	**0.818****	0.102
Démarche stratégique	Aucune	réf	réf
	Prospection	0.225	0.188
	Action sur les prix	0.197	**0.989***
Motivation du promoteur	Opportunité de marché	0.382	**0.557***
	Réalisation de soi	**réf***	réf
	Situation sur le marché de travail	**0.577****	0.44
Membre de la famille dans l'équipe dirigeante		0.302	0.266
Expérience entrepreneuriale	Oui	0.264	0.430
	Non	réf	réf
Formation professionnelle	Oui	0.286	0.255
	Non	réf	réf
Genre	Masculin	0.155	0.441
	Féminin	réf	réf

Source : à partir des données collectées.

***Note** : *** (**)* désignent la significativité à 1% (5%) 10%. Les coefficients dans le tableau sont des Odds Ratios (OR) calculés à partir des rapports de chances* $Exp\left(\hat{\beta}_i\right)$ *avec* $\hat{\beta}_i$ *les coefficients de la régression associés aux variables.*

$OR_{(\hat{\beta}_i)} = \begin{cases} Exp(\hat{\beta}_i) - 1 \text{ , Si } Exp(\hat{\beta}_i) > 1 \\ 1 - Exp(\hat{\beta}_i) \text{ , Si } Exp(\hat{\beta}_i) < 1 \end{cases}$. *Le modèle1 prend en compte la croissance positive dans le cas général et le modèle 2 prend en compte la croissance positive supérieure à 50%.*

Les résultats obtenus considèrent deux niveaux de la croissance : *la croissance en générale* prenant en compte la croissance positive ; et *la croissance supposée ici assez forte* prenant en compte la croissance supérieure à 50%. La croissance est matérialisée par l'évolution relative de l'emploi dans les entreprises.

5.3.2.1.Les facteurs liés aux caractéristiques de l'entreprise

Les facteurs explicatifs pertinents de la croissance qui sont liés aux caractéristiques de l'entreprise sont : l'âge de l'entreprise, l'appartenance de l'entreprise à un réseau d'entreprises, la taille de l'entreprise, et le statut juridique.

L'âge de l'entreprise influence significativement et négativement la forte croissance des entreprises. En effet, la probabilité de croissance des entreprises diminue au fur et à mesure que leur âge avance. Ce qui corrobore la théorie et les études empiriques en la matière. Cette variable n'a pas d'influence sur la croissance prise globalement mais influence plutôt la croissance qualifiée de forte.

La taille de l'entreprise influence aussi négativement les deux formes de croissance analysées, mais sa signification est plus forte (avec un seuil de 5% contre 10%) dans le modèle à forte croissance. Ce résultat confirme la thèse de relation négative entre la taille d'une entreprise et sa croissance confirmé par les études de Becchetti et Lovato, 2000 ; Janssen, 2002; Dunkelberg et Cooper, 1982. En d'autres termes, les entreprises de grandes tailles éprouvent de difficultés à croitre surtout, à connaitre une croissance forte.

L'appartenance à un réseau international d'entreprise influence significativement et négativement la forte croissance des entreprises. Ce qui signifie que le fait d'appartenir à un réseau international empêche souvent les entreprises à recruter.

Seules les entreprises ayant comme statut juridique « établissement » et « SARL/SARLU » connaissent la croissance sous les deux formes utilisée ici. La significativité de la forme juridique « SARL/SARLU » devient plus forte dans le modèle de croissance qualifiée de plus forte. Cette variable ayant fait l'objet de peu d'analyse dans la littérature n'a pas le signe attendu.

5.3.2.2.Les déterminants liés aux promoteurs

Seuls quatre facteurs sont significatifs dans cette catégorie. Il s'agit du niveau d'instruction, de l'âge du promoteur, de ses motivations à la création, et de son appartenance ou non à une famille composée d'entrepreneurs.

Le niveau d'instruction secondaire est nécessaire pour avoir une croissance des entreprises (ce que dénote la significativité de cette modalité dans les deux modèles) mais pour avoir une croissance plus forte un niveau d'instruction du supérieur devient un facteur déterminant pour les entreprises (puisque cette variable devient très significative à 1% dans le modèle de croissance considéré comme forte).

L'âge du créateur influence aussi significativement la forte croissance, toutefois, cette variable ne respecte pas le signe attendu. Tout laisse croire à travers les données collectées que les entrepreneurs d'un certain âge avancé (supérieur à 40 ans) gèrent mieux leurs affaires que les jeunes. Ce qui peut être expliqué par le fait que les promoteurs âgés ont la capacité de mobiliser les garanties nécessaire à l'accès aux financements et donc prennent mieux soins de la gestion.

Quant à la motivation du promoteur, lorsqu'elle est « une opportunité de marché » elle influence faiblement la croissance ; mais lorsqu'elle est « la situation antérieur sur le marché de travail », elle influence fortement la croissance en générale d'une entreprise.

L'origine entrepreneuriale du créateur n'influence que significativement la croissance en général mais n'influence pas la forte croissance.

5.3.2.3.Déterminants relatifs à l'environnement de l'entreprise

Le type de marché et le type de clients sont les facteurs qui influencent de manière significative la croissance des entreprises selon les cas. Quand l'entreprise fait face aux clients de la grande distribution ou des administrations, sa croissance a tendance à être plus forte par contre cette variable n'influence pas la croissance en général.

Le type de marché quel que soit ses modalités impacte significativement la croissance en général mais pas la croissance forte.

5.3.2.4.Déterminants relatifs à la stratégie de l'entreprise

Au niveau de la démarche stratégique des entreprises, seule une action sur les prix influence la croissance. Et concerne plus les entreprises de la grande distribution.

Il ressort de ces résultats que la croissance est en générale (modèle 1) expliquée par la taille de l'entreprise, en partie par son statut juridique (puisque seules les modalités Etablissement et SARL/SARLU expliquent significativement la croissance), le niveau d'instruction secondaire, l'appartenance du promoteur à une famille entrepreneuriale, le type de marché sur lequel opère l'entreprise, et quand la situation de chômage ou d'expérience professionnelle peu satisfaisante du promoteur avant la création de son entreprise est le principal motif.

Quand l'analyse se focalise un peu plus sur les entreprises ayant connues une croissance supérieure à 50% (***modèle 2***), on constate que d'autres variables s'ajoutent à celles qui influencent la croissance dans son ensemble. Ainsi, l'âge de l'entreprise dépassant 5ans influence significativement la croissance de l'emploi dans les entreprises ; selon que l'entreprise fasse partie d'un réseau international ou ne faisant partie d'aucun réseau n'a pas le même comportement de croissance. S'y ajoutent d'autres facteurs comme l'âge du créateur (pour les créateurs âgés d'au moins 40 ans, leur activité connait une croissance « assez forte » ; le type de clients (si les clients de l'entreprise sont les administrations et/ou la grande distribution, l'activité croit de façon significative) ; la démarche stratégique mettant l'accent sur les actions sur les prix.

6. Conclusion

L'objectif principal de cette étude est d'identifier les facteurs pertinents du développement de l'entrepreneuriat (compris sous la création et la croissance des entreprises) au Togo.

Les résultats des différentes analyses montrent que quel que soit les qualités et les capacités managériales et/ou entrepreneuriales dont disposent les individus, la perception de l'environnement des affaires décrit par : la fiscalité, la sécurité des investissements, la concurrence et l'accès au financement reste déterminante dans la décision de création d'entreprises par les togolais. Ce résultat est très important parce que les individus interrogés sont déjà dans le domaine des affaires. Ce sont en particulier des cadres d'entreprises d'un certain niveau de décision dans l'entreprise qui ont été interrogés sur la création de leur propre entreprise.

Une implication de ce résultat est qu'une politique rendant plus favorable le climat d'investissement et l'environnement en agissant sur les facteurs précités serait d'un apport essentiel pour motiver et promouvoir la création des PME au Togo.

Ce qui amène à proposer comme mesure de politique, qu'en plus des politiques déjà mises en place dans le cadre de l'ANPGF pour promouvoir la création de PME, l'Etat doit y joindre une politique fiscale en la faveur des entreprises, et une politique garantissant la sécurité des investissements[16].

Le niveau d'instruction du promoteur, son âge et celui de l'entreprise influencent significativement la forte croissance des entreprises. Le niveau d'instruction et l'âge du promoteur l'influencent positivement alors que l'âge de l'entreprise l'influence négativement. Cela implique que les

[16] La Sécurité des investissements est que l'activité économique nécessite de bonnes règles — des règles claires qui établissent les droits de propriété et qui réduisent les coûts de résolution des litiges ; des règles qui permettent d'accroître la prévisibilité des interactions économiques et assurent aux partenaires d'un contrat une sécurité et une protection contre les abus.

incitations à une forte croissance doivent viser en priorité les entreprises nouvellement créées et dont l'âge est inférieur à 5 ans. En particulier, les PME jeunes qui sont promues par des personnes un peu âgées (40 ans au moins) et disposant d'un niveau d'instruction du supérieur car cette catégorie de personnes ayant accumulé certaines expériences arrivent à mieux gérer leurs affaires et à les mettre sur les sentiers de croissance.

Pour améliorer les réponses à la pauvreté par la réduction du chômage à travers la promotion de l'entrepreneuriat, il importe de réadapter la politique fiscale en la faveur des entreprises jeunes dont les affaires sont efficacement gérées et mises sur les sentiers de croissance par des personnes d'un certain niveau d'instruction et ayant accumulées une certaines expériences pour la conduite des affaires.

Références bibliographiques

Becchetti, L. et Lovato. G. (2002), « The Determinants of Growth for Small and Medium Sized Firms. The Role of the Availability of External Finance », *Small Business Economics*, 19, 4, 291–306.

Blanchflower, D.G., Oswald, A.J., (1998). « What makes an entrepreneur? », *Journal of Labor Economics* 16 (1), 26–60.

Boissin J.-P., Chollet B. et Emin S. (2008), «Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise», Un état des lieux», *Revue française de gestion*, n° 180, p. 25-43.

Boukar H., Julien P-A. (2009), « impact des facteurs socioculturels sur la croissance des petites entreprises : une recension de la littérature » in « *La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11es Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat*, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.

Bughin C. et Colot O., (2008) «La performance des PME familiales belges. Une étude empirique» *Revue française de gestion*/6, n° 186, p. 1-17.

Cambridge small business research center (1992), "The state of British enterprise", *Department of applied economics*, University of Cambridge, cité par Storey (1994).

Chemin M. (2009) « The impact of the judiciary on entrepreneurship: Evaluation of Pakistan's "Access to Justice Programme», *Journal of Public Economics* 93 (2009) 114–125.

Child, J. (1973), « Predicting and understanding organizational structure », *Administrative Science Quarterly*, 18, 168-185.

Cyr A., Meier O., Pacitto (2009) « la croissance interne des TPE : une tentative d'état des lieux » in « *La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11es Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat*, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.

Dahlqvist, J., Davidsson, P. et Wiklund, J. (1999), "Initial conditions as predictors of new venture performance: A replication and extension of the Cooper et al. study". *Proceedings of the International Council for Small Business conference*, Naples.

Djankov, S., Qian, Y., Roland, G., Zhuravskaya, E., (2006). «Who are China's entrepreneurs?», *American Economic Review* 96 (2), 348–352.

Emin S., (2004), « Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol 3, n°1.

Gibrat, R. (1931), « Les inégalités économiques », Paris, Sirey.

Guyot J-L, Janssen F, Lohest O. (2006) « Facteurs influençant la croissance de l'emploi des PME wallonnes » *Louvain School of Management* Working paper 06/16.

Guyot, J-L, Lohest, O. et Giacomin, O. (2006), « Le passage de l'auto-emploi, prise de risque: le cas des primo-créateurs en Wallonie », in Données longitudinales dans l'analyse du marché du travail, Juin, Université d'Aix en Provence.

Harabi, N. (2003), "Determinants of Firm Growth: An empirical analysis from Morocco", Solothurn University of Applied Sciences, Northwestern Switzerland, Mimeo.

Janssen, F. (2002), « Les déterminants de la croissance des P.M.E. : Analyse théorique et étude empirique auprès d'un échantillon d'entreprises belges », *Thèse de doctorat*, Université Jean Moulin, Lyon 3

Janssen, F. (2003), « L'impact de l'environnement dans lequel évoluent les P.M.E. sur la croissance de l'emploi », in *AIREPME, L'entrepreneur en actions : contextes et pratiques*, Agadir, Octobre.

Janssen, F. (2005), « La conceptualisation de la croissance: L'emploi et le chiffre d'affaires sont-ils des représentations interchangeables d'un même phénomène? », Gestion 2000, 6, 267-291.

Janssen, F. (2006), « Do managers' characteristics influence the workforce growth of SMEs? An empirical study of Belgian firms », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19-3.

Jovanovic, B. (1982), Selection and the evolution of industry, Econometrica, 50, 3, 649-670.

Julien, P.-A. (2000), « Les P.M.E. à forte croissance : les facteurs explicatifs », Actes du Congrès de l'Association Internationale de Management Stratégique, Montpellier, 24-26 mai.

Lévesque, M., Minniti, M., (2006). « The effect of aging on entrepreneurial behavior», *Journal of Business Venturing* 21 (2), 177–194.
Lu et Tao (2008) « Determinants of entrepreneurial activities in China » *Journal of Business Venturing* xxx (2008) xxx–xxx.
Mathlouthi Fama (2009), « les déterminants de la survie des micro-entreprises : une application des méthodes statistiques de l'analyse des durées » 3e Conférence Euro-Africaine en Finance et Economie (CEAFE) MAISON DES SCIENCES ECONOMIQUES (Paris) 3-4 Juin 2010.
Montgomery, M., Johnson, T. et Faisal, S. (2005), "What kind of capital do you need to start a business: financial or human?", *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 45, 103-122.
Naudé, W. A. (2008). «Entrepreneurship in Economic Development», *Research Paper* 2008/20. Helsinki: UNU-WIDER.
Naudé, W. A., Gries, T., Wood, E., and Meintjes, A. (2008). «Regional Determinants of Entrepreneurial Start-Ups in a Developing Country», *Entrepreneurship and Regional Development*, 20 (2): 111–124.
Papadaki E. et Chami B. (2002), « Les facteurs déterminants de la croissance des micro-entreprises au Canada », *Direction Générale de la politique de la petite entreprise*, Industrie Canada.
Raposo, M. et Silva M.J. (1999), "Initial Financing and the new firm performance", 44th World Conference of the International Council for Small Business, Naples, 20-23 juin.
Reynolds, P., Bygrave, W. D., Autio, E. (2004). « Global entrepreneurship monitor», 2004 executive report. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
Robichaud Y. J. Zinger T, LeBrasseur R (2007), «Gender differences within early stage and established small enterprises: An exploratory study», *Int Entrep Manag* J (2007) 3:323–343.
Robichaud, Y., McGraw, E. (2003). « Analyse comparative entre l'entrepreneurship féminin et l'entrepreneurship masculin: Le cas des entreprises de services et de détail chez les Francophones du Nouveau–Brunswick», Moncton, NB: Institut Canadien de Recherche sur le Développement Régional.
Schumpeter, Joseph A., (1934). «*The Theory of Economic Development*», Harvard University Press, Cambridge. New York: Oxford University Press, 1961.
Storey, D. (1994, a), "The Role of Legal Status in Influencing Bank Financing and New Firm Growth", *Applied Economics*, 26, 129-136.
Storey, D.J. (1994c), « New firm growth and bank financing », *Small Business Economics*, 6, 2, 139-150.
Verstraete T. et Saporta B., (2006) « Création d'entreprise et entrepreneuriat » les éditions de l'ADREG, en ligne à partir du lien http://www.editions-adreg.net.
Yueh, L., (2009). « Self-employment in urban China: Networking in a transition economy », *China Economic Review* (2009), doi:10.1016/j.chieco.2009.01.002.

Annexes

Tableau 3 Résultats de la régression modèle 1 de la croissance à la sortie de logiciel SPSS 12

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	**Exp(B)**
Step 1[a]	age_entre(1)	,065	,329	,039	1	,844	**1,067**
	s1q11bis1			,730	2	,694	
	s1q11bis1(1)	,247	,327	,572	1	,450	**1,280**
	s1q11bis1(2)	-,071	,685	,011	1	,918	**,932**
	s1q10bis(1)	,354	,359	,974	1	,324	**1,425**
	s1q12(1)	,338	,541	,390	1	,532	**1,402**
	s1q13(1)	,361	,417	,747	1	,387	**1,434**
	s1q14bis			2,579	2	,275	
	s1q14bis(1)	,212	,499	,180	1	,671	**1,236**
	s1q14bis(2)	-,752	,505	2,217	1	,136	**,472**
	s1q15			1,232	2	,540	
	s1q15(1)	,149	,492	,092	1	,761	**1,161**
	s1q15(2)	,931	,847	1,208	1	,272	**2,538**
	s1q09	,050	,028	3,269	1	,071	**1,051**
	s1q04			5,196	2	,074	
	s1q04(1)	,961	,423	5,153	1	,023	**2,615**
	s1q04(2)	,555	,753	,543	1	,461	**1,741**
	s2q09bis			2,278	2	,320	
	s2q09bis(1)	,326	,296	1,213	1	,271	**1,385**
	s2q09bis(2)	-,602	,783	,590	1	,442	**,548**
	niv_instbis			4,363	2	,113	
	niv_instbis(1)	-,960	,483	3,952	1	,047	**,383**
	niv_instbis(2)	-,612	,533	1,317	1	,251	**,543**
	age_cr_a			,613	4	,962	
	age_cr_a(1)	,122	,666	,034	1	,854	**1,130**
	age_cr_a(2)	-,134	,650	,042	1	,837	**,875**
	age_cr_a(3)	,053	,708	,006	1	,940	**1,055**
	age_cr_a(4)	-,178	,878	,041	1	,839	**,837**
	s2q13(1)	-,100	,325	,095	1	,758	**,905**
	s2q14(1)	-,650	,317	4,212	1	,040	**,522**
	s2q15bis			1,019	2	,601	
	s2q15bis(1)	-,230	,441	,272	1	,602	**,794**
	s2q15bis(2)	-,622	,616	1,019	1	,313	**,537**
	s2q16			8,510	2	,014	
	s2q16(1)	-,983	,432	5,184	1	,023	**,374**
	s2q16(2)	-1,702	,696	5,980	1	,014	**,182**
	s2q17bis			,347	2	,841	
	s2q17bis(1)	,203	,473	,184	1	,668	**1,225**
	s2q17bis(2)	,180	,334	,289	1	,591	**1,197**
	s2q18bis			5,254	2	,072	
	s2q18bis(1)	-,482	,370	1,695	1	,193	**,618**
	s2q18bis(2)	-,860	,391	4,845	1	,028	**,423**
	s2q19	,264	,167	2,491	1	,114	**1,302**
	s2q10(1)	-,306	,294	1,085	1	,298	**,736**
	s2q06(1)	-,337	,314	1,150	1	,284	**,714**
	s2q02(1)	,144	,379	,144	1	,704	**1,155**
	Constant	1,017	1,026	,983	1	,321	**2,765**

Note*: les variables portant "bis" sont obtenues après recodage des variables elles-mêmes. Par exemple, S2q18bis est obtenu après avoir recodé la variable s2q18. Ces variables avec « bis » ne se trouvent pas dans le questionnaire.*

Tableau 4 : Résultats de la régression modèle 2 de la croissance à la sortie de logiciel SPSS 12.

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1[a]	age_entre(1)	,654	,380	2,962	1	,085	1,924
	s1q11bis1			1,872	2	,392	
	s1q11bis1(1)	,378	,393	,925	1	,336	1,459
	s1q11bis1(2)	-,444	,763	,338	1	,561	,642
	s1q10bis(1)	,021	,417	,003	1	,959	1,022
	s1q12(1)	-,483	,635	,578	1	,447	,617
	s1q13(1)	-,562	,500	1,264	1	,261	,570
	s1q14bis			3,125	2	,210	
	s1q14bis(1)	,527	,551	,915	1	,339	1,694
	s1q14bis(2)	-,954	,698	1,870	1	,172	,385
	s1q15			7,232	2	,027	
	s1q15(1)	-,409	,591	,478	1	,489	,664
	s1q15(2)	2,055	,823	6,229	1	,013	7,803
	s1q09	,042	,017	5,988	1	,014	1,043
	s1q04			8,712	2	,013	
	s1q04(1)	1,271	,480	7,010	1	,008	3,564
	s1q04(2)	-,650	,947	,472	1	,492	,522
	s2q09bis			2,476	2	,290	
	s2q09bis(1)	-,306	,350	,768	1	,381	,736
	s2q09bis(2)	,938	,861	1,188	1	,276	2,555
	niv_instbis			9,688	2	,008	
	niv_instbis(1)	-1,577	,560	7,945	1	,005	,207
	niv_instbis(2)	-1,899	,631	9,056	1	,003	,150
	age_cr_a			5,742	4	,219	
	age_cr_a(1)	-1,275	,781	2,664	1	,103	,279
	age_cr_a(2)	-1,833	,784	5,466	1	,019	,160
	age_cr_a(3)	-1,588	,835	3,614	1	,057	,204
	age_cr_a(4)	-1,776	,984	3,260	1	,071	,169
	s2q13(1)	,475	,399	1,415	1	,234	1,607
	s2q14(1)	,593	,378	2,469	1	,116	1,810
	s2q15bis			5,191	2	,075	
	s2q15bis(1)	,246	,477	,267	1	,605	1,279
	s2q15bis(2)	-1,523	,802	3,607	1	,058	,218
	s2q16			,513	2	,774	
	s2q16(1)	-,340	,531	,410	1	,522	,712
	s2q16(2)	,098	,817	,014	1	,905	1,102
	s2q17bis			4,359	2	,113	
	s2q17bis(1)	-,208	,589	,125	1	,724	,812
	s2q17bis(2)	,688	,409	2,831	1	,092	1,989
	s2q18bis			3,942	2	,139	
	s2q18bis(1)	-,814	,444	3,354	1	,067	,443
	s2q18bis(2)	-,580	,484	1,441	1	,230	,560
	s2q19	,236	,187	1,591	1	,207	1,266
	s2q10(1)	-,561	,352	2,548	1	,110	,570
	s2q06(1)	-,295	,371	,629	1	,428	,745
	s2q02(1)	,366	,468	,612	1	,434	1,441
	Constant	,867	1,194	,527	1	,468	2,380

ÉTUDE DES FACTEURS DÉTERMINANTS DE L'ENTREPRENARIAT AU TOGO: Cas de la ville de Lomé

QUESTIONNAIRE INDIVIDUEL

PERSONNEL D'ENCADREMENT

Nom et Prénoms de l'enquêteur		|__|__||__|__||__|__|__|__|
Nom et Prénoms du Superviseur contrôleur		|__|__||__|__||__|__|__|__|
Nom et Prénoms de l'agent de saisie		|__|__||__|__||__|__|__|__|

CONFIDENTIEL : Toutes les informations collectées sont couvertes par le secret statistique. Elles sont donc strictement confidentielles et ne seront utilisées qu'à des fins statistiques et les renseignements individuels d'ordre économique ou financier figurant sur le questionnaire d'enquête ne peuvent en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle ou de répression économique.

Numéro du questionnaire : |__|__|__|

<u>Section I</u> : Identification et caractéristiques de l'entreprise

Numéro de la question	Variables/Questions	Modalités/réponses	Code
S1Q01	**Nom de la firme**	----------	
S1Q02	**Fonction du répondant**	----------	
S1Q03	**Quartier**	----------	
S1Q04	**Quelle est la Forme juridique de votre entreprise ?**	**1. Etablissement** **2. SARL/SARLU** **3. SA/SAU**	|___|
S1Q05	**Numéro d'immatriculation**	----------	|___|
S1Q06	**Dans quel secteur/branche d'activité inscrit-on votre entreprise ?**	**1. Commerce** **2. Agriculture** **3. Banque/Institution Financière** **4. Assurance** **5. Industrie** **6. Communication/Télécommunication** **7. Autres (à préciser)**----------	|___|
S1Q07	**Quand est-ce que vous avez créé votre entreprise ?**	|__|_||__|_||__|_|_|_|_|	
S1Q08	**Quelle est la taille à la création de l'entreprise ?**	|__|_|_|	
S1Q09	**Quelle est la taille actuelle de l'entreprise ?**	|__|_|_|	
S1Q10	**Quelle est la nature de vos ressources financières ?**	**1. Propres fonds** **2. Emprunts auprès d'une Institution financière** **3. Actions vendues aux salariés de l'entreprise** **4. Autre** ----------	|___|
S1Q11	**Quel est le montant des ressources financières mobilisé à la création de l'entreprise ?**	----------	
S1Q12	**Votre entreprise est-elle une filiale d'une entreprise étrangère ?**	**1. Oui** **2. Non**	|___|
S1Q13	**Les locaux de l'entreprise sont-ils loués ?**	**1. Oui** **2. Non**	|___|
S1Q14	**Qui dirige l'entreprise ?**	**1. Le createur** **2. Un manager externe** **3. Une équipe à dominance familiale** **4. Une équipe hétérogène** **5. Dirigeant familial successeur au créateur** **6. Autre** ----------	|___|
S1Q15	**L'entreprise fait-elle partie d'un réseau d'entreprise ?**	**1. Non** **2. National** **3. International**	|___|

<u>Section II</u> : caractéristiques du promoteur/dirigeant et autres caractéristiques

S2Q01	**Quel est âge du promoteur ?**	|__|__|__|	
S2Q02	**Le sexe du créateur?**	**1. Masculin** **2. Féminin**	|___|
S2Q03	**Quel est le statut matrimonial du promoteur/Dirigeant ?**	**1. Marié** **2. Célibataire** **3. Divorcé(e)/séparé(e)** **4. Veuf(ve)**	|___|
S2Q04	**Quelle est religion du promoteur ?**	**1. Chrétienne** **2. Musulmane** **3. Animiste** **4. Autre**	|___|
S2Q05	**Quel est niveau d'instruction du promoteur ?**	**1. Aucun** **2. Primaire** **3. Premier cycle du secondaire** **4. Deuxième cycle du secondaire** **5. Supérieur**	|___|
S2Q06	**A-t-il suivi une formation professionnelle après votre son diplôme ?**	**1. Oui** **2. Non (aller à S2Q08)**	|___|
S2Q07	**Si oui, dans quel domaine ?**	**1. Ayant un lien avec l'activité d'entreprise** **2. En gestion** **3. En entrepreneuriat** **4. Autre ----------**	|___|
S2Q08	**Quelle est la nationalité du promoteur ?**	**1. Togolaise** **2. Etrangère (Préciser)**	|___|
S2Q09	**Avec combien de personne a-t-il créée son entreprise?**		|__|__|__|
S2Q10	**A –t-il une expérience entrepreneuriale avant la création de son entreprise ?**	**1. Oui** **2. Non (aller à S2Q13)**	|___|
S2Q11	**Si oui quel domaine a-t-il eut cette expérience ?**	**1. La consultance** **2. Institut d'enseignement supérieur** **3. Marketing, vente** **4. Management ou supervision** **5. Autre à préciser**	|___|
S2Q12	**Si oui, quelle était la taille de cette entreprise ?**		|__|__|__|
S2Q13	**A-t-il déjà travaillé comme indépendant ?**	**1. Oui** **2. Non**	|___|
S2Q14	**Est-il d'origine familiale entrepreneuriale ?**	**1. Oui** **2. Non**	|___|

S2Q15	**Quel est le principal type de clients votre entreprise a?**	**1. Administration publique** **2. Particulier** **3. Entreprises/administration privés** **4. Grandes distributions** **5. Autre ----------**	|___|
S2Q16	**Sur quel type de marché opérez-vous (principalement) ?**	**1. Marché local** **2. Marché national** **3. Marché international**	|___|
S2Q17	**Quelle est la principale démarche stratégique que vous adoptez ?**	**1. aucune** **2. De prospection** **3. Effort publicitaire** **4. Effort sur les prix** **5. Rachat de clientèle** **6. Autre (à préciser)**	|___|
S2Q18	**Qu'est ce qui a motivé le promoteur à la création de son entreprise ?**	**1. Perception d'une opportunité de marché** **2. Realisation d'un défi personnelle** **3. Être indépendant** **4. Amelioration du statut social** **5. Situation antérieure de chômage** **6. Experience professionnelle antérieure peu satisfaisante** **7. Autre ----------**	|___|
S2Q19	**Quel est le nombre des membres de la famille de l'entrepreneur dans l'équipe dirigeante ?**		|__|__|__|

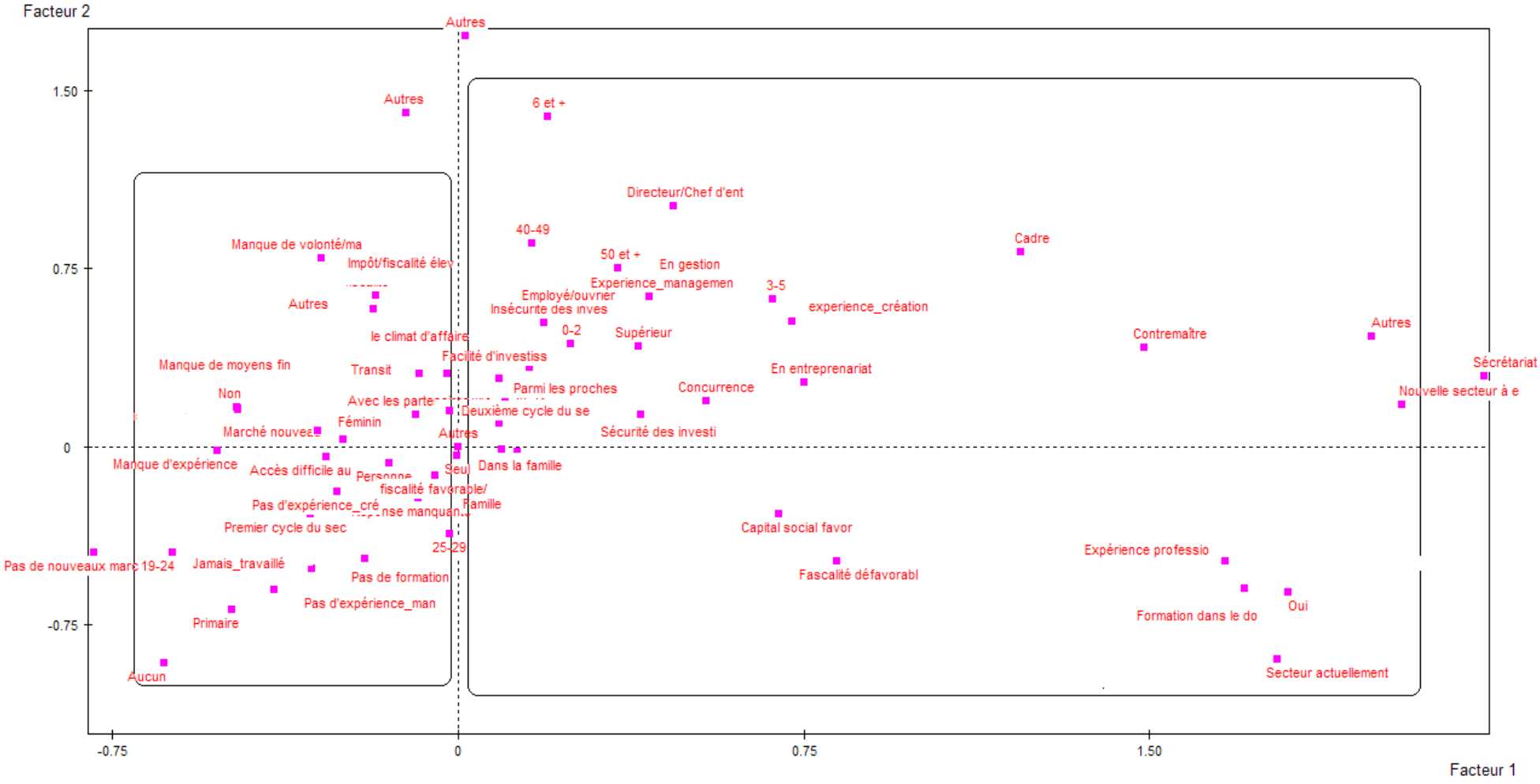
<u>SECTION III</u> : Caractéristiques des Potentiels Créateurs

N° d'ordre	**S3Q01.Fonction du répondant** 1.---------- 2.----------	**S3Q02 Quel est votre âge?**	**S3Q03. Quel est votre sexe**? 1.Masculin 2.Féminin	**S3Q04**. Quel est votre statut matrimonial? 1. Marié 2. Célibataire 3.Divorcé(e)/séparé(e) 4.Veuf(ve)	**S3Q05. Quel est votre niveau d'instruction**? 1. Aucun 2. Primaire 3. Premier cycle du secondaire 4. Deuxième cycle du secondaire 5. Supérieur	**S3Q06. Avez-vous suivi une formation professionnelle après votre diplôme ?** 1. Non 2. En gestion 3. Entrepreneuriat 4. Autre----------	**S3Q07. Quelle est votre nationalité?** 1. Togolaise 2. Etrangère	**S3Q08. Quelle est votre ethnie?** 1. Adja-éwé 2. Kabyè-tem 3. Paragourma 4. Akposso-akébou, ana-ifè 5. Autres ----------
|___|		|__|__|	|___|	|___|	|___|	|___|	|___|	|___|
|___|		|__|__|	|___|	|___|	|___|	|___|	|___|	|___|

S3Q09. Quelle est votre religion? 1.Chrétienne 2.Musulmane 3.Animiste 4.Autres -------	**S3Q10. Dans combien de temps comptez vous créer votre entreprise?** 1. Oui (si<12 mois) 2. Non (Si >12 mois) **(aller à S3Q12)**	**S3Q11. Si oui pour quel motif principal ?** 1. Auto-emploi 2. Goût d'entreprendre 3. Idée nouvelle **4**. Réalisation d'un défi personnel 5. Amélioration du statut social 6. Autres ---------- **(aller à S3Q13)**	**S3Q12 Si non, pour quel motif principal? (pourquoi >12 mois)** **1.**---------- **2.**---------- **2.**----------	**S3Q13. Quel est le principal atout dont vous disposez pour la création?** 1. Facilité d'investissement 2. Sécurité des investissements 3. Fiscalité favorable 4. Marché nouveau 5. Capital social favorable 6. le climat des affaires favorable 7. Autres ----------	**S3Q14. Quelle est la principale difficulté à laquelle vous êtes confronté?** 1. Accès difficile au crédit 2. Insécurité des investissements 3. Fiscalité défavorable 4. Concurrence 5. le climat d'affaire défavorable 6. Autres ----------	**S3Q15. Quel est votre entourage entrepreneurial?** 1. Dans la famille 2. Parmi les proches 3. Personne	**S3Q16. Avez-vous travaillé dans une entreprise ?** 1. Non (aller à S3Q17) 2. Directeur / chef d'entreprise 3. Employé /ouvrier 4. Contremaître 5. Cadre 6. Autres ----------
|___|	|___|	|___|		|___|	|___|	|___|	|___|
|___|	|___|	|___|		|___|	|___|	|___|	|___|

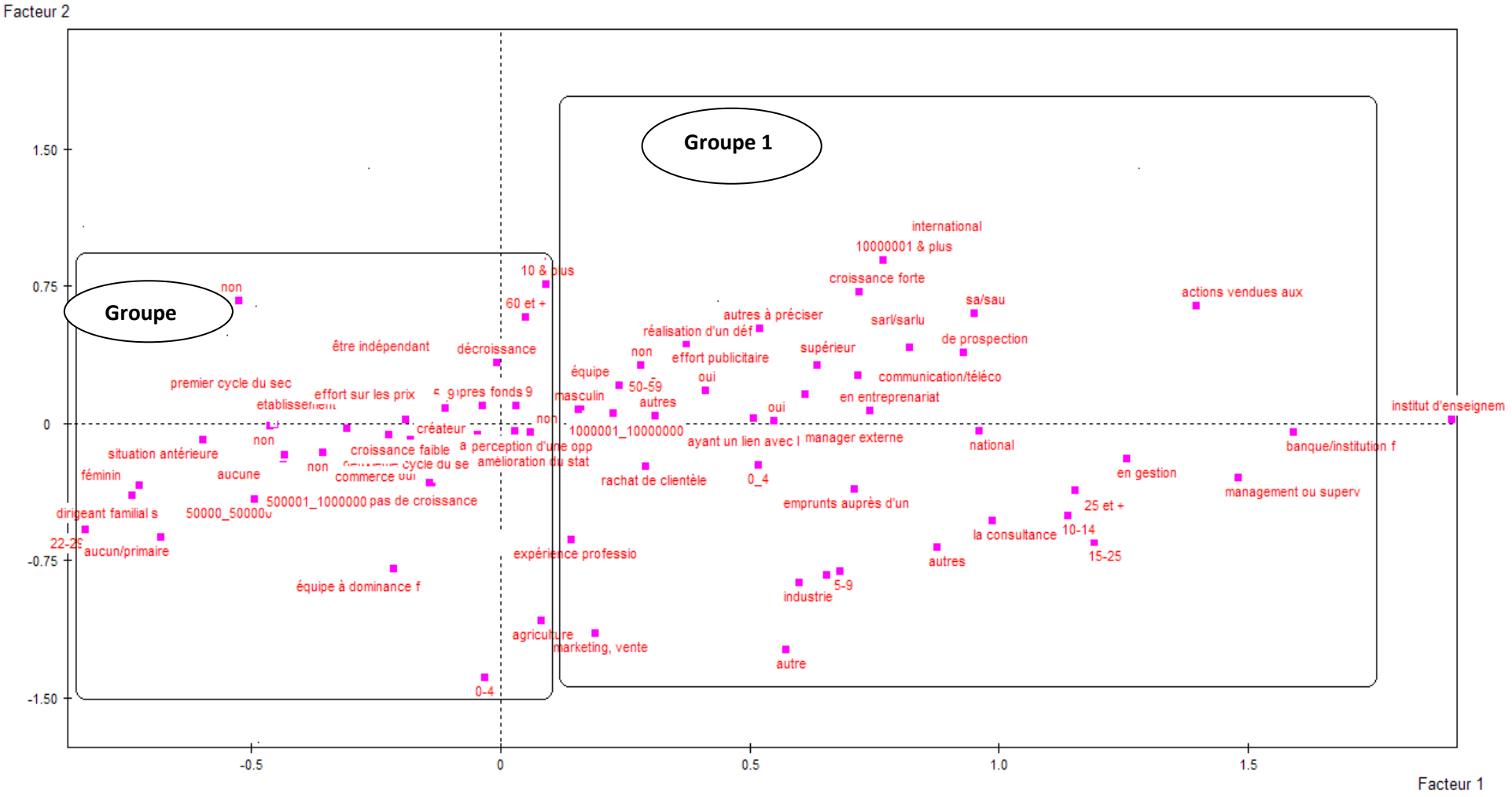
S3Q17. Quelle était la taille de cette entreprise ?	**S3Q18. Avez-vous une expérience dans la création?** 1. oui 2. non	**S3Q19. Si oui, donnez le nombre d'années (en années révolues)**	**S3Q20. Avez-vous une expérience en management**? 1. Oui 2. Non	**S3Q21. Si oui donnez le nombre d'années (en années révolues)**	**S3Q22. Avez-vous des conseillers?** 1. non 2. Externes 3. Internes	**S3Q23. Équipe entreprenariale fondatrice** 1. seul 2. avec les amis 3. avec les partenaires professionnels 4. famille 5. autres (à préciser) ***(Fin de l'interview si S3Q10 est non)***	**S3Q24. Dans quel secteur/branche d'activité aimeriez-vous créer votre entreprise** ? 1. Commerce 2. Agriculture 3. Banque/Institution Financière 4. Assurance 5. Industrie 6. Communication /Télécommunication 7. Autres ----------	**S3Q25. Pourquoi avez-vous choisi ce secteur?** 1. secteur actuellement en croissance 2. Formation dans le domaine 3. Expérience professionnelle dans le secteur 4. Nouvel secteur à explorer 5. Autre ----------
_____	___	____	___	____	___	___	___	___
_____	___	____	___	____	___	___	___	___

Graphique 1 : Analyse multidimensionnelle du profil des potentiels promoteurs.



Source : Auteur à partir de l'exploitation des données collectées.

Graphique 2 : Analyse multidimensionnelle du profil des entreprises en croissance.



Source : Auteur à partir de l'exploitation des données collectées.