



FACULTÉ DE DROIT ET D'ÉCONOMIE DE MARTINIQUE

ÉCOLE DOCTORALE PLURIDISCIPLINAIRE (ED 588) :

Santé, Environnement et Sociétés dans les Amériques

Thèse pour l'obtention du grade de Docteur ès Sciences économiques

Ernest TESSE

**Culture entrepreneuriale, performance socio-économique et modélisation empirique
des comportements socioculturels sur les intentions d'entreprendre en Haïti**

Sous la direction de **Madame Elina DÉVOUÉ** et de **Monsieur Benoît RAVELEAU**

Thèse présentée et soutenue publiquement le 11 mai 2018 à Schœlcher

N : [0000AGUY0000]

Composition du Jury

M. Marc WILLINGER

Professeur de Sciences économiques à l'Université de Montpellier 1, Rapporteur

M. Pierre CHAUVET

Professeur de Mathématiques et d'Informatique à l'Université Catholique de l'Ouest, Rapporteur

Mme Danielle LAPORT

Professeur associé de Sociologie à l'Université Paris-Est Créteil-Val-de-Marne (Paris 12), Membre

Mme Juliette CORDETTE

Maître de Conférences associé de Sciences économiques à l'Université des Antilles, Membre

Mme Elina DÉVOUÉ

Professeur de Sciences économiques à l'Université des Antilles, Directrice de thèse

M. Benoît RAVELEAU

Directeur de l'Institut des Sciences du Travail à l'Université Catholique de l'Ouest et Professeur associé de Psycho-sociologie du Travail à l'Université de Sherbrooke, Co-directeur de thèse

AVERTISSEMENT

«L'Université des Antilles n'entend donner aucune approbation, ni improbation aux opinions émises dans cette thèse ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur ».

DÉDICACES

Je dédie spécialement cette thèse à tous ceux et celles qui me sont chers :

Mon père et ma mère : M. Alex TESSE

Mme Evana J. TESSE

Ma sœur et mes frères: Gertrude TESSE

Gary TESSE

Joseph TESSE

Vano TESSE

Ma confidente, mes filles, mes nièces et mes neveux adorables : Elsie D. TESSE

Ude A. TESSE

Rose C. TESSE

Clarence E. TESSE

Love G. TESSE

Alexandra G. TESSE

Alexandro V. TESSE

Guy W. SYLVAIN

Mon cousin et son épouse : Rév. Pasteur Jean-Claude THÈS et Mme Armelle RENÉ

Mon beau-frère : Me Lucio SYLVAIN

Matinley EDOUARD, un ancien collègue étudiant de l'Université de Caen-Normandie

*Et à tous ceux ou celles qui m'ont encouragé dans cette voie et qui m'ont donné
tous leurs soutiens et supports inestimables :*

*Dans ce sens-là, je veux remercier d'ores et déjà les familles : TESSE, JEAN, NIVORE,
VALMÉ, FORTUNAT, GOURDET, MALIVERT, LOUIS, BROUSSE et ALCÉNAT.*

REMERCIEMENTS

La réalisation d'une thèse n'a jamais été un travail de recherche scientifique facile. Elle n'a jamais été non plus une tâche difficile. Tout simplement, il s'agit d'un travail de recherche qui demande de tout ce qu'on veut être et de tout ce qu'on veut faire après dans la vie active, ce pour être en mesure d'émettre à l'avenir de bonnes idées sur un ensemble de situations qui peuvent paraître parfois compliquées, voire très contradictoires. C'est la raison pour laquelle, elle nécessite non seulement de la patience, de la volonté, du courage, du savoir-faire, de la clairvoyance et de l'intelligence, mais surtout d'un bon encadrement doctoral.

Dans le cadre de la préparation de cette présente thèse, j'ai quasiment vécu ces mêmes expériences. Mais surtout, je suis arrivé au terme de ces longues années de travail de recherche, grâce aux aides, aux supports et aux conseils précieux de plusieurs personnes. Et, parmi toutes ces personnes, je dois commencer tout d'abord par remercier Madame Elina DÉVOUÉ, Professeur de Sciences économiques à l'Université des Antilles, pour avoir accepté de diriger ma thèse à un moment très difficile, pour toute la confiance qu'elle m'a faite en me laissant traiter ce sujet et pour tout son soutien inestimable. De plus, je dois dire, qu'en dépit de ses responsabilités personnelles et de son travail de responsable de Master à la Faculté de Droit et d'Économie de Martinique, elle s'est toujours donnée du temps pour corriger la thèse chapitre par chapitre et prête à me faire des recommandations et des suggestions très pertinentes. Pour tout cela, je suis très conscient et très reconnaissant. Du même coup, je veux profiter pour remercier Monsieur Benoît RAVELEAU, Directeur de l'Institut des Sciences du Travail (IST) à l'Université Catholique de l'Ouest (Angers, France), Maître de Conférence invité de Psychologie sociale à l'Université Catholique de Louvain (Louvain-la-Neuve, Belgique) et Professeur associé de Psycho-sociologie du travail et des organisations à l'Université de Sherbrooke (Québec, Canada), pour avoir accepté aussi de co-diriger ma thèse et pour m'avoir beaucoup aidé non seulement dans le choix et l'orientation du sujet, mais surtout dans des démarches administratives concernant la finalisation de cette thèse. J'en suis très reconnaissant également.

J'adresse tous mes remerciements et ma gratitude à Monsieur Pierre CHAUVET, Professeur de Modélisation mathématique et informatique et de simulation des systèmes

dynamiques à l'Institut de Mathématiques Appliquées (IMA) de l'Université Catholique de l'Ouest, puis à Monsieur Marc WILLINGER, Professeur de Sciences économiques à l'Université de Montpellier 1, pour avoir accepté d'être les Rapporteurs de ma thèse. Tous mes remerciements vont aussi à Madame Danielle LAPORT, à la fois Ancienne Directrice des Ressources humaines (DRH) au Conseil régional de Martinique et Professeur associé de Sociologie du Travail à l'Université Paris-Est-Créteil-Val-de-Marne (Paris 12), ainsi qu'à Madame Juliette CORDETTE, Maître de Conférences (MCF) associé de Sciences économiques à l'Université des Antilles (UA), pour avoir accepté de prendre connaissance de ma thèse et de faire partie des membres du jury de soutenance. En effet, leur présence en tant que membres du jury m'a profondément réjoui. Je profite pour exprimer du même coup toute ma profonde reconnaissance à toute l'équipe de l'AGEDCO pour leur appui à la collecte des données sur le terrain et à Jean Marc ALFRED pour sa participation à la coordination de cette équipe d'enquête.

Je note que ce travail de recherche doit beaucoup à l'ensemble des enseignants-chercheurs et collègues de l'Institut de Mathématiques Appliquées (IMA) et de la Faculté de Droit, d'Économie et de Gestion de l'Université Catholique de l'Ouest (UCO) sur les pôles d'Angers, de Nantes, de Guingamp (Bretagne-Nord), de Vannes (Bretagne-Sud) et de Laval, aux membres du Centre de Recherche en Économie et en Management (CREM) sur les pôles de l'Université de Caen Normandie et de l'Université de Rennes 1, aux membres du Laboratoire Caribéen de Sciences Sociales (LC2S) et du Centre d'Étude et de Recherche en Economie, Gestion, Mathématique et Informatique Appliquée (CEREGMIA) de l'Université des Antilles sur le pôle de Martinique ainsi qu'à tous ceux du Laboratoire d'Économie Appliquée au Développement (LEAD) de l'Université des Antilles sur le pôle de Guadeloupe dont la liste est exhaustive à énumérer.

Je ne peux oublier tous ceux qui m'ont soutenu et m'ont encouragé dans les moments difficiles. Par exemple, Madame Céline CATIN, Madame Lucie CHRISTINE et Madame Ghislaine BINGUE-AVRILA qui sont cadres et fonctionnaires à l'Université des Antilles (pôle Martinique) et Philippe SIMON, Nadia FÉLIX, Widely NORÉUS, Nadège BHAKKAN-MAMBIR, Geneviève YUNG-HING-DUBOIS, Joseph Bazile SIMÉON et Mylène SAINTE-ROSE qui étaient des collègues doctorants et avec qui j'ai pu partager des moments de réflexions scientifiques inoubliables pendant mon retour en Martinique.

De plus, je ne peux oublier les Frères Missionnaires de Sainte Thérèse (FMT) qui m'ont donné un accueil chaleureux pendant mon passage à Caen-Normandie et à qui je présente toute ma gratitude. Il s'agit du Rév. Père Jean-Pierre LARSONNEUR, qui m'a beaucoup conseillé tant sur le plan moral qu'intellectuel, du Rév. Père Philippe OLIVIER, avec qui j'ai beaucoup échangé sur Haïti et du Rév. Père Jean-Louis SOULÉTIE, supérieur de la Congrégation FMT et doyen de la Faculté de Théologie à l'Université Catholique de Paris, avec qui j'ai beaucoup discuté sur tous les sujets d'ordres intellectuels.

Enfin, mes remerciements vont à mon père, ma mère, ma sœur, mes frères et tous mes amis et proches qui m'ont donné le sens de la persévérance, et à qui je voue un amour incommensurable. Je renouvèle mes remerciements à ma confidente Elsie D. TESSE et mes filles, nièces et neveux adorables Ude A. TESSE, Clertunise Rose TESSE, Clarence E. TESSE, Love G. TESSE, Alexandra G. TESSE, Guy W. SYLVAIN et Alexandro V. TESSE. Qu'ils retrouvent dans ce travail de recherche ma plus profonde reconnaissance pour leurs soutiens et leurs compréhensions inestimables !

RÉSUMÉ

L'entrepreneuriat a été très longtemps reposé sur les seuls facteurs économiques, comme la recherche et le développement (R&D), les innovations, les infrastructures adéquates, les nouvelles technologies appliquées, un système bancaire efficace, etc. Pourtant, d'autres facteurs s'avèrent encore plus importants lorsqu'il s'agit surtout de chercher à comprendre les dimensions qui sont intrinsèquement pertinentes dans les prises de décisions entrepreneuriales. Parmi ces facteurs, la culture occupe une place centrale qu'on ne peut en aucun cas occulter. En effet, grâce à certains traits culturels qui caractérisent positivement le comportement de leurs peuples, beaucoup de pays ont vu développer leurs économies. Alors que d'autres traits culturels, au lieu d'être prometteurs, constituent plutôt des handicaps au développement économique des pays dits sous-développés. Ceux qui ont une culture négro-africaine semblent les plus touchés. Haïti est l'un des pays de l'hémisphère occidental, plus précisément du bassin caribéen, qui semblent aussi faire partie de cette catégorie, par l'intermédiaire de certains traits culturels négro-africains qui lui sont légués en héritage pendant toute la période coloniale. Tout ceci a été antérieurement prouvé par un ensemble de travaux de recherche théoriques et empiriques. Cependant, dans le but d'apporter quelques éclairages nécessaires aux résultats de ces travaux et surtout d'approfondir notre champ de recherche sous les prismes de la performance globale et du développement socio-économique durable d'Haïti, cette présente thèse se donne plutôt pour objectif principal de tenter de modéliser empiriquement les comportements socioculturels de l'entrepreneuriat haïtien. Dans ce sens, elle cherche à construire un modèle conceptuel théorique de référence qui peut nous permettre de vérifier statistiquement et économétriquement l'influence de certains facteurs socioculturels sur les intentions des actifs entrepreneurs et non-entrepreneurs haïtiens de créer à court terme une entreprise ou de se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département de naissance.

Après avoir parcouru la revue de littérature théorique et empirique clé sur les fondements du champ d'études de l'entrepreneuriat, nous avons décidé ainsi de situer le fil conducteur de notre modèle conceptuel théorique de référence à partir de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) et de la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991). Celles-ci sont considérées comme deux modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale de base, même si celui de Shapero et Sokol (1982) a été repris et vérifié par Krueger (1993) pour en constituer un troisième. L'analyse des échelles de mesure des facteurs liés aux traits culturels négro-africains, aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale a permis de dégager vingt variables que nous avons jugées très pertinentes pour caractériser les comportements socioculturels dans la société haïtienne. Il s'agit notamment des croyances magico-religieuses et du fatalisme (CMR), de

la croyance à la futilité de la vie terrestre (FTV), de l'auto-retrait du monde (ARM), de la distance hiérarchique ou conformisme (CDH), de l'aversion face à la concurrence (AVC), de l'attentisme ou de l'attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude (AVRI), de la vision du court terme ou de la vie dans l'instant présent (VCT), de l'entraide ou de l'assistanat ou de la foi en l'aide des autres (ENT), de l'attitude face à l'épargne et à l'investissement (AEI), de la perception de la réussite socio-économique (PRSE) et du communautarisme ou de l'esprit communautaire (CEC) qui sont des variables caractérisant certains traits culturels identifiés dans le contexte haïtien et de la catégorie socioprofessionnelle ou du profil des parents (CSP), de l'âge (AGE), du sexe (SEXE), du niveau d'éducation (EDUC), de l'expérience professionnelle acquise (EXP), de l'engagement ou de la responsabilité sociale, politique, économique et écologique (ESPE), de la situation économique et financière ou du patrimoine légué en héritage (PATR), de la responsabilité familiale ou être chefs de ménage (CHEF) et du positionnement géographique ou du milieu rural ou urbain (POS) qui sont propres aux bagages personnels des Haïtiens et qui sont véhiculés selon leur appartenance ou leur origine sociale telle que la famille, l'école, etc. Les données, qui permettent de mesurer ces variables, ont été recueillies auprès d'un échantillon de 300 individus (qui sont tous issus aléatoirement de la population active des dix départements géographiques d'Haïti, et ceci par le biais d'une combinaison des méthodes d'échantillonnage, comme celles des quotas, de stratification et par grappe) par l'intermédiaire d'un questionnaire d'enquête. Une fois collectées et dépouillées, les données sont analysées sur la base de la statistique descriptive unidimensionnelle (fréquence, moyenne, écart-type, etc.) et bidimensionnelle (test de chi-deux, etc.), de la statistique exploratoire multidimensionnelle (analyse factorielle par correspondance multiple et classification hiérarchique) et des différentes méthodes de modélisation micro-économétrique (estimateur du maximum de log-vraisemblance à partir des modèles Probit et Logit, calcul des effets marginaux par l'entremise des dérivées partielles, calcul du score de propension à partir d'un modèle d'appariement, estimateur naïf, estimateurs des plus proches voisins, de Caliper et par noyau de Kernel).

En effet, si l'analyse des résultats descriptifs unidimensionnels et bidimensionnels qui ont été effectués sur certaines données constituant notre échantillon montre globalement que les comportements socioculturels des actifs haïtiens ne sont pas du tout compatibles avec leurs intentions entrepreneuriales, les résultats économétriques confirment par ailleurs que seulement huit variables liées aux traits culturels et quatre autres qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale influencent négativement et de manière significative la probabilité qu'un Haïtien qui travaille ou au chômage soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine. Nous rappelons que la probabilité est donc comprise entre 1% et 5% comme risque de nous tromper. Parmi les huit autres variables restantes,

sept confirment partiellement leur influence négative, alors que l'auto-retrait du monde est la seule variable qui semble influencer positivement le désir entrepreneurial chez certains de nos répondants. Elle est aussi la seule variable qui infirme notre hypothèse de départ. Un tel résultat montre que les Haïtiens ne sont pas tous enfermés sur eux-mêmes comme on pouvait le croire. Ainsi, nous pouvons accepter en toute réserve qu'ils ne soient pas non plus tous réfractaires au changement, à l'innovation, à la créativité et à l'émergence des NTIC, même si nous devons croire qu'il existe d'autres caractéristiques socioculturelles qui sont de véritables sources d'obstacles à leur développement socio-économique. Par ailleurs, les résultats négatifs indiqués semblent affecter plus les actifs non-entrepreneurs que les actifs entrepreneurs qui ont déjà acquis au moins une expérience dans le domaine de la création d'entreprise. De plus, nous notons que parmi les dix départements géographiques du pays, les actifs nés dans les départements de l'Ouest et du Nord sont moins impactés par les effets négatifs des facteurs socioculturels quant à la manifestation d'une forte intention entrepreneuriale sur le long terme dans leur propre département d'origine. Une explication simple qui peut permettre de justifier tout cela, c'est que le département de l'Ouest, plus particulièrement l'aire métropolitaine de Port-au-Prince, reste jusqu'à présent le poumon (ou le bastion) économique du pays, malgré les effets dévastateurs du séisme du 12 janvier 2010. Du même coup, ces facteurs socioculturels confirment en majeure partie tous les principaux travaux qui ont été réalisés antérieurement, notamment celui de Jeune (2008).

En plus des limites et de nouvelles pistes de recherche que nous avons ciblées, l'originalité de notre thèse s'inscrit dans les contributions qu'elle cherche à apporter non seulement sur les plans théorico-empirique, méthodologique, épistémologique, mais surtout sur le plan pratique. Sur le plan épistémologique d'abord, notre thèse part du prolongement de certains travaux empiriques dans le but de chercher à montrer l'importance ou du moins à faire ressortir les valeurs du caractère intrinsèque des facteurs socioculturels dans les prises de décisions entrepreneuriales qui sont très souvent négligées dans la littérature, voire dans la pratique, par rapport à la dominance très ancienne des facteurs économiques qui sont les seuls à prendre en compte lorsqu'il s'agit d'analyser et de comprendre un acte d'entreprendre. Sur le plan théorico-empirique ensuite, elle élabore et teste empiriquement plusieurs modèles micro-économétriques, via notre modèle conceptuel théorique de référence qui est élaboré, qui permettent plutôt de capter les intentions entrepreneuriales suivant un processus à la fois sur le court, moyen et long terme. Puis, sur le plan méthodologique, elle utilise des outils statistiques et des méthodes de modélisation micro-économétrique qui permettent de faire confronter les résultats obtenus. Enfin, sur le plan pratique, la contribution de notre thèse est plutôt double. Premièrement, elle permet d'extrapoler les résultats obtenus en faisant bien la distinction entre les variables socioculturelles qui sont considérées comme des obstacles ou des sources de blocage à toute initiative économique en Haïti,

mais aussi celles qui peuvent être considérées comme une source de progrès ou de réussite socio-économique. Deuxièmement, elle tente de proposer un modèle entrepreneurial adapté à certaines réalités socioculturelles analysées, en se basant sur la vision dynamique de la culture chez Adler (1994). Ce modèle peut aider à rendre possible le développement socio-économique durable d'Haïti, dans la mesure où il peut contribuer à favoriser sa croissance économique, à réduire le taux de chômage, voire son état d'extrême pauvreté. Il peut lui permettre aussi d'être compétitif pour pouvoir faire face à la concurrence de la demande des marchés local et international et aux grands enjeux et défis mondiaux.

Mots clés : Entrepreneuriat, culture entrepreneuriale, performance socio-économique, modèles d'intention entrepreneuriale, comportements socioculturels, création d'entreprise, Haïti

ABSTRACT

During a very long time Entrepreneurship was based solely on economic factors such as research and development (R&D), innovations, appropriate infrastructures, new applied technologies, an efficient banking system, and so on. Yet other factors are even more important when it comes to understanding the dimensions which are intrinsically relevant to entrepreneurial decision-making. And among them culture occupies a central place which cannot be overshadowed. Indeed, while some populations' cultural traits positively characterize their behavior and thus would play a role in their countries' economic development, other cultural traits, instead of being promising, rather consist in handicaps to the economic growth of so-called underdeveloped countries. In this category, those with Black African culture seem to be the most affected. Haiti is one of the countries of the Western Hemisphere, more precisely of the Caribbean basin, which seem to be part of this category, from the black-African cultural traits which are bequeathed to it during the whole colonial period. All this was previously proved by a set of theoretical and empirical research works. However, in order to bring some necessary insights to the results of this work and especially to broaden our field of research in terms of performance and sustainable socio-economic development of Haiti, this thesis aims rather to try to empirically model the sociocultural behaviors of Haitian entrepreneuriat. In this sense, she's looking to build an theoretical reference model which can enable us to statistically and econometrically verify the influence of sociocultural behaviors on he intentions of entrepreneurial and non-entrepreneurial Haitian assets to create a company in the short term or to embark on a medium-term or long-term project in an entrepreneurial project in their own birth region.

After having scanned the literature review of the key theoretical and empirical foundations of the field of study on entrepreneurship, we have preferred to build the main idea of this model from two other psychological models of entrepreneurial intent which themselves are based on the theories of planned behavior by Ajzen (1991) and on the formation of entrepreneurial event by Shapero and Sokol (1982), which was taken up and verified by Krueger (1993) to constitute a third. The analysis of measurement scales of factors related to cultural traits, personal characteristics and social affiliation revealed twenty (20) variables we have considered very relevant in order to characterize socio-cultural behaviors in Haitian society. These include magico-religious beliefs and fatalism (CMR), belief in the futility of earthly life (FTV), self-withdrawal from the world (ARM), hierarchical distance and conformism (CDH), aversion to competition (AVC), wait-and-see attitude or attitude towards risk and uncertainty (AVRI), short-term vision or the present moment (VCT), mutual help or assistantship or faith in the help of others (ENT), communitarianism or community spirit (CEC), the attitude towards savings and investment (AEI)

and the perception of socio-economic success (PRSE) which are variables that characterize some cultural traits in the Haitian context and the CSP or the parents' profile (CSP), age (AGE), sex (SEXE), level of education (EDUC), acquired work experience (EXP), commitment or social, political, economic and ecological responsibility (ESPE), the economic and financial situation or inheritance (PATR), family responsibility or being heads of households (CHEF), geographical location or rural or urban environment (POS) which are specific to the personal baggage of Haitians and which are conveyed according to their affiliation or social origin, such as family, school, etc. The data, which measure these variables, were collected from a sample of 300 individuals (all of whom came from randomly the labor force of Haiti's ten geographic regions, using a combination of sampling methods such as quotas, stratification and clustering) through a survey questionnaire. Once collected and perused, the data are analyzed on the basis of one-dimensional and two-dimensional descriptive statistics (frequency, standard deviation, etc.), multidimensional exploratory statistics (such as multiple correspondence factorial analysis and hierarchical classification) and different econometric models (for example, the models of Probit and Logit regression, propensity score computation from a matching model, a naive estimator, very similar estimators by Caliper, and the nucleus one by Kernel).

Indeed, while the analysis of the unidimensional and two-dimensional descriptive results which were made on some of the data in our sample shows that the socio-cultural behavior of Haitian workers is not at all compatible with their entrepreneurial decisions, the econometric results also confirm that only eight variables related to cultural traits and four ones related to personal characteristics and social background negatively and significantly influence the probability that a Haitian who works or is unemployed is motivated to create a business in the short term or to embark on the medium term or the long term in an entrepreneurial project in his own birth region. Let us recall that the probability is between 1% and 5% as a risk to deceive us. Seven of the remaining eight variables partially confirm their negative influence, while self-withdrawal from the world is the only variable which seems to positively influence the entrepreneurial desire of some of our respondents. It is also the only variable that invalidates our initial hypothesis. Such a result shows that Haitians are not all withdrawn into themselves as some researchers often believe. Thus, we can accept in all reserve that Haitians are not all reluctant to change, innovation and creativity; even though we must believe there are other socio-cultural characteristics that are real obstacle sources to their development. Moreover, the negative results indicated seem to affect more non-entrepreneurial assets than those who already have experience in starting a business. Furthermore, we note that among the ten regions of the country, the assets born in the Western and Northern ones are less impacted by the negative effects of sociocultural factors in the manifestation of a strong entrepreneurial intention in the long term in

their home region. One simple explanation which can justify everything, this is that the Western region, and especially the metropolitan area of Port-au-Prince, remains until now one of the economic bastions of the country; despite the devastating effects of the earthquake occurred in January 12, 2010. At the same time, these socio-cultural factors largely confirm all the main works which were carried out previously, including the one by Jeune (2008).

In addition to the limits and new lines of research that we have targeted, the originality of our thesis resides in the contributions it seeks to bring not only on the theoretical-empirical, methodological, epistemological levels, but especially on the practical one. Epistemologically speaking first, our thesis is an extension of some empirical work which aims at trying to show the importance or at least to highlight the values of the intrinsic nature of sociocultural factors in the entrepreneurial decision-making process which are very often neglected in the literature, even in practice, in relation to the very old dominance of the economic factors that are the only ones to take into account when analyzing and understanding an entrepreneurial act. On the theoretical-empirical level then, it empirically elaborates and tests several econometric models, via our conceptual model which is elaborated, which rather allows to capture the entrepreneurial intentions according to a process at once on the short, medium and long term. Then, from a methodological point of view, it uses statistical and econometric tools and methods which make it possible to compare the results obtained. Finally, in practical terms, the contribution of our thesis is rather twofold. First, it extrapolates the results obtained by making a clear distinction between socio-cultural variables that are considered as obstacles or sources of blockage to any economic initiative in Haiti, but also the ones that can be considered as a source of progress or socioeconomic success. Based on the dynamic vision of culture by Adler (1993), it secondly proposes an entrepreneurial model adapted to some socio-cultural realities analyzed, which can make possible the sustainable economic development of Haiti; insofar as it can contribute to fostering economic growth, reducing unemployment and even extreme poverty and enabling it to compete in order to meet the competition of local and international market demands and major global challenges.

Key words: Entrepreneurship, Entrepreneurial culture, socio-economic performance, models of entrepreneurial intent, sociocultural behaviors, business creation, Haiti

AVANT-PROPOS

En dépit de toutes ses controverses dans la littérature, l'entrepreneuriat reste et demeure un champ d'études pluridisciplinaires, voire transversales. Car, il a toujours fait l'objet d'étude de nombreux travaux de recherche scientifique importante. Parmi tous ces travaux, nous comptons majoritairement des thèses de doctorat qui sont réalisées dans le domaine des Sciences de Gestion, des Sciences économiques, des Sciences agronomiques et Ingénierie chimique et biologique, des Sciences de l'Environnement et des Ressources naturelles, des Sciences de l'Éducation, de Génie industriel, d'Agroalimentaire et de Management de la production, d'Aménagement de l'Espace et de l'Urbanisme, d'Agro-écologie et de Développement rural, de la Sociologie, de la Psychologie sociale, etc. Mais, en se limitant à la comparaison du domaine d'étude en Sciences de Gestion et en Sciences économiques, il existe plus de thèses de doctorat qui sont réalisées en entrepreneuriat dans la première que dans la deuxième. En effet, le nombre de travaux qui sont réalisés dans ce sens devient de plus en plus abondant dans la littérature, car, selon Fayolle (2010), le champ d'études de l'entrepreneuriat relève plus des thématiques utilisées dans le contexte du management stratégique et de la performance organisationnelle. Toutefois, il en existe actuellement des sujets de thèse qui méritent d'être abordés plus dans le domaine des Sciences économiques qu'en Sciences de Gestion, parfois en symbiose, et même au-delà des deux, lorsque les objectifs qui sont poursuivis s'inscrivent surtout dans un contexte multidimensionnel, mais aussi lorsque leur mode de traitement et d'analyse nécessite beaucoup plus d'attentions particulières tant sur le plan scientifique que sur certains points de vue pratiques. C'est pourquoi, dans le cadre de cette présente thèse, il est largement abordé selon les deux disciplines comparées, ou plus précisément en symbiose. Selon la première, l'entrepreneuriat, qui est couplé ici par un ensemble de variables liées aux traits socioculturels, est traité dans une perspective liée à l'intention de créer une entreprise ou de porter un projet à caractère entrepreneurial en Haïti par des actifs qui sont des entrepreneurs et des non-entrepreneurs individuels et les retombées en termes de performance socio-économique. Et, selon la seconde discipline, il est traité puis analysé en utilisant plusieurs outils et techniques statistiques et méthodes de modélisation micro-économétrique.

En réalité, les principales raisons qui nous motivent à faire le choix de ces deux disciplines, c'est que notre thèse cherche à atteindre deux objectifs qui sont tous majeurs. Le premier objectif est académique, parce qu'il s'inscrit dans le cadre d'une recherche universitaire pour l'obtention du grade de Docteur en Sciences économiques. Le second se situe dans un cadre très pratique, étant donné que notre thèse cherche surtout à éveiller la conscience professionnelle de tous les acteurs concernés sur la nécessité de la création d'entreprise en Haïti. En ce sens, elle cherche à proposer une meilleure adaptation de l'environnement socioculturel haïtien et à montrer l'implication du rôle de l'État en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles, ce qui peut conduire le pays sur la voie du développement socio-économique durable.

