

Bertrand SOGBOSSI

Université d'Abomey-Calavi

Raoul OGOUYOMI OROBI

Université d'Abomey-Calavi

Etude de la perception éthique du dirigeant de l'entreprise informelle au Bénin

Résumé

L'importance de ce secteur dans l'économie des pays africains n'est plus à démontrer. Non seulement le secteur informel constitue une part significative des économies africaines...mais il occupe aussi une place de plus en plus prépondérante dans la création d'emplois et de la production de la richesse nationale (Walter, 2006). Malgré son importance les entreprises de ce secteur sont confrontées à de nombreuses difficultés. Ces difficultés sont entre autre liées aux comportements de gestion de leurs dirigeants. Le succès d'une entreprise dépend aujourd'hui non seulement du respect des règles du jeu économique, mais aussi de la référence à des valeurs supérieures telles que : l'honnêteté, le respect des autres, la solidarité (Lepineux, 2003). Contrairement aux pays développés où l'éthique occupe une place de prédilection dans les entreprises, force est de constater qu'elle semble être absente dans le comportement de gestion des dirigeants de l'entreprise informelle (Sogbossi, 2009). Plus une entreprise est petite, plus son éthique est assimilable à celle de son dirigeant qui est un modèle pour l'ensemble de ses subordonnés. La perception étant un facteur explicatif de comportement, cette étude exploratoire vise à étudier la perception éthique des dirigeants d'entreprises informelles au Bénin et en même temps l'influence du profil sociodémographique du dirigeant sur cette perception.

Mots-clés : éthique, perception éthique, entreprise informelle, profil sociodémographique.

Etude de la perception éthique du dirigeant de l'entreprise informelle au Benin

Bertrand SOGBOSSI BOCCO

Professeur Agrégé en Sciences de Gestion,
Directeur Adjoint de l'Ecole Doctorale des Sciences
Economiques et de Gestion
Université d'Abomey-Calavi, BENIN
bertrandboc@yahoo.fr

OGOUYOMI OROBI O. Raoul

Doctorant en Sciences de gestion
Ecole Doctorale des Sciences
Economiques et de Gestion
Université d'Abomey-Calavi, BENIN,
dearraoul@gmail.com

Résumé

L'importance de ce secteur dans l'économie des pays africains n'est plus à démontrer. Non seulement le secteur informel constitue une part significative des économies africaines...mais il occupe aussi une place de plus en plus prépondérante dans la création d'emplois et de la production de la richesse nationale (Walter, 2006). Malgré son importance les entreprises de ce secteur sont confrontées à de nombreuses difficultés. Ces difficultés sont entre autre liées aux comportements de gestion de leurs dirigeants. Le succès d'une entreprise dépend aujourd'hui non seulement du respect des règles du jeu économique, mais aussi de la référence à des valeurs supérieures telles que : l'honnêteté, le respect des autres, la solidarité (Lepineux, 2003). Contrairement aux pays développés où l'éthique occupe une place de prédilection dans les entreprises, force est de constater qu'elle semble être absente dans le comportement de gestion des dirigeants de l'entreprise informelle (Sogbossi, 2009). Plus une entreprise est petite, plus son éthique est assimilable à celle de son dirigeant qui est un modèle pour l'ensemble de ses subordonnés. La perception étant un facteur explicatif de comportement, cette étude exploratoire vise à étudier la perception éthique des dirigeants d'entreprises informelles au Bénin et en même temps l'influence du profil sociodémographique du dirigeant sur cette perception.

**Mots-clés : Ethique, Perception éthique, entreprise informelle, profil
sociodémographique**

Introduction

L'importance du secteur informel dans l'économie des pays africains n'est plus à démontrer. Non seulement, ce secteur constitue une part significative des économies africaines, mais il occupe aussi une place de plus en plus prépondérante dans la création de l'emploi et de la production de la richesse nationale (Walter, 2006). En 2010, ce secteur (environ 70 % du PIB) concentre au Bénin, près de 95 % de la population active et joue un rôle majeur en termes de création de revenus (Bénin PEA 2011). La vocation première des entreprises de ce secteur, est la création de biens et services destinés à la vente, en vue de tirer de profit pour assurer la vie, voire tout simplement la survie, d'un individu ou d'un petit groupe familial (Rapport, HCCI 2008). La gestion de ces entreprises incombe souvent à une personne ou un collège de personnes : les dirigeants ou managers. Ils sont un modèle pour l'ensemble de leurs subordonnés et ont une influence sur la prise de décisions par ricochet ils influencent la rentabilité, la performance de l'entreprise. Ils conditionnent donc l'esprit et les valeurs des entreprises (Drucker 1981) surtout dans le cas des entreprises informelles qui sont en majorité des TPE.

Dans un contexte économique caractérisé par de rudes concurrences et une clientèle devenue très exigeante et imprévisible ; ces dirigeants se doivent, quelque soit leur domaine d'activité, de ne écarter aucune stratégie pouvant leur permettre de placer leur entreprise en avance par rapport à ses concurrents. Par leur exemple, ils se doivent d'inculquer à leurs subordonnés un certain nombre de valeurs éthiques jugées nécessaires pour la rentabilité et la performance de l'entreprise.

Le succès d'une entreprise dépend aujourd'hui, non seulement du respect des règles du jeu économique, mais aussi de la référence à des valeurs supérieures telles que l'honnêteté, le respect des autres, la solidarité (Lepineux 2003). Le respect des normes éthiques est devenu un facteur indispensable pour le succès de toute entreprise contemporaine. Elle est devenue un véritable impératif pour l'entreprise contemporaine (Mahieu, 2009) Le respect des normes éthiques basiques, par une entreprise, pourrait lui conférer un avantage concurrentiel certain. Dans son code éthique, l'entreprise américaine AETON, reconnaît acquérir son avantage concurrentiel par le biais de performances supérieures¹. Depuis 2007, l'institut américain Ethisphère rend public la liste des entreprises reconnues pour leur engagement éthique. L'étude de 2011 démontre que l'engagement éthique est payant puisque les performances financières des entreprises sélectionnées (indice World's Most Ethical) sont en moyenne supérieures de 30 points à celles de l'indice boursier Standard and Poor's 500 (Gal, 2011).

Contrairement aux pays développés où l'éthique occupe une place de prédilection dans les entreprises, force est de constater qu'elle ne semble pas être une préoccupation forte dans les pays en développement (Sogbossi et Merunka, 2009). Elle semble être absente dans le comportement de gestion des dirigeants de l'entreprise informelle (Sogbossi, 2009). Ce qui nous amène à demander si : Les dirigeants de l'entreprise informelle ne perçoivent-ils pas l'importance de l'éthique dans leur gestion ? C'est autour de cette préoccupation centrale que s'articulera ce travail.

L'éthique des managers est leur éthique individuelle (Hirèche, 2004) ; elle s'inscrit d'abord, dans la liberté personnelle d'agir et dans les choix individuels du principal dirigeant (Caner 2009), et est relative à chaque individu (Jérémie & Rostan, 1993). C'est pourquoi nous nous donnons comme première préoccupation spécifique de répondre à la question: comment les managers perçoivent-ils individuellement l'éthique dans leur gestion?

¹ Le code d'éthique

http://www.eaton.com/ecml/groups/public/@publ/@eaton/@corp/documents/content/pct_317538.pdf

La perception est fortement dépendante de l'environnement du sujet (Bernard ; 2010). Il est probable que les caractéristiques sociodémographiques des dirigeants aient une influence sur leur attitude par rapport à l'éthique dans les affaires (Sogbossi, 2009). C'est cela qui fonde notre seconde question spécifique qui est : La perception éthique du manager varie-t-elle suivant son profil sociodémographique ?

L'objectif de cette recherche est d'étudier l'importance que les dirigeants du secteur informel accordent à l'éthique dans leur gestion. De façon spécifique il s'agit de :

- Examiner la perception éthique du dirigeant de l'entreprise informelle
- Analyser l'influence du profil sociodémographique sur la perception éthique du dirigeant de l'entreprise informelle.

Le présent article s'articule en quatre parties essentielles : la première partie sera consacrée au concept d'éthique dans le domaine du management. Les deuxième et troisième parties seront respectivement consacrées au choix des variables et hypothèses de recherche et à la méthodologie. L'analyse et les résultats essentiels de cette recherche seront présentés dans la quatrième partie.

1. La place de l'éthique dans le management des affaires

Avant d'aborder la revue, il est utile de clarifier certains concepts clés. Il s'agit du concept de l'éthique et de la notion de perception.

1.1. Le concept de perception éthique

1.1.1. La notion de perception

En général, la notion de perception se rapporte à la psychologie. Selon Larousse (2009) ; c'est l'action de percevoir par les sens, par l'esprit, au sens psychologique, elle est la représentation consciente à partir des sensations et processus de recueil et de traitement de l'information sensorielle.

Selon la définition fournie par le Dictionnaire de Lalande, la perception est « l'acte par lequel un individu, organisant immédiatement ses sensations, les interprétant et les complétant par des images et des souvenirs, s'oppose un objet qu'il juge spontanément distinct de lui, réel et actuellement connu de lui ». Il s'agit du processus par lequel le consommateur prend conscience de son environnement de marketing et l'interprète de telle façon qu'il soit en accord avec son schéma de référence (Dussart, 1983). Dans le même sens Sall (2009) souligne que ; quelles que soient la discipline et le champ de connaissance considérés, la perception est considérée comme un élément de la psychologie humaine, une description des croyances, un facteur explicatif du comportement du consommateur. Selon Ladwein (1999), la perception et l'interprétation faites de celle-ci permettent à l'individu de donner du sens aux informations issues de son environnement. La perception est fortement dépendante à l'environnement du sujet. Elle est la sensation que l'on a, suite au traitement d'un stimulus.

Au regard de ces définitions nous remarquons que la notion de perception est un concept important dans le domaine de marketing car elle est un facteur explicatif du comportement de l'individu et un moyen de prédiction de ce comportement.

1.1.2. Le concept d'éthique

Le concept éthique date de plusieurs siècles avant notre ère. En effet, les premiers disciples de Pythagore (philosophe grec du VI^{ème} siècle av. J.-C.) tentèrent d'appliquer leurs théories

mathématiques au sujet de la conduite humaine et de l'éthique². Il faut noter que le concept en ces débuts était plus lié à la philosophie qu'aux sciences. Mais avec le temps, l'éthique s'est étendue au niveau de presque toutes les sciences. Les scandales financiers de ces dernières décennies, ont suscité un grand intérêt à la question de l'éthique en entreprise.

Si pour Naurois, (2007), l'éthique est l'ensemble des règles comportementales qui s'imposent à chacun, pour beaucoup d'auteurs (Mercier, 2001 ; Mercier, 2002 ; Ricœur 1990 ; Jérémie & Rostan, 1993 ; Caner, 2009 ; Hirèche, 2004) elle est individuelle et sans contrainte externe. Elle se donne pour but, d'indiquer comment les êtres humains doivent se comporter, agir et être, entre eux et envers ce qui les entoure. Elle est la réflexion qui intervient en amont de l'action et qui a pour ambition de distinguer la bonne de la mauvaise façon d'agir (Mercier, 2002). Quitte à individu de s'y conformer ou pas. Elle est donc relative et contingente.

La notion éthique est par sa définition très assimilable à la morale. De part son insistance sur les obligations morales qui doivent régir les fonctions dans les divers domaines qu'il aborde, l'éthique est aussi assimilable à la déontologie. Mais l'éthique nécessite d'être distinguée de ces notions qui lui sont proches (De Bry, 2005).

Si étymologiquement l'éthique et la morale renvoient à l'idée de mœurs (ethos, mores) ; on peut toutefois discerner une nuance, selon que l'on met l'accent sur ce qui est *estimé bon* (éthique) ou sur ce qui *s'impose* comme *obligatoire* (morale) (Ricœur 1990). L'éthique est relative et contingente tandis que la morale est un devoir (une obligation) ; le devoir qu'à tout individu de respecter toujours la liberté éthique de tout autre (Jérémie & Rostan, 1993). Même si l'éthique est relative et contingente, elle va au-delà du concept de morale (Paycheng et Szerman, 1998), elle désigne, non point un ensemble de règles propres à une culture, à savoir une morale, mais une "métamorale", une doctrine se situant au-delà de la morale, une théorie raisonnée sur le bien et le mal, les valeurs et les jugements moraux (Russ, 1994).

Comme à la morale l'éthique est souvent confondue à la déontologie de part son insistance sur les normes qui doivent régir les fonctions dans divers domaines et l'appellation américaine *ethics* du mot déontologie. La déontologie est un ensemble de règles propres à une profession, destiné à en organiser la pratique selon des normes, pour le bien de ses usagers et de la profession elle-même. Elle s'apparente à une sorte d'autoréglementation d'un corps de métier (Caverni, 1998) qui lui permet de se protéger, en se prémunissant contre des comportements déviants susceptibles de lui nuire dans son ensemble (Jobard, 1992). La déontologie donne un contenu concret aux principes éthiques. Elle est l'expression opérationnelle d'une éthique des affaires (Courret, 1992). L'éthique est donc un préalable à la déontologie. Si l'éthique est relative, la déontologie uniforme et s'impose à tout ceux de ce corps de métier.

En somme, l'éthique relève de self contrôle, émanant de soi, sans grande contrainte externe ; tandis que la morale, elle, est sous l'influence des obligations et contraintes indépendantes et extérieures à l'individu. Elle est de socle de la déontologie.

1.2. Ethique et son influence sur le management

1.2.1. Relation entre éthique et performance

La relation entre l'éthique et la performance a été abordée par de nombreux auteurs. Bien qu'une minorité, comme Roche (2006), essaye de convaincre de leur incompatibilité à court

² Comment la Scientologie peut-elle m'aider...? Les fondements de l'éthique

terme, nombreux sont ceux qui ont prouvé l'influence positive de la pratique éthique sur la performance.

A première vue, l'éthique semble s'opposer à la performance d'entreprise, cela à cause des coûts qu'elle pourrait engendrer et aussi, la façon dont est mesurée la performance, l'excédent brut d'exploitation, le résultat net, le taux de rentabilité, etc., ne traduit à aucun moment les intérêts des parties prenantes à l'activité de l'entreprise autres que ses propriétaires (Morawek et al., 2008); car salariés, Etat, environnement naturel, voire société dans son ensemble sont des charges à minimiser en vue d'accroître la marge bénéficiaire. Tout semble être figé sur la seule recherche d'intérêt financier au détriment de toutes les autres valeurs ; ce qui amène souvent à des comportements non éthiques. Cet aspect économique et financier de la performance est resté pendant longtemps la référence en matière de performance et d'évaluation des entreprises. Selon Lorian (1997), la performance dans l'entreprise, tout ce qui est, et seulement, ce qui contribue à atteindre les objectifs stratégiques. Suivant cette définition de la performance de Lorian (1997), la performance ne pourrait pas, dans un environnement économique en perpétuelle mutation, se baser sur le seul aspect financier. Germain (2006) explique que : compte tenu de l'environnement concurrentiel, il y a nécessité de recourir à des mesures non financières en complément des mesures financières traditionnelles. Ce que vient renchérir Barillot (2001) qui explique que la naissance d'un environnement économique plus complexe au cours des années quatre vingt et quatre vingt dix a pour conséquence la prise de conscience que le pilotage de l'entreprise ne se réduit pas au seul aspect financier. Donc loin d'être une antinomie de la performance, l'éthique est devenue aujourd'hui un facteur de concurrence. L'éthique peut constituer un levier pour plus d'efficacité, y compris à court terme (Morawek & Al. 2008). Elle peut aujourd'hui, être assimilée à un instrument de gestion (Benbrahim, 2006). L'éthique contribue désormais au succès des entreprises, c'est désormais un facteur clef de succès. Pour Lepineux (op. cit.) : « Le succès d'une entreprise dépend aujourd'hui non seulement du respect des règles du jeu économique, mais aussi de la référence à des valeurs supérieures telles que l'honnêteté, le respect des autres, la solidarité » et s'inscrivant dans le même schéma, Mercier (2001) affirme que : La réflexion éthique dans l'entreprise revêt un intérêt hautement stratégique et est devenue une nouvelle dimension de la politique d'entreprise : par expression de son éthique, l'entreprise affirme son caractère unique et permet à ses membres de vivre un sentiment d'appartenance. L'éthique établit la confiance au sein de l'entreprise d'une part et vis-à-vis des consommateurs. Elle a la possibilité d'étendre la clientèle de l'entreprise, et sa part de marché. Hirèche (2004), dans « l'influence de l'éthique des managers sur les comportements au travail et la performance organisationnelle : esquisse d'un modèle conceptuel », déduit logiquement que le comportement éthique des managers, dans la mesure où il suscite la confiance des salariés, peut avoir des effets sur la performance organisationnelle, à travers le lien qui existe entre la confiance interpersonnelle et certaines variables comme la citoyenneté organisationnelle et la coopération. Ce lien, démontré théoriquement à de multiples reprises, mérite à présent d'être validé empiriquement. Par ailleurs, la corrélation positive qui existe entre les variables reste également à démontrer.

Si dans la société occidentale l'importance de l'éthique en affaire est perçue par le dirigeant, le cas africain reste encore flou. Scientifiquement, cette étude vise à appréhender le niveau de la perception éthique des dirigeants des entreprises informelles au Bénin et contribuer à la détermination des caractéristiques sociodémographiques qui influencent la perception éthique des dirigeants du secteur informel. L'éthique paraît comme une stratégie compétitive (Maxfield, 2008), la détermination des facteurs qui l'influencent pourra permettre de diminuer les maux liés à l'insuffisance de la pratique éthique dans les entreprises informelles qui sont des TPE employant environ 97,7% de la population active occupée de dix ans et plus, localisée en milieu urbain et rural (Maldonado, 1998).

1.2.2. Caractéristiques du dirigeant éthique

Depuis plusieurs décennies, plusieurs travaux ont été menés sur l'éthique dans l'entreprise, la plupart de ces recherches ont plus mis l'accent sur son importance, sa contribution à la rentabilité de l'organisation. Mais très peu font ressortir les caractéristiques spécifiques pouvant permettre l'identification d'une personne éthique. La plupart de ces recherches sont restées assez vagues sur la description du comportement exemplaire des managers (elles ont cité un certain nombre de qualités appréciées chez les supérieurs : le sens de l'équité, l'honnêteté, la franchise, l'ouverture d'esprit, la générosité, le courage, le sens des responsabilités, etc.), mais n'ont pas précisément décrit les dimensions concrètes à travers lesquelles peut se décliner l'éthique des managers (Hirèche ; 2004). La pensée éthique stoïcienne part du principe selon lequel : un individu est éthique s'il est vertueux (Roche 2006). Cette vertu est caractérisée par des dimensions traditionnelles telles que la justice, le courage, la prudence, la tempérance aux quelles s'ajoute une dimension moderne : l'altruisme (Nillès 1998). Pour Fuentes & Al. (2005), les normes d'éthiques reposent sur six valeurs fondamentales : l'intégrité, l'honnêteté, le professionnalisme, la compassion, le respect et l'imputabilité. Ces valeurs fondamentales sont à la base de toutes les décisions que nous prenons et nous aident à déterminer comment nous devons nous conduire chaque jour. Selon le memento éthique de l'EDF, les normes éthiques sur lesquelles se fondent leur organisation sont : dignité, écoute, reconnaissance, confiance, dialogue, tolérance, probité, loyauté, honnêteté, confidentialité, transparence, courage, exemplarité. Des définitions nous recensons en général comme traits éthiques : le sens de l'équité, l'ouverture d'esprit, la générosité, le courage, le sens des responsabilités, authenticité, fiabilité, constructif, l'intégrité, l'honnêteté, le professionnalisme, la compassion, le respect, l'imputabilité, dignité, écoute, reconnaissance, confiance, dialogue, tolérance, probité, loyauté, confidentialité, transparence, exemplarité, bravoure, la justice, la prudence, la tempérance.

2. Choix de variables et hypothèses

2.1. Choix de variables

Les variables explicatives retenues sont les variables socio démographiques. Ils sont au nombre de quatre : le sexe, l'âge, le niveau de scolarité et la situation matrimoniale.

La principale variable dépendante est l'éthique. La revue documentaire a permis de déceler plusieurs dimensions spécifiques à l'éthique, surtout les caractéristiques d'un dirigeant éthique. Mais certaines de ces variables sont plus citées que d'autres, il s'agit de : Intégrité, Honnêteté, Professionnalisme, Compassion, Respect, Imputabilité, Générosité, Franchise, Courage, Manipulation. Ces dix variables ont fait dans un premier temps l'objet de débat entre collègues, afin de déceler leur importance et éliminer celles qui sont synonymes puis dans un second temps un pré-test a été réalisé auprès d'un échantillon aléatoire de 10 personnes. Après le pré-test, huit de ces variables ont été retenues comme composante de la variable éthique. Il s'agit de :

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| 1. Honnêteté, | 2. Professionnalisme, |
| 3. Compassion (Empathie), | 4. Respect, |
| 5. Générosité, | 6. Franchise, |
| 7. Courage, | 8. Manipulation |

Ces dimensions constituent les composantes de la variable dépendante de notre étude. Elles sont mesurées avec une échelle de Likert à trois niveaux : Pas d'accord, indifférent et d'accord. Le faible niveau général des entrepreneurs de ce secteur et l'analphabétisme de la

majorité des populations en Afrique ne leur permet pas souvent de faire la différence entre les expressions comme « très bien » et « bien », « mauvais » et « médiocre » ou « plutôt d'accord » et « d'accord ». La confusion généralement observée sur ces expressions rend inopérantes les échelles à 5 ou 7 points. Cette situation conduit à privilégier des échelles de mesure d'attitude à 3 points pour les enquêtes dans les pays sous-développés (Sogbossi, 2009).

2.2. Bases d'hypothèses et hypothèses

L'environnement des entreprises informelles en Afrique diffère beaucoup de celui des entreprises informelles des pays de l'occident, on en déduit une implication directe sur la perception éthique des dirigeants en charges de ces entreprises. Les TPE contrairement aux grandes ont des comportements de gestion spécifiques. L'évaluation du niveau de l'attitude éthique des dirigeants des entreprises informelles, nous paraît rare dans les littératures sur l'éthique. Afin de vérifier cet état de chose dans cette étude nous avons supposés que :

H₁ : les dirigeants de l'entreprise informelle béninoise ont une bonne perception éthique.

Si beaucoup d'auteurs ont abordés dans leurs recherches des facteurs influençant le comportement éthique des dirigeants d'entreprise en Afrique, chacun pour sa part, a essayé de faire ressortir des variables ayant un impact sur ce comportement, les travaux sur la perception éthique de ces dirigeants est demeurée de parents pauvre dans ces différents travaux. Pour la plupart, les travaux sur la perception sont orientés vers le consommateur.

Parmi les premières, les auteurs identifient différentes variables individuelles qui ont une influence sur le comportement éthique de l'individu : le genre, la philosophie morale, l'éducation, l'expérience professionnelle et l'ancienneté, l'âge et la nationalité, le développement moral cognitif (Low, Ferrell et Mansfield, 2000). Pour Sall (2009) deux types de facteurs influencent la perception : les facteurs individuels liés aux caractéristiques de l'individu et les facteurs liés à son environnement. Aux nombres des facteurs individuels elle cite : les capacités perceptuelles, le mode perceptuel et le risque perceptuel. En plus de ces facteurs individuels, nous pensons que, comme dans le cas du comportement, le sexe, l'âge et autres caractéristiques propres au dirigeant ont une influence sur sa perception éthique. Ce qui nous amène à formuler l'hypothèse H₂ qui est la suivante :

H₂ : l'appartenance sociodémographique, du dirigeant de l'entreprise informelle, a un effet sur sa perception éthique.

Suivant les variables sociodémographiques retenues, cette hypothèse est subdivisée en quatre sous hypothèses qui sont :

H₂₁ : Le sexe influence la perception éthique des dirigeants

H₂₂ : La situation matrimoniale influence la perception éthique des dirigeants

H₂₃ : Le niveau de scolarité influence la perception éthique des dirigeants

H₂₄ : L'âge influence la perception éthique des dirigeants

3. Méthodologie adoptée

3.1. Collecte de données

Dans un premier temps, une collecte d'informations secondaires nous a permis de mieux appréhender le concept de l'éthique, ces terminologies et son évolution à travers le temps, de cerner son impact sur la performance de l'entreprise. Cela nous a également permis d'avoir une connaissance théorique approfondie du concept de secteur informel et son importance dans l'économie des PVD afin de bien mener notre recherche empirique.

Les données primaires de cette étude sont obtenues grâce à une enquête réalisée sur la base d'un questionnaire auprès de 200 dirigeants d'entreprise informelle exerçant à Cotonou³. Pour raison de non existence d'un répertoire d'entreprises informelles, les questionnaires ont été administrés suivant la méthode de boule de neige combinée avec celle de convenance.

Le questionnaire conçu pour conduire la présente étude est structuré à la fois par des questions fermées et semi-ouvertes. Il comporte deux parties :

- La première, Perception éthique du dirigeant, porte sur le degré d'accord du dirigeant à l'implication de certaines composantes de la variable éthique dans les affaires. Nous avons utilisé pour cette partie des questions fermées en échelle de Likert. Cette échelle se fonde sur l'idée que l'attitude des gens se mesure à partir de leurs opinions (Oumar, 2002). Le dirigeant exprime son degré d'accord ou de désaccord par rapport à une affirmation.

- La deuxième partie renseigne sur le profil sociodémographique de l'enquêté.

Par ailleurs, la cohérence interne des items du questionnaire a été examinée. Cette cohérence est analysée à partir de l'alpha de Cronbach. Ce coefficient permet de vérifier si les items partagent des notions communes (Igalens et Roussel, 1998). Pour les différents items de l'éthique, l'Alpha de Cronbach est estimé à 0,725. Cet alpha témoigne d'un bon niveau de cohérence entre les différents items qui composent cette modalité, puisqu'il dépasse le seuil minimum requis de 0,70 (Nunnally, 1978).

3.2. Traitement de données

L'analyse de la perception éthique du dirigeant est faite grâce au Test de comparaison de moyenne (pour échantillon unique). Le score moyen observé au niveau de chaque composante de la variable éthique est comparé à une moyenne théorique. La moyenne théorique choisie est deux (2) qui correspond au niveau d'indifférence exprimé pour chaque composante. Le test de comparaison paraît plus approprié car la perception des dirigeants peut être assimilée à un phénomène suivant une distribution normale (Sogbossi, op. cit).

Pour les composantes, dont le score moyen est supérieur à la moyenne théorique c'est-à-dire un écart positif par rapport à la moyenne théorique, nous dirons que les dirigeants perçoivent bien l'importance de la prise en compte de cet item dans les affaires. Le test est significatif lorsque la P-value observée est inférieure au seuil de 5%. L'hypothèse H_1 : les dirigeants de l'entreprise informelle ont une bonne perception éthique, sera vérifiée si 5 au moins des 8 composantes retenus pour la variable ont une moyenne supérieure à 2 et que leurs P-value sont inférieures à 5%.

Pour l'analyse de l'influence du profil socio démographique sur la perception éthique, nous avons, dans un premier temps, procédé à un regroupement des dirigeants suivant les scores obtenus. Les dirigeants dont les scores sont inférieurs à 16 (2×8) sont déclarés dirigeant à mauvaise perception éthique, ceux qui ont un score supérieur à 16 sont déclarés de bonne perception éthique, ceux qui ont juste le score 16 sont déclarés indifférents. Cette répartition permettra une nouvelle variable appelée *éthique* dont les modalités seront : bonne perception éthique, mauvaise perception éthique et indifférents. Cette nouvelle variable *éthique* est croisée avec chacune des quatre variables socio démographiques.

Pour les variables situation matrimoniale et sexe qui sont nominales, nous avons fait un test d'indépendance de Khi 2 (test de χ^2 de Pearson) après un tri croisé de chacune de ces variables explicatives avec la variable éthique pour étudier leur dépendance. On notera qu'un

³ Cotonou est l'artère principale de l'économie béninoise. Elle est la ville la plus peuplée, la plus mouvementée du pays et aussi elle abrite la majorité des entreprises, des établissements de commerce du pays. Toutes les branches d'activité y sont présentes en grand nombre quelque soit leur secteur d'appartenance sauf la branche agricole. A tout cela s'ajoute le marché Dantokpa. Le marché Dantokpa, le plus gros de l'Afrique de l'ouest (un milliard de franc CFA d'échanges par jour soit environ 1,5 million d'euros), est le centre de Cotonou

χ^2 très élevé permet de rejeter avec une grande sécurité l'hypothèse d'indépendance, mais ne prouve pas que la liaison soit très forte (Schwartz 1997).

Pour les variables âge et niveau de scolarité qui sont ordinales, on fait un test de corrélation de Spearman après le tri croisé de chacune de ces variables explicatives avec la variable éthique. Pour les échelles ordinales, le ρ (rho) de Spearman permet de tester si les variables varient ensemble (guide SPSS 6).

Si trois au moins des quatre variables explicatives entretiennent une relation de dépendance avec la variable éthique et que cette dépendance est jugée statistiquement significative alors nous pouvons conclure que la perception éthique est influencée par les variables sociodémographiques.

4. Résultats de la recherche

Ces résultats visent d'une part à présenter la perception éthique du dirigeant de l'entreprise informelle et d'autre part à expliquer l'influence du profil sociodémographique du dirigeant sur sa perception éthique à travers le traitement des différentes données obtenues.

4.1. Perception éthique du dirigeant de l'entreprise informelle

La perception éthique du dirigeant dépend de l'importance que ce dernier accorde à la prise en compte des caractéristiques éthiques dans les affaires. Dans le cadre de cette étude 8 items ont été retenus.

Les différents scores moyens obtenus pour chacun des items retenus sont récapitulés dans le tableau n°1.

Tableau 1 : Prise en compte de variables éthique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Honnêteté	200	2,49	,737	,052
Professionalisme	200	2,88	,361	,025
Empathie	200	1,98	,823	,058
Respect	200	2,76	,542	,038
Générosité	200	1,66	,798	,056
Franchise	200	2,37	,798	,056
Courage	200	2,94	,311	,022
Manipulation ⁴	200	2,28	,795	,056

Source : Résultats des enquêtes

De l'analyse du tableau, nous déduisons que deux items de la variable éthique ont eu des moyennes inférieures à deux (2), moyennes théoriques fixées. Il s'agit des items Empathie(Compassion) et de la générosité. Ceci signifie que les dirigeants de l'entreprise informelle ne perçoivent pas l'importance de la prise en compte de certaines valeurs éthiques tel que la générosité et la compassion dans les affaires. Par contre ils s'accordent sur la prise en compte des six autres items avec un accent fort sur le courage et le professionnalisme. Mais avant de tirer une conclusion quant la perception éthique du dirigeant, il s'avère important de faire un test pour juger de la significativité des différents résultats obtenus. Comme annoncé dans la méthodologie c'est le Test de comparaison de moyenne (pour

⁴ Cette variable de notre étude mérite une attention particulière. La variable manipulation est une variable qui va contre l'éthique. Donc un recodage des réponses a été nécessaire pour obtenir le degré d'accord contre l'implication de la manipulation dans les affaires.

échantillon unique) qui est utilisé. Cette comparaison est faite par rapport à deux (2), moyennes théoriques fixées. Les résultats sont présentés dans le tableau n°2.

Tableau 2 : Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 2					
					Intervalle de confiance 95% de la différence	
	T	Ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Inférieure	Supérieure
Honnêteté	9,312	199	,000	,485	,38	,59
Professionnalisme	34,317	199	,000	,875	,82	,93
Empathie	-,429	199	,668	-,025	-,14	,09
Respect	19,827	199	,000	,760	,68	,84
Générosité	-6,022	199	,000	-,340	-,45	-,23
Franchise	6,560	199	,000	,370	,26	,48
Courage	42,709	199	,000	,940	,90	,98
Manipulation	4,890	199	,000	,275	,16	,39

Source : traitement de nos données d'enquête

Sur les huit items étudiés deux ont une statistique de Student T négative, il s'agit de générosité et empathie. Ce qui vient confirmer que les dirigeants de l'entreprise informelle ne perçoivent pas l'importance de la prise en compte des valeurs éthiques tel que la générosité et la compassion dans les affaires. Par contre, les six autres ont une statistique de Student T positive ; ce qui vient confirmer les dirigeants ont une forte perception de la prise en compte de ces valeurs dans les affaires.

Une analyse de ce tableau nous permet de constater que les six items à statistique de Student positive ont un P-value inférieur à 5%.

Au regard de tout ce qui précède, nous pouvons conclure que les dirigeants de l'entreprise informelle ont une bonne perception de l'éthique dans les affaires. Par conséquence l'hypothèse H₁ selon laquelle le dirigeant de l'entreprise informelle a une bonne perception éthique dans les affaires est confirmée. Ceci peut être dû au fait que le bon sens est la chose la mieux partagée.

4.2. Appartenance sociodémographique et la perception éthique du dirigeant

4.2.1. Influence du sexe sur la perception éthique

Le croisement entre l'éthique et le sexe se présente comme suit :

Tableau 3 : Tableau croisé Ethique* Sexe

			Homme	Femme	Total
Ethique1	mauvaise perception	Effectif	21	6	27
		% compris dans Sexe	17,9%	7,2%	13,5%
	Indifférent	Effectif	13	3	16
		% compris dans Sexe	11,1%	3,6%	8,0%
	Bonne perception	Effectif	83	74	157
		% compris dans Sexe	70,9%	89,2%	78,5%
Total		Effectif	117	83	200
		% compris dans Sexe	100,0%	100,0%	100,0%

Source : Traitement des données d'enquête

Chaque modalité de l'éthique semble varier avec celle du sexe ; ce qui à priori, laisse penser qu'il y a donc un lien entre le sexe et l'éthique. Les femmes semblent être plus nombreuses que les hommes à avoir une bonne perception éthique. Pour tester ce lien, on va calculer le χ^2 (KHI-2) associé au tableau n°3.

Tableau 4 : Khi-deux de Pearson

	Valeur	Ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	9,597 ^a	2	,008
a. 0 cellules (,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 6,64.			

Source : Traitement des données

La valeur du X^2 est de 9,597, et la probabilité associée à ce test est de 0.008 donc significative au seuil de 5%. La perception éthique dépend du sexe. Donc le sexe influence la perception éthique du dirigeant. Ceci vient confirmer que les femmes perçoivent mieux l'importance de la prise l'éthique dans les affaires. Ceci peut être dans un premier temps dû à la place de la femme dans la société africaine. L'idéologie traditionnelle dominante en Afrique postule une subordination des femmes (Sidibé et Becker, 2007), ce qui a pour effet de la rendre plus compréhensive. Dans un second temps, les femmes africaines sont souvent écartées de la gestion et sont appelées à ne rester qu'au foyer, celles qui sortent de ce cercle essaient de s'affirmer par leur gestion plus responsable. Cela peut être une marche à gravé vers la parité. De plus certains traits spécifiques de la femme en générale la penchent un peu vers l'éthique : la patience, objectivité et réserve.

4.2.2. Influence de la situation matrimoniale sur la perception éthique

La vérification de l'influence de la situation matrimoniale sur la perception éthique requiert dans un premier temps le croisement de la variable explicative *situation matrimoniale* et de la variable à expliquer *éthique*. Le résultat de ce croisement se présente comme suit :

Tableau 5 : Tableau croisé Ethique * Statut matrimonial

			pas marié	Marié	Total
Ethique	mauvaise perception	Effectif	17	10	27
		% compris dans Statut matrimonial	17,0%	10,0%	13,5%
	Indifférent	Effectif	2	14	16
		% compris dans Statut matrimonial	2,0%	14,0%	8,0%
	Bonne perception	Effectif	81	76	157
		% compris dans Statut matrimonial	81,0%	76,0%	78,5%
Total		Effectif	100	100	200
		% compris dans Statut matrimonial	100,0%	100,0%	100,0%

Source : *Traitement des données d'enquête*

De ce tableau, il ressort que, pour toutes les trois modalités de la perception éthique les diverses fréquences varient suivant la situation matrimoniale. Bien que légère, ceci témoigne à priori, d'une liaison entre la situation matrimoniale et la perception éthique. Mais cette dépendance est elle-significative statistiquement ?

Tableau 6 : Khi-deux de Pearson

	Valeur	Ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	10,974 ^a	2	,004
Rapport de vraisemblance	12,119	2	,002
Association linéaire par linéaire	,040	1	,841
Nombre d'observations valides	200		
a. 0 cellules (,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 8,00.			

Source : *Traitement de données*

Statistiquement, cette dépendance est significative car la probabilité associée au test Khi-deux de Pearson est de 0.004 donc significatif au seuil de 5%. La situation matrimoniale influence donc la perception éthique des dirigeants. Les non mariés ont meilleure perception éthique que les mariés. C'est peut être parce que les mariés ont plus d'obligations aux quelles ils sont obligés de faire face quitte à braver certaines normes éthiques.

4.2.3. Influence de l'âge sur la perception éthique

Le croisement entre l'éthique et l'âge se présente comme suit :

Tableau 7 : Tableau croisé Ethique * Age

			Age				Total
			[20-27[	[27-31[	[31-36[	[36-45[	
Ethique	mauvaise perception	Effectif	0	16	10	1	27
		% compris dans Age	,0%	25,0%	21,7%	2,3%	13,5%
	Indifférent	Effectif	0	8	5	3	16
		% compris dans Age	,0%	12,5%	10,9%	7,0%	8,0%
	Bonne perception	Effectif	47	40	31	39	157
		% compris dans Age	100,0%	62,5%	67,4%	90,7%	78,5%
Total		Effectif	47	64	46	43	200
		% compris dans Age	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Source : Traitement des données d'enquête

De l'analyse de ce tableau, on note à priori un lien de dépendance entre la modalité et la variable explicative.

Ces différentes variations sont elles statistiquement significatives ? C'est ce que nous allons vérifier avec le coefficient de corrélation Rho de Spearman.

Tableau 8 : Test de corrélation de Spearman

		Valeur	Erreur standard asymptotique ^a	T approximé ^b	Signification approximée
Intervalle par Intervalle	R de Pearson	-,035	,049	-,490	,625 ^c
Ordinal par Ordinal	Corrélation de Spearman	-,064	,055	-,901	,369 ^c
Nombre d'observations valides		200			
a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.					
b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.					
c. Basé sur une approximation normale.					

Source : Traitement des données d'enquête

Le Rho de Spearman donne une valeur négative ; ce qui signifie, à priori, que les deux variables évoluent en sens inverse. Mais ceci est jugé non significatif pour clamer une dépendance car la probabilité associée à ce test (P=0,369) est largement supérieure à 0,05. Il n'y a pas donc de dépendance entre l'âge et la perception éthique des dirigeants.

4.2.4. Influence du niveau de scolarité sur la perception de éthique

Le croisement entre l'éthique et le niveau de scolarité se présente comme suit :

Tableau 1 : Tableau croisé Ethique * Scolarité

			Aucune & primaire	Secondaire	Supérieure	Total
Ethique	mauvaise perception	Effectif	12	10	5	27
		% compris dans Scolarité	18,8%	12,3%	9,1%	13,5%
	Indifférent	Effectif	10	4	2	16
		% compris dans Scolarité	15,6%	4,9%	3,6%	8,0%
	Bonne perception	Effectif	42	67	48	157
		% compris dans Scolarité	65,6%	82,7%	87,3%	78,5%
Total		Effectif	64	81	55	200
		% compris dans Scolarité	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Source : Traitement des données d'enquête

L'analyse du tableau, par modalité de la perception éthique, nous permet de constater que pour chacune des modalités, les dirigeants des divers niveaux de scolarité ne sont pas equi-repartis en fréquence.

Le coefficient de corrélation Rho de Spearman nous permettra de voir si les variables *Ethique* et Niveau de *scolarité* sont dépendants.

Tableau 2 : Test de corrélation de Spearman

		Valeur	Erreur standard asymptotique ^a	T approximé ^b	Signification approximée
Intervalle par Intervalle	R de Pearson	,174	,069	2,479	,014 ^c
Ordinal par Ordinal	Corrélation de Spearman	,198	,069	2,846	,005 ^c
Nombre d'observations valides		200			
a. L'hypothèse nulle n'est pas considérée.					
b. Utilisation de l'erreur standard asymptotique dans l'hypothèse nulle.					
c. Basé sur une approximation normale.					

Source : Traitement des données d'enquête

La corrélation entre le niveau une d'instruction et l'éthique est positive ; donc plus les dirigeants sont instruits plus ils ont bonne perception éthique. Cette corrélation est significative au niveau 0,05 car la probabilité associée à ce test est P=0,005. Le niveau d'instruction a donc une influence sur la perception éthique des dirigeants. On peut donc dire que, du primaire jusqu'à l'université le dirigeant de l'entreprise informelle acquiert à chaque niveau d'instruction, des valeurs et des connaissances qui l'amènent sans doute à prendre conscience du soin de sa personnalité sur le plan managérial

Trois des quatre variables explicatives entretiennent une relation de dépendance significative avec la variable expliquée. On peut donc conclure que le profil

sociodémographique, du dirigeant de l'entreprise informelle, a une influence sur sa perception éthique.

Conclusion et implication des résultats

Cette étude avait pour objectif d'étudier la perception éthique des dirigeants de l'entreprise informelle au Bénin. Sa problématique s'articulait autour de la question: les dirigeants de l'entreprise informelle perçoivent-ils l'importance de l'éthique dans les affaires ?

A travers cette question, ce travail cherchait à répondre à deux questions précises : Comment les managers perçoivent-ils individuellement l'éthique dans leur gestion? ; La perception éthique du manager varie-t-elle suivant son appartenance sociodémographique?

D'une part, les résultats de cette étude révèlent, que les dirigeants des entreprises informelles perçoivent bien l'importance de l'implication des items de la variable éthique dans les affaires. En effet, même si l'éthique semble être absente dans le comportement de gestion des dirigeants de l'entreprise (Sogbossi, 2009), ou qu'elle ne semble pas être une préoccupation forte dans les pays en développement (Sogbossi et Merunka, 2009) ; ces dirigeants sont conscients de la nécessité de l'éthique dans les affaires. Donc, la cause de l'absence de l'éthique dans leur pratique de gestion est à chercher ailleurs. Il est probable qu'elle soit liée à l'environnement dans lequel exerce ces entreprises.

D'autre part, des résultats de cette étude, il ressort que le profil sociodémographique des dirigeants d'entreprise informelle influence leur perception éthique. Ce résultat rejoint l'idée de Sogbossi (2009) selon laquelle, il est probable que les caractéristiques sociodémographiques des dirigeants aient une influence sur leur attitude par rapport à l'éthique dans les affaires.

Par rapport aux résultats obtenus, cette étude présente des implications aussi bien sur le plan théorique que managériale.

Sur le plan théorique, cette étude, bien qu'exploratoire, vient contribuer, modestement, à la connaissance de la perception éthique des dirigeants d'entreprise informelle au Bénin, domaine encore très peu sondé par les recherches scientifiques. Cette étude apporte un plus à la connaissance des facteurs sociodémographiques qui influencent la perception éthique de ces dirigeants. Elle révèle que la perception éthique des dirigeants varie suivant le profil sociodémographique. Le sexe, la situation matrimoniale et le niveau d'instruction ont une influence significative sur la perception éthique des dirigeants d'entreprise. L'âge aussi influence la perception éthique mais pas de manière significative.

Sur le plan managérial, la connaissance de l'influence du profil sociodémographique sur la perception éthique permettra au manager de mieux orienter ces politiques de recrutement. Pour chaque composante de la variable éthique la perception varie suivant le profil sociodémographique, ceci permettra au manager de savoir quel doit être le profil sociodémographique de l'individu à placer à un poste suivant la composante éthique impliquée.

La connaissance de la perception éthique du dirigeant permettra de mieux orienter toutes politiques visant à renforcer l'éthique dans le secteur informel. En effet, au lieu de s'attarder à vouloir améliorer la perception éthique du dirigeant, c'est plutôt sur les facteurs influençant directement le comportement éthique qu'il faudra agir puisque nous sommes désormais convaincus que le problème ne se situe pas à ce niveau.

Cette étude comporte quelques limites qui peuvent être résumées à la taille de l'échantillon et l'étendue géographique de l'enquête. Ces différentes limites constituent aussi de nouvelles pistes de recherche. En effet, un échantillon de 200 dirigeants, ne semble pas suffisant pour mieux cerner tous les contours du problème de recherche. L'enquête s'est déroulée dans la seule ville de Cotonou, il serait bien de l'étendre sur tout le pays, puis après faire une extension sur l'ensemble des pays de l'UEMOA

Références bibliographiques

Audet C. (2007), « Favoriser le développement éthique des gestionnaires : Une étude exploratoire du Séminaire Management et traditions éthiques », HEC MONTRÉAL

Barillot P. : « Pilotage de la performance et stratégie d'entreprise » Revue de gestion 2000-2001 Cité par Sogbossi B. Dans perception de la notion de performance par les dirigeants des petites entreprises en Afrique ; Revue de gestion N° 241

Benbrahim Z. (2006), « Éthique et gouvernance : entre intentions et pratiques », Management Prospective Editions | Revue management et avenir 2006/1 - N° 7 ISSN 1768-5958

Benin PEA (2011), « Perspective économique en Afrique : Benin Développements économiques récents et perspectives » <http://www.africaneconomicoutlook.org/fr/countries/west-africa/benin/> 23 sept. 11

Bernard A. (2010), « L'affichage promotionnel en allée centrale : perception, mémorisation et performance » IAE de Lille - Master Marketing Vente 2010,

Caner P. (2009), « Entreprise Ethique: Mystification Ou Démarche Sincère? » [www.lepanoptique.com /section/politique économique mars, 2009](http://www.lepanoptique.com/section/politique_economique_mars_2009)

Caverni J. (1998), « l'Éthique dans les Sciences du Comportement, PUF, collection Que sais-je ? »,

Couret A. (1992), « Droit des affaires : éthique et déontologie, dans Ethique, déontologie, et gestion de l'entreprise » Ed. La Bruslerie H. et al. Paris, Economica

Courrent J. (2003), « Éthique et petite entreprise » ; Lavoisier, Revue française de gestion 2003/3 - n° 144 ISSN 0338-4551

De Bry F. (2005), « L'éthique, cœur du management », Qualitique n°167,

Drucker P. (1981), Cité par Hirèche L. 2004 « l'influence de l'éthique des managers sur les comportements au travail et la performance organisationnelle : esquisse d'un modèle conceptuel », <http://www.agrh2004-esg.uqam.ca/pdf/Tome4>

Dussart C. (1983), « Comportement du Consommateur et Stratégie de Marketing », McGraw Hill, 1983

Fuentes V., Kinderstuth L., Unal S., Vallon P. (2005), « Ethique personnelle et éthique professionnelle » EIA 1^{ère} année

Gal L. (2011), « Quand l'éthique rime avec performances financières » Le blog de la RSE en Bretagne est administré par l'entreprise de services Ligos. Tous les droits de reproduction sont réservés

Germain C. (2006), « Le pilotage de la performance dans les PME en France : une comparaison des pratiques des entreprises familiales et des filiales ». *Revue Internationale PME* 19 (1) : 69-94.

Grandidier L., Kleinklaus G., Riegel (2005), « L'Éthique de l'Acheteur » http://www.projets.binzdinotti.com/inotti%20membres/redactionnels/ethique_de_l_acheteur.htm

Hirèche L. (2004), « l'influence de l'éthique des managers sur les comportements au travail et la performance organisationnelle : esquisse d'un modèle conceptuel », <http://www.agrh2004-esg.uqam.ca/pdf/Tome4>

Igalens J. et Roussel P. (1998), « Méthodes de recherche en gestion des ressources humaines » Economica, 1ère édition, Paris

Isaac H. et Mercier S. (2000) ; « Ethique ou déontologie : quelles différences pour quelles conséquences managériales ? L'analyse comparative de 30 codes d'éthique et de déontologie » ;

Jérémie T. Rostan A. (1993), « La Confusion Entre l'éthique Et La Morale » <http://www.quebecoislibre.org/09/090515-2.htm> ayn rand, *la vertu d'égoïsme*, l'éthique des urgences , les belles lettres, paris, 1993

Jobard J.-P. (1992), « Business Ethics et déontologie des activités financières : existe-t-il un modèle français ? » , Éthique, Déontologie et Gestion de l'Entreprise (coordination La Bruslerie), Economica, Paris

Ladwein, R. (1999), « Le comportement de l'acheteur et du consommateur ». Economica.

Legendre, R. (1993), « Dictionnaire actuel de l'éducation. Montréal. » Guérin

Lépineux F. (2003), « Dans quelle mesure une entreprise peut-elle être responsable à l'égard de la cohésion sociale ? » Thèse de doctorat ès sciences de gestion, Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris, janvier.

Loriano P. (1997), « Méthode et pratique de performance »; les Edition d'organisation Paris 1997 Nombre de pages : 552 pages : 07/2003 (3e édition) <http://www.eyrolles.com/Entreprise/Livre/methodes-et-pratiques-de-la-performance-9782708129283?PHPSESSID=>

Low T.W., Ferrell, L. et Mansfield P. (2000), « A Review of Empirical Studies Assessing Ethical Decision making » in Business Journal of Business Ethics 25 (3), 185-204.

Mahieu F.R. (2009), « L'éthique et l'entreprise éthique » perso.sfr.fr/L'ethique%20et%20l'entreprise.pdf

Maxfield S. (2008), « Reconciling Corporate Citizenship and Competitive Strategy: Insights from Economic Theory » Journal of Business Ethics, 2008 (80), p.367-377.

Mercier S. (2001), « L'éthique dans les entreprises » éd Repères http://lipsor.cnam.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHIER

Morawek D., Plessis J., Wurstheiser S., Siong S., Miletto C., Gourp N., Puma M., Hamel P. & Breton C. (2008), « Ethique et efficacité, un conflit insoluble ? » Ecole Polytechnique Universitaire de Montpellier

Naurois J. (2007), « La responsabilité sociale des entreprises ou les infortunes de la vertu ? L'éthique et le développement durable à l'épreuve de la mondialisation » Actes du colloque organisé le 5 juin 2007 Directeur des affaires institutionnelles, Total http://www.affairespubliques.com/documents/AFCAP_ACTES_3-7.pdf

Nilès, J.J. (1998), « L'éthique comme outil de management des forces de vente », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Savoie.

Nunnally, Jum C. (1978), « Psychometric theory » New-York: McGraw-Hill.

Paycheng O., Szerman S. (1998), « L'éthique dans les soins, de la théorie à la pratique – Cas concrets ». Ed. Heures de France

Pope J. (2002), « Combattre la corruption : enjeux et perspectives », page 120. Disponible à partir de <http://www.transparency.org/publications/sourcebook>, page consultée le 21 janvier 2011

Rapport, HCCI (2008), « Petites et moyennes entreprises africaines » : Rapport et Projet de propositions de la Commission Economie et Développement : Mars 2008 HCCI

Ricœur P. (1990), « Ethique et morale » <http://pierre.coninx.free.fr/lectures/ethiquemorale.htm>

Roche D. (2006), « Ethique et performance des forces de vente : une application empirique dans le secteur de l'immobilier ». In: *5th International Congress "Marketing Trends"*, ESCP-EAP, Universita Ca' Foscari Venezia, Venice, Italy, 20-21 January 2006. Paris: ESCP-EAP, 2006, 24 p.

Russ J., (1994), La pensée éthique contemporaine, PUF. coll. « Que sais-je ? »

Sall F. D. (2009), « La perception des céréales locales transformées par la ménagère au Sénégal : élaboration d'une échelle de mesure » ; Marketing et communication

Sarah P. (2006), « Ethique Des Affaires : mythe et réalité »; concours 2006 promotion de l'éthique professionnelle rotary – cge

Schwartz D. & Lazar PH (1997), « Eléments de probabilités et statistique : à l'usage des étudiants en biologie humaine et générale » Paris : Flammarion

Serraf G. (1995), « Problématique d'une éthique pour le marketing » Revue Française du Marketing, n°153-154, p. 3-4, p. 25-41.

Sidibé A. et Becker C. (2007), « Genre, inégalités et religion » Agence universitaire de la francophonie - 2007 - Social Science - 456 pages Paris : Éditions des archives contemporaines, Université Cheikh Anta Diop de Dakar, ©2007

Sogbossi B. et Merunka D. (2009), « Perceptions et comportements éthiques des dirigeants d'entreprises dans les pays en développement : l'impact du caractère informel de l'activité » : w.p. N° 864

Sogbossi B. (2009), « Vulnérabilité des petites entreprises face à la non lisibilité de l'environnement : entre un comportement planifié et opportuniste » 11^{ème} Journées scientifiques du réseau entreprenariat INRPME-AUF-AIREPME 27 au 29 Mai 2009

Sogbossi, B. (2008), « Les dimensions socioculturelles du comportement commercial des Petites Entreprises en Afrique » Revue Marketing et Communication

Verdier P. (1999), « Éthique et Déontologie : implications pour les professionnels » Les Cahiers de l'Actif N°276/277

Walther R. (2006), « La formation en secteur informel » Note de problématique doc de travail n° 15 de l'agence française de développement Mars 2006