De surcroît, pour bien comprendre toutes les démarches méthodologiques qui sont utilisées, le soubassement de notre thèse commence d'emblée à partir de celles qui nous facilitent la construction d'un modèle conceptuel théorique de référence, ce qui nous a permis ensuite de procéder à la vérification statistique et économétrique de l'influence de certains facteurs socioculturels sur les intentions d'entreprendre en Haïti. En effet, le but principal de cette vérification est de nous permettre non seulement de comparer tous nos résultats obtenus à ceux des travaux de recherche théoriques et empiriques qui sont réalisés antérieurement, voire d'aller au-delà de ces travaux, mais aussi de trouver des arguments nécessaires, ce qui nous a facilité à formuler toutes les propositions et les recommandations pertinentes qui sont émises dans cette thèse.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	4
RÉSUMÉ.....	7
ABSTRACT.....	11
AVANT-PROPOS.....	14
LISTE DES TABLEAUX.....	19
LISTE DES FIGURES.....	23
LISTE DES ACRONYMES.....	26
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	30
PARTIE 1. QUELQUES FAITS STYLISÉS SUR LES MOTIVATIONS DE L’OBJET D’ÉTUDE.....	43
INTRODUCTION.....	44
CHAPITRE 1. PRÉSENTATION DE L’ESPACE D’ÉTUDE : DIMENSIONS HISTORICO-POLITIQUE, SOCIOCULTURELLE, ÉCONOMIQUE, GÉOPOLITIQUE ET GÉOSTRATÉGIQUE	45
Section 1. Panorama sur l’évolution de la situation d’Haïti à partir de ses contextes historico-politique, socioculturel et économique, durant la période esclavagiste à nos jours.....	45
Section 2. Panorama sur l’évolution de la situation d’Haïti en tenant compte de ses aspects géopolitique et géostratégique.....	69
CHAPITRE 2. PRÉSENTATION DE L’OBJET D’ÉTUDE : FAITS CONSTATÉS ET QUELQUES ÉLÉMENTS ANALYTIQUES DE MOTIVATION.....	83
Section 1. État des lieux sur l’évolution de la situation de l’activité entrepreneuriale en Haïti.....	83
Section 2. Principaux inconvénients et avantages habituellement évoqués sur le développement de l’entrepreneuriat haïtien.....	102
CONCLUSION.....	111
PARTIE 2. FONDEMENTS DE L’ENTREPRENEURIAT FACE AUX RÉALITÉS SOCIALES ET CULTURELLES	112
INTRODUCTION.....	113
CHAPITRE 1. L’ENTREPRENEURIAT : UN CHAMP D’ÉTUDES TRÈS CONTROVERSÉ DANS LA LITTÉRATURE	114

Section 1. Théories traditionnelles sur les approches économiques de l'entrepreneuriat.....	115
Section 2. Théories sur l'émergence des approches comportementales de l'entrepreneuriat.....	120
Section 3. Rôle et comportements de l'entrepreneur dans des théories modernes de la firme, dans le développement économique et face au phénomène de la mondialisation.....	127
Section 4. Synthèse des théories sur l'entrepreneuriat selon les différentes écoles de pensée et leurs principaux auteurs.....	150
CHAPITRE 2. LES RÉALITÉS SOCIALES ET CULTURELLES ET LEURS LIENS THÉORICO-EMPIRIQUES AVEC L'ENTREPRENEURIAT	155
Section 1. Aspects théoriques sur les réalités sociales et culturelles et quelques facteurs explicatifs dans leurs relations avec l'entrepreneuriat.....	155
Section 2. Entrepreneur culturel : quelques leçons tirées des pratiques de certains pays asiatiques, européens, américains, de l'Afrique subsaharienne et en général ceux qui ont hérité de la culture négro-africaine.....	181
Section 3. Présentation de la structure de base des modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale et conceptualisation d'un modèle théorique de référence basé sur le processus de court, moyen et long terme.....	189
CONCLUSION.....	202
PARTIE 3. POSITIONNEMENTS ÉPISTÉMOLOGIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE DE L'ENTREPRENEURIAT FACE AUX RÉALITÉS SOCIALES ET CULTURELLES HAÏTIENNES.....	203
INTRODUCTION.....	204
CHAPITRE 1. DÉFINITION D'UN CADRE D'ANALYSE SUR LES RÉALITÉS SOCIOCULTURELLES DANS LA FAÇON D'ENTREPRENDRE EN HAÏTI	205
Section 1. Quelques explications préliminaires sur les résultats des faces cachées dans les pratiques culturelles des affaires en Haïti, formulation des hypothèses de recherche et cadre d'analyse retenu.....	205
Section 2. Approches méthodologiques utilisées dans le cadre de notre travail de recherche.....	233
CHAPITRE 2. ÉTUDES STATISTIQUES DESCRIPTIVES	248
Section 1. Analyse descriptive univariée et bi-variée sur les variables de recherche qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale et sur celles qui sont liées aux motivations entrepreneuriales constituant notre échantillon.....	248
Section 2. Analyse descriptive uni-variée sur les items des variables de recherche liées aux traits culturels.....	260
CONCLUSION.....	271

PARTIE 4. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIOCULTURELS SUR LES INTENTIONS D'ENTREPRENDRE EN HAÏTI	272
INTRODUCTION.....	273
CHAPITRE 1. PRÉSENTATION DES DÉMARCHES MÉTHODOLOGIQUES EN CONFORMITÉ A LA MODÉLISATION MICRO-ÉCONOMÉTRIQUE UTILISÉE, ESTIMATIONS ET ANALYSES.....	274
Section 1. Construction des variables de recherche et tests de validation.....	274
Section 2. Spécifications des modèles économétriques, estimations, analyses et discussions des résultats.....	286
CHAPITRE 2. COMPLÉMENTS D'ANALYSES MICRO-ÉCONOMÉTRIQUE ET STATISTIQUE : APPLICATIONS DES MÉTHODES D'APPRENTISSAGE SUPERVISÉ ET NON-SUPERVISÉ SUR LES DONNÉES ET LEURS IMPLICATIONS.....	315
Section 1. Apprentissage supervisé et non-supervisé sur les données collectées	315
Section 2. Implications des résultats en termes d'incitations et de stratégies à la création d'entreprise en Haïti et importances du rôle de l'État haïtien en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles.....	332
CONCLUSION.....	347
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	348
BIBLIOGRAPHIE.....	353
ANNEXES.....	378
TABLE DES MATIÈRES.....	423

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1. Exportations des industries d'assemblage aux USA (F.O.B) à base des matières premières importées (en milliers de dollars américains).....	87
Tableau 2. Exportations des industries d'assemblage aux USA (F.O.B) à base des matières premières locales (en milliers de dollars américains).....	88
Tableau 3. Les sous-secteurs et les filières agro-industrie en Haïti.....	90
Tableau 4. Évolution annuelle des coûts d'importation du riz de 2003 à 2007.....	93
Tableau 5. Production industrielle de certains biens (en volume).....	94
Tableau 6. Tarifs moyens ad-valorem appliqués en 2006.....	98
Tableau 7. Synthèse des principaux avantages et inconvénients qui sont habituellement évoqués au développement de l'entrepreneuriat en Haïti.....	109
Tableau 8. Entrepreneurs versus non-entrepreneurs.....	150
Tableau 9. Dimension sur la construction des théories et leurs applications.....	151
Tableau 10. Position de l'entrepreneur dans le système économique et avec la firme.....	152
Tableau 11. Tâches entrepreneuriales et compétences et traits de personnalité de l'entrepreneur.....	153
Tableau 12. Rémunération et incitation et offre et demande d'entrepreneurs.....	154
Tableau 13a. Les formulations des hypothèses de recherche sur les variables qui sont liées aux traits culturels et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien.....	229
Tableau 13b. Les formulations des hypothèses de recherche sur les variables qui sont liées aux traits culturels et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien.....	230
Tableau 13c. Les formulations des hypothèses de recherche sur les variables qui sont liées à l'appartenance sociale et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien.....	230
Tableau 13d. Les formulations des hypothèses de recherche sur les variables qui sont liées à l'appartenance sociale et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien.....	231
Tableau 14. Répartition de la population-mère par sexe selon les dix départements géographiques d'Haïti.....	239
Tableau 15. Répartition de la population-mère par statut selon les dix départements géographiques d'Haïti.....	239

Tableau 16. Répartition de la population-mère par catégories d'âge selon les dix départements géographiques d'Haïti.....	239
Tableau 17. Distribution de l'échantillon cible par sexe.....	240
Tableau 18. Distribution de l'échantillon cible par statut.....	240
Tableau 19. Distribution de l'échantillon cible par catégories d'âge.....	240
Tableau 20. Comparaison entre l'échantillon cible par sexe et l'échantillon final par sexe constitué.....	245
Tableau 21. Comparaison entre l'échantillon cible par statut et l'échantillon final par statut constitué.....	246
Tableau 22. Comparaison entre l'échantillon cible par catégories d'âge et l'échantillon final par catégories d'âge sexe constitué.....	246
Tableau 23. Résultats descriptifs des caractéristiques personnelles des répondants et leur appartenance sociale.....	248
Tableau 24. Caractéristiques de la situation entrepreneuriale de nos répondants.....	254
Tableau 25. Relation entre la connaissance du milieu des affaires et la motivation à créer tout de suite une entreprise.....	259
Tableau 26. Résultats descriptifs des moyennes, du maximum, du minimum et de l'écart-type des variables liées aux traits culturels.....	270
Tableau 27. Items éliminés pour les variables liées aux traits culturels.....	276
Tableau 28. Coefficient Alpha de Cronbach des variables liées aux traits culturels.....	282
Tableau 29. Test de multicolinéarité entre les variables caractérisant les traits culturels.....	284
Tableau 30. Matrice de corrélation des variables explicatives.....	285
Tableau 31 : Modalités de référence des variables explicatives retenues.....	289
Tableau 32: Critères d'informations.....	294
Tableau 33. Résultats de l'estimation du premier modèle estimé.....	295
Tableau 34. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du premier modèle estimé.....	297
Tableau 35. Résultats de l'estimation du deuxième modèle.....	298
Tableau 36. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du deuxième modèle estimé.....	300

Tableau 37. Résultats de l'estimation du troisième modèle.....	301
Tableau 38. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du troisième modèle estimé.....	302
Tableau 39. Résultats de l'estimation du quatrième modèle.....	303
Tableau 40. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du quatrième modèle estimé.....	305
Tableau 41. Résultats de l'estimation du cinquième modèle.....	306
Tableau 42. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du cinquième modèle estimé.....	307
Tableau 43. Résultats de l'estimation du sixième modèle.....	308
Tableau 44. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du sixième modèle estimé.....	309
Tableau 45. Résumé des hypothèses validées.....	314
Tableau 46. Résultat de la régression naïve (intention de créer à court terme).....	317
Tableau 47. Résultat de la régression naïve (intention de se lancer sur le MT).....	318
Tableau 48. Résultat de la régression naïve (intention de se lancer sur le LT).....	318
Tableau 49 : Les intervalles de score de propension.....	322
Tableau 50 : Résultats des régressions des différents estimateurs.....	323
Tableau A1. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Croyances magico-religieuses et le fatalisme ».....	410
Tableau A2. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Croyance à la futilité de la vie sur terre ».....	411
Tableau A3. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Communautarisme ou esprit communautaire ».....	411
Tableau A4. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Vision du court terme ».....	412
Tableau A5. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Aversion pour la concurrence ».....	413
Tableau A6. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Perception de la réussite socio-économique ».....	414
Tableau A7. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Attitudes face à l'épargne et à l'investissement ».....	415

Tableau A8. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Attentisme, attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude ».....	415
Tableau A9. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Distance hiérarchique et conformisme ».....	416
Tableau A10. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Entraide ou la foi en l'aide des autres ».....	417
Tableau A11. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Auto-retrait du monde ».....	417
Tableau B1. Régression pour contrôler le biais de sélection (cas de court terme).....	419
Tableau B2. Régression pour contrôler le biais de sélection (cas de moyen terme).....	419
Tableau B3. Régression pour contrôler le biais de sélection (cas de long terme).....	420
Tableau B4. La probabilité d'être traité.....	420
Tableau B5. Test de moyenne sur les scores de propension.....	421
Tableau C1. Présentation des valeurs propres (ACM traits culturels).....	421
Tableau C2. Présentation des valeurs propres (ACM appartenance sociale).....	421
Tableau C3. Contribution des modalités à l'inertie de chacun de ces axes (ACM traits culturels).....	422
Tableau C4. Contribution des modalités à l'inertie de chacun de ces axes (ACM appartenance sociale).....	422

LISTE DES FIGURES

Figure 1a. Positionnement d’Haïti, à partir du globe terrestre.....	46
Figure 1b. Une carte d’Haïti dans le continent américain et dans le bassin caribéen.....	47
Figure 1c. Carte géographique d’Haïti et les frontières avec la République Dominicaine..	47
Figure 2a. Comparaison de l’évolution de la population haïtienne (en millions d’habitants) par rapport à celle des populations de la République Dominicaine et de Cuba (2000 à 2014).....	50
Figure 2b. Comparaison de l’évolution du taux de croissance de la population haïtienne (%) par rapport à celle des taux de croissance des populations de Cuba et de la République Dominicaine de 2000 à 2014	50
Figure 3. Évolution du taux de croissance annuelle du PIB (en %) réel haïtien de 1999 à 2015.....	59
Figure 4. Évolution du taux de croissance annuelle du PIB en parité du pouvoir d’achat des Haïtiens (en %), à partir des valeurs constantes en 2011.....	60
Figure 5. Évolution annuelle de l’indice des prix à la consommation de 1960 à 2015.....	61
Figure 6. Évolution annuelle du taux d’inflation (%) de 1960 à 2015.....	61
Figure 7. Évolution annuelle du taux de chômage (en %) sur la période de 2000 à 2015..	62
Figure 8. Évolution annuelle du taux d’épargne domestique brut (%) entre 1992 et 2015.....	63
Figure 9. Évolution annuelle du taux de dépenses de consommation finale des ménages (%) entre 1992 et 2015.....	64
Figure 10. Évolution annuelle du taux de formation brute du capital fixe (en %) entre 2004 et 2012.....	64
Figure 11. Évolution annuelle du taux de change de la gourde par rapport au dollar américain.....	65
Figure 12. Évolution annuelle du taux d’intérêt réel (%) sur la période de 2000 à 2015...	66
Figure 13. Évolution annuelle de la balance commerciale (en Milliards de dollars américains) de 1999 à 2013.....	66
Figure 14. Évolution annuelle de la balance des comptes courants (en millions de dollars américains) entre 2004 et 2013.....	67

Figure 15. Évolution annuelle de la dette publique en % du PIB sur la période de 2003 à 2015.....	67
Figure 16. Évolution annuelle des inégalités des revenus au sein de la population haïtienne sur les périodes de 1986/1987, de 1999/2000 et de 2011/2012	68
Figure 17. Courbe de Lorenz dans le cas de l'inégalité des revenus en Haïti.....	69
Figure 18. Évolution annuelle des migrants haïtiens aux États-Unis entre 1970 et 2010..	71
Figure 19. Évolution annuelle des migrants haïtiens au Canada entre 1971 et 2006.....	73
Figure 20. Évolution annuelle des migrants haïtiens en France métropolitaine et les départements d'outre-mer français d'Amérique entre 1998 et 2012.....	75
Figure 21. Évolution annuelle des migrants haïtiens en République Dominicaine sur la période de 2002 à 2014.....	76
Figure 22. Schématisation de la culture selon Hofstede (1994) et Tromenaars et Hampden-Turner (1997).....	157
Figure 23. Influence de la culture sur le comportement de Adler (1994).....	165
Figure 24. Théorie du comportement planifié de Ajzen (1991).....	190
Figure 25. La formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982).....	192
Figure 26. Le modèle de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) tel que repris par Krueger (1993).....	195
Figure 27. Schématisation d'un modèle conceptuel théorique de référence adapté des modèles de Ajzen (1991), de Shapero et Sokol (1982) et de Krueger (1993).....	197
Figure 28. Le cadre d'analyse retenu pour notre travail de recherche.....	232
Figure 29. Schématisation de notre échantillon cible par la combinaison des méthodes des quotas, de stratification et par grappes.....	243
Figure 30. Répartition des répondants par sous-catégories d'âge.....	250
Figure 31. Répartition des répondants par niveau d'éducation.....	251
Figure 32. Répartition de la CSP ou profil des parents des répondants.....	252
Figure 33. Répartition des secteurs d'activité dans lesquels les répondants souhaiteraient investir.....	257
Figure 34. Principales motivations à la création d'entreprise selon nos répondants.....	258
Figure 35. Principales obstacles à la création d'entreprise selon nos répondants.....	258

Figure 36. Carte factorielle (traits culturels et département).....	326
Figure 37. Carte factorielle (appartenance sociale et département).....	329
Figure 38. Classification hiérarchique.....	331

LISTE DES ACRONYMES

- ACDI** : Agence Canadienne de Développement International
- ACM** : Analyse Factorielle par Correspondance Multiple
- AEC** : Association des États de la Caraïbe
- AFD** : Agence Française de Développement
- AFTA** : Zone de Libre-Échange de l'ANASE, Association des Nations de l'Asie du Sud-est
- ALENA** : Accord de Libre-Échange Nord Américain
- ANADIPP** : Association Nationale des Distributeurs de Produits Pétroliers en Haïti
- ANTB** : Association Nationale des Tenanciers de Borlette
- APE-UE-ACP** : Accord de Partenariat Économique –UE –Afrique, Caraïbe, Pacifique
- APD** : Aide Publique au Développement
- BID** : Banque Interaméricaine de Développement
- BIT** : Bureau International du Travail
- BM** : Banque Mondiale
- BNC** : Banque Nationale de Crédit
- BRH** : Banque Centrale de la République d'Haïti
- CAP** : Coopérative Agricole dans le Plateau Central
- CARICOM** : Marché Commun de la Caraïbe
- CELADE** : Centre Latino-Américain de Démographie
- CCIH** : Chambre de Commerce et d'Industrie d'Haïti
- CE-JILAP** : Commission Episcopale Nationale Justice et Paix (CE-JILAP)
- CEPALC** : Commission Économique Pour l'Amérique Latine et les Caraïbes
- CFI** : Centre de Facilitation des Investissements
- CI** : Code d'Investissements
- CIA** : Central Intelligence Agency
- CIAT** : Comité Interministériel d'Aménagement du Territoire en Haïti

CNIGS : Centre National de l'Information Géo-spatiale

CNUCED : Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement

CNUED : Conférence des Nations Unies sur l'Environnement et le Développement

COOPCAB : Coopérative des Planteurs de Café de l'Arrondissement de Belle-Anse (Sud-est)

COP3 : 3^{ème} Conférence des Parties sur le climat à Kyoto

COP21 : 21^{ème} Conférence des Parties sur le climat à Paris

CSS : Conseil Supérieur des Salaires

CT : Court Terme

DID : Développement International Desjardins

DINEPA : Direction Nationale de l'Eau Potable et de l'Assainissement

DSNCRP : Document de Stratégie Nationale pour la Croissance et la Réduction de la Pauvreté

ECVH : Enquête sur les Conditions de Vie en Haïti

EDH : Électricité d'État d'Haïti

FACN : Fédération des Associations Cafésières Natives dans la Grand-Anse et le Sud-est

FAO: Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture

FDI : Fonds Industriel de Développement

FECOCANO : Fédération des Coopératives Cacaoyères du Nord d'Haïti

FMI : Fonds Monétaire International

FMP : Faculté de Médecine et de Pharmacie

FRPC : Facilité de Croissance et de Réduction de la Pauvreté

GATT : Accord Général sur le Commerce et les Tarifs

GARR : Groupe d'Appui aux Rapatriés et Réfugiés

GTC : Groupe de Travail sur la Compétitivité d'Haïti

LT : Long Terme

IBC : Initiative Pour le Bassin de la Caraïbe

IHSI : Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique

IMC : Indice de Masse Corporelle

INFP : Institut National de la Formation professionnelle

INSEE : Institut National de Statistique et des Études économiques

MAE : Ministère des Affaires Etrangères

MARNDR : Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural

MAST : Ministère des Affaires sociales et du Travail

MEF : Ministère de l'Économie et des Finances

MERCOSUR : Marché Commun de l'Amérique du Sud

MENFP : Ministère de l'Éducation Nationale et de la Formation Professionnelle

MPCE : Ministère de la Planification et de la Coopération Externe

MSPP : Ministère de la Santé Publique et de la Population

MT : Moyen Terme

NPF : Nation la Plus Favorisée

NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Économiques

OEC : Organisation des États de la Caraïbe

OFCE : Observatoire Français des Conjonctures Économiques

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

OMD : Objectifs du Millénaire pour le Développement

ONM : Office National de la Migration

PAS : Programme d'Apaisement Social ou Programme d'Ajustement Structurel

PIB : Produit Intérieur Brut

PIP : Programme d'Investissement Public

PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement

PNUE : Programme des Nations Unies pour l'Environnement

POHDH : Plate-forme des Organisations Haïtiennes des Droits Humains

PPA : Parité du Pouvoir d'Achat

PPTE : Pays Pauvres Très Endettés

PRIMA : Programme de Renforcement Intégré du Milieu des Affaires en Haïti

RECOCARNO : Réseau des Coopératives de Café des Régions du Nord d'Haïti

RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat en Haïti

RNDDH : Réseau National de Défense des Droits Humains

SGP : Système Généralisé de Préférences

SOFHIDES : Société Haïtienne de Financement du Développement des Entreprises

SONAPI : Société Nationale des Parcs industriels

UE : Union Européenne

UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture

UNICEF : Fonds des Nations Unies pour l'Enfance

USAID: United States Agency for International Development

VIF: Facteur d'Inflation de la Variance

VIH : Virus de l'Immunodéficience Humaine

ZAC : Zone d'Aménagement Concerté

ZLEA : Zone de Libre-Échange des Amériques

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Par le biais de la création de nouvelles organisations à des fins de création de valeur, l'entrepreneuriat peut être considéré comme une structure dynamique de création et d'exploitation d'une opportunité d'affaires généralement par un ou plusieurs individus. Dans ce même ordre d'idées, il peut être valorisé comme tout élément créatif, innovant ou structurant qui permet d'apporter des solutions alternatives aux problèmes de chômage, comme moteur de croissance et de développement économique et comme formateur d'un état d'esprit acteur et producteur de richesses économiques et sociales (Audrestsch et *al.* [2004], Zammar [2016], etc.). De plus, lorsque nous essayons de le situer à la fois dans le domaine de l'économie de l'innovation, des réseaux et du numérique, dans le cadre de l'économie circulaire et de l'intelligence économique et surtout dans le contexte général de la performance, de la compétitivité, du management stratégique, de la commercialisation axée sur les techniques de production et les politiques de distribution, d'achat et de vente, de l'internationalisation et de la responsabilité sociétale des firmes, il peut être dans ce cas appréhendé comme un champ d'études qui a quasiment marqué toutes les périodes de grandes réformes économiques et de profondes mutations financières au cours des siècles passés, grâce à des changements socio-économiques importants qu'il a toujours pu amorcer dans le monde (Facchini, 2007). En effet, durant ces dernières années, nombreuses sont les mesures de politiques publiques structurelles et conjoncturelles des États qui sont souvent orientées dans ce sens-là (Boutillier, 2008). Il en est de même pour certains organismes non gouvernementaux (ONG), les opérateurs d'appui au financement, les bailleurs de fonds internationaux et les grandes institutions financières internationales, à l'instar du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), de la Banque Mondiale (BM) et du Fonds Monétaire International (FMI). Ces derniers ont déjà mis beaucoup d'accents sur l'esprit d'entreprendre comme étant un élément indispensable dans presque tous leurs rapports et documents¹ stratégiques d'aides, de financement du développement et de lutte quant à l'éradication de l'extrême pauvreté. Selon Pierre (2008), la finalité qui

¹Pour des informations supplémentaires, consulter le document de Louis-Naude PIERRE (2008) dans la rubrique la chronique des Amériques : « *Haiti, le document de stratégie nationale pour la croissance et la réduction de la pauvreté (DSNCRP)* » Étude des aspects institutionnels, socioéducatifs et culturels, Observatoire des Amériques, Mai 2008, N° 9. De plus, voir « *Finances et Développement* », publication trimestrielle du Fonds Monétaire International (FMI), juin 2016, vol. 53, N° 2.

en est toujours visée s'inscrit dans une optique qui permet de favoriser la croissance économique, la réduction du chômage et le bien-être collectif, surtout dans les pays où le retard de développement est très souvent critiqué. Toutefois, en dépit de tout ce qu'il peut représenter en termes de développement économique et plus particulièrement en matière de progrès social pour une société, l'entrepreneuriat a été très longtemps considéré dans la littérature aussi bien dans la pratique comme une variable dépendante davantage des facteurs économiques (Cantillon [1755], Smith [1776], Say [1803], Schumpeter [1911, 1935], Audrestsch [2003], Audrestsch et *al.* [2004], etc.), ce qui a souvent mis des confusions dans les explications que l'on veut attribuer à l'émergence et le développement d'un ensemble d'activités dont leurs fondements reposent très largement sur l'esprit d'entreprendre (Hirish et *al.*, 2007). En tout cas, il paraît totalement vrai que beaucoup de gens ont souvent pris l'habitude de se diriger soit vers la recherche et le développement (R&D), les innovations et les nouvelles technologies appliquées ou adaptées, soit vers les infrastructures qui sont adéquates, un système bancaire efficace, etc., lorsqu'ils décident d'investir dans des projets de grande envergure ou d'entreprendre une activité quelconque génératrice de revenus. Cependant, il reste à mentionner que, selon Berger et *al.* (1993) et Kahman et Tversky (1979), la rationalité dans les choix qu'ils en ont fait généralement ne peut pas être interprétée uniquement sur la base des analyses économiques purement traditionnelles des néoclassiques ou des théories orthodoxes, ou du moins sans vouloir chercher à expliquer d'autres aspects essentiels qui caractérisent plutôt cette rationalité au niveau du comportement entrepreneurial. Or, selon Baumol (1968) et Facchini (2008), il est démontré que, depuis bien des années, les facteurs économiques à eux seuls paraissent insuffisants, et même parfois moins importants lorsqu'il s'agit de bien identifier tout au préalable les critères qui sont les plus fondamentaux dans les prises de décisions entrepreneuriales.

Dans la littérature, force est de constater que ce sont les chercheurs issus des domaines de la Psychologie sociale, de la Sociologie et de l'Anthropologie qui sont alors considérés à la fondation de ces critères, ce qui a permis de faire avancer le champ de l'entrepreneuriat et de faire ressortir les facteurs explicatifs qui sont intrinsèquement pertinents pour la compréhension du développement de l'esprit entrepreneurial dans les sociétés (Baumol, 1968). Parmi ces facteurs, la culture occupe une place centrale qu'on ne peut en aucun cas occulter (Wéber [1904-1905], Baumol [1968], Tribou [1995], Fillion

[1997], Hofstede [1987, 1991, 1994], Adler [1994], etc.). En effet, si d'après Peteromode (2012 :21), « *la culture se réfère à la façon de vivre d'un peuple, la somme totale des croyances, les valeurs et les coutumes ou des objets qui servent à orienter le comportement d'un individu ou des membres d'une société* », la culture entrepreneuriale (c'est-à-dire en combinant la culture avec l'entrepreneuriat) représente alors « *l'ensemble des valeurs et des convictions partagées, des savoir-être, des savoir-faire et des savoir-agir qui orientent plus ou moins consciemment le comportement des personnes, des institutions et de la population à l'égard de l'entrepreneuriat* » (Riverin, 2008 :18). Ainsi, elle constitue une autre facette importante de l'entrepreneuriat qui vise à dynamiser l'esprit d'entreprise² pour certains (OCDE, 1998) et à mobiliser l'esprit d'entreprendre³ pour d'autres (Léger-Jarniou, 2008).

Par ailleurs, en plus de se référer directement à son importance dans les politiques publiques d'aménagement de l'espace ou plus concrètement à son poids dans tout ce qui a rapport au développement de l'économie locale, régionale ou nationale, à l'ancrage ou à l'attractivité d'un territoire, la culture entrepreneuriale peut être assimilée à tout environnement qui est propice à l'émergence de l'entrepreneuriat, c'est-à-dire des valeurs entrepreneuriales (autonomie, créativité, responsabilité, solidarité, innovation, ambition, leadership, vision, etc.) et de certaines pratiques culturelles qui sont de nos jours très déterminantes dans les affaires (traits, comportements, caractéristiques, etc.), ainsi qu'à la reconnaissance de la contribution ou de la valeur ajoutée des entrepreneurs à leur milieu (Riverin, 2008). Dans ce sens-là, beaucoup de pays ont vu réellement développer leurs économies grâce à certaines pratiques culturelles qui caractérisent positivement le comportement de leurs peuples, soit dans leur propre façon de penser, de créer, soit dans leurs intentions d'entreprendre (Yu [1998], Yu et al. [2005], Berger et al. [1993], Ridding [1992], Aoyama [2009], etc.). Dans le continent asiatique, c'est notamment le cas des sociétés chinoise, taïwanaise, singapourienne, japonaise et indonésienne où les valeurs et pratiques culturelles telles que le confucianisme, la famille-entreprise, l'imitation et le paternalisme ont joué un rôle important dans la transformation rapide de leurs économies.

² Par définition, « *l'esprit d'entreprise est une aptitude particulière, considérée comme un facteur de production, qui permet à une personne de coordonner les trois autres facteurs de production (terre, capital et travail), de prendre des décisions commerciales, d'innover et d'assumer les risques commerciaux* » (Bade et Parkin, 2005 :24).

³ L'esprit d'entreprendre désigne de préférence le caractère de l'individu-entrepreneur à travers les quatre (4) piliers essentiels qui permettent de réussir une aventure entrepreneuriale, à savoir la vision qui est la base de l'entrepreneuriat, la motivation qui est l'essence même de l'action, la résilience par le fait de continuer malgré les difficultés et la connexion, c'est-à-dire savoir s'entourer pour mieux avancer.

En effet, Yu et *al.* (2005) ont fait valoir que le miracle économique de la Chine est le résultat de l'émergence d'un esprit d'entreprise qui est lié à l'imitation, à la famille-entreprise et au paternalisme, ce qui a considérablement favorisé l'essor d'une industrie manufacturière dynamique. Cette dernière est plus florissante aux États-Unis et encore meilleure dans certains États européens, au point qu'Audretsch et *al.* (2008) ont pu démontrer l'existence d'une relation positive entre le développement de l'entrepreneuriat et les performances économiques de certaines régions de l'Allemagne. D'après les auteurs, une telle relation est possible grâce à leur vision d'entreprise, donc les différents styles de management qui y sont pratiqués, et surtout grâce à leurs spécificités culturelles que tous ces comportements arrivent bien à se manifester et à se faire valoriser. Pourtant, dans les pays négro-africains, plus précisément ceux de l'Afrique subsaharienne, certains traits culturels identifiés dans la littérature tels que l'auto-retrait du monde, la vie dans l'instant présent, les croyances magico-religieuses et le fatalisme, l'esprit communautaire, la foi en l'aide des autres, la futilité de la vie terrestre, le culte du secret, la distance hiérarchique et le conformisme, etc. sont toujours considérés comme des freins ou des sources de blocage qui minent leur développement (Onana [1997], Keza [2005], Doye [2006], Kané [2006], Logossah [2007], Hugon [1967], etc.). À noter que les travaux de ces chercheurs sont restés cantonnés sur des analyses purement théoriques, même s'il y en a beaucoup qui ont tenté de reprendre la plupart de ces traits culturels afin de vérifier empiriquement leur influence sur l'entrepreneuriat. Diakité (2004) est l'un d'entre eux qui s'est intéressé principalement aux caractéristiques culturelles des groupes ethniques qui dominent la sphère économique en Guinée Conakry, en l'occurrence les *Peuls* et les *Sousou*. Son étude a été menée sur un échantillon de quatre-vingt-dix-neuf individus composés d'un groupe de trente non-entrepreneurs et un autre de soixante-neuf entrepreneurs, gérant des entreprises de production, de commerce et de service, de trois employés et plus. Les résultats suggèrent globalement un impact positif des facteurs culturels sur le développement de l'esprit d'entreprise chez ces populations. Nous notons toutefois que ces dernières présentent des caractéristiques culturelles particulières telles que l'émulation, la rivalité dans la fratrie, l'esprit de compétition, le désir de s'assumer et d'être indépendant, etc. En fait, les caractéristiques culturelles présentées par Diakité (2004) ne se retrouvent pas forcément dans d'autres contextes des pays de l'Afrique subsaharienne, si bien que les résultats de son étude ne sont valables que dans le contexte guinéen et ne permettent en aucun cas

d'expliquer la relation entre la culture et le comportement entrepreneurial dans des milieux caractérisés par des réalités culturelles différentes. Dans le cas de Bassirou (2011), son étude a pu démontrer que les croyances liées au fatalisme font partie des traits culturels qui ont affecté négativement les décisions entrepreneuriales en Mauritanie. Jusque dans le bassin caribéen, Jeune (2008) a aussi vérifié empiriquement certains de ces traits culturels dans le contexte haïtien, étant donné qu'Haïti a fortement hérité de la culture négro-africaine⁴ via le phénomène de la traite négrière transatlantique (ou le commerce triangulaire des esclaves) qui se développait dans les Antilles pendant toute la période coloniale. Son étude a tenté de comprendre non seulement les freins culturels à la création d'entreprise en Haïti, mais aussi les principales difficultés qui sont liées au phénomène de la trappe à sous-développement qui sévit dans le pays depuis son accession à l'indépendance le 1^{er} janvier 1804. Les résultats de cette étude ont surtout révélé que ces traits analysés ont globalement une part de responsabilité négative dans la prise d'initiative à la création d'entreprise en Haïti. Mais, malgré tout cela, son analyse était restée focalisée uniquement sur la description unidimensionnelle des répondants, de leurs caractéristiques et valeurs sans pourtant analyser l'existence de certaines relations entre les variables utilisées, ce qui pourrait donc avoir aussi une grande importance quant à l'interprétation et à la compréhension spécifiques de certains résultats présentés. Tout cela nous a permis d'émettre des réserves sur la fiabilité des résultats globaux obtenus sur la catégorie de la population étudiée.

Fort de ce constat, l'objet de cette présente thèse s'inscrit d'emblée dans la même lignée de cette étude qui vient juste d'être susmentionnée, ce pour permettre alors de bien clarifier tout élément socioculturel majeur qui pourrait être à l'entrave de toute initiative économique en Haïti, d'une part, et de valoriser davantage tout ce qui pourrait être contrairement révélé comme une source de progrès ou de réussite socio-économique, d'autre part. De ce fait, notre thèse propose de s'intéresser non seulement aux facteurs culturels précités, mais cette fois-ci en complément à un ensemble de valeurs sociales qui sont propres aux caractéristiques personnelles et qui sont véhiculées selon l'appartenance sociale (ou selon l'origine sociale) telle que la famille, l'école et le milieu résidentiel afin de

⁴Voir Max Benoît (1986), dans son ouvrage intitulé « *Dynamisme de la culture noire en Haïti : Spécificité et dynamique des cultures négro-africaines* », UNESCO, Paris, 1986. De plus, voir Kinvi Logossah dans son article paru en 2009: « *La traite négrière transatlantique : quelle production d'un bien esclave ?* », CEREGMIA, Faculté de Droit et d'Économie de Martinique, Université des Antilles.

vérifier statistiquement et économétriquement leur influence sur la création d'entreprise en Haïti, en particulier sur les intentions de la population active haïtienne (ou plus simplement les actifs haïtiens) de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine. Ainsi, elle est constituée dans la finalité de pouvoir répondre à ces triples questions fondamentales suivantes :

[1] Quelle peut être l'influence des facteurs socioculturels sur les intentions des actifs haïtiens de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département de naissance, en prenant brièvement en compte de l'évolution des réalités historico-politique, socioculturelle, économique, géopolitique et géostratégique d'Haïti depuis sa fondation comme première nation noire libre du système esclavagiste et indépendante du monde à nos jours ?

[2] Quels leçons ou enseignements pratiques pouvons-nous tirer de ces résultats obtenus ?

[3] Et surtout, quel peut être le modèle entrepreneurial qui serait pertinent et adapté pouvons-nous proposer concrètement afin de faciliter le développement socio-économique durable d'Haïti face à son environnement socioculturel ?

Nous rappelons que, dans le cadre du fonctionnement formel de l'économie haïtienne, la population active représente la catégorie de tous ceux qui sont sur le marché du travail grâce à un emploi et qui travaillent à leur propre compte et de tous ceux qui sont au chômage au sens du Bureau International du Travail (BIT). Selon l'IHSI (2011), la population active en Haïti est estimée à 3,6 millions en 2010, dont 40,6% sont des chômeurs sur une population totale de plus de 9 millions d'habitants.

Et, pour parvenir à tout cela, l'objectif principal qui est fixé par notre thèse est de tenter de modéliser empiriquement les comportements socioculturels de l'entrepreneuriat haïtien. Alors, tout ceci se fait de la manière suivante : **(i)** Tout d'abord par l'établissement d'un modèle conceptuel théorique de référence sur les intentions entrepreneuriales via les modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale de Shapero et Sokol (1982), de Ajzen (1991) et de Krueger (1993) suivie de la formulation des hypothèses de recherche qui peuvent sous-tendre ; **(ii)** Puis par la collecte des données qui

se fait à l'aide d'un questionnaire d'enquête sur 300 individus tirés aléatoirement suivant une combinaison de méthodes d'échantillonnage (quotas, stratification et par grappe) de la population active des dix (10) départements géographiques d'Haiti ; **(iii)** Ensuite par la mise en application des méthodes de modélisation micro-économétrique qui se basent notamment sur des outils d'inférence statistique (loi logistique et estimateur du maximum de log-vraisemblance), des calculs des effets marginaux (à partir des dérivées partielles), des fonctions mathématiques comme le logarithme et l'exponentielle et des logiciels de traitement des données comme SPSS 13.0, EViews 8 et STATA qui sont nécessairement requis. En effet, ces différentes méthodes de modélisation micro-économétrique utilisées se basent sur le principe qui consiste à mettre en relation les variables fondamentales qui sont identifiées comme des valeurs, des us et coutumes, des traditions, des croyances, des normes, des préférences ou des goûts, des mœurs, des habitudes et des comportements et de la vision eschatologique chez les négro-africains, notamment dans les affaires, puis celles spécifiques qui sont propres aux bagages personnels des Haïtiens et qui sont véhiculées à travers l'école, dans la famille et dans le milieu résidentiel avec celles qui sont liées aux intentions de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial. Dans ce sens, nous retenons les variables liées aux traits culturels suivants : la vie dans l'instant présent ou la vision du court terme, le communautarisme ou l'esprit communautaire, l'attentisme, l'attitude face au risque et à l'incertitude, les croyances magico-religieuses et le fatalisme, la distance hiérarchique et le conformisme, la position face à la concurrence, l'entraide ou l'assistanat ou la foi en l'aide des autres, l'auto-retrait du monde, la croyance à la futilité de la vie terrestre, l'attitude face à l'épargne et à l'investissement et la perception de la réussite socio-économique. Nous retenons aussi les variables qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale comme la catégorie socioprofessionnelle ou le profil des parents, l'âge, le sexe, le niveau d'éducation, l'expérience professionnelle acquise, l'engagement ou la responsabilité sociale, politique, économique et écologique, la situation économique et financière ou le patrimoine légué en héritage, la responsabilité familiale ou être chefs de ménage, le positionnement géographique ou le milieu rural ou urbain. Et, nous supposons que les variables (appelées ici variables latentes ou variables cachées ou variables inobservables) permettant de capter ou de mesurer les intentions d'entreprendre à court, moyen et long terme sont successivement représentées par « la curiosité

entrepreneuriale, la nécessité entrepreneuriale et l’opportunité entrepreneuriale » sous forme de modalités binaires ou dichotomiques. Enfin, pour faciliter la simplicité dans les démarches d’analyse de nos méthodes de modélisation micro-économétrique utilisées et dans leur écriture mathématique, nous essayons de formaliser trois relations fonctionnelles indépendantes qui servent pertinemment d’éléments déclencheurs à la préoccupation majeure de notre thèse: la première relation permet d’aborder l’intention de créer une entreprise à court terme en fonction des variables qui sont liées aux facteurs culturels susmentionnés et celles qui sont liées aux valeurs sociales et la deuxième et la troisième tendent respectivement à appréhender plutôt les intentions de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial en fonction de ces mêmes variables chez la population étudiée.

En effet, les trois (3) relations fonctionnelles indépendantes peuvent s’écrire mathématiquement sous la forme suivante. Ceci permet non seulement de comprendre les démarches dans la spécification des modèles micro-économétriques, mais surtout d’avoir des idées préalablement établies pour bien appréhender les méthodes d’estimation qui sont retenues.

$$f^1(x_1, x_2, \dots, x_{20}) = y_1 = a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_{20}x_{20} + \alpha + \varepsilon_1 = \sum_{i=1}^{20} a_i x_i + \alpha + \varepsilon_1 \quad (1)$$

$$f^2(x_1, x_2, \dots, x_{20}) = y_2 = b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_{20}x_{20} + \beta + \varepsilon_2 = \sum_{i=1}^{20} b_i x_i + \beta + \varepsilon_2 \quad (2)$$

$$f^3(x_1, x_2, \dots, x_{20}) = y_3 = c_1x_1 + c_2x_2 + \dots + c_{20}x_{20} + \gamma + \varepsilon_3 = \sum_{i=1}^{20} c_i x_i + \gamma + \varepsilon_3 \quad (3)$$

Où y_1 : Intention de créer à court terme une entreprise;

y_2 : Intention de porter sur le moyen terme un projet à caractère entrepreneurial;

y_3 : Intention de porter sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial;

x_1, x_2, \dots, x_{20} : Variables liées aux traits culturels et à l’appartenance sociale;

a_1, a_2, \dots, a_{20} ; b_1, b_2, \dots, b_{20} ; c_1, c_2, \dots, c_{20} : Coefficients affectés aux variables;

α, β, γ : Constantes et $\varepsilon_1, \varepsilon_2, \dots, \varepsilon_{20}$: Termes d’erreur.

Bien qu'il existe une vaste littérature sur la culture, les traits culturels qui sont identifiés sont pourtant analysés en s'appuyant sur la théorie de la culture nationale de Hofstede (1987, 1991, 1994), celle de la vision eschatologique de Logossah (2007) et celle basée sur la culture comme une structure dynamique chez Adler (1984, 1986, 1994). Afin de faciliter l'heuristique dans notre démarche d'analyse, la littérature sur l'appartenance sociale ou l'origine sociale privilégiée est en majeure partie tirée de la théorie du capital humain et des différentes notions qui caractérisent ou qui constituent les valeurs sociales dans une société (Moisset et Mérisier [2001], Beaudelot et Establet [1979], Bourdieu [1970, 1987, 1992], Bourdieu et Passeron [1970], Duru-Bellat [2003], Becker [1964], Guy Rocher [1968], etc.). Quant à la littérature sur les fondements des intentions entrepreneuriales utilisée pour construire notre modèle conceptuel théorique de référence, elle est également très vaste, voire très controversée, mais les variables latentes qui permettent de mesurer ou de capter les intentions de créer une entreprise ou de se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial en Haïti ont trouvé leur originalité ainsi que leur sens d'application pendant que nous cherchons à mettre en valeur tous les éléments composant ou structurant les modèles psychosociologiques d'intention entrepreneuriale de base qui ont été élaborés par Shapero et Sokol (1982), Ajzen (1991) et Krueger (1993). Notons que le modèle de Shapero et Sokol (1982) se base sur la formation de l'évènement entrepreneurial. Le modèle de Ajzen (1991) est celui qui porte sur la théorie du comportement planifié. Et le modèle de Krueger (1993) est celui de Shapero et Sokol (1982) qui a été cependant repris et vérifié.

De plus, dans le souci de permettre d'apporter, avec beaucoup plus de rigueur scientifique, nos principales contributions qui sont à la fois d'ordres théorico-empirique, méthodologique, épistémologique et pratique et surtout de faire ressortir son centre d'intérêt qui est largement inscrit dans une perspective, ou dans une dynamique ou plutôt dans une vision économique globale du terme, notre thèse poursuit d'autres objectifs spécifiques, mais qui sont tous complémentaires. Nous notons en plus que ces objectifs spécifiques s'inscrivent dans une démarche d'application réelle liée au développement socio-économique durable et surtout dans le but de chercher à montrer l'importance de la curiosité, de la nécessité et des opportunités entrepreneuriales comme étant de nos jours trois notions clés dans les intentions d'entreprendre, mais qui sont très longtemps mal perçues en Haïti. Il s'agit notamment de :

- Faire un constat sur l'évolution de la situation historico-politique et socio-économique dans laquelle se trouve confronté le phénomène de la trappe à sous-développement d'Haïti. Par le biais des données micro et macro-économiques qui sont mises à notre disposition (IHSI [1998, 2003] ; PNUD [2005, 2007, 2010] ; Banque Mondiale [2010, 2016] ; etc.), nous remontons depuis la période esclavagiste, en passant par celle postcoloniale, c'est-à-dire par le jour même de la proclamation de l'indépendance d'Haïti le 1^{er} janvier 1804 jusqu'à son état actuel. En effet, cet objectif nous aide à comprendre davantage les motivations de l'objet d'étude;
- Montrer l'effet causal du traitement de la typologie des initiatives entrepreneuriales haïtiennes face aux comportements socioculturels, voire évaluer le poids que celui-ci peut engendrer. Pour parvenir à tout cela, nous avons pu recourir à plusieurs méthodes d'apprentissage supervisé. Parmi lesquelles, nous avons utilisé la régression naïve, l'estimateur d'appariement par le calcul du score de propension qui est initialement proposé par Rosenbaum et Rubin (1983), les estimateurs des plus proches voisins, de Caliper et par noyau de Kernel. En effet, si l'estimateur naïf permet d'évaluer l'effet causal du traitement de la typologie des actifs haïtiens sur leurs intentions entrepreneuriales, alors les autres estimateurs permettent par ailleurs de prendre en compte l'effet causal des facteurs socioculturels sur la typologie des actifs haïtiens qui sont traités et de calculer l'effet de traitement. Pour ce qui concerne cette étude, nous avons considéré deux types d'actifs dans la typologie des initiatives entrepreneuriales haïtiennes: les actifs haïtiens entrepreneurs et les actifs haïtiens non-entrepreneurs. Nous rappelons une fois de plus que les actifs entrepreneurs sont ceux qui travaillent à leur propre compte (les patrons ou chefs d'entreprise). Les actifs non-entrepreneurs eux-mêmes font partie de la catégorie de ceux qui sont sur le marché du travail grâce à une embauche et de ceux qui sont au chômage. En résumé, cet objectif nous a permis de dissocier les actifs face aux réalités socioculturelles afin de cerner ou d'apprécier concrètement leur véritable importance dans notre thèse;

- Dresser un portrait des réalités socioculturelles haïtiennes, via les variables qui sont jugées très pertinentes, pouvant freiner l'élan entrepreneurial pour chacun des dix départements géographiques du pays, d'un côté, et celui qui peut dans le cas contraire favoriser la motivation entrepreneuriale, de l'autre côté. Tout ceci est donc analysé puis visualisé à partir de la méthode d'apprentissage statistique non-supervisé comme l'analyse factorielle par correspondance multiple (ACM) qui est initiée par le statisticien Jean-Paul Benzécri (1960) et la technique de la classification hiérarchique ;
- Comprendre les différentes perceptions des Haïtiens sur les valeurs socioculturelles influençant leurs activités économiques ainsi que leurs attitudes et comportements face à ces valeurs ;
- Proposer dans une perspective de court, moyen et long terme des solutions pertinentes en termes d'importances, d'incitations et de stratégies à la création d'entreprise en Haïti (par exemple dans une optique d'opportunité et de contrainte, de performance économique, financière, voire managériale, l'importance dans la décision d'investissement, de la relation ou du couple homme-projet ou tout simplement le porteur du projet, etc.). Cet objectif est fixé dans l'intérêt de nous permettre d'appréhender le passage de l'intention entrepreneuriale à l'action entrepreneuriale en Haïti ;
- Apporter surtout quelques éclairages nécessaires sur l'implication (ou bien l'importance) du rôle de l'État haïtien en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles (aider à développer la culture d'entreprise par la mise en place des structures étatiques-privées comme l'incubateur dans toutes les grandes villes du pays, l'identification des pôles de créativité potentielle et de compétitivité via un vaste plan de relance économique, etc., favoriser la sécurité générale et la confiance chez les agents économiques, mettre en place sur toute l'étendue du territoire national un programme d'accompagnement, de renforcement et de soutien au financement des TPE/PME, faciliter la lisibilité, la communication, la promotion, le lobby pour la consommation des produits locaux et le savoir-faire haïtien tant en Haïti qu'à l'étranger et inciter en même temps les Haïtiens à consommer localement, etc.), ce qui peut déboucher non seulement sur plus de création

d'emplois, mais aussi sur la revalorisation de la richesse nationale et bien sûr sur la voie du développement socio-économique durable en Haïti.

Dans l'ensemble, pour parvenir à répondre à tous les objectifs dont elle a fait mention, notre thèse est organisée en quatre parties. Tout d'abord, la première partie consiste à faire une présentation sur l'évolution de la situation globale d'Haïti, par l'intermédiaire des données qui sont mises à notre disposition. En effet, dans un premier chapitre, cette partie se propose de présenter Haïti à partir de ses contextes historico-politique, socioculturel et économique et en tenant compte de ses aspects géopolitique et géostratégique afin de situer l'enjeu de notre thèse. Toujours dans cette même perspective, elle se propose aussi d'aborder dans un second chapitre d'autres aspects économiques clés, comme l'analyse de quelques faits stylisés qui sont liés analytiquement à la motivation de l'objet d'étude. De ce fait, elle consiste à faire un état des lieux sur l'évolution de la situation entrepreneuriale en Haïti, afin de cerner les inconvénients et les avantages qui sont habituellement évoqués sur son développement.

La deuxième partie aborde ensuite les fondements de l'entrepreneuriat face aux réalités sociales et culturelles à partir d'une revue de littérature théorique et empirique. Dans un premier chapitre, elle cherche à présenter spécifiquement les fondements théoriques de l'entrepreneuriat, comme les théories traditionnelles sur les approches économiques, les théories sur l'émergence des approches comportementales ainsi que le rôle et les comportements de l'entrepreneur dans des théories modernes de la firme, dans le développement économique et face au phénomène de la mondialisation suivis d'une synthèse de théories sur les différentes écoles de pensée ainsi que sur leurs principaux auteurs. Dans un second chapitre, elle cherche à présenter les réalités sociales et culturelles et quelques démarches explicatives sur leurs liens avec l'entrepreneuriat. Elle cherche aussi à présenter l'entrepreneur culturel à partir de quelques leçons tirées des pratiques de certains pays asiatiques, européens, américains, de l'Afrique subsaharienne et en général ceux qui ont hérité de la culture négro-africaine. Dans ce chapitre, elle aborde du même coup la conceptualisation d'un modèle intentionnel théorique de référence à partir de toutes les démarches constructives que celui-ci requiert.

Puis, la troisième partie consiste à aborder spécifiquement les positionnements épistémologique et méthodologique de l'entrepreneuriat face aux réalités sociales et

culturelles haïtiennes. En effet, dans un premier chapitre, elle présente l'entrepreneuriat dans le contexte socioculturel haïtien et formule toutes les hypothèses de recherche à partir du modèle conceptuel théorique de référence qui est établi suivi du cadre d'analyse retenu, ce qui peut faciliter tout le reste du travail. Elle profite du même coup pour présenter l'espace et la population privilégiés quant à la collecte des données et les différentes méthodes d'échantillonnage qui y sont rattachées. Dans un second chapitre, elle aborde tout ce qui concerne les traitements statistiques descriptifs univariés et bivariés sur la quasi-totalité des données constituant notre échantillon, en particulier sur certaines variables de recherche.

En dernier lieu, la quatrième partie examine l'influence des facteurs socioculturels sur les intentions d'entreprendre en Haïti, à partir de plusieurs méthodes de modélisation micro-économétrique et des tests de spécification et de validation qui sont nécessairement requis. Parmi ces méthodes de modélisation micro-économétrique, nous avons retenu les modèles de régression Probit ou Logit binaire qui sont estimés par la méthode du maximum de log-vraisemblance, suivis des calculs liés aux effets marginaux. Nous avons décidé aussi de faire des tests d'ajustement global sur les données utilisées et des tests d'appréciation sur la qualité des modèles estimés et une étude statique comparative, etc. Tous les éléments susmentionnés sont abordés dans un premier chapitre. Suite aux différents résultats obtenus, elle permet de faire dans un second chapitre un complément d'analyse micro-économétrique et statistique sur les intentions entrepreneuriales des actifs haïtiens via les méthodes d'apprentissage supervisé et non-supervisé. Parmi ces deux méthodes d'apprentissage, nous avons pu recourir premièrement à la régression naïve (par l'estimateur naïf), l'estimateur d'appariement par le score de propension, les estimateurs des plus proches voisins, de Caliper et par noyau de Kernel pour faciliter des évaluations causales. Nous avons utilisé en deuxième position les méthodes d'analyse des données multivariées comme l'analyse factorielle par correspondance multiple (ACM) et la classification hiérarchique pour faciliter l'apprentissage statistique non-supervisé. Toutes ces analyses nous amènent à aborder certaines de nos principales contributions comme l'implication de cette thèse en termes d'importances, d'incitations et de stratégies à la création d'entreprise en Haïti et quelques éclairages nécessaires sur l'importance du rôle de l'État haïtien en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles ainsi que les limites et les pistes pour de nouvelles recherches.

PARTIE 1

QUELQUES FAITS STYLISÉS SUR LES MOTIVATIONS DE L'OBJET D'ÉTUDE

INTRODUCTION

Dans la réalité, aucun ne peut prétendre aborder une étude dans le domaine de l'entrepreneuriat sans vouloir chercher à bien cerner son contexte, voire apprécier l'espace où elle est destinée. Alors, les questions sont de savoir pourquoi notre thèse se base-t-elle sur Haïti ? Quels sont ses véritables motivations, ou du moins son importance, son centre d'intérêt privilégié, voire ses attentes ?

La partie 1 tente de répondre plus largement à ces questions. Elle permet de comprendre toutes les démarches que nous utiliserons dans toute la suite du document. Tout d'abord, elle commence par situer Haïti dans son contexte global (*chapitre 1*) pour pouvoir faire ensuite un état des lieux sur l'évolution de sa situation entrepreneuriale (*chapitre 2*).

CHAPITRE 1. PRÉSENTATION DE L'ESPACE D'ÉTUDE : DIMENSIONS HISTORICO-POLITIQUES, SOCIOCULTURELLE, ÉCONOMIQUE, GÉOPOLITIQUE ET GÉOSTRATÉGIQUE

Ce chapitre n'est en fait qu'une première étape dans la structuration de la thèse, c'est-à-dire celle qui permet d'expliquer et de faire comprendre tout ce qui motive l'objet d'étude. C'est pourquoi, dans la première section, nous avons jugé bon et utile de présenter globalement Haïti dans ses contextes historico-politique, socioculturel et économique afin de faire ressortir les différentes variables qui peuvent expliquer le phénomène lié à sa trappe à sous-développement. Dans la deuxième section, nous présentons Haïti sur les plans géopolitique et géostratégique. Étant donné que tous les pays sont liés (qu'ils soient géographiquement, économiquement et culturellement) dans ce grand village planétaire grâce au phénomène de la mondialisation, il s'avère nécessaire de situer Haïti dans les relations internationales qu'il entretient. Nous verrons également dans cette deuxième section les politiques géostratégiques d'Haïti dans le cadre des accords signés avec les Institutions de Bretton Woods, à savoir la Banque Mondiale (BM) et le Fonds Monétaire International (FMI), et le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) sur la réduction de la pauvreté et dans le cadre des différents accords ratifiés sur la protection de l'environnement, en particulier le réchauffement climatique qui est de nos jours considéré comme un défi majeur en matière du développement durable.

Section 1. Panorama sur l'évolution de la situation d'Haïti à partir de ses contextes historico-politique, socioculturel et économique, durant la période esclavagiste à nos jours

Le contexte historico-politique permet de faire une analyse très brève de l'après de l'indépendance d'Haïti, mais de tenir compte en même temps de la période esclavagiste. Le contexte socioculturel fera ressortir les conditions sociales et culturelles dans lesquelles vit actuellement la population haïtienne, à partir d'une synthèse d'analyse tirée pour la plupart des données du Central Intelligence Agency (CIA, 2015), de l'Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI, 2003, 2007), du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD, 2005) et de la Banque Mondiale (BM, 2016). Le contexte économique permet d'analyser l'évolution de tous les agrégats macroéconomiques pertinents en Haïti. Le contexte économique permet d'analyser également certains aspects microéconomiques, comme l'inégalité des revenus par le biais de l'indice de Gini et de la fameuse courbe de Lorenz.

1.1. Panorama sur l'évolution de la situation historico-politique d'Haïti

Pour faciliter un panorama en conformité à l'évolution de la situation historico-politique d'Haïti, nous présentons d'abord une carte géographique qui nous permettra dans toute la suite de la thèse de situer à la fois le positionnement de chacun des départements avec leurs communes respectives et l'importance des quatre principales zones frontalières (Malpasse-Jimani, Ouanaminthe-Dajabòn, Belladère-Elias piña et Anse-à-Pitres-Pedernales) avec la République Dominicaine. Nous rappelons que la zone frontalière s'étend sur 360 kilomètres entre ces deux pays. Mais juste avant, nous présentons le globe terrestre qui permet de situer Haïti dans le monde et une carte pour pouvoir le géo-localiser dans le continent américain et plus particulièrement dans le bassin caribéen.

Figure 1a. Positionnement d'Haïti, à partir du globe terrestre, N° 17



Source : Atlas caraïbe (2007)

Positionner Haïti sur le globe terrestre permet de visualiser et d'avoir au moins une idée sur sa géo-localisation dans le monde. Par définition, le globe terrestre est une sphère dont la surface représente la disposition que les terres et les mers ont sur la planète Terre.

Figure 1b. Une carte d’Haïti dans le continent américain et dans le bassin caribéen, N° 5



Source : Atlas Caraïbe (2008)

Grâce à cette carte (figure 1b), nous pouvons visualiser et avoir au moins une idée sur la géo-localisation d’Haïti dans le continent américain, plus particulièrement dans le bassin caribéen. Elle nous donne aussi une vision sur le positionnement géostratégique et géopolitique d’Haïti par rapport aux autres pays de l’Amérique, à l’instar des États-Unis.

Figure 1c. Carte géographique d’Haïti et les frontières avec la Rép. Dominicaine, N° 23



Source : CNIGS (2015)

Même s’ils sont deux États indépendants, Haïti et la République Dominicaine partagent dans le bassin caribéen la même île qui s’appelait autrefois l’île d’Hispaniola, en

tenant compte de la carte N° 23 (figure 1c). Hispaniola veut dire petite Espagne. En fait, le nom d'Hispaniola venait de Christophe Colomb qui fut le premier à conquérir cette île le 5 décembre 1492 lors de sa première expédition en Amérique sous les ordres du Roi et de la Reine d'Espagne. Pour cette expédition, le Roi Ferdinand et la Reine Isabelle lui offraient trois caravelles (bateaux): la Pinta, la Nina et la Santa Maria.

Comme l'indique la carte N° 23 (figure 1c), la République d'Haïti est située à l'Ouest et la République dominicaine à l'Est sur cette île. La séparation des deux pays sur cette île (avant leur indépendance) vient après que l'Espagne décida de céder à la France la partie Ouest et de garder encore la partie Est. Nous notons que la date historique de la séparation fut en 1625, après plus d'un siècle de colonisation de l'île entière par les espagnols. L'Espagne a décidé depuis lors de pratiquer une colonisation de peuplement⁵ dans la partie Est. Alors que la France est convaincue plutôt par la pratique d'une colonisation d'exploitation⁶ dans la partie Ouest, en faisant venir des esclaves noirs importés d'Afrique (en particulier de l'Afrique subsaharienne) pour travailler dans les champs et pour faire fructifier la colonie en matière de reproduction ou de peuplement (Souffrant [1991, 1995] ; Anglade [1982] ; Gaillard [1981] ; Benoît [1986] ; etc.).

Les colons français sont restés plus d'un siècle et demi sur la partie occidentale de l'île, avant que l'Armée indigène sous le haut commandement de Toussaint Louverture (d'abord) et de Jean Jacques Dessalines (ensuite) leur déclarât la guerre pour libérer Haïti d'aujourd'hui du système esclavagiste le 1^{er} janvier 1804. Grâce à la victoire de cette bataille, Haïti devient la première République noire libre et indépendante du monde. Du même coup, il devient aussi le deuxième pays indépendant dans le continent américain après les États-Unis en 1776. Toutefois, depuis son indépendance, Haïti n'a pas cessé de vivre dans une situation socio-économique pitoyable, au point qu'il est classé comme le pays le plus pauvre de l'hémisphère occidental, c'est-à-dire au plus bas du classement des revenus per capita des États de l'Amérique depuis les années 1950 (Montas, 2005). Si pour Souffrant (1995), Haïti devait profiter de cette indépendance pour pouvoir redorer

⁵ La colonisation de peuplement vise à établir une population originaire de la métropole sur un territoire dont elle n'est pas issue. En effet, dans cette colonisation, l'État du pays colonisateur envoie dans le pays colonisé des personnes issues de la métropole (hommes, femmes, enfants) afin d'établir une présence pérenne et autonome et d'y bâtir une nouvelle société qui s'épanouira et se développera en particulier grâce à l'agriculture, au commerce, etc.

⁶ La colonisation d'exploitation implique une colonisation où la conquête d'un territoire se fait principalement à partir des forces militaires en vue d'en exploiter les richesses naturelles dans l'intérêt de la métropole.

aujourd'hui son blason en tant qu'une grande nation, alors pour Jeune (2008), la colonisation a plutôt laissé en Haïti des séquelles négatives qui ont entravé son développement tant sur le plan politique qu'économique et social. Dans ce sens, Montas parle des déboires d'Haïti comme un pays toujours en état de guerre (Montas, 2005). Pour l'auteur, Haïti vit complètement dans une situation d'instabilité politique, de précarité et de vulnérabilité, au point qu'il est toujours classé dans la Caraïbe comme le seul pays qui a enregistré le plus de coup d'état militaire sanglant, de la mal gouvernance et de la corruption, en faisant référence à la base de données de la «Transparency International» sur l'année 2004.

Toutefois, malgré ses misères, ses déboires et ses difficultés actuelles, Haïti reste toujours un symbole marquant l'histoire de l'humanité, parce qu'il était à la base de la révolution esclavagiste. Pour Sané (2009), cette dernière est considérée comme l'une des plus grandes révolutions du monde du XIX^{ème} siècle⁷ (voir le rapport du colloque organisé le 21 et 23 Août 2004 par l'UNESCO⁸ en Haïti sous le thème : « *La révolution haïtienne et l'universalité des droits de l'homme*»). Suite à une telle déclaration, est-il nécessaire de retenir que le système esclavagiste en lui-même n'a pas laissé aussi des valeurs positives chez les Haïtiens, si ce n'est que de mauvais souvenirs dans leur mode de vivre, leur façon de penser, d'agir, d'entreprendre, etc.? En sachant que cette question peut susciter de gros enjeux ou des intérêts d'ordre général, l'évolution de la situation historico-politique haïtienne partiellement élucidée a cependant le mérite d'être soulevée et doit être partagée plus largement sur d'autres points de vue.

1.2. Panorama sur l'évolution de la situation socioculturelle d'Haïti

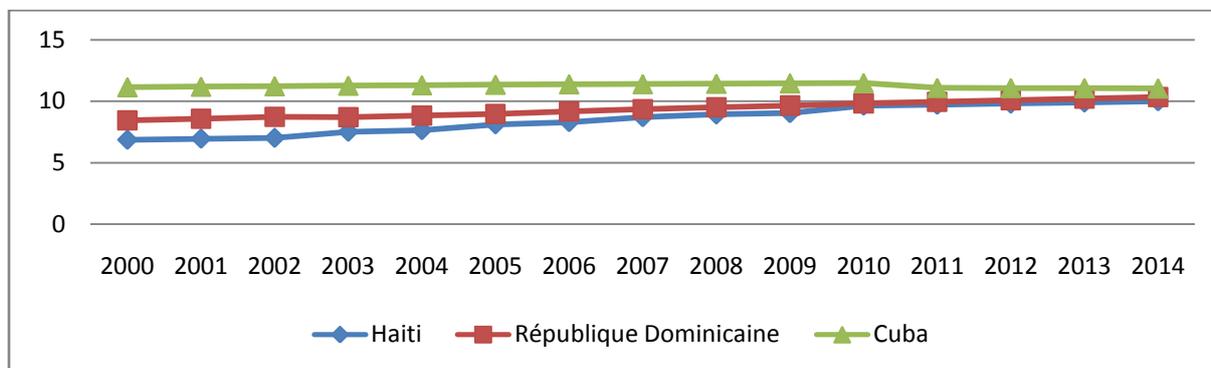
Parmi tous les pays de la Caraïbe, plus particulièrement ceux qui sont baignés par la mer des Antilles, Haïti reste le troisième pays qui possède le plus grand espace

⁷Pour de plus amples informations, consulter l'ouvrage de Giulia Bonacci, Dimitri Béchacq, Pascale Berloquin-Chassany et Nicolas Rey qui s'intitule : « *La révolution haïtienne au-delà de ses frontières* », Éditions Karthala, 2006 sur le site : https://books.google.fr/books?id=vPvLNBG9znYC&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

⁸ Au cours de ce colloque, Monsieur Pierre Sané, le sous-directeur de l'UNESCO, a souligné que «*la révolution haïtienne a été un moment-clé de l'histoire de l'humanité*». Voir le site : http://www.lemonde.fr/idees/article/2009/08/29/la-revolution-haitienne-trop-longtemps-occultee-par-jean-michel-caroit_1233263_3232.html

territorial⁹ (27 750 km²) et la plus grande population (10 110 019 habitants en 2015) après ceux de Cuba (110 860 Km² et 11 031 433 habitants en 2015) et de la République Dominicaine (48 730 km² et 10 478 756 habitants en 2015).

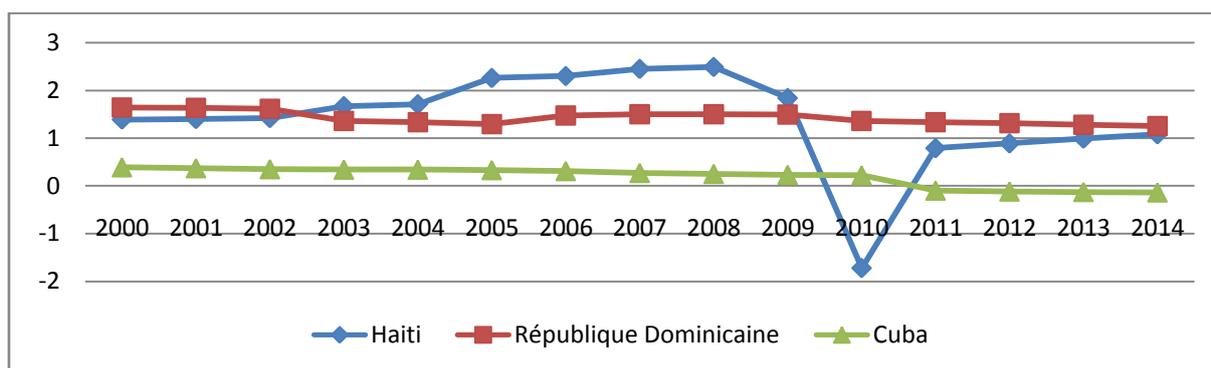
Figure 2a. Comparaison de l'évolution de la population haïtienne (en millions d'habitants) par rapport à celle des populations de la République Dominicaine et de Cuba (2000 à 2014)



Source : Construit par l'auteur avec les données du Central Intelligence Agency (CIA), 2015)

Comme l'indique la figure 2b, le taux de croissance de la population haïtienne croît plus rapidement à la hausse sur certaines périodes (2011-2014), comparativement à celui des populations de la République Dominicaine et de Cuba.

Figure 2b. Comparaison de l'évolution du taux de croissance de la population haïtienne (%) par rapport à celle des taux de croissance des populations de Cuba et de la République Dominicaine de 2000 à 2014



Source : Construit par l'auteur avec les données du Central Intelligence Agency (CIA), 2015

⁹L'espace territorial d'Haïti est divisé en 10 départements, 41 arrondissements, 133 communes et 565 sections communales. Ces dix départements sont : l'Ouest (Port-au-Prince, à la fois la capitale et la première ville d'Haïti), le Centre (Hinche), le Sud (Cayes, troisième ville du pays), le Sud-est (Jacmel), le Nord (Cap-Haïtien, deuxième ville du pays), le Nord-est (Fort-Liberté), le Nord-Ouest (Port-de-Paix), la Grand'Anse (Jérémie), l'Artibonite (Gonaïves) et les Nippes (Miragoâne).

Eu égard à l'évolution des données de la figure 2a, la population haïtienne n'a pas cessé d'augmenter d'année en année. Cependant, elle se concentre plus dans les grandes villes (soit 52% en 2015) que dans les milieux ruraux, à cause du phénomène de l'exode rural qui est très fréquent en Haïti. Par ailleurs, selon une étude de l'IHSI (2015), la population haïtienne croît à un rythme annuel de 1,8% en moyenne et est longtemps la plus jeune dans le continent américain, soit 50% ont moins de 20 ans en 2003 (IHSI [2003], RGPH [2003], PNUD [2005]). Toutefois, cette population qui est très jeune et qui croît rapidement fait face à d'énormes difficultés d'ordre socioculturel qui minent à la base son développement, comme le montrent les données du Fonds des Nations Unies Pour l'Enfance (UNICEF, 2013), du Recensement Général de la Population et de l'Habitat en Haïti (RGPH, 2003), de l'Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI, 2003, 2010), de l'Enquête sur les Conditions de Vie en Haïti (ECVH, 2003). Parmi les difficultés rencontrées, nous retenons la délinquance juvénile, l'éducation, l'accès à la santé, l'accès au logement et aux infrastructures de base, etc. Cette population est aussi confrontée au problème de base qui est lié au type de colonisation dont le pays a hérité.

A. Le problème de la délinquance juvénile

Selon Mauger (2009), la délinquance juvénile se définit comme étant un phénomène héréditaire qui est le plus souvent lié à des déficiences intellectuelles ou à des troubles mentaux. Pour Faget (2009), elle résulte plutôt d'un ensemble de facteurs comme ceux qui sont liés à la psychologie même d'un adolescent et la fragilité qui caractérise son stade de développement humain, ceux qui sont liés à la famille (facteurs familiaux) et ceux qui sont d'ordres social et économique (facteurs sociaux et économiques). Même si elle est partout très difficile pour l'évaluer statistiquement, elle est pourtant très longtemps à la mode en Haïti si l'on tient compte du taux d'insécurité (violences conjugales, vols, viols, cambriolages, etc.) et du taux de criminalité (actes de banditisme, meurtres par homicide volontaire, etc.) qui y augmentent ces dernières années (soit une croissance de 2,3% entre 2010 et 2015 selon les responsables des organismes des droits de l'homme en Haïti, comme la POHDH¹⁰, le RNDDH¹¹, le CE-JILAP¹², etc.). Pour ainsi dire, la délinquance juvénile

¹⁰Plate-forme des Organisations Haïtiennes des Droits Humains

¹¹Réseau National de Défense des Droits Humains

¹²Commission Episcopale Nationale Justice et Paix (CE-JILAP)

trouve son origine en Haïti à partir du phénomène de la « *timounisation*¹³ », qui elle-même est une situation typiquement haïtienne (bien qu'il existe pareillement dans d'autres pays les moins avancés, PMA). Dans cette situation, on retrouve des personnes qui n'atteignent pas encore l'âge de maturité pour être mère de famille, mais qui mettent au monde des enfants sans être capables de prendre soin d'eux, parfois par manque de moyens économiques, d'éducation de base, d'encadrement social, de paternité responsable, etc. En effet, selon les données tirées du Fonds des Nations Unies Pour l'Enfance (UNICEF) sur Haïti en 2013, le phénomène de la « *timounisation* » est devenu un facteur d'aggravation de la situation sociale du pays suite au séisme dévastateur du 12 janvier 2010. Il est généralement à la base du taux élevé des enfants orphelins à la mort d'un parent (soit 18% en 2013 et dont la moitié est estimée orphelins à cause du sida), de la malnutrition (soit 24% des enfants de moins de 5 ans souffrent de malnutrition chronique en 2013), de la mortalité infantile (soit le taux de mortalité pour les nourrissons 0 à 12 mois est de 57 pour 1000 naissances vivantes en 2013) et de la prévalence du VIH (en fait, sur 6800 enfants et 58 000 femmes sont estimés être séropositives, seulement 14% des enfants séropositifs ont accès au traitement antirétroviral en 2013). Enfin, ce phénomène est responsable en majeure partie de la délinquance juvénile qui existe dans le pays. En Haïti, plus particulièrement dans les grandes villes du pays, la délinquance juvénile constitue un cercle infernal pour lequel de bonnes politiques publiques doivent être mises en application pour pouvoir limiter les dégâts.

B. L'accès à l'éducation pour tous

Avec un système éducatif qui est contrôlé à plus de 80% par le secteur privé, les études statistiques internationales ont classé Haïti comme le seul pays de l'Amérique où l'État ne peut pas assurer seul la gratuite de scolarité des enfants du premier cycle, en dépit des efforts consentis par des bailleurs de fonds internationaux pour financer les différents programmes d'éducation pour tous mis en place par les autorités concernées. Dans ce sens, Moisset et Mérisier (2001) ont mentionné que les résultats tant souhaités ne sont pas toujours adaptés à la réalité du pays. Pour Moisset et Mérisier (2001), même ceux qui sont scolarisés, il y a toujours une demande non satisfaite, car la majorité de ces scolarisés n'ont pas accès aux salles de classe par manque de moyens ou de la faiblesse de

¹³ Terme utilisé en Haïti pour désigner la naissance d'un enfant lorsque sa mère n'a pas encore atteint l'âge de maturité ou de responsabilité (de moins de 18 ans).

desserte. En effet, même les statistiques réalisées en 2003 pour le compte du Ministère de l'Éducation Nationale et de la Formation Professionnelle (MENFP) le prouvent. Ces statistiques montrent que l'accès à l'enseignement en Haïti, de façon générale, et à l'enseignement secondaire, en particulier, reste très faible. Elles montrent que seulement 15% des enfants âgés de 12 à 18 ans atteignent le niveau secondaire. Ceci est corroboré par les résultats du dernier recensement général de la population et de l'habitat (RGPH) réalisé en 2003, selon lesquels plus de 37,4% de la population âgée de cinq ans et plus ne sont pas scolarisés. Environ 35,2% de la population ont atteint le niveau primaire contre 21,5% qui ont atteint le niveau secondaire et seulement 1,1% ont atteint le niveau universitaire, estiment les données du RGPH en 2003. Et, selon ces mêmes données, la situation est encore pire dans les milieux ruraux avec un taux de déperdition net de scolarisation au cycle secondaire estimé à seulement 11%. De plus, il y a environ $\frac{1}{3}$ des enfants âgés entre six (6) ans et douze (12) ans et plus de 40% de ceux qui sont âgés entre cinq (5) ans et quinze (15) ans qui n'ont jamais fréquenté l'école (Voir pour de plus amples informations le rapport du Ministère de la Planification et de la Coopération Externe, MPCE, 2007, pp. 36-37).

Il résulte que le manque d'accès à l'éducation pour tous est généralement à la base de l'augmentation du taux de l'analphabétisme en Haïti, si bien qu'il passe de 30,9% en 2004 à 49,3% en 2015. C'est le taux le plus élevé en comparaison avec les pays de la Caraïbe (soit 34,4% en moyenne).

Par ailleurs, Haïti fait face aussi à un problème de fuite de cerveaux, à côté de l'inaccessibilité à l'éducation pour tous. Ce qui veut dire que la majorité des Haïtiens qui ont atteint un niveau élevé (Master, Doctorat, etc.) dans l'enseignement supérieur migrent à l'étranger dans l'espoir de faire leur vie ailleurs. En comparaison avec les pays du bassin caribéen (soit 30% en moyenne), il existe plus de fuite de cerveaux du côté des Haïtiens (soit 46% en 2015) qui migrent au Canada et aux États-Unis après avoir reçu un niveau élevé dans l'enseignement supérieur. Il est à noter aussi que le problème migratoire n'est pas seul chez la catégorie des Haïtiens qui reçoivent un niveau élevé dans l'enseignement supérieur, il en existe chez une bonne partie de la population qui cherche à migrer à l'étranger, dans le but de trouver une vie meilleure. Et, le nombre continue d'augmenter d'année en année, selon les responsables de l'Office national de la Migration en Haïti

(ONM) et les dirigeants des droits humains comme le groupe d'appui aux rapatriés et réfugiés (GARR Haïti), le réseau national de défense des droits humains (RNDDH), etc.

C. L'accès aux soins de santé

Avec plus de 234 hôpitaux, dispensaires, centres de santé privés et publics recensés sur toute l'étendue du territoire national par l'IHSI en 2015, la situation sanitaire en Haïti se montre aussi très lamentable pour une population qui croît à un rythme vertigineux. D'après la carte de pauvreté d'Haïti, seulement 26 communes parmi les 133 en 2004 offrent un accès aux services primaires de santé moins faible (soit 19,5% environ). Les autres se trouvent dans la catégorie d'extrêmement faible à modérément faible. 13,5% de la population adulte (c'est-à-dire entre 18 ans et plus) ont une insuffisance pondérale ou sont en situation de malnutrition (Indice de Masse Corporelle – IMC - inférieur à 18,5). Parallèlement, 20,4% de la même population se caractérisent par une surcharge pondérale (IMC supérieur à 25). Les départements de la Grand'Anse et du Nord-ouest, du Centre et du Nord-est présentent les plus fortes proportions d'adultes ayant une insuffisance pondérale (respectivement 23,4% ; 21,8% ; 21,3% ; 20,3%). De faibles niveaux d'éducation sont associés à l'insuffisance pondérale. Par ailleurs, les personnes ayant une surcharge pondérale résident plus fréquemment en milieu urbain qu'en milieu rural. Les individus dont l'indice de masse corporelle renvoie à une configuration normale (IMC compris entre 18,5% et 24,9%) sont plus nombreux chez les hommes que chez les femmes (75,7% contre 63,1%). Il existe une forte association entre le revenu du ménage et l'état nutritionnel des adultes. Plus le revenu est élevé, moins il y a d'individus ayant une insuffisance pondérale (19,8% dans le premier quintile contre 6,7% dans le dernier), et plus il y a d'individus caractérisés par une surcharge pondérale (32,7% dans le dernier quintile contre 14,1% dans le premier).

Par rapport aux autres pays qui partagent l'espace territorial de la Caraïbe, Haïti se retrouve statistiquement en dernière position en nombre d'habitants par médecin (soit 1 médecin pour 54 habitants) (ECVH, 2003). Pourtant, il existe plus de 6 facultés reconnues d'utilité publique qui forment des médecins en Haïti, sans compter ceux qui sont formés à l'étranger (en particulier à Cuba). Au cours des années 1998 à 2015, plus de 200 médecins haïtiens sont sortis diplômés en médecine à Cuba via des bourses d'études accordées par le gouvernement cubain à celui haïtien. L'octroi de bourses d'études s'inscrit dans le cadre

d'un accord bilatéral entre ces deux pays (source : Ministère de la Santé Publique et de la Population en Haïti, MSPP en 2016). À côté, nous notons que plus de 40 médecins généralistes en moyenne sont sortis diplômés chaque année à la Faculté de Médecine et de Pharmacie (FMP) de l'Université d'État d'Haïti (UEH). Malgré ce nombre de médecins qui existe, Haïti fait face toujours à de grandes difficultés au niveau de la santé publique. Pour l'Organisation mondiale de la Santé (OMS, 2011), certaines difficultés sont liées à la non-affectation dans les centres hospitaliers de la majorité des médecins qui sont diplômés, particulièrement ceux qui sortent de l'étranger (Cuba par exemple). Et pour Pierre (2008), cela est dû à l'irresponsabilité de l'État haïtien. De plus, beaucoup d'entre eux laissent le pays pour aller migrer à l'étranger. Le Canada et les États-Unis sont généralement leur première destination.

D. L'accès au logement et aux infrastructures de base

En se référant aux données de l'enquête sur les conditions de vie en Haïti (ECVH) qui sont réalisées par l'IHSI en 2003, l'état de la situation d'Haïti dans plusieurs domaines apparaît de plus en plus très critique. Selon ces données, plus de 59% de logements recensés dans les zones rurales sont de type ajoupas et maisonnettes. Pour ce qui a trait aux zones urbaines, la région métropolitaine de Port-au-Prince¹⁴ est la seule qui concentre plus de maisons de type ordinaire avec étage et appartement. Même si la majorité de ces maisons ordinaires sont détruites pendant le séisme du 12 janvier 2010, celles qui sont sans étage sont en général de petites tailles et comportent en moyenne 2,7 pièces par rapport à celles qui ont au moins un étage et les appartements et qui comptent en moyenne 3,5 pièces. Alors que la densité des logements dans la région métropolitaine est de 2,5 personnes par pièce, dans l'ensemble du pays elle est pourtant évaluée à 2,1 personnes par pièce. Et, parmi tous les logements du pays recensés dans cette enquête de 2003, seulement 11,5% disposent d'une douche ou d'une baignoire individuelle. Ces catégories de logements sont de 20,3% dans la région métropolitaine contre 7,9% dans les autres villes et 2,5% en milieu rural.

¹⁴ Créée à partir du décret du 6 janvier 1982, la région ou l'aire métropolitaine de Port-au-Prince est constituée de 8 communes avoisinantes dans le département de l'Ouest d'Haïti. Ces communes sont Port-au-Prince (la capitale haïtienne), Carrefour, Delmas, Pétion-ville, Tabarre, Cité-soleil, Kenscoff, Gressier, Croix-des-bouquets, eu tenant compte des informations disponibles du Comité interministériel d'Aménagement du Territoire en Haïti (CIAT, 2013).

Pour ce qui a trait à l'électricité durant cette date, seulement 31,6% en ont accès sur l'ensemble du pays. Cette proportion est répartie comme suit : 92% se trouvent dans la région métropolitaine de Port-au-Prince, 23,2% sont dans des villes de province et seulement 10,5% des ménages se situent dans des zones rurales. Le reste de la proportion dont plus de 67,5% des ménages n'ayant pas de connexions électriques utilisent en général des lampes à kérosène et /ou des lampes « *tègridap*¹⁵ ». Dans la capitale, la consommation de bougies représente plus de 51%. Alors que l'utilisation des lampes à kérosène n'est que de 41,6%. Les autres populations de la capitale qui sont estimées à 4,9% utilisent les sources d'énergie comme les génératrices, les inverters¹⁶ et les dispositifs d'énergie solaire qui ne représentent que 1,7% de la consommation totale d'énergie. De plus, nous notons que les conditions de vie de la population haïtienne n'ont pas amélioré jusqu'ici en termes d'accès tous au courant électrique, même avec l'accord de coopération énergétique « *Péto Caribe*¹⁷ » qui a été signé en septembre 2007 entre le Venezuela et la République d'Haïti. Conclu sur une durée de 25 ans, cet accord avait pour but de garantir à la République d'Haïti un approvisionnement en produits pétroliers au prix international du marché et à des conditions préférentielles de paiement. Selon les modalités de cet accord, une partie des montants qui sont générés devaient financer 186 projets de développement durable en Haïti. Contrairement à ce qui a été mentionné dans les modalités de l'accord, aucun des 186 projets de développement n'a été financé et les montants qui leur étaient destinés sont utilisés à d'autres fins, souligne le rapport d'une commission parlementaire¹⁸ chargée de faire la lumière sur le dossier en 2017.

L'accès à l'eau courante est pénible avec seulement 20% des maisons qui en sont approvisionnées sur l'ensemble du territoire haïtien. Par exemple, dans la région métropolitaine de Port-au-Prince, seulement 42% des maisons avec étages et 34,2 % des maisons appartenant à 20% des ménages ayant le plus haut revenu ont accès à l'eau courante. Les autres ménages s'approvisionnent généralement dans les sources ou les rivières (46,8%), par le stockage de l'eau de pluie (39,6%), dans les fontaines publiques

¹⁵ Ce sont des lampes fabriquées artisanalement avec des boîtes cylindriques en tôle.

¹⁶ Source d'énergie que l'on utilise dans certaines maisons en Haïti, en l'absence du courant électrique fourni par l'électricité d'État d'Haïti (EDH). L'ANADIPP est l'association des distributeurs de produits pétroliers.

¹⁷ Pour de plus amples informations sur l'accord Petro Caribe en Haïti, consulter le site de la primature (bureau du premier ministre en Haïti) : <http://primature.gouv.ht/?p=2112>

¹⁸ Voir le rapport du parlement sur le site : <http://lenouvelliste.com/lenouvelliste/article/162164/PetroCaribe-resume-complet-du-rapport-de-la-commission-Ethique-et-Anti-Corruption-du-Senat>

(24,7%) et l'achat de seaux d'eau (23,4%). Et, quant à l'eau à boire, les ménages s'approvisionnent généralement dans les sources ou les rivières (34,7%) et dans les fontaines publiques (20,5%). Quant à la région métropolitaine de Port-au-Prince, le mode d'approvisionnement le plus fréquent est l'achat de seaux d'eau qui est une action entreprise par 59,7% environ des ménages. Pour ce qui concerne l'eau traitée (eau potable), seulement 9,9% des ménages dans cette région en achètent, même si c'est très compliqué dans le reste du pays.

En Haïti, l'énergie utilisée pour la cuisson provient généralement de deux sources. La consommation du bois représente 63,3% et celle du charbon de bois représente 57,2%. Cependant, l'utilisation du gaz propane et du kérosène pour la cuisson se fait plus fréquemment dans la région métropolitaine de Port-au-Prince. La consommation de ces deux sources d'énergie représente respectivement 17,9% et 27,1%. Dans les autres milieux résidentiels, on utilise du charbon de bois pour la cuisson. Sa consommation représente 88,7%.

En dernier lieu, 52,8% des individus vivant dans la région métropolitaine de Port-au-Prince ont un statut de locataire ou de fermier. Tandis que 19% des individus dans les autres villes ont également ce statut. Généralement, les « *kay atè* », les taudis/ajoupas et les maisons ordinaires à un niveau sont occupés par leurs propriétaires. 47,6% des maisons ordinaires à étage(s) et des appartements sont loués ou affermés.

E. L'héritage d'une culture diversifiée en Haïti pendant la période esclavagiste

De nombreux faits saillants ont marqué l'histoire d'Haïti, depuis la période esclavagiste jusqu'à aujourd'hui. Toutefois, un des faits saillants qui reste gravé plus dans la mémoire des Haïtiens est le problème de la multiculturalité que les esclaves venus d'Afrique ont transportée au moment de la colonisation française en Haïti. En effet, arrivés dans des conditions infrahumaines dans la colonie, ces esclaves qui sont pour la majorité originaires du Bénin, du Congo, du Gabon, du Togo, du Niger, de la République Centre Afrique, etc. ont tous leur mode de penser, de vivre, de comprendre, d'agir et de faire. Ces comportements ont été très rapidement véhiculés, voire transcendés de génération en génération, étant donné que le but de la venue des esclaves était non seulement pour travailler dans les champs, mais surtout pour faire fructifier la colonie en

matière de reproduction et d'accouplement (Benoît, 1986). Toutefois, ce que les chercheurs retiennent aujourd'hui à l'intérieur des cultures de ces peuples, c'est qu'aucune d'entre elles n'a jamais manifesté de grands intérêts en matière du développement économique durable, en dépit de nombreuses réformes qui sont toujours plébiscitées (Logossah [2007] ; Kané [2008] ; Onana [2003]). C'est pourquoi une telle culture sur laquelle est fondée la nation haïtienne n'a jamais permis non plus au peuple haïtien d'avoir la capacité de s'unifier autour de différents projets de développement commun (Jeune [2008] ; Tesse [2011, 2015] ; etc.). Qu'en est-il des projets de développement individuel ? En tout cas, ce pays, qui continue encore à s'acculturer, vit actuellement dans une misère intenable, donc la pauvreté, l'inégalité et l'exclusion sociale que nous développerons plus largement dans le paragraphe 2.1.

F. Conséquences et influences du type de colonisation dont Haïti a subi avant son indépendance : une remise en cause

Contrairement à l'Angleterre qui a favorisé le développement dans certains pays qu'elle a colonisés, la colonisation pratiquée par la France était plutôt basée sur le principe de l'exploitation dans toutes ses colonies. Dans le contexte haïtien, certains chercheurs parlent de la colonisation française comme une forme d'assimilation, de dépendance totale, parce qu'elle part du principe « *tout part et pour la métropole* » (Gaillard [1981] ; Souffrant [1991,1995] ; etc.). En effet, pour ces chercheurs qui viennent juste d'être susmentionnés, la France n'a pas facilité aux pays colonisés les moyens pour qu'ils puissent se développer durablement même après leur indépendance, si bien qu'ils sont actuellement parmi les pays les plus pauvres du monde. Selon Jeune (2008), cette dépendance est actuellement véhiculée en Haïti sous plusieurs formes. Parmi lesquelles, la foi en l'aide des autres ou l'assistanat qui constitue une sorte d'handicap pour les Haïtiens à s'engager seuls dans leurs propres activités de développement. Toutefois, la foi en l'aide des autres ou l'assistanat considérée par Jeune (2008) mérite de faire l'objet d'une analyse plus approfondie. C'est ce que nous essayons de faire dans le cadre de cette présente thèse.

1.3. Panorama sur l'évolution de la situation économique d'Haïti

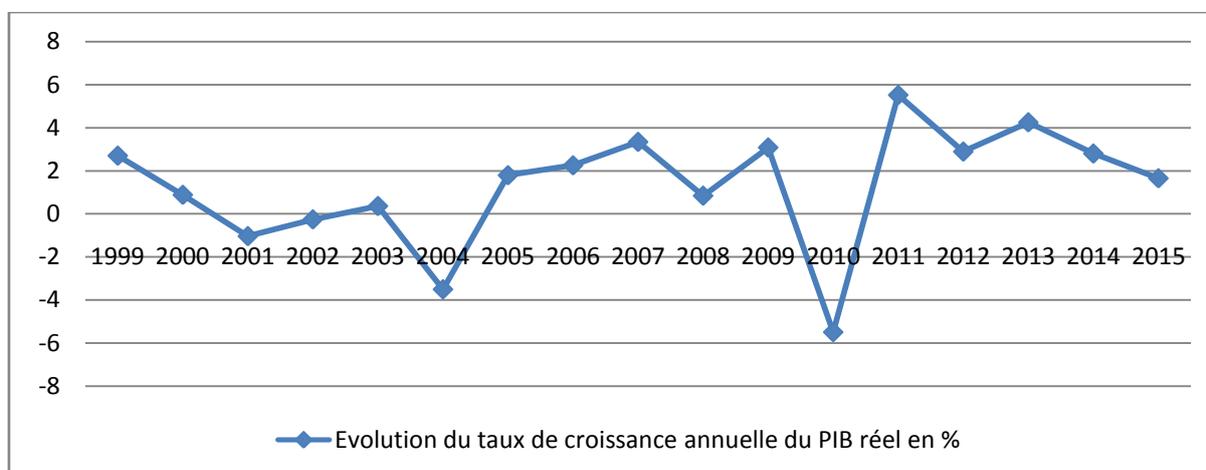
Comme nous venons de situer plus haut l'évolution du taux de croissance de la population haïtienne par rapport à son environnement socioculturel, il s'avère plus que nécessaire de situer ici cette même population dans son contexte économique pour

permettre de bien détecter ce qui en existe réellement. Pour cela, il paraît intéressant de porter notre attention sur certains indicateurs macroéconomiques et microéconomiques jugés pertinents.

A. Évolution du taux de croissance annuelle du PIB réel (en %)

Le taux de croissance du PIB permet généralement de voir entre deux années successives le pourcentage de la richesse (biens et services marchands) qui est créée par une population (qu'il soit négatif ou positif). Dans le contexte haïtien, ce taux paraît très critique, parce que la quantité des activités économiques qui sont créées entre deux périodes ne permet pas de répondre favorablement aux besoins de cette population. Selon Doutra (2001), tout cela est dû au manque d'investissement dans les secteurs d'activité productive pour des raisons d'ordres politique, économique, culturel, social, institutionnel et financier. Et, par rapport au taux moyen des pays de l'Amérique latine et de la Caraïbe (soit en moyenne de +4,1% en 2015), le taux de croissance annuelle d'Haïti affiche une forte baisse, soit (-1,5%) en 2015 (CEPALC, 2016).

Figure 3. Évolution du taux de croissance annuelle du PIB réel haïtien de 1990 à 2015



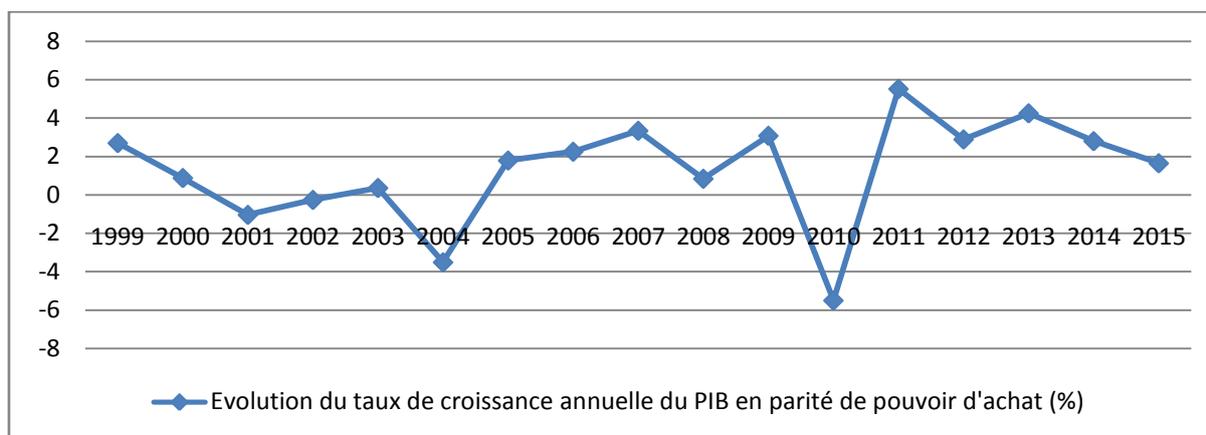
Source : construite par l'auteur à partir des données de 2016 de la Banque Mondiale

Eu égard à l'évolution du graphique 2, Haïti a enregistré un taux de croissance annuel du PIB de 1,3% en moyenne durant la période de 2000 à 2015. Toutefois, c'est en 2011 qu'il a enregistré le taux de croissance le plus élevé (+5,52%) et c'est en 2010 qu'il a enregistré le taux le plus bas (-5,50%). Dans l'ensemble, le taux de croissance annuelle du PIB a chuté de 39% en 16 ans.

B. Évolution du taux de croissance annuelle du PIB en parité du pouvoir d'achat

Le PIB en parité du pouvoir d'achat est un indicateur qui permet de mesurer l'activité économique d'un pays en se basant sur le revenu moyen de ses citoyens. Eu égard à des données relatives à la population haïtienne, l'évolution du taux de croissance du PIB en parité du pouvoir d'achat a atteint 5,52% en 2011, après une baisse de 5,50% en 2010.

Figure 4. Évolution du taux de croissance annuelle du PIB en parité du pouvoir d'achat des Haïtiens (%), à partir des valeurs constantes en 2011



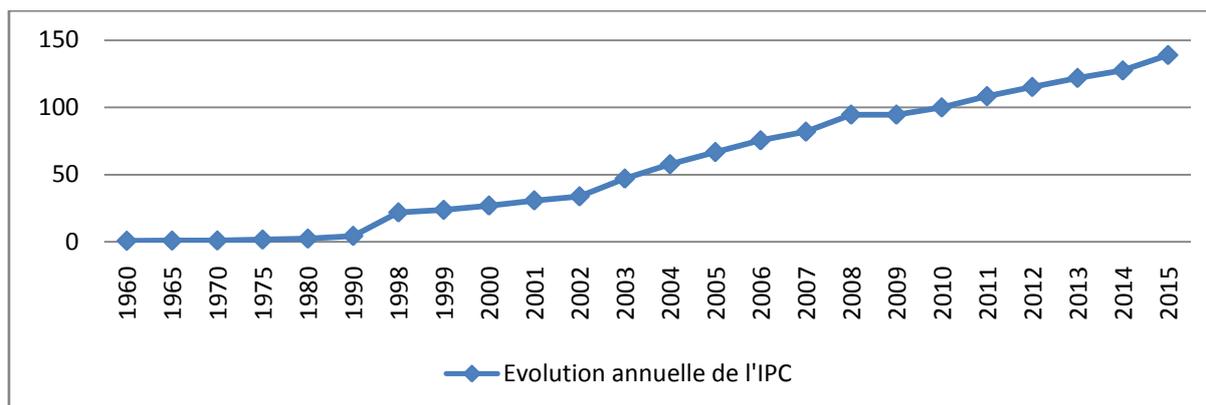
Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

Par ailleurs, par rapport aux données mondiales disponibles de la Banque Mondiale en 2015, la part du PIB en parité du pouvoir d'achat relative d'Haïti était de 0,02 % en 1998. Cette même part était de 0,02 % en 2015.

C. Évolution annuelle de l'indice des prix à la consommation (2010=100)

L'indice des prix à la consommation (IPC) est une mesure qui permet de suivre dans le temps l'évolution des prix des biens et services couramment utilisés ou consommés. Dans le contexte haïtien, les biens et services consommés incluent les aliments, le logement, les meubles, l'habillement, les transports et les loisirs. Eu égard à des données disponibles de la Banque Mondiale sur la période de 1960 à 2015, c'est en 1960 que le pays a enregistré la valeur la plus basse (0,62) et c'est en 2015 qu'il a enregistré la valeur la plus élevée (139,03). Selon les prévisions de la Banque Mondiale pour les années à venir, la valeur de l'IPC a une forte possibilité d'augmenter en Haïti. En effet, en 2020, cette valeur devrait osciller autour de 174.

Figure 5. Évolution annuelle de l'indice des prix à la consommation de 1960 à 2015

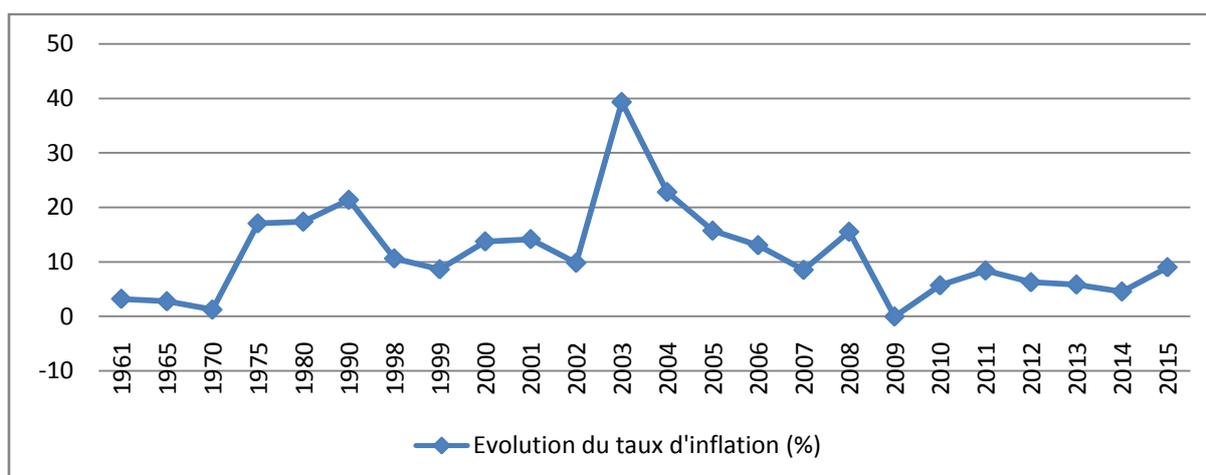


Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

D. Évolution annuelle du taux d'inflation (%)

Le taux d'inflation désigne la variation, en pourcentage, de l'indice des prix sur une période de temps donné par rapport à l'indice calculé au cours d'une période précédente. Il est le plus souvent calculé en glissement annuel. Selon les données disponibles de la Banque Mondiale sur Haïti, le taux d'inflation a atteint 34,29% en 1994 et 39,29% en 2003. Les deux dates rappellent la présidence de Jean-Bertrand Aristide. En effet, pendant ces deux périodes, le pays a connu de nombreuses crises politiques, ce qui impacterait en majeure partie toutes ses activités économiques.

Figure 6. Évolution annuelle du taux d'inflation (%) de 1960 à 2015

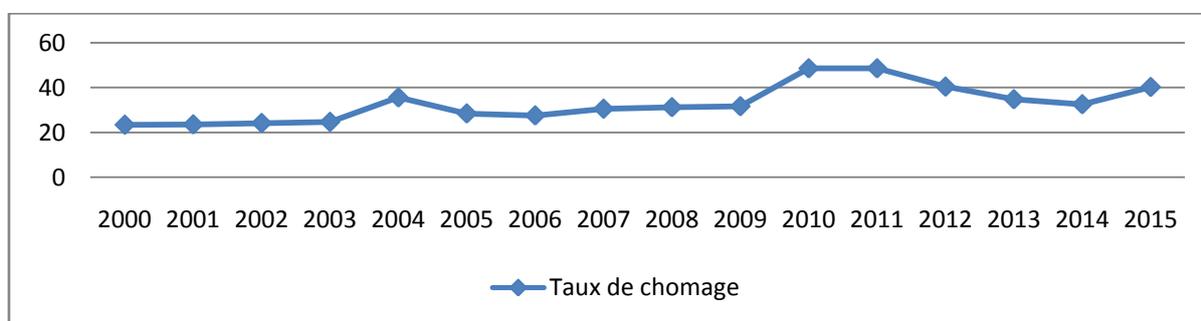


Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

E. Évolution annuelle du taux de chômage (%)

Le taux de chômage est défini au sens du Bureau International du Travail (BIT) comme étant la proportion du nombre de chômeurs dans une population active. Son évolution est très critique en Haïti, si bien que le taux ne cesse de croître durant toutes ces dernières années. Eu égard à des prévisions de la Banque centrale de la République d'Haïti (BRH) en 2015, le taux de chômage continuera encore à augmenter plus dans les années à venir, si aucune mesure en matières de politiques économiques n'est pas prise par l'État central.

Figure 7. Évolution annuelle du taux de chômage (%) sur la période de 2000-2015



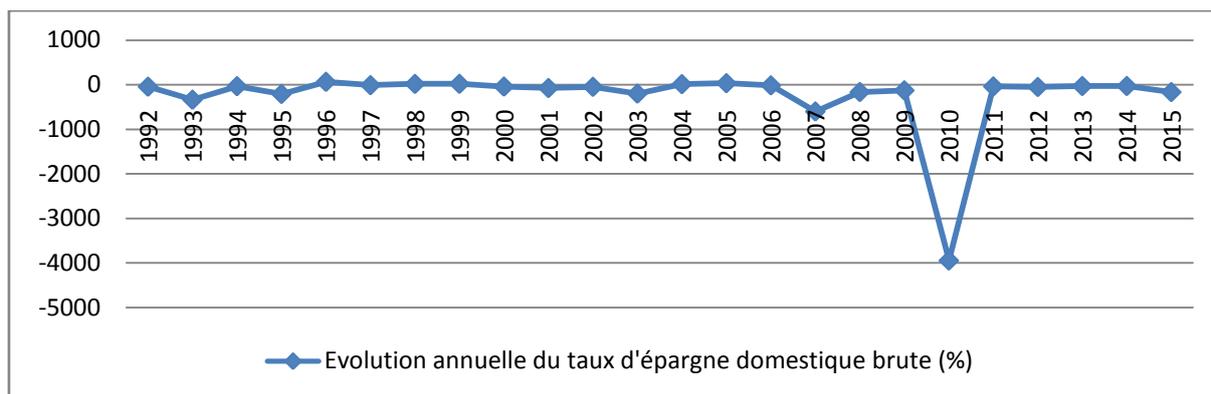
Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

F. Évolution annuelle du taux d'épargne domestique brute (%) (à partir du montant constant en dollars américains)

L'épargne domestique brute est la différence entre le PIB et les dépenses de consommation finale (l'ensemble de la consommation dans un pays pendant une période donnée). D'une manière plus précise, l'épargne domestique brute représente la partie du revenu national disponible qui n'est pas affectée à la dépense de consommation finale. Elle correspond aussi à la somme des épargnes brutes des différents secteurs institutionnels. Cet indicateur tire son utilité du fait qu'il nous renseigne sur la capacité d'un pays à débloquer ses propres capitaux pour les investissements. Autrement dit, la non dépendance vis-à-vis des capitaux étrangers.

Selon la Banque Mondiale (BM, 2016), Haïti a enregistré en 1999 la valeur de l'épargne domestique brute la plus élevée (425 millions de dollars américains) et la valeur la plus basse (-1 milliard de dollars américains). Par ailleurs, le taux d'épargne domestique brute s'élève à 1% sur la période de 1991-2015.

Figure 8. Évolution annuelle du taux d'épargne domestique brute (%) entre 1992 et 2015



Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

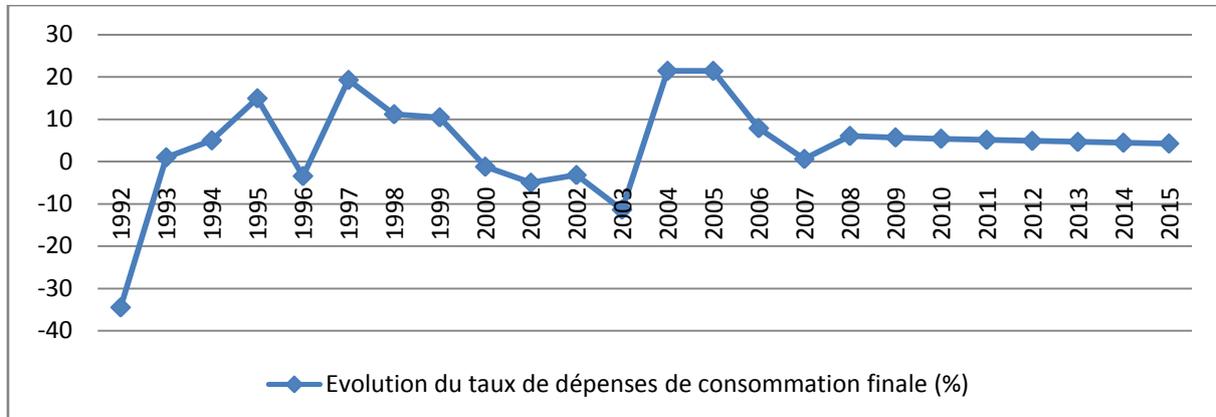
G. Évolution du taux de dépenses de consommation finale des ménages (%)

Les dépenses de consommation finale des ménages sont la consommation individuelle qui regroupe tous les biens et services (dits «individuels») acquis par les ménages (par opposition aux acquisitions gouvernementales) dans le but de satisfaire les besoins des membres du ménage. Pour la Banque Mondiale (BM, 2016), la consommation des ménages vise spécifiquement les dépenses que les ménages supportent directement. En ce sens, on y additionne les différentes dépenses des ménages comme les aliments, les boissons, les vêtements, les dépenses en eau, en électricité, en chauffage, en ameublement, en équipement ménager, en entretien courant de la maison et services de communication (par exemple internet, téléphone, télévision par câble). Elle comporte aussi des dépenses en matière de santé comme les médicaments. Enfin, on y retrouve les dépenses en matière de loisir et de culture des ménages comme les livres, les abonnements, les voyages, etc. Toutefois, les dépenses en santé qui sont assumées par l'État ainsi que les investissements faits par les ménages dans l'achat d'une maison exclus de cette catégorie. Les biens et services qui ne sont pas payés directement par les ménages, même si ceux-ci peuvent en profiter, les infrastructures routières et les services de sécurité par exemple sont également exclus. Nous notons que les dépenses de consommation finale des ménages sont une composante importante du PIB.

Pour ce qui a trait à Haïti, c'est en 2006 que le pays a enregistré la valeur la plus élevée (4 378 607 661 de dollars américains) et c'est en 1992 qu'il a enregistré la valeur la

plus basse (1 990 686 221 de dollars américains). Le taux de dépenses de consommation finale des ménages représente 44 % entre 1991 et 2006.

Figure 9. Évolution du taux de dépenses de consommation finale des ménages (1992 - 2015)

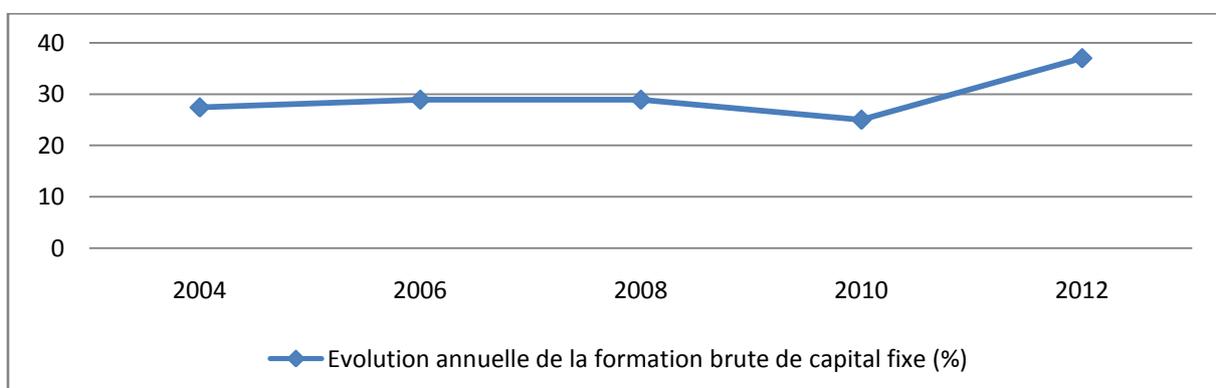


Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

H. Évolution annuelle du taux de formation brute de capital fixe (%)

Comme son nom l'indique, la formation brute de capital fixe est un indicateur qui permet de mesurer l'investissement, c'est-à-dire l'acquisition des biens de production en capital fixe des différents agents économiques résidents dans un pays. Et le capital fixe est l'ensemble des actifs corporels et incorporels destinés à être utilisés dans le processus de production pendant au moins une année. En Haïti, le capital fixe est passé de 27,4% à 37% sur la période de 2004-2012.

Figure 10. Évolution annuelle du taux de formation brute de capital fixe entre 2004 à 2012



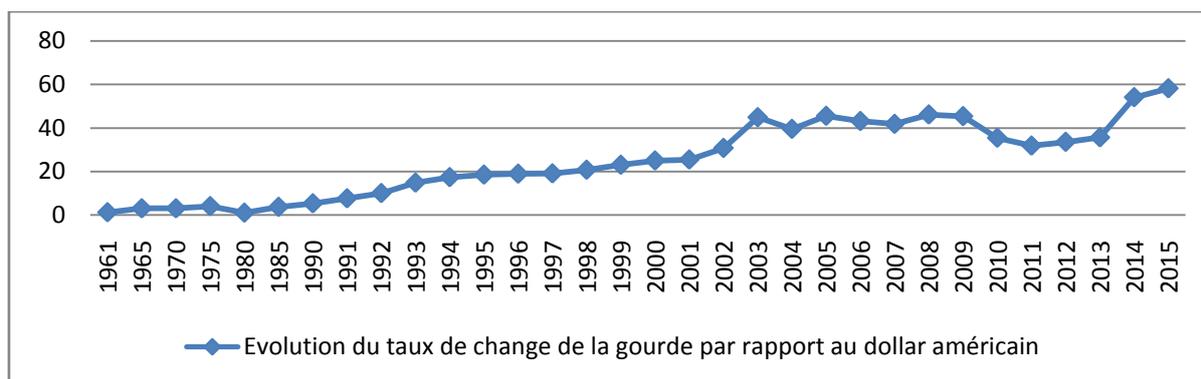
Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

I. Évolution annuelle du taux de change de la monnaie locale en dollars américains

En Haïti, la Gourde représente la monnaie nationale. Par rapport au dollar américain, elle commence à se déprécier depuis 1994, donc 1 dollar américain pour 15,04 Gourdes. En effet, depuis cette date, la gourde par rapport au dollar américain ne cesse pas de se déprécier d'année en année. En ce sens, la Banque Mondiale (BM) prévoit 1 dollar américain pour plus de 58,64 Gourdes en 2020, si aucune mesure n'est pas prise par les autorités monétaires en Haïti.

Nous notons que l'évolution du taux de change de la Gourde par rapport au dollar américain était stable jusqu'en 1990. Le taux de change a commencé à augmenter (ou à se déprécier par rapport au dollar américain) depuis la période du coup d'État du Président Jean-Bertrand Aristide.

Figure 11. Évolution annuelle du taux de change de la Gourde par rapport au dollar américain sur la période de 1961 à 2015

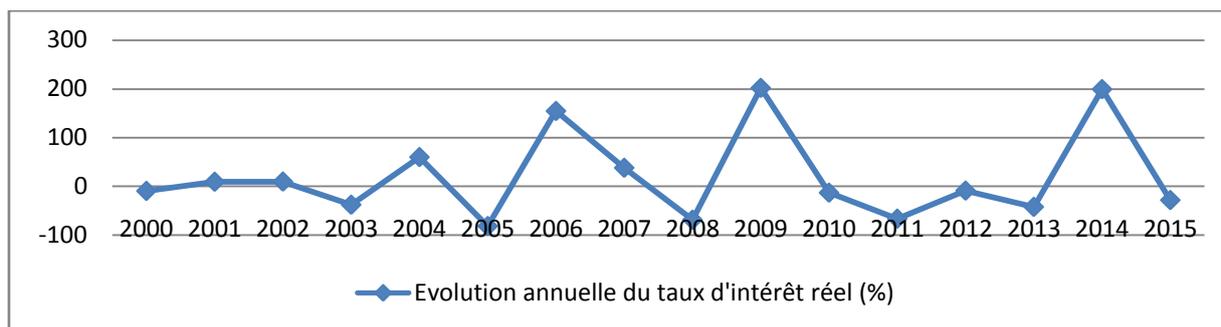


Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

J. Évolution annuelle du taux d'intérêt réel (%)

Pour l'ensemble de la période 1999-2015, la Banque Mondiale (BM) a enregistré un taux d'intérêt moyen annuel de 11,33%. Toujours par rapport à cette période, c'est en 2002 que le pays a enregistré la valeur la plus élevée (soit 21,96%) et c'est en 2013 qu'il a enregistré la valeur la plus basse (soit 2%). Toutefois, cette valeur devrait osciller autour de (-1,38%) en 2020. Parallèlement, le taux d'intérêt réel a évolué presque négativement sur cette période, même si la Banque Mondiale (BM) prévoit qu'il évolue positivement en 2020 (soit 170,59%).

Figure 12. Évolution annuelle du taux d'intérêt réel (%) sur la période de 2000 à 2015

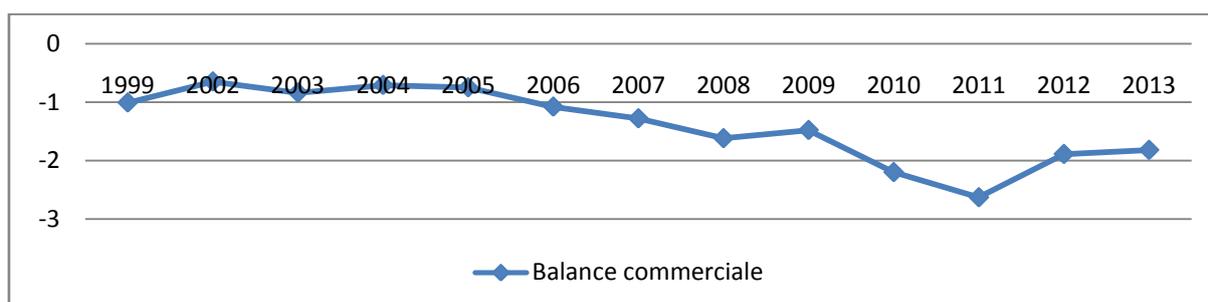


Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

K. Évolution de la balance commerciale (en Milliards de dollars américains)

Le solde de la balance commerciale d'un pays est la différence entre les quantités de biens exportées et celles importées. Il peut être déficitaire si les quantités importées sont supérieures à celles exportées et excédentaires dans le cas contraire. Eu égard à des données disponibles de la Banque de la République d'Haïti (BRH, 2015), Haïti a connu des déficits de balance commerciale sur toute la période de 1999 à 2013. Ceci est donc observé par manque de productions sur le territoire national. Et, c'est ce qui a d'ailleurs affecté négativement presque toute l'économie du pays.

Figure 13. Évolution annuelle de la balance commerciale (en Milliards de dollars américains) de 1999 à 2013



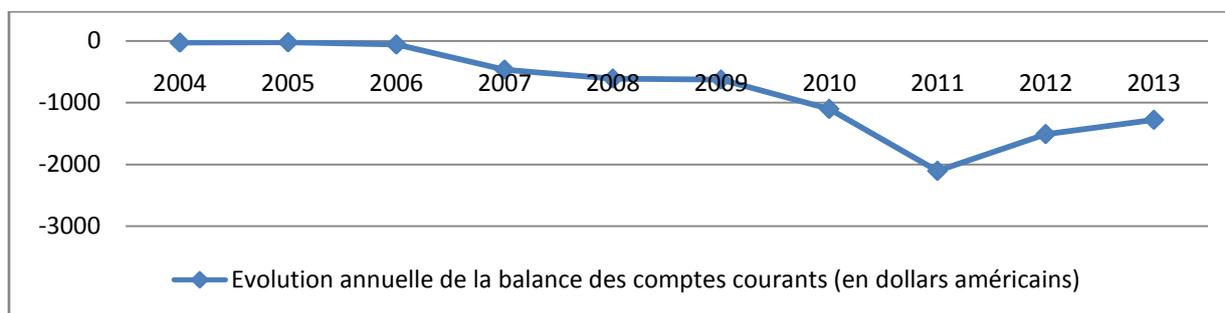
Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

L. Évolution de la balance des comptes courants (en millions dollars américains)

La balance des comptes courants représente le solde des flux monétaires d'un pays liés aux échanges internationaux. Elle est donc composée de la balance commerciale, de la balance des services, de la balance des revenus et de la balance des transferts courants.

Lorsque le solde de la balance courante d'un pays est positif, cela lui permet d'accroître les avoirs nets étrangers qu'il détient, de rembourser sa dette plus rapidement et de renforcer sa capacité à prêter à d'autres pays. Alors qu'à l'inverse, une balance courante négative doit être compensée par des emprunts auprès d'agents extérieurs. C'est la raison pour laquelle, Haïti se trouve toujours avec des dettes extérieures, au point que sa balance courante est négative sur la période de 2004-2013.

Figure 14. Évolution annuelle de la balance des comptes courants (en millions de dollars américains) entre 2004 et 2013

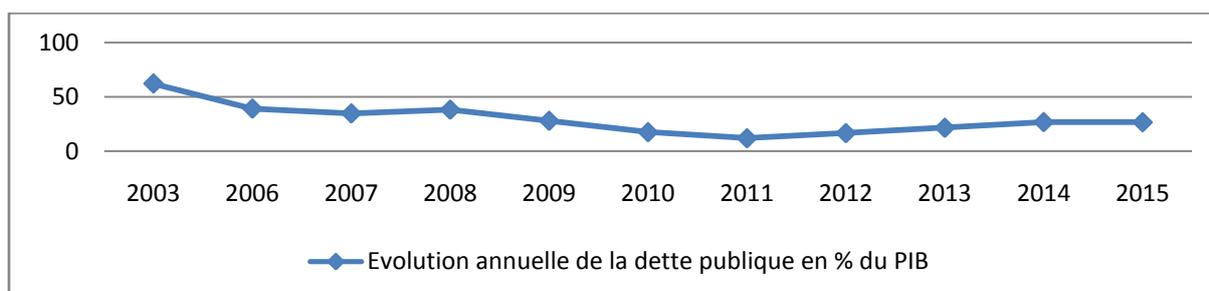


Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

M. Évolution de la dette publique (% du PIB)

La dette publique est l'ensemble des engagements financiers qui sont pris sous forme d'emprunts par l'État central, les collectivités territoriales et les organismes qui en dépendent directement (certaines entreprises publiques, etc.). En Haïti, la dette publique représente plus de 62,02% du PIB en 2003, donc l'année où cet indicateur a été le plus élevé. Tandis qu'elle était de 11,81% du PIB en 2011, l'année où cet indicateur a été le plus faible (IHSI, 2015).

Figure 15. Évolution annuelle de la dette publique en % du PIB sur la période 2003 à 2015



Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

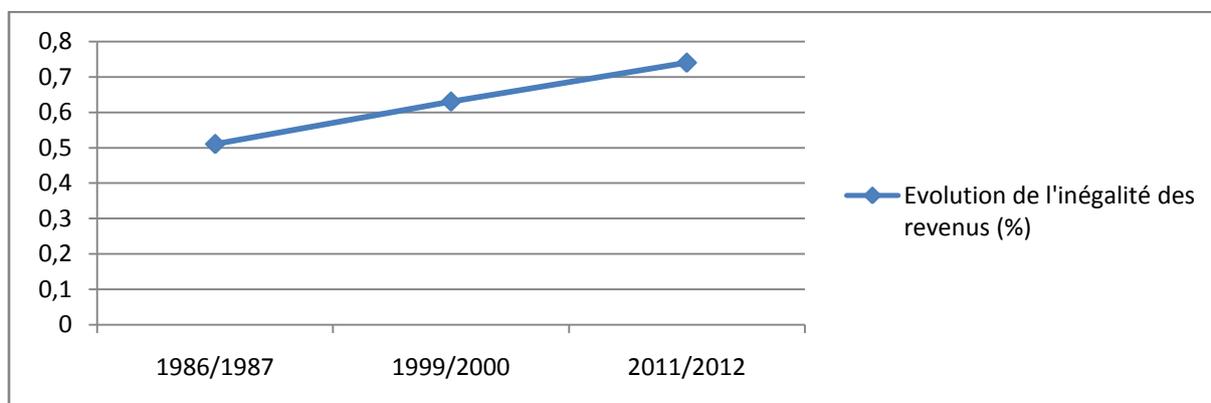
N. Inégalités des revenus

Les inégalités des revenus pointent la disparité existant entre les revenus des individus « riches » et ceux des individus « pauvres ». Cette disparité est mise en évidence en mesurant et analysant de manière comparative les revenus au sein d'un même pays ou entre différentes nations du globe ou entre individus et le monde.

Les inégalités des revenus sont mesurées à l'aide du coefficient de Gini. Ce coefficient varie entre 0 et 1. En effet, selon Gini, plus le coefficient est proche de zéro, plus la société a une répartition égalitaire des revenus. Inversement, plus le coefficient est proche de 1, plus les revenus sont très inégalement répartis dans toute la société. Eu égard à des données disponibles de la Banque Mondiale en 2015, ce coefficient a évolué autour de 0,5 entre 1986 et 1987 en Haïti. Ce coefficient permet de situer l'inégalité au sein de la population haïtienne. Il permet de comparer l'inégalité des revenus en Haïti avec celle de certains pays d'Europe de l'Ouest et d'Amérique du Nord, où les coefficients de Gini tournent en moyenne autour de 0,25 entre 1986 et 1987. Cette même inégalité des revenus en Haïti n'était pas trop différente de celle des pays d'Afrique comme le Kenya, le Lesotho et certains pays de l'Amérique latine.

Avec un coefficient de Gini qui passe de 0,63 (1999/2000) à 0,74 (2011/2012), l'inégalité des revenus en Haïti n'est pas améliorée. Elle est devenue donc incomparable, même avec certains pays d'Afrique de l'Ouest où elle pouvait s'égaliser avant.

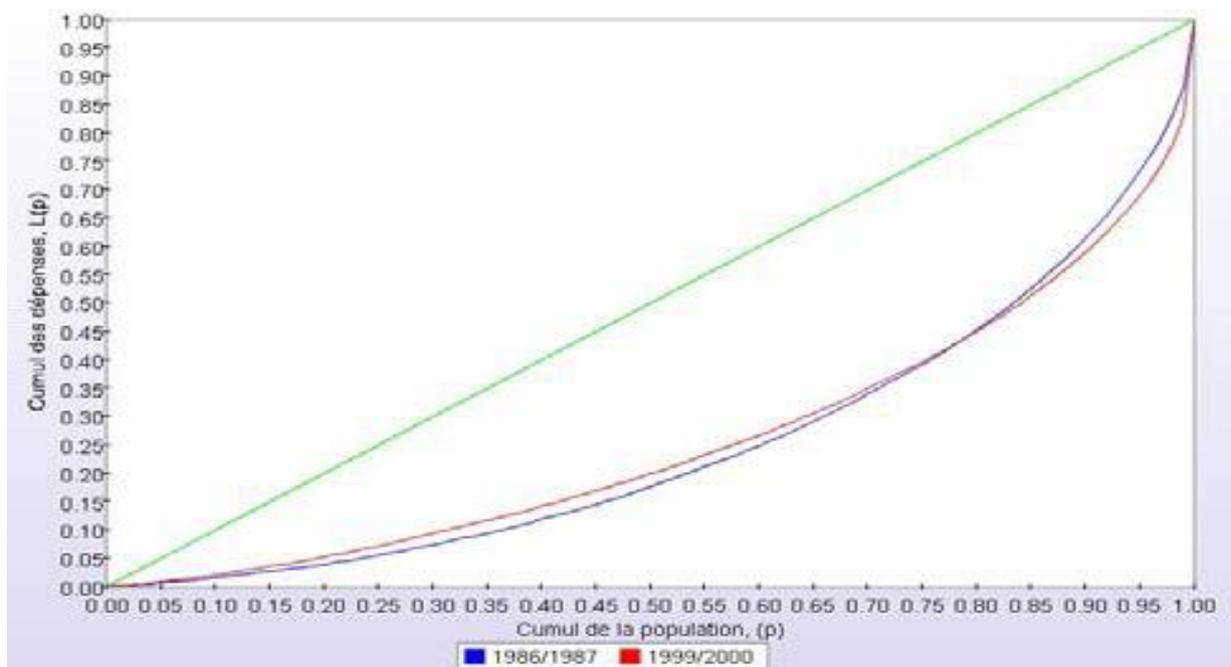
Figure 16. Évolution annuelle des inégalités des revenus au sein de la population haïtienne sur les périodes de 1986/1987, de 1999/2000 et de 2011/2012



Source : construite par l'auteur à partir des données de 2015 de la Banque Mondiale

Par ailleurs, on peut mesurer aussi cette inégalité à partir de la courbe de Lorenz. Même si l'indice de Gini est plus facile à interpréter, les deux méthodes peuvent être cependant utilisées simultanément. Il a été démontré que si le niveau de vie est distribué de manière équitable, la courbe de Lorenz et la ligne d'égalité absolue se confondent et l'indice de Gini est alors égal à 0. Cependant, si l'un des individus reçoit tout le niveau de vie (tout le revenu par exemple), la courbe de Lorenz se confond avec les axes et l'indice de Gini est égal à 1.

Figure 17. Courbe de Lorenz dans le cas de l'inégalité des revenus en Haïti



Source : Boccanfuso et Siméon (2006a)

Section 2. Panorama sur l'évolution de la situation d'Haïti en tenant compte de ses aspects géopolitique et géostratégique

Dans cette section, il convient de présenter Haïti dans un cadre géopolitique ainsi que géostratégique. En effet, après avoir dressé le constat de l'influence des facteurs géographiques, économiques et culturels sur la politique et les relations internationales d'Haïti avec les principaux pays partenaires comme les États-Unis, le Canada, l'Union Européenne (la France en particulier) et la République Dominicaine durant ces dernières années, nous passons en revue les grands défis actuels auxquels il fait face comme les stratégies en matière de réduction de la pauvreté et les grands enjeux sur le plan environnemental qui constituent une menace pour l'humanité.

2.1. Évolution de la situation d'Haïti sur le plan géopolitique via les relations et les coopérations diplomatiques bilatérales

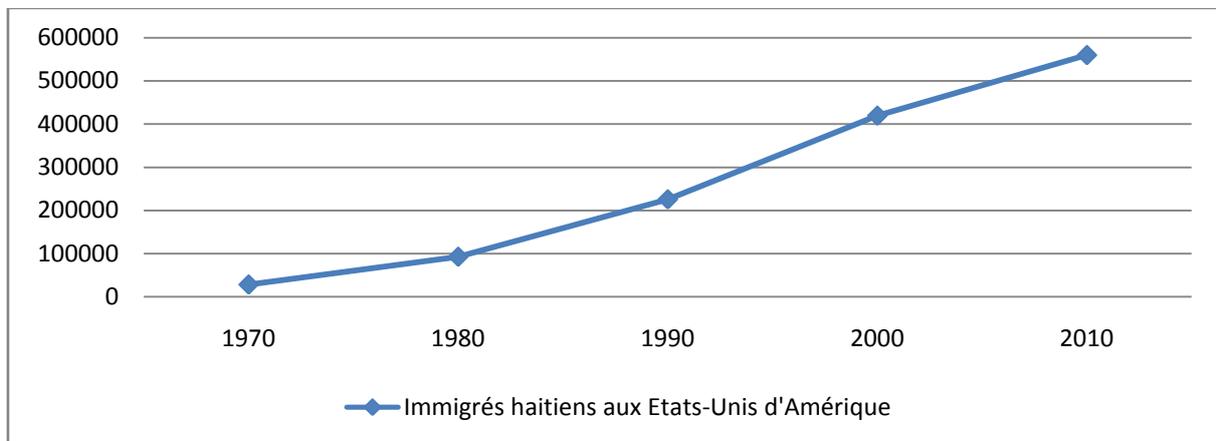
Il s'agit d'aborder les effets de la migration, de la coopération, de la négociation, de la commercialisation, des programmes d'aides publiques au développement, etc. dans les différentes relations d'Haïti avec ses partenaires. Une remise en question sur la capacité d'Haïti à gérer les relations diplomatiques avec les principaux partenaires de longue date a été particulièrement abordée dans ce paragraphe.

2.1.1. La relation entre Haïti et les États-Unis : un état des lieux qui suscite une remise en question

La relation entre Haïti et les États-Unis ne date pas d'aujourd'hui. L'une des raisons majeures qui pourraient sans doute à la base de tout cela, c'est que ces deux pays connaissent leur indépendance juste l'un après l'autre. Cette relation peut se situer dans un intervalle ne dépassant pas 30 ans (soit en 1776 pour les États-Unis et en 1804 pour Haïti). Et, ce qui retient plus l'attention sur ces deux pays, c'est qu'ils sont les premiers à pouvoir le faire dans le continent américain. Jusqu'à l'heure actuelle, la relation entre ces deux pays continue d'augmenter, vu leur proximité géographique et les intérêts réciproques que les deux cherchent à poursuivre ensemble.

En effet, grâce à cette proximité géographique et cette amitié de longue date, les États-Unis représentent une terre d'accueil pour la majorité des migrants haïtiens. Dans ce sens, elles sont toujours classées en première position parmi tous les pays où migrent les Haïtiens, eu égard au rapport du Centre Latino-Américain de Démographie (CELADE) en 2012. Selon ce même rapport du CELADE publié en 2012, les migrants haïtiens aux États-Unis représentent 54,4% en 2006, une proportion considérable par rapport aux autres pays occidentaux. Toujours selon cette même source, le nombre de migrants haïtiens aux États-Unis continue d'augmenter d'année en année. Cette augmentation se fait de façon exponentielle, comme l'indique la figure 18.

Figure 18. Évolution annuelle du nombre de migrants haïtiens aux États-Unis entre 1970 et 2010



Source : Construite par l’auteur à partir de la base des données du Centre Latino-Américain (CELADE) en 2012

Même si les raisons qui expliquent cette montée migratoire sont énormes (pauvreté, instabilité politique, trafics d’êtres humains, catastrophes naturelles, etc.) et peuvent faire planer des doutes sur la relation entre ces deux pays, Haïti est jusqu’ici considéré comme l’un des principaux bénéficiaires à ce niveau. En effet, grâce à une telle migration, les montants d’argent qui proviennent des migrants haïtiens aux États-Unis représentent une part très importante dans le fonctionnement de l’économie haïtienne (Jean, 2014). Et, selon les données disponibles de la Banque de la République d’Haïti (BRH, 2009), ces montants s’élèvent à plus de 345 milles dollars américains entre 2007 et 2009, soit plus de 10,2% du PIB en 2004. Par ailleurs, même si la relation américano-haïtienne présente beaucoup d’avantages pour Haïti, alors elle a toutefois entraîné l’économie haïtienne à une forte dépendance étrangère, au point que $\frac{1}{4}$ des ménages haïtiens dépendent des aides de leur famille aux États-Unis (Jean, 2014). Avec les différents accords de libre-échange qui sont signés en matière d’échanges commerciaux, la relation commerciale entre ces deux pays n’est pas trop profitable non plus pour Haïti. Ceci est dû à l’incapacité productive d’Haïti pour pouvoir exporter sur le marché américain en quantité nécessaire et suffisante. Mais, en dépit de tout cela, les Etats-Unis restent et demeurent pour lui un des principaux partenaires en matière de l’exportation.

Dans cette relation, nous notons par ailleurs que les États-Unis sont très présents en Haïti, à travers des organismes comme l’United States Agency for International

Development (USAID), la Banque Interaméricaine de Développement (BID), etc. En tout cas, si le premier organisme intervient en Haïti dans les secteurs de la santé, de l'éducation, de l'agriculture, des droits de l'homme, de l'emploi, des services aux personnes handicapées, de la protection de groupes défavorisés et de la promotion des femmes, alors le deuxième intervient particulièrement en Haïti pour des accords des prêts concessionnels, des dons, etc., ce qui a permis de financer la dette extérieure ou les dépenses publiques. Nous rappelons qu'il y a d'autres organismes américains qui y interviennent aussi. Généralement, les résultats de leur intervention ne sont pas toujours bénéfiques, du fait que ces organismes interviennent toujours en dehors d'un plan global de développement qui devrait être mis en place par les différents chefs d'États et de gouvernements qui se sont succédés en Haïti.

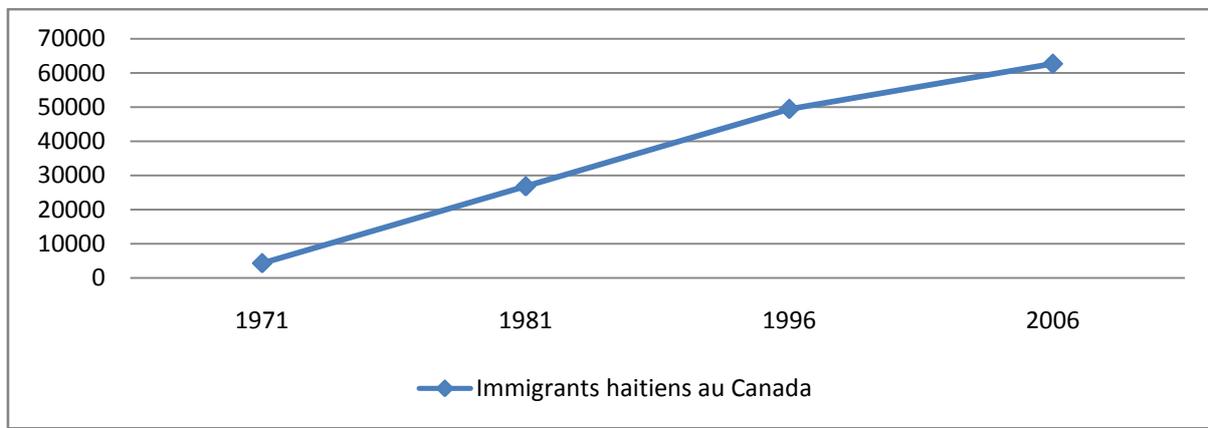
Enfin de compte, Arthus (2011) a en plus mentionné qu'il existe un manque de confiance et de crédibilité des Haïtiens aux yeux des Américains dans la relation américano-haïtienne. Pour l'auteur, une telle méfiance a créé une sorte de faiblesse chez l'État haïtien pour pouvoir s'engager convenablement dans une relation diplomatique « forte » et « équilibrée » avec son principal partenaire, ce pour défendre l'intérêt de sa population. Malheureusement, une bonne partie de la population haïtienne (en particulier la diaspora haïtienne aux États-Unis) ne peut pas profiter de beaucoup d'avantages que la relation entre ces deux pays pourrait engendrer.

2.1.2. La relation entre Haïti et le Canada : axée surtout sur la migration éclairée pour l'un et l'aide publique au développement pour l'autre?

Après les États-Unis, le Canada est considéré comme le deuxième pays partenaire d'Haïti, notamment en matière de coopération, de commercialisation, d'immigration éclairée et des programmes d'assistance et d'aides publiques au développement. En matière de migration par exemple, le Canada est le pays qui accueille la quasi-totalité des élites intellectuelles haïtiennes, au point qu'on parle souvent d'une bonne représentativité des Haïtiens au Canada, particulièrement dans la partie francophone du Québec. Mis à part d'autres raisons majeures que l'on peut énumérer du côté des Haïtiens (poursuite des études supérieures, recherche d'une vie de « qualité », instabilité politique, etc.), celles qui favorisent cette migration massive vers le Canada sont liées à la proximité géographique (même continent), la culture (la francophonie) et l'envergure de l'espace territorial du

Canada en termes de capacité d'accueil (deuxième territoire en termes de superficie au monde après la Russie, soit 9, 985 millions Km²). Selon les données de la statistique du Canada citées dans Bidegain (2013), il y avait environ 63 milles Haïtiens au Canada en 2006, soit une augmentation d'environ 2 milles Haïtiens par an entre 2001 et 2006. Selon cette même source, ce nombre était semblable à la quantité enregistrée entre 1981 et 2001, mais il ne cesse d'augmenter depuis le tremblement de terre qui a sévèrement frappé Haïti le 12 janvier 2010.

Figure 19. Évolution annuelle du nombre de migrants haïtiens au Canada entre 1971 et 2006



Source : Construite par l'auteur à partir de la statistique du Canada www.statcan.gc.ca repris dans Bidegain (2013)

Eu égard à la figure 19, les migrants haïtiens au Canada ont septuplé entre 1971 et 1981. Selon Bidegain (2013), cette augmentation toucherait surtout les professionnels haïtiens, ayant un niveau d'instruction élevé, qui ne désiraient pas ou ne pouvaient pas rester dans le pays à cause de la dictature des gouvernements de Duvalier (père et fils). Ce nombre a aussi doublé entre 1981 et 2001.

Par ailleurs, par rapport aux montants d'argent qui proviennent des migrants haïtiens aux États-Unis, ceux du Canada ne sont pas trop indifférents, si bien que ces montants passent de 2,4 à 5,6 millions de dollars américains entre 2006 à 2013 (BRH, 2009). Selon Jean (2014), les montants d'argent susmentionnés font partie de 1 Milliard de dollars américains envoyés chaque année par la diaspora haïtienne à l'étranger. Et c'est ce qui permet de faire en majeure partie fonctionner l'économie haïtienne, estime Jean dans son ouvrage « *Haïti, la fin d'une histoire économique* » qui est paru en 2014.

Le Canada entretient aussi des accords commerciaux avec Haïti. Mais en plus de ces accords, il participe à de nombreux programmes d'aides publiques au développement dans le pays via l'Agence Canadienne pour le Développement International (ACDI) et la Caisse populaire Desjardins (DID). La première intervient en Haïti dans le but de répondre aux besoins de la population ainsi que d'améliorer l'accès aux services de base, accroître la sécurité alimentaire, assurer l'avenir des enfants et des jeunes et stimuler une croissance économique durable. La deuxième a pour mission de participer au programme d'appui et de renforcement des institutions microfinancières de coopératives d'épargne et de crédit en Haïti, comme les caisses populaires, les mutuelles de solidarité, etc.

2.1.3. La relation entre Haïti et l'Union Européenne et la particularité de la France

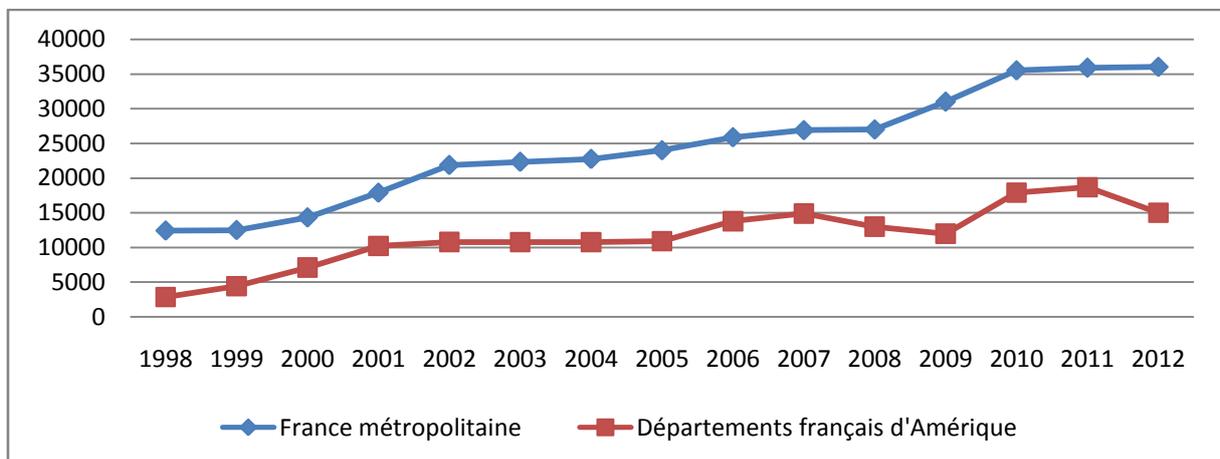
La relation entre Haïti et l'Union Européenne s'établit surtout dans le cadre du financement de divers projets d'aides au développement et des échanges commerciaux. En matière d'échanges commerciaux, cette relation devrait trouver son assise via l'accord de Partenariat économique Union Européenne CARIFORUM¹⁹ (APE-UE-CARIFORUM) qui est ratifié en partie par le parlement haïtien depuis le 16 décembre 2007. Alors que la relation que la France (pays membre de l'Union Européenne) entretient avec Haïti reste dans un contexte historique très particulier. Diverses raisons expliquent cette relation. Parmi lesquelles, Haïti est une ancienne colonie française. De par cette colonisation, il y a le français qui y reste encore comme une langue importante, c'est-à-dire qui est souvent utilisée dans les institutions privées et les administrations publiques en Haïti. Dans le but de faire valoir sa richesse linguistique à travers la francophonie, par exemple, la France maintient toujours une diplomatie forte et stratégique en Haïti. Cette diplomatie française en Haïti s'inscrit aussi dans une dynamique, ce pour permettre de faire face à la présence incontournable du trio américain, à savoir le Canada, le Brésil et les États-Unis sur le sol de son ancienne colonie.

La relation entre ces deux pays est aussi remarquable par la montée de la migration haïtienne en France métropolitaine (ou hexagonale) et dans les départements d'Outre-mer français d'Amérique (Martinique, Guadeloupe et la Guyane française). De par cette relation, on retrouve beaucoup d'Haïtiens qui cherchent à migrer pour des raisons déjà

¹⁹ Pour de plus amples informations, voir le site : https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/1297/haiti-et-lue_fr

mentionnées plus haut (l'instabilité politique, pauvreté, catastrophes naturelles, etc.). En effet, selon les données de l'Institut National de Statistique et des Études économiques (INSEE, 2009), les migrants haïtiens en situation régulière en France sont au nombre de 4,9 milles en 2009, soit 72,6% en France métropolitaine (et 27,4% en Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion et Mayotte). Si 79% d'entre eux sont en âge de travailler, alors ils sont plus de sexe féminin. Comme ils font pareillement dans les autres pays, les migrants haïtiens en France envoient à leurs proches en Haïti des montants d'argent qui s'évaluent à plus de 2,5 millions de dollars américains en 2008. Selon les données de la BRH en 2012, il paraît que ce chiffre a triplé.

Figure 20. Évolution annuelle du nombre de migrants haïtiens en France métropolitaine et les départements français d'Amérique entre 1998 et 2012



Source : construite par l'auteur à partir des données de l'Institut National de Statistique et des Études économiques (INSEE), 2015

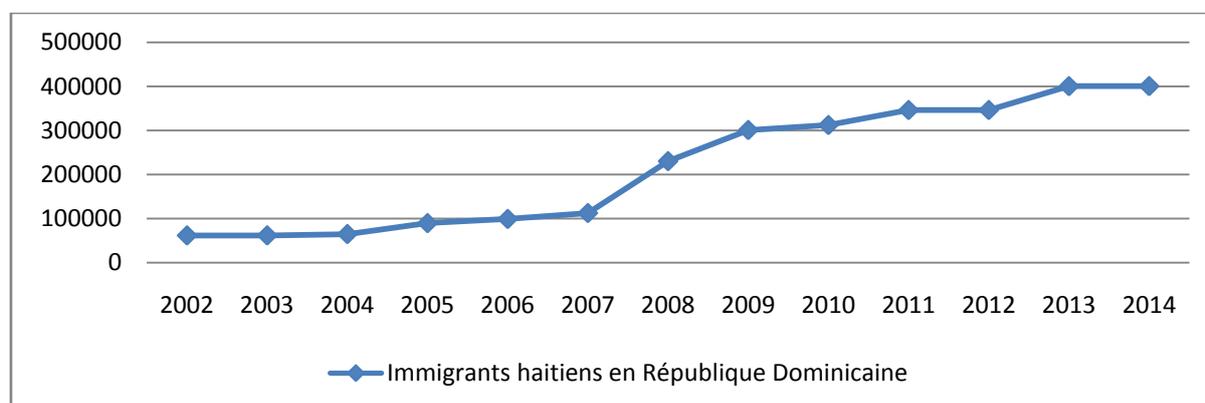
En fin de compte, la France est aussi un bon partenaire d'Haïti en matière d'échanges commerciaux, si bien qu'il y a une chambre franco-haïtienne de commerce en Haïti. Toutefois, elle reste en troisième position derrière les États-Unis et le Canada en termes d'exportation haïtienne. La distance géographique entre ces deux pays est l'une des conséquences majeures, si l'on ignore les départements d'Outre-mer français d'Amérique.

2.1.4. La relation entre Haïti et la République Dominicaine : axée particulièrement sur une complexité historico-politique

Même si les deux pays partagent géographiquement le même espace territorial, leur relation diplomatique reste toujours très tendue, voire très complexifiée, et ceci date depuis très longtemps. D'abord, sur le plan migratoire, il n'existe pas des mesures

politiques réelles qui définissent clairement la protection des vies et des biens des citoyens entre ces deux pays (Arthus, 2017), pendant que la République Dominicaine reste historiquement le deuxième pays d'accueil des Haïtiens après les États-Unis. En effet, même s'il est aussi vrai que ces derniers temps, les Haïtiens cherchent à migrer massivement dans les pays de l'Amérique du Sud (Brésil, Chili, Equateur, etc.) pour des raisons de pauvreté, d'instabilité politique et d'autres, le nombre continue cependant d'augmenter en République Dominicaine. Il est tellement vrai que, selon les données du Bureau de programme des Nations Unies (PNUD) en République Dominicaine et le développement humain en République Dominicaine, les migrants haïtiens en République voisine s'élèvent à 11,8 milles en 2002. Pourtant, ce chiffre passe à 22,9 milles en 2010, soit plus de 42,86% du nombre de résidents étrangers en République Dominicaine. En dépit de leur maigre revenu et de leur mode de vie, les migrants haïtiens en République Dominicaine contribuent à subvenir aux besoins de leur famille en Haïti via des transferts d'argent. Les montants d'argent qu'ils envoient en Haïti s'élèvent à 10,3 milles dollars américains en 2012, soit 12,34% du montant total de tous les transferts de la diaspora haïtienne à l'étranger au cours de cette période.

Figure 21. Évolution annuelle du nombre de migrants haïtiens en République Dominicaine sur la période de 2002 à 2014



Source : Construite par l'auteur à partir des données du bureau du Programme des Nations Unies (PNUD) en République Dominicaine, 2010

Sur le plan commercial, la relation n'est pas trop avantageuse du côté des Haïtiens. Ceci s'explique par l'incapacité productive haïtienne et une meilleure politique stratégique commerciale qui n'est pas menée jusqu'à présent par les autorités gouvernementales en place et celles qui se sont succédées, si bien que l'on peut constater que les quantités de

biens et services importées sont complètement supérieures à celles exportées. Selon le Centre de Facilitation des Investissements en Haïti (CFI, 2016), les importations d'Haïti de la République Dominicaine (RD) sont estimées à 1,423 Milliard de dollars américains en 2014, soit 34% du total des importations d'Haïti. Alors que les exportations totales enregistrées en provenance d'Haïti vers la République Dominicaine sont de 4 millions de dollars américains (soit 0,02% des importations totales de la RD, 0,4% des exportations totales d'Haïti). L'un des aspects fondamentaux qui ont suscité l'attraction des Haïtiens vers le marché dominicain est dû à la forte présence des entreprises françaises et américaines en République Dominicaine. Ces mêmes entreprises, pour la plupart qui étaient en Haïti, sont délocalisées en République voisine à cause de l'instabilité politique et du risque-pays en Haïti. En effet, malgré la délocalisation de ces entreprises, celles-ci continuent à écouler leurs produits sur le marché haïtien via les quatre zones franches ou frontalières, à savoir Jimani-Malpasse (département de l'Ouest d'Haïti), Elias Piña-Belladère (celui du Centre d'Haïti), Dajabòn-Ouanaminthe (celui du Nord-est d'Haïti) et Las Pedernales-Anse-Pitre (celui du Sud-est d'Haïti).

2.2. Évolution de la situation d'Haïti sur le plan géostratégique via les accords multilatéraux ou collectifs ou multipartites

En plus des relations bilatérales qu'il entretient avec ses pays partenaires, Haïti a signé plusieurs accords dits accords collectifs ou multilatéraux ou multipartites entre plusieurs pays. C'est le cas des accords signés avec l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), les bailleurs de fonds internationaux comme la Banque Mondiale (BM), le Fonds Monétaire International (FMI), le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) sur les stratégies de la réduction de la pauvreté et les différents accords sur la protection de l'environnement. En sachant que tout cela peut avoir un sens dans le cadre de notre recherche, il s'agit ici d'analyser les résultats des différentes stratégies mises en place par les différents chefs d'État et de gouvernement en Haïti depuis la signature de quelques accords.

2.2.1. Stratégies d'Haïti face aux différents accords signés avec les bailleurs de fonds internationaux, en particulier les institutions de Bretton Woods et du PNUD dans la lutte contre la pauvreté

À l'instar de tous les pays en développement, réduire la pauvreté a toujours été une priorité en Haïti. Il est si vrai que cette idée est toujours manifestée par tous les chefs

d'État et de gouvernement haïtiens qui se sont succédés, mais n'a jamais fait l'objet d'une politique systématique ni d'un programme cohérent avec des mesures et des objectifs précis (Rapport du FMI, 2006). Par exemple, en 2000, le gouvernement de l'époque a souscrit un accord avec le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) sur les huit objectifs du Millénaire pour le développement (OMD). En 2003, il a aussi appuyé le Programme Intégré de Réponse aux Besoins Urgents des Communautés et Populations Vulnérables (PIR) lancé encore par le PNUD. Si l'un parmi les huit objectifs de l'OMD de 2000 était de réduire de moitié la pauvreté dans le monde d'ici 2015, le but de ce programme était alors d'apporter parallèlement une réponse coordonnée, rapide et ciblée aux besoins urgents d'une portion grandissante de la population. En dépit de toutes ces initiatives utilisées par le PNUD pour atteindre l'OMD, aucune voie réaliste n'a été tracée jusqu'à présent en Haïti.

En 2003, la préparation d'un document sur la Stratégie Intérimaire de Réduction de la Pauvreté en Haïti (DSRP) a été initiée par le gouvernement d'Aristide-Neptune. Ce document a été en effet exigé par la Banque Mondiale (BM) et le Fond Monétaire International (FMI), selon un cadre méthodologique bien établi. Ce document faisait état des mesures macroéconomiques qui doivent être appliquées pour soutenir la croissance, la lutte contre la pauvreté, les besoins de financement extérieur et les principales sources de financement y afférentes. Malheureusement, les troubles politiques qui ont entraîné la chute du gouvernement d'Aristide ont mis fin à l'exercice de préparation de ce DSRP intérimaire au milieu de 2003. Étant donné que le processus de 2003 s'était voulu largement participatif et s'était effectivement traduit à la fois par une coordination au niveau du gouvernement et des bailleurs de fonds internationaux, et, par un effort d'ouverture et de dialogue avec les acteurs politiques et la société civile (représentants des organisations non gouvernementales (ONG) et des associations socioprofessionnelles, notamment), il est cependant possible de tirer des leçons de cette expérience avortée.

Avec le départ forcé du président Aristide en 2004, l'ensemble de la communauté internationale et le gouvernement de transition Boniface-Alexandre se mirent d'accord sur la nécessité d'élaborer un Cadre de Coopération Intérimaire (CCI) pour la période 2004-2006. Sans être à proprement parler d'une stratégie de réduction de la pauvreté, le CCI visait indirectement à faire baisser l'incidence de la pauvreté, puisque les objectifs

prioritaires étaient articulés autour de quatre axes stratégiques qu'on retrouve dans tout programme de réduction de la pauvreté, à savoir :

- (i) Le renforcement de la gouvernance économique et le développement institutionnel ;
- (ii) L'amélioration de l'accès aux services de base ;
- (iii) La promotion de la reprise économique ;
- (iv) Le renforcement de la gouvernance politique et la promotion du dialogue national.

En 2005, ce même gouvernement de transition comprenant cependant le rôle important que devait jouer le DSRP-I dans l'obtention d'une FRPC (Facilité de croissance et de réduction de la pauvreté) et dans la qualification d'Haïti à l'initiative PPTE (Pays Pauvres Très Endettés), prit l'initiative de relancer le processus d'élaboration du DSRP-I aux fins de transmettre une proposition préliminaire au gouvernement issu des élections de 2006. Effectivement, un projet fut élaboré et remis à l'équipe du Président élu en mars 2006 pour ajustement et finalisation. L'exercice de révision du document initial a obéi aux principes directeurs suivants :

- Prévoir des mécanismes de mise en cohérence du DSRP-I avec les autres initiatives et documents de politique en cours de définition et/ou d'implantation, particulièrement le Cadre de Coopération Intérimaire étendu à septembre 2007, le Programme d'Apaisement Social (PAS) et le Programme d'Investissement Public (PIP) 2006/2007 ;
- Limiter l'exercice d'élaboration du DSRP-I dans le temps de manière à ne pas compromettre ni l'adoption du budget 2006-07 dans les délais requis, ni l'éligibilité à la FRPC, ni le point de décision dans le cadre de l'initiative PPTE ;
- Limiter les interventions du DSRP-I aux actions, mesures et politiques pouvant être effectivement financées et mises en œuvre dans le court terme (horizon 12 mois), en tenant compte des contraintes de temps et de la disponibilité des ressources humaines et financières ;

- Intégrer au DSRP-I les objectifs et les programmes définis par le Gouvernement dans le document de travail présenté lors de la Conférence Internationale pour le Développement Économique et Social d’Haïti tenue à Port-au-Prince le 25 juillet 2006 ;
- Eviter de transformer le DSRP-I en un Programme exhaustif de gouvernement. Il s’agit d’une stratégie nationale comportant des choix de politiques visant la réduction de la pauvreté.

En 2007, le document de stratégie nationale pour la croissance et la réduction de la pauvreté (DSNRP) fait suite au cadre de coopération intérimaire (CCI, 2004), qui avait repris l’essentiel des dispositifs des deux plans d’ajustement structurel (PAS) de 1986-87 et de 1996-97. Axé sur une vision à long terme, caractérisé par l’accent mis sur le développement et la rénovation des structures organisationnelles allant dans le sens d’une plus grande efficacité en termes de mobilisation des ressources nationales pour mettre le pays sur les rails du développement durable, ce document comporte deux aspects imbriqués l’un dans l’autre : l’aspect économique et l’aspect institutionnel.

2.2.2. Stratégies d’Haïti face à la ratification de différents accords sur la protection de l’environnement, et plus particulièrement contre le réchauffement climatique

Avec le dernier séisme du 12 janvier 2010, les cyclones, les tempêtes et les ouragans qui l’ont toujours ravagé sévèrement, Haïti reste un pays vulnérable en matière environnementale dans l’hémisphère occidental. Et, avec le réchauffement climatique qui menace notre planète, il reste encore plus vulnérable. Telle est l’une des raisons principales qui ont toujours expliqué sa participation à toutes les grandes mobilisations internationales sur la protection de l’environnement, voire pour ratifier des accords collectifs visant à protéger la planète.

En ce sens, Haïti a participé à la conférence de Stockholm (capitale de la Suède) entre le 5 et 16 juin 1972 qui est le premier colloque mondial élevant la question de l’environnement au rang de problème international d’importance majeure, ainsi que de la première occurrence de droit international contraignant dans le domaine de l’environnement. Au terme de cette conférence, Haïti a participé à la ratification d’une déclaration de 26 principes, d’un plan d’action qui comprend 109 recommandations et de

la création du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE). Et, c'est pour cela qu'Haïti a bénéficié plusieurs aides du PNUE lors des différentes catastrophes naturelles.

À Rio de Janeiro (deuxième ville du Brésil), Haïti a participé en 1992 à la Conférence des Nations Unies sur l'Environnement et le Développement (CNUED). Cette conférence également appelée sommet de la terre avait pour objectif de débattre l'avenir de la planète. C'est à ce moment-là que le concept de développement durable a fait son apparition, tel que pour décrire un processus d'évolution permettant de répondre aux besoins du présent sans hypothéquer ceux du futur. Au terme de cette conférence, un agenda (appelé agenda 21 ou action 21) de 2500 programmes touchant à tous les domaines où l'action humaine influence l'évolution de l'environnement est signé par 178 pays, dont Haïti.

Le protocole de Kyoto (Japon) est un accord international signé également par Haïti lors de la COP3 à Kyoto en décembre 1997. L'intérêt de cet accord était de mettre en place des objectifs contraignants et des délais visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre dans la plupart des pays, dont les pays industrialisés.

Après les accords de Bonn (Allemagne) et de Marrakech (Maroc) en 2001 dans le cadre de la COP6 qui s'intéressent aux questions relatives aux obligations des pays développés ainsi qu'aux aides à mettre en place aux pays en voie de développement, Haïti a signé en 2009 l'accord de Copenhague (COP15) qui a réuni des orientations à l'échelle internationale sur la façon de traiter le changement climatique (réduction de gaz à effet de serre, limitation du réchauffement climatique à 2°C, financement de trente Milliards de dollars américains sur 2010-2012).

Haïti a aussi signé les accords de Durban (Afrique du Sud) en 2011 et la COP20 à Lima (Pérou). Plus récemment, le parlement haïtien a ratifié le 22 janvier 2017 l'accord de Paris (COP21) qui a eu lieu au Bourget (Paris) du 30 novembre au 12 décembre 2016. Avec des règles universelles pour contrecarrer les effets des changements climatiques, pour trouver l'accès équitable, le développement durable, l'élimination de la pauvreté, la vulnérabilité des systèmes de production alimentaire, etc., l'accord de Paris offre une excellente opportunité pour un changement de paradigme dans la gouvernance d'Haïti.

En effet, selon le gouvernement haïtien, il devrait permettre d'établir les bases d'un nouveau modèle de développement socio-économique plus juste et plus respectueux de l'environnement.

CHAPITRE 2. PRÉSENTATION DE L'OBJET D'ÉTUDE : FAITS CONSTATÉS ET QUELQUES ÉLÉMENTS ANALYTIQUES DE MOTIVATION

Après avoir tenté de présenter quelques facettes de la réalité d'Haïti, notamment sur le plan économique, social, géopolitique, etc., viennent maintenant les principaux bagages qui constituent le socle sur lequel repose notre thèse. Ainsi, à partir des faits constatés, la première section commence à faire un état des lieux sur l'évolution de la situation de l'activité entrepreneuriale en Haïti et la deuxième section permet d'aboutir jusqu'à l'identification des principaux avantages et inconvénients qui sont habituellement évoqués à son développement.

Section 1. État des lieux sur l'évolution de la situation de l'activité entrepreneuriale en Haïti

Dans un premier temps, cette section consiste à faire un état des lieux sur l'évolution de l'environnement interne de l'entrepreneuriat en Haïti. Puis, dans un deuxième temps, elle aborde les politiques et stratégies commerciales haïtiennes, ce qui permet de faire une mise au point sur le processus de la mondialisation de l'économie haïtienne.

1.1. État des lieux sur les caractéristiques de l'entrepreneur et des entreprises en Haïti

Deux grands points sont abordés dans ce paragraphe. Tout d'abord, nous commençons par l'historicité de la création d'entreprise en Haïti, afin d'appréhender les procédures fiscales et les démarches administratives qui sont nécessairement requises. Nous abordons ensuite les caractéristiques des firmes industrielles en Haïti, afin de cerner l'évolution des entreprises par branche, filière et domaine d'activité.

1.1.1. Entrepreneur, évolution historique, procédures fiscales et démarches administratives de la création d'entreprise en Haïti

La création d'entreprise ne date ni d'aujourd'hui ni d'hier en Haïti. Toutefois, elle a été longtemps une aventure personnelle pour l'entrepreneur qui est encadré essentiellement par son environnement familial, son réseau personnel et professionnel. L'intérêt des pouvoirs publics pour la création d'entreprise date concrètement au cours des années 1949 avec la création d'un ensemble de lois favorisant l'émergence de nouvelles entreprises et l'investissement étranger à un moment historique où les yeux du monde entier étaient rivés sur le pays à la faveur de l'*Exposition Internationale* organisée par le

président Dumarsais Estimé²⁰ d'alors. Par ailleurs, il y a eu des efforts de la part de la société civile et des partenaires internationaux en vue de stimuler la création de nouveaux emplois sans vraiment aboutir aux résultats escomptés.

Dans les années 70, le gouvernement de Jean Claude Duvalier (*Baby doc*), se réjouissant d'avoir fait la révolution économique en Haïti, a pris un ensemble de mesures favorisant l'initiative étrangère et privée, notamment par l'implantation de compagnies de sous-traitance, à partir de la création de la société nationale des parcs industriels (SONAPI). Ainsi, le nombre d'entreprises qui sont créées est passé de treize (13) en 1966 à deux cent (200) en 1984 (Doura [2002], Jeune [2008]). Cependant, avec les troubles politiques provoqués par le coup d'État de Jean-Bertrand Aristide en 1990, beaucoup d'entrepreneurs se sont retirés du marché devenu trop risqué pour aller s'implanter pour la plupart de l'autre côté de la frontière, ce qui a entraîné une perte de plus de 75% des emplois (Lalime [2007], Jeune [2008]).

En 2005, un pas considérable est franchi par le gouvernement provisoire de Boniface - Latortue en créant le Centre de Facilitation des Investissements (CFI) qui, rattaché à juste titre au Ministère des Affaires Etrangères (MAE), se veut un levier pour soutenir l'investissement en Haïti (Jeune, 2008). Ce centre, qui ne commencera à fonctionner que le 13 Juillet 2007, vise notamment l'allègement des procédures d'investissement, la création d'entreprise, la création d'emplois, la lutte contre la corruption, la croissance économique, etc. Selon Jeune (2008), son but est de faciliter les opérations d'investissement tant étranger que national. « *Le CFI œuvre également à réduire les délais, simplifier le processus d'investissement et accompagner les investisseurs dans leurs démarches en vue de constituer des sociétés et d'établir des entreprises* »²¹.

Par ailleurs, la promotion des investissements par les organismes internationaux comme l'Union Européenne (UE), l'United States Agency for International Development (USAID), l'Agence Canadienne de Développement International (ACDI), l'Agence Française de Développement (AFD) s'est souvent manifestée au niveau financier sous formes d'aides ou de prêts. Aussi, grâce à la création des différentes Chambres de commerce dans tous les départements géographiques du pays, des réseaux de conseil et de

²⁰ Président d'Haïti (1946-1950)

²¹ Site: www.cfihaiti.org

formation encadrent les entrepreneurs potentiels. Nous notons que la Chambre de commerce et d'industrie d'Haïti (CCIH) est créée par la loi du 31 juillet 1964 et est alors définie par le code de commerce de 1988 comme une association de commerçants et d'industriels qui a pour but d'aider au développement économique du pays en général, de protéger et de défendre les intérêts de ses membres en particulier.

À côté, de nombreuses lois incitatives ont vu le jour. Par exemple, la loi sur les industries nouvelles en 1963, le premier code des investissements en 1984, le second code des investissements en 1989 et le plus récent en 2002, la loi portant sur le code des investissements modifiant le décret du 30 octobre 1989. Grâce au nouveau Code des Investissements de 2002, les investisseurs jouissent des avantages douaniers et fiscaux incomparables. Les régimes d'exception ainsi créés par le Code des investissements sont censés encourager le développement de l'industrie nationale, l'agriculture et l'artisanat et tous les secteurs considérés comme prioritaires et stratégiques. Tant au niveau national qu'au niveau international, on multiplie les efforts et les initiatives en faveur de la création d'entreprise en Haïti. Les programmes et stratégies désirent lever les goulots d'étranglement s'opposent à l'entrepreneuriat pour arriver à une réduction considérable du chômage et de la pauvreté.

1.1.2. État des lieux sur les caractéristiques des firmes industrielles en Haïti : évolution des catégories par branche, filière et domaine d'activité

Selon Doura (2001), les entreprises industrielles haïtiennes sont divisées en quatre grandes catégories suivant leurs activités, dont:

- Les industries orientées vers la satisfaction des besoins du marché national (produits alimentaires, boissons, articles ménagers, et matériaux de construction) ;
- Les entreprises travaillant les matières premières locales pour l'exportation ;
- Les entreprises de la sous-traitance d'assemblage ;
- Les petites et moyennes entreprises (PME).

Ainsi, les principales activités de ces entreprises couvrent différents domaines et sont à la base de la grande majorité des emplois dans le pays.

1) Le secteur manufacturier

Le secteur manufacturier peut être considéré comme la branche la plus dynamique du secteur industriel haïtien (CCIH, 2011). Il participe à plus de 70% à la formation des exportations. En 1995 et en 2002, ce secteur représentait respectivement 31% et 67% des exportations totales. Il était suivi, en 1995, du sucre (26%), de la petite industrie (12%) et des huiles essentielles (11%). Les statistiques de la BRH (2007) montrent une croissance encore plus significative du secteur manufacturier qui, cette fois-ci, représente 77% des exportations totales. Ce changement dans la structure des exportations peut faire l'objet de diverses explications qui sont liées aux complications structurelles de l'économie haïtienne.

La prédominance récente du secteur manufacturier démontre l'importance croissante des entreprises évoluant dans ce secteur. Elles s'installent pour la plupart dans les zones franches. Elles touchent plus particulièrement les activités de confection, le montage de pièces électroniques et électriques, les meubles, les articles de sport, les balles de base-ball et autres produits. Les activités de confection représentent à elles seules, selon Doura (2001), plus de 70% de la production de ce secteur. Ces entreprises peuvent être de trois (3) types: soit qu'elles sont des filiales de transnationales, ou des entreprises haïtiennes travaillant à contrat ou des sociétés à capitaux mixtes, des joint-ventures. En 1985, 26% étaient des filiales de sociétés étrangères, 49% appartenaient à des Haïtiens et 25% à des joint-ventures avec une majorité de capitaux étrangers (Doura, 2001). Toute l'importance de cette branche se réfère au poids de la sous-traitance estimé à 75% du chiffre d'affaires total de la branche textile et habillement au cours de l'année 1998 (IHSI, 1999).

Toutefois, les turbulences enregistrées au cours de l'année 2004 avec les casses et les pillages ont eu des effets néfastes sur le fonctionnement du secteur des affaires en Haïti. La Société nationale des Parcs industriels (SONAPI), l'une des zones franches importantes en Haïti, avait été l'objet de grand pillage. Ainsi, le secteur de la sous-traitance a connu une nette diminution de ses activités au cours de cette période.

En 2006, le secteur manufacturier, travaillant pour le marché local et pour l'exportation, employait environ 80 000 personnes dont 21 000 sont répertoriés dans les

industries textiles (CCIH, 2011). Ce secteur a contribué, de façon relativement stable, à environ 8% du PIB durant ces dernières années. La branche exportation de l'industrie manufacturière, limitée en particulier aux textiles et aux activités d'assemblage, occupe une part importante dans les exportations totales. Ainsi, les industries d'assemblage ont contribué en moyenne à plus de 50% aux exportations totales au cours des dernières années. Les articles manufacturés constituaient 92% des produits industriels exportés en 2007. Tout cela provient de l'adoption de la loi HOPE le 20 mars 2007, ce qui a constitué une base de redynamisation dans l'industrie d'assemblage, plus particulièrement dans l'habillement et les pièces de véhicule. Ainsi, au cours de cette date, les industries manufacturières affichent un taux de croissance de 1,3% contre 2,3% en 2006. Ce taux résulte d' :

- une baisse de moins de 1% de la valeur ajoutée de la branche des industries alimentaires, de boissons et de tabac ;
- une progression de 2,3% de la branche textile, habillement et cuir ;
- une croissance de 4,3% de l'ensemble des industries d'assemblage ;
- une hausse de 3,5% de la branche fabrication de papier, de carton et d'articles en papier et en carton ;
- une tendance haussière respectivement de 8,3% et 2,9% des valeurs ajoutées des branches fabrication de produits minéraux non métalliques et fabrication de produits métallurgiques de base.

Tableau 1. Exportations des industries d'assemblage aux USA (F.O.B) à base de matières premières importées (en milliers de dollars américains)

	2005	2006	2007
Tulles, dentelles et rubans, ouvrages brodés	408,7	308,67	368,13
Appareils et matériels électriques et électroniques	6951,3	1442,05	3164,10
Machineries et Accessoires	-	6,00	1125
Articles de voyages et sacs à main, articles en cuir, bijouterie	67,9	206,39	591,30
Vêtements et articles pour vêtements	393164,3	432079,08	458626,91

Chaussures	2,70	104,13	0,28
Jouets, ornements et articles de sport	1647,7	380,05	406,30
Articles manufacturés en caoutchouc et en plastique	351,3	142,92	141,88
Autres : Appareils optiques et enregistrement de sons	42,81	24,25	60,84
Total	402636,60	434693,54	463370,99

Source : Site de la BRH d'après CCIH (2011)

Tableau 2. Exportations des industries d'emballage aux USA (F.O.B) à base de matières premières locales (en milliers de dollars américains)

	2005	2006	2007
Articles manufacturés en cuir	1897,1	1996,98	2073,17
Articles manufacturés en bois, bois pour meubles	83,8	392,23	53,03
Articles pour vêtements et autres ouvrages, produits textiles	2360,5	2604,91	2768,39
Tapis, articles pour tapis, couvertures	-	-	-
Travaux d'art, objets de collection, antiquités	-	-	-
Balais, brosses, ficelles	1218,4	793,73	0,28
Autres : Articles en verre et céramique	69,7	33,21	2,54
Articles déclarés et non déclarés	37,6	42,08	20,97
Sous-total	5667,1	5863,14	4918,32
Marchandises retournées	(170)	(175,90)	(147,54)
Total net	5497,00	5687,24	4770,78

Source : Site de la BRH d'après CCIH (2011)

2) Le secteur agro-industriel

Selon le document « *Diagnostic stratégique des filières entrepreneuriales à fort potentiel de croissance*, Étude du SSSF « *Agro-industrie* » réalisée pour le compte du PRIMA en 2007 (Programme de Renforcement Intégré du Milieu des Affaires en Haïti), l'agro-industrie est un ensemble d'activités qui, jusqu'à tout récemment concouraient

exclusivement à la production de biens de type primaire. Dès lors, la plupart des biens fabriqués servaient à la satisfaction des besoins primaires liés à l'alimentation. Par contre, la production et la commercialisation de cette catégorie de biens à grande échelle sont un phénomène relativement récent.

En effet, grâce au développement continu des moyens de transport, des techniques de production intensive et la sophistication des systèmes de conservation (mouture, pressage, distillation, pasteurisation, cuisson, congélation), d'autres catégories de produits (cosmétiques, pharmaceutiques) ont pu être tirées de ces mêmes matières organiques et à l'heure actuelle, beaucoup de pays expérimentent leur utilisation pour la production d'énergie, ce qui donne lieu à d'autres filières. Pour faciliter l'étude des filières Agro-industrielles, les produits ont été regroupés selon leur destination finale, ce qui a permis d'identifier quatre sous-secteurs Agro-industriels à savoir: le sous-secteur Agro-alimentaire, le sous-secteur Agro-cosmétique, le sous-secteur Agro-pharmaceutique et le sous-secteur Bio Energie. Les filières correspondantes ont été répertoriées et retenues sur la base du procédé technologique de transformation et de la matière première utilisée.

Après avoir été pendant longtemps le secteur le plus performant de par sa contribution au PIB, le secteur Agro-industriel a connu depuis ces vingt cinq dernières années, un déclin progressif et quasi continu (Tesse, 2011). En effet, l'analyse des indicateurs macroéconomiques donne lieu de constater de profondes mutations au niveau de ce secteur. Certaines entreprises relativement florissantes pendant les années quatre-vingt ont dû, sous l'influence d'une combinaison de facteurs internes et externes, cesser leurs activités²².

La dégradation progressive et continue de l'appareil productif haïtien, telle qu'observée particulièrement dans le secteur Agro-industrie et devenue incapable de satisfaire la demande locale de produits agro-alimentaires, a eu comme conséquence une nette progression des importations de produits dérivés depuis le début des années 80. La part de celles-ci dans les importations totales est en effet passée de 18,3% en 1981 à 26,8%

²² Le secteur Agro-industrie était particulièrement florissant (Tesse, 2011). On comptait en Haïti notamment quatre usines sucrières (HASCO dans la plaine du Cul-de-sac à l'entrée de Port-au-Prince, Centrale de Darbone à Léogane, Centrale de Dessalines dans le Sud et Centrale de Citadelle dans le Nord) et plusieurs éleveurs industriels de porcs et de volailles, des usines de fabrication d'huiles comestibles et de mantèque, de pâte et de sauce de tomate, des laiteries produisant également du beurre et du fromage, etc.

en 2004. Ce taux avoisine les 40% à l'heure actuelle. Ce déclin du secteur a évidemment entraîné un net recul du secteur privé formel qui avait pourtant consenti d'importants investissements dans la transformation des produits agricoles. Ceux qui y demeurent encore arrivent difficilement à rentabiliser leurs investissements à cause des multiples contraintes liées aux infrastructures publiques largement déficientes, au coût élevé des facteurs et la forte concurrence des produits importés.

Tableau 3. Les sous-secteurs et les filières du secteur agro-industrie en Haïti

Les sous-secteurs	Les Filières
Le sous-secteur « Agro-Alimentaire »	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pâtes alimentaires, Pains, Pâtisserie, Pizza 2. Boissons (Alcoolisées, Gazeuses, Eau purifiée/glacée) 3. Huiles de table 4. Fruits et Légumes transformés 5. Mangues 6. Produits Laitiers 7. Café / chocolat 8. Farines et dérivés de Blé 9. Riz décortiqué 10. Aviculture industrielle 11. Conserves (animal) 12. Miel
Le sous-secteur « Agro-Cosmétique »	<ol style="list-style-type: none"> 1. Huiles essentielles 2. Crèmes de beauté
Le sous-secteur « Agro-Pharmaceutique »	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thés et Tisanes 2. Onguents / herbo thérapie
Le sous-secteur « Bio Energie »	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biomasse 2. Bio Diesel 3. Ethanol/ Méthanol

Source : Site de la BRH d'après CCIH (2011)

En dépit de leur déclin constaté, les activités agro-industrielles représentent l'une des plus importantes potentialités économiques sectorielles du pays. En effet, cette filière stratégique repose particulièrement sur la transformation de produits primaires tels que le café, le cacao, la mangue et les huiles essentielles. Selon Tesse (2011), les exportations provenant de ce secteur d'activités ont généré, à la fin de l'exercice fiscal 2006-2007, un revenu de 29,23 millions de dollars américains.

a) Le café haïtien constitue un atout majeur en ce qui a trait à l'expansion des activités agro-industrielles (CCIH, 2011). En effet, les plantations de café occupent, sur l'ensemble du territoire haïtien, près de 100 000 hectares de terre, soit 3,6%. Elles représentent, en outre, 12,1% de la couverture boisée du pays. Les exportations du café ont généré des revenus de 4,13 et 2,00 millions de dollars américains, respectivement en 2006 et 2007 (CCIH, 2011). Cependant, pour pouvoir relancer la filière, plusieurs institutions qui travaillent pour la promotion et la valorisation du café local, tel l'Institut National du Café Haïtien (INCAH), ont déjà contribué à :

- La structuration de la filière ;
- La mise en place de ressources matérielles suffisantes capables de relancer la production caféière ;
- La mobilisation de ressources humaines qualifiées.

Les principales entreprises de production qui évoluent dans le secteur sont :

- Le Réseau des Coopératives de Café des Régions du Nord (RECOCARNO) ;
- La Fédération des Associations Cafésières Natives (FACN) dans la Grand'Anse et le Sud-est ;
- La Coopérative des Planteurs de Café de l'Arrondissement de Belle-Anse dans le Sud-est (COOPCAB);
- La Coopérative Agricole dans le Plateau Central (CAP).

Le café haïtien est souvent comparé au café jamaïcain (réputé pour sa qualité). Les principaux importateurs du café haïtien à l'état naturel sont les États-Unis, certains pays de l'Union Européenne et la République Dominicaine. Lavé, le café haïtien est expédié vers d'autres pays tels que le Japon, Taïwan, l'Angleterre.

b) La mangue occupe une bonne position dans le secteur agro-industriel. En effet, son apport à l'économie haïtienne est passé de 4,66 à 7,93 millions de dollars américains de 2003 à 2007 (BRH, 2007). La production de mangues en Haïti oscille entre 200 000 à 400 000 tonnes métriques (TM) par an, pour 20 à 40 000 hectares par surface de production (Pacombe, 2013). Pour une surface de 4 400 hectares de production, plus de 3 000 hectares seraient des plantations récentes non encore exploitées. Notons que, sur une centaine de variétés de mangues produites en Haïti, les plus exportées demeurent les mangues « madame francique » et « madame Blanc ». Les principaux importateurs de ces variétés sont les États-Unis d'Amérique et le Canada.

Selon Pacombe (2013), la variété « madame francique » ne représente que 20% de la production totale de mangues dans le pays. Aussi, existe-t-il un énorme potentiel d'exploitation de ce produit vu qu'il peut faire l'objet de multiples transformations : séché, congelé, en purée simple, concentré, en jus, et aussi à l'état frais.

c) Les huiles essentielles et le cacao sont également des denrées traditionnelles d'exportation d'Haïti. En effet, en 2007, la valeur des exportations d'huiles essentielles et de cacao a respectivement atteint 13,13 millions et 6,17 millions de dollars américains à l'économie haïtienne (Jean, 2013). Les plus importantes espèces d'huiles locales sont : le vétiver, la limette, l'ylang-ylang (ou ilang-ilang), le basilic et la citronnelle. Les principaux importateurs d'huiles aromatiques sont les États-Unis d'Amérique, la France, l'Allemagne, la Suisse, l'Angleterre, Israël et le Japon.

d) Le riz. Les zones rizicoles d'Haïti mesurent 3875 hectares répartis comme suit :

- Nord-Ouest : Berger, Rivière Salée, Bonneau, Denis, Meance, Fonds Roquefort ;
- Versant sud mer Caraïbes : Saint Louis du Sud, Plaine des Cayes, les Anglais ;
- Versant Sud golfe de la Gonâve : Petit-Goâve, Orouck, Petite-Rivière de Nippes, Fond-des-Nègres ;
- Département du Nord : Limbé, Plaine du Nord, Grison Garde, St Raphaël, Vallée de l'Artibonite.

Le marché de riz en Haïti représente plus de 8 millions de consommateurs. La production rizicole locale correspond à environ 20% de la consommation nationale. Le reste (80%) est satisfait à partir des importations et de l'aide alimentaire. Le riz importé en Haïti provient d'une vingtaine de pays, parmi lesquels les États-Unis, avec 70 à 80% des approvisionnements (CCIH, 2011). Environ 30 000 tonnes métriques (TM) de riz sont importées mensuellement en Haïti, soit environ 360 000 TM annuellement, à raison de 750 dollars américains la tonne. « *Donc, en un an, environ 270 000 000 de dollars américains quittent le pays pour acheter le riz importé* » pour reprendre les propos de l'ancien président de la République d'Haïti, Monsieur René Garcia Préval. La production locale, quant à elle, est estimée à 90 000 TM par an, alors qu'en 1985 elle était estimée à 125 000 tonnes métriques.

Pour le produit le plus consommé en ville, le riz importé (moins cher que le riz local), le prix de fin juillet 2008 est environ 14% plus élevé que celui de fin mars 2008 (début de la saison culturale en Haïti). En avril 2008, le gouvernement avait institué pour six mois une subvention d'environ 9% sur le prix du riz importé ; le sac de riz étant passé, selon l'agence de presse haïtienne HPN, de 750 à plus de 1150 gourdes (de 20 dollars américains à plus de 30 dollars américains environ).

L'un des problèmes majeurs au niveau de la filière riz en Haïti demeure les conditions de transformation. Il n'existe pas de machines modernes pour transformer le riz. Les moulins et moteurs sont les principaux équipements des unités de transformation de cette filière. Ces équipements sont, en général, vétustes, occasionnant un rendement faible à l'usinage.

Le tableau 4 suivant traduit l'évolution annuelle des coûts d'importations du riz de 2003 à 2007:

Tableau 4 : Évolution annuelle des coûts d'importation du riz de 2003 à 2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Importations du riz en Haïti(en millions de dollars américains)	(89)	(79)	(102)	(111)	(112*)

Source : Site de la BRH d'après CCIH (2011)

* : estimations

Tableau 5. Production industrielle de certains biens (en volume)

		<i>Mars</i> <i>2007</i>	<i>Mars</i> <i>2008</i>
<i>Produits</i>	<i>Unités de mesure</i>		
Huiles comestibles	Tonnes métriques	6373.35	6512.27
Saindoux	Tonnes métriques	121.29	118.27
Beurre de cuisine	Tonnes métriques	3.64	3.41
Margarine	Tonnes métriques	-	-
Farine de blé	Tonnes métriques	21400.33	18661.80
Son de blé	Tonnes métriques	5114.89	5360.47
Savon	Tonnes métriques	-	-
Détergent	Tonnes métriques	-	-
Bière (Prestige)	Milliers de caisse de 24 bouteilles	50.44	37.11
Malta	Milliers de caisse	46.14	43.25
Guinness	Milliers de caisse	9.78	9.75
Boissons gazeuses	Milliers de caisse	434.42	414.06
Jus de fruits	Milliers de gallons	9.20	9.08
Eau traitée	Milliers de sachets	10.38	10.36
Eau traitée	Milliers de bouteilles de 5 Gallons	35.83	36.09
Rhum	Milliers de bouteilles de 750 ml	45.16	44.26
Électricité	Millions de KW/h	11.29	20.04

Source : Site de la BRH d'après CCIH (2011)

1.1.3. Les entreprises exportatrices et les principaux marchés pour les exportations haïtiennes

Selon les données collectées par le Ministère du Commerce et d'Industrie d'Haïti (MCIH, 2008), les exportateurs individuels sont d'abord très nombreux en Haïti. Viennent ensuite certains secteurs qui sont cependant dominés par un petit nombre d'entreprises. À titre d'exemple, les principaux exportateurs de café sont : COCANO, COOPCAB, Etablissement Novella, ETS. J.B. Vital SA, Fédération des Associations Coopérative, Geowienwer SA, REBO SA et Réseau des Coopératives. Par contre pour le cacao, on retrouve essentiellement : les Établissements Novella et Geowiener SA. Nous notons aussi que le processus d'exportation des denrées naturelles suit en général un circuit bien établi. Dans ce sens, les spéculateurs achètent les denrées auprès des paysans et les revendent aux grands exportateurs. Ces grands exportateurs sont généralement les grandes maisons import-export. D'où l'on distinguera *«le petit exportateur de Jacmel ou des Gonaïves, qui opère de façon individuelle, et les établissements de la capitale, ayant des succursales dans plusieurs villes de province, les deux constituent des aspects différents d'une même catégorie d'intermédiaires opérant entre l'économie nationale et l'étranger»* (Pierre-Charles, 1991:124).

Par ailleurs, le rapport 2008 de la Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement (CNUCED) a classé par ordre d'importance les principaux pays bénéficiant des exportations haïtiennes. Les États-Unis et le Canada constituent les principales destinations de ces exportations. En effet, ces deux pays reçoivent plus de 80% des exportations haïtiennes. Les autres pays en voie de développement (PVD) en reçoivent environ 10%. L'Union-Européenne est le destinataire de moins de 4% de ces exportations. Les autres pays reçoivent moins de 1%.

Entre 1996 et 2007, les exportations totales d'Haïti vers les États-Unis sont passées de 143,5 millions de dollars américains à 487, 8 millions de dollars américains avec un léger déclin entre 2000 et 2002. Depuis 2002, il y a eu une croissance constante (à l'exception de 2007 où un léger déclin a été enregistré). Les 3 types de biens les plus exportés vers les États-Unis en 2007 selon l'Organisation mondiale du Commerce (OMC) sont :

(1) Vêtements et accessoires du vêtement, en bonneterie avec une valeur de 395,8 millions de dollars américains en 2007, ce qui représente 80% des exportations totales ;

(2) Vêtements et accessoires du vêtement autres qu'en bonneterie avec une valeur de 56,5 millions de dollars américains en 2007, ce qui représente 12% des exportations totales ;

(3) Fruits comestibles ; écorces d'agrumes ou de melons avec une valeur de 7,7 millions de dollars américains en 2007, ce qui représente 2% des exportations totales.

Toujours selon l'Organisation mondiale du Commerce (OMC), les exportations entre Haïti et le Canada ont été multipliées par 10 entre 1996 et 2007 passant environ de 2 à 20 millions de dollars américains. En plus de l'augmentation du volume des exportations haïtiennes au cours de la période 1996-2007, le type de biens exportés a aussi changé. En effet, en 1996, Haïti exportait principalement:

(1) Articles textiles confectionnés ; assortiments ; friperie et chiffons représentant 26% des exportations ;

(2) Cuivre et ouvrages en cuivre représentant 17% des exportations ;

(3) Ouates, feutres et non-tissés ; fils, ficelles, cordages représentant 13% des exportations totales.

En 2007, les trois (3) produits les plus exportés par Haïti vers le Canada étaient de toute autre nature. Il s'agissait de:

(1) Vêtements et accessoire du vêtement, en bonneterie, représentant 69% des exportations ;

(2) Poissons, crustacés, mollusques (dont le lambi), représentant 23% des exportations ;

3) Cacao et ses préparations, représentant 2% des exportations ;

1.2. Politiques et stratégies commerciales haïtiennes

Dans ce paragraphe, il s'agit pour nous d'aborder les grands objectifs ciblés dans la politique commerciale en Haïti. Dans ce paragraphe également, nous abordons plus largement l'intégration internationale d'Haïti et le processus de la libéralisation de son

économie, en mettant plus d'émphases sur son intégration régionale et ses stratégies commerciales multilatérales et bilatérales.

1.2.1. Les objectifs de la politique commerciale

Dans tous les États démocratiques, toute politique publique, qu'elle soit économique, sociale, environnementale, entre autres, est toujours mise en œuvre à partir des lois, des décrets ou des arrêtés ministériels. En Haïti, la Constitution de 1987²³ décrit les procédures et identifie les entités habilitées à élaborer la politique publique économique et plus précisément commerciale.

Le Ministère du Commerce et de l'Industrie d'Haïti (MCIH) a pour mission de formuler et mettre en œuvre la politique commerciale d'Haïti. Le MCIH est aussi chargé de « tracer les lignes directrices de la politique en matière commerciale et industrielle ». La Direction des affaires juridiques de ce Ministère est chargée d'élaborer les projets de législation et de réglementation dans le domaine du commerce et de l'industrie en collaboration avec les directions intéressées. D'autres institutions telles que les Ministères de l'Économie et des Finances (MEF), de l'Agriculture et de la Justice participent également à l'élaboration et la mise en œuvre de politiques commerciales. Le secteur privé n'est pas systématiquement consulté, en ce qui concerne l'élaboration de la politique commerciale. Néanmoins, ses représentants font quelquefois partie des commissions mixtes.

Enfin, même si la Constitution réserve au Président de la République la tâche de négocier, conclure et signer les traités et accords bilatéraux, plurilatéraux ou multilatéraux, cette responsabilité est en partie déléguée. Elle relève directement de la compétence des Ministères concernés. En général, ce sont le MCIH et le Ministère des Affaires Etrangères (MAE) qui encadrent la participation des autres Ministères du secteur économique aux discussions commerciales internationales conformément aux dispositions de la Loi du 6 septembre 1982 définissant l'Administration publique nationale.

La politique commerciale d'Haïti devrait être une composante majeure de son cadre macroéconomique. Ses principaux objectifs seraient d'assurer les conditions d'une croissance économique suffisante, de dynamiser et d'appuyer le secteur des affaires, de

²³ Loi mère depuis 1987

faciliter la création d'emplois et de réduire le taux de chômage, et de doter le pays des grandes infrastructures nécessaires à son développement (PNUD, 2005). Selon le PNUD (2005), pour atteindre ces objectifs, un document a été élaboré. Il porte sur la libéralisation de son économie et son intégration régionale comme indicateurs de sa participation à la mondialisation. En fait, depuis 1986, la politique commerciale d'Haïti a fortement évolué, en passant d'un régime fermé et réglementé à un régime libéral.

1.2.2. L'intégration internationale d'Haïti et le processus de la libéralisation de son économie

Selon Twaites (2000), la libéralisation des échanges impliquant des coûts d'ajustement élevés devrait être entreprise avec prudence. Dans le cas d'Haïti, le processus de libéralisation s'est opéré de manière très brutale, sans aucune considération des effets sociaux. En effet, Haïti s'est engagé depuis les années 80 dans une politique d'ouverture dans le cadre de différents programmes d'ajustement structurel (1986-1989, 1996-1999). Ces programmes d'ajustement, que Sachs (2005) qualifie de très peu scientifiques, voulaient agir entre autres sur les contraintes à l'expansion du commerce extérieur, plus particulièrement éliminer les mesures non-tarifaires et les taxes sur les exportations ainsi que les licences d'importation. La réforme tarifaire a été orientée vers la simplification du système et une baisse du niveau des taux. Le tarif douanier qui, en 1989 incluait 1562 positions tarifaires et 13 taux variant entre 0 et 57,8%, fut simplifié à 4 taux: 15, 10, 5 et 0 % (PNUD, 2005). En 2006, comme le montre le tableau 6, parmi tous les pays de la Caraïbe mentionnés, Haïti affichait les plus faibles taux moyens ad-valorem.

Tableau 6. Tarifs moyens ad-valorem appliqués en 2006

	Haïti	Rép. Dom.	Jamaïque	Bahamas	Belize	Trinidad and Tobago
Tarifs moyens ad-valorem						
Tous les biens	2,8	8,5	7,3	30,2	10,8	7,5
Biens agricoles	5,7	13,1	17,2	24,1	20,7	18,1
Biens non agricoles	2,4	7,8	5,8	31,2	9,3	5,9

Source : Banque Mondiale (BM)/Organisation mondiale du Commerce (OMC), 2006

Au niveau des importations, le taux de 5% est le plus fréquent en s'appliquant à environ 14% des lignes tarifaires (OMC, 2009). Le taux de 15 % s'applique, entre autres, aux viandes des animaux de l'espèce porcine; aux viandes et abats comestibles des volailles; mousses et lichens; fleurs coupées; légumes, plantes, racines et tubercules alimentaires, frais, réfrigérés ou congelés; agrumes; la plupart des sucres et sucreries; ouvrages de sparterie ou de vannerie; coton; tapis et autres revêtements de sol en matières textiles; et perles fines ou de culture, bijouterie, joaillerie et autres ouvrages. L'agriculture est le secteur qui bénéficie de la protection tarifaire la plus forte avec un taux moyen simple de 4,5% et des taux variant entre zéro et 15%. La protection tarifaire de l'industrie manufacturière est de 2,8 %, les taux variant entre zéro et 57,8%. L'industrie extractive est le secteur le moins protégé sur le plan tarifaire avec un taux moyen simple de 2,1% et des taux variant entre zéro et 15%.

En Haïti, les activités d'exportation sont régies par les dispositions de l'article 167 du Code douanier (CCIH, 2007). À cet égard, les marchandises destinées à être exportées sont soumises au paiement des droits prévus au tableau des droits de sortie. Toutefois, le processus de libéralisation entamé à partir de 1986 s'est traduit par l'élimination progressive et complète des droits de douane à l'exportation. De même, l'obligation pour les exportateurs de vendre à la Banque de la République d'Haïti (BRH) une partie de leurs recettes d'exportation a été éliminée (OMC, 2009). Ces deux pratiques injustifiables de politique interne avaient longtemps constitué des mesures de pénalisation des activités d'exportation par l'État, qui devrait au contraire se préoccuper d'en assurer la promotion.

Bien des analyses ont montré que cette libéralisation du commerce incontrôlée n'a pas joué en faveur des entreprises haïtiennes. Dans un premier temps, les produits haïtiens ne parviennent pas à concurrencer les produits importés, car certains de ces derniers sont subventionnés rendant ainsi leur prix plus abordable que celui des produits locaux; le cas du riz est un bon exemple (PNUD, 2005). Dans un second temps, se pose le problème de la promotion de l'offre exportable. Le manque de promotion autour de certains produits, tels que les produits artisanaux et autres, fait que les entreprises concernées subissent la concurrence par leur manque de compétitivité.

1.2.3. L'intégration régionale d'Haïti

La régionalisation se réfère à la constitution de zones d'échanges privilégiés et d'intégration économique de dimension continentale comme l'UE, l'Alena, le Mercosur, l'AFTA, etc. Selon Dagorn (1999), elle est considérée comme une phase d'adaptation des économies nationales aux conséquences de l'ouverture et de l'intégration économiques; donc une phase intermédiaire dans le mouvement d'intégration mondiale. Pour Richard (2009), elle constitue une réaction à la tendance unificatrice et homogénéisante qui accompagne la dynamique de la mondialisation. Et pour Marcou (1999), elle apparaît comme une condition nécessaire à l'intégration au mouvement de la globalisation, une étape pour conduire à la libéralisation multilatérale et une garantie contre le risque de marginalisation. En ce sens, la constitution de zones intégrées peut favoriser le consensus nécessaire au multilatéralisme dont les accords régionaux sont souvent des préalables. Les arrangements régionaux réduisent les coûts de transactions, favorisent des stratégies coopératives et réduisent les incertitudes (Fièvre, 2006).

Haïti participe aux principales organisations multilatérales dont l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), les Nations Unies et ses agences, le Fonds Monétaire International (FMI), et le groupe de la Banque Mondiale (BM). Le pays fait partie aussi de groupements régionaux tels que la Communauté et Marché Commun de la Caraïbe (CARICOM), l'Association des États de la Caraïbe (AEC), et le CARIFORUM. Par ailleurs, Haïti participe au processus de création de la Zone de Libre-échange des Amériques (ZLEA).

En juillet 1999, Haïti a été acceptée comme 15ème État membre de la Communauté de la Caraïbe (CARICOM). Et, l'adhésion définitive du pays a été ratifiée par le Parlement haïtien le 13 mai 2002. Haïti signa le 4 juillet 2003 le Traité de Chaguaramas révisé. Elle est membre de l'Association des États de la Caraïbe qui réunit le Mexique, la Colombie, le Venezuela, les pays de l'Amérique Centrale et de la CARICOM. Haïti est membre du CARICOM, une organisation régionale créée le 9 octobre 1992 et regroupant les pays de la Caraïbe de la Convention de Lomé IV.

1.2.4. Les initiatives commerciales multilatérales et bilatérales

Haïti a adhéré à l'Accord Général sur le Commerce et les Tarifs (GATT) dès le 1^{er} janvier 1950 et est devenue membre de l'OMC le 30 janvier 1996 (OMC, 2009). La mise en œuvre des Accords de l'OMC par Haïti est cependant toujours en cours, un certain nombre de dispositions légales nationales devant encore faire l'objet de changement ou d'adaptation afin de les rendre conformes aux prescriptions multilatérales. Haïti accorde le traitement de la Nation la Plus Favorisée (NPF) à tous ses partenaires commerciaux. Elle n'est signataire d'aucun accord plurilatéral.

Les accords commerciaux bilatéraux auxquels Haïti fait partie ne visent pas à proprement parler le libre-échange, mais ils sont plutôt des accords-cadres établis selon le principe de la Nation la plus Favorisée (NPF). De tels accords ont été signés avec l'Allemagne, l'Argentine, les Bahamas, la Chine, la Colombie, le Danemark, l'Italie, l'Islande, l'Israël, le Japon, le Libéria et la République Dominicaine (OMC, 2009).

Haïti bénéficie de traitement préférentiel de la part de pays en développement dans le cadre du Système Généralisé de Préférences (SGP). Elle ne participe pas au Système global de préférences commerciales entre pays en développement (OMC, 2009).

Quatre régimes préférentiels sont en place pour les produits exportés d'Haïti vers les États-Unis. Il s'agit du Système Généralisé de Préférences (SGP), de l'Initiative pour le bassin de la Caraïbe (IBC), de l'Initiative pour le bassin de la Caraïbe élargie et du Programme d'accès des textiles (Article 807-A de la Loi pour la reconstruction économique du bassin de la Caraïbe). En général, ces régimes prévoient une entrée hors taxes aux États-Unis aux produits éligibles. Toutefois, les taxes fédérales à la consommation sont payables.

Haïti a signé l'Accord de Cotonou qui établit des relations commerciales préférentielles et d'aide entre l'UE et 71 pays en développement d'Afrique, de la Caraïbe et du Pacifique (ACP). Cet accord a été signé le 23 juin 2000, en remplacement des Conventions de Lomé signées en 1975, 1979, 1984 et 1989. Il restera en vigueur pendant 20 ans. Haïti a ratifié cet accord en date du 19 décembre 2000.

Section 2. Principaux obstacles et opportunités habituellement évoqués sur le développement de l'entrepreneuriat en Haïti

Afin de bien faciliter une identification entre les deux, cette section se divise en deux grandes catégories. Une première catégorie qui consiste à aborder les blocages ou les inconvénients liés au développement de l'entrepreneuriat en Haïti. Alors que la seconde catégorie prend en compte les opportunités ou les atouts. À la fin, les deux sont représentés dans un tableau synthétique.

2.1. Principaux obstacles liés au développement de l'entrepreneuriat en Haïti

Plusieurs obstacles qui sont alors considérés comme des contraintes notamment sur le plan économique (étroitesse du marché, accès aux matières premières, pouvoir d'achat, problème du marché du travail, etc.), plan financier (accès au financement, taux d'inflation, problème du taux d'intérêt, etc.), plan social (manque d'éducation, inégalité croissante, etc.) et sur le plan politique et institutionnel (concentration, insécurité, corruption, contrôle de l'État, etc.) sont habituellement identifiés.

2.1.1. Sur le plan économique

L'environnement économique haïtien est marqué par un marché très étroit, avec un pouvoir d'achat extrêmement faible. La demande solvable est l'une des contraintes essentielles à laquelle doivent faire face les entrepreneurs (Jeune, 2008). Cependant, les contraintes économiques ne se limitent pas seulement au problème de la demande potentielle sur le marché. En plus de l'économie informelle qui se développe beaucoup en Haïti (Lamaute-Brisson [2000], Aspilaire [2014]), les difficultés d'approvisionnement en matières premières constituent un frein majeur à la création d'entreprise. En effet, avant de se lancer dans un projet de création d'entreprise, l'une des étapes cruciales c'est d'en vérifier la faisabilité, c'est-à-dire la disponibilité des ressources nécessaires, comme les intrants (matières premières) indispensables au lancement de la production. En raison de leur coût et de leur accessibilité difficile, de nombreux projets sont abandonnés (Jeune, 2008). Par ailleurs, le manque de diversification de l'économie haïtienne a été mentionné comme frein au développement du secteur privé (PNUD, 2009). Mis à part de quelques secteurs porteurs comme l'immobilier et le tourisme, le nombre reste cependant limité, et cela contribue à réduire considérablement les possibilités et les choix d'investissement pour

les acteurs économiques. De plus, les problèmes majeurs qui sont liés au fonctionnement du marché du travail comme les problèmes liés à la régulation, la syndicalisation et le dialogue social, l'indemnisation salariale, l'assurance-chômage, la retraite, le salaire minimum et les politiques publiques viables à l'emploi à la formation professionnelle, ce qui constitue une sorte d'handicaps à l'investissement dans des activités économiques porteuses du pays. Toutes ces difficultés qui n'ont jusqu'ici pas trouvé de solutions représentent de grosses menaces ou de sources de blocage qui semblent freiner tout le processus de l'entrepreneuriat en Haïti.

De plus, l'importation des produits étrangers au détriment de la production locale est également une autre source de problème majeur à l'investissement dans des entreprises destinées à la consommation des produits alimentaires. Devant une telle situation, la majorité des Haïtiens perdent leurs habitudes de consommation de certains produits locaux, ce qui leur pousse à opter de plus en plus pour les produits importés. Et c'est ce qui est à la base de l'augmentation du taux d'inflation en Haïti. Selon Jean (2014), les commerçants de gros (grossistes) n'ont rien fait pour changer cette situation, en dépit de leur pouvoir économique (monopole) sur le marché. Selon l'auteur, ces grossistes préfèrent tourner de plus en plus vers l'importation, au lieu d'investir dans la production locale, en particulier l'agriculture, et ce grâce aux arrangements qu'ils ont faits avec les États-Unis.

2.1.2. Sur le plan financier

La structure financière haïtienne est composée des institutions bancaires et des institutions non-bancaires. En effet, les institutions non-bancaires sont représentées par des institutions microfinancières coopératives d'épargne et de crédit et des institutions microfinancières non coopératives d'épargne et de crédit. Selon un rapport de l'USAID en 2011, les institutions microfinancières coopératives d'épargne et de crédit sont au nombre de 67 et sont représentées par des caisses populaires, des mutuelles de solidarité, des caisses de crédit. D'après le même rapport, les institutions microfinancières non-coopératives d'épargne et de crédit sont évaluées à 16 et sont représentées par des organisations non gouvernementales (ONG), des fondations, des associations, des filiales ou satellites ou unités spécialisées des banques commerciales. Parallèlement, le nombre d'établissements bancaires s'est contracté pour passer de 11 à 10, suite à l'acquisition de la Socabank par la BNC. Ce nombre passe de 10 à 9 en 2017, suite à l'acquisition de la SCOTIA BANK par la

UNIBANK, ce qui fait que les institutions bancaires comptent aujourd'hui une (1) banque centrale (BRH), six (6) banques privées haïtiennes dont cinq (5) banques commerciales et une (1) banque d'épargne et de logement, deux (2) banques commerciales publiques (BNC, BPH), une (1) succursale de banque commerciale étrangère, à savoir la CITY BANK. Il existe aussi le Fonds Industriel de Développement (FDI) et la Société Haïtienne de Financement du Développement des Entreprises (SOFHIDES) qui sont des structures de financement formelles traditionnelles et qui sont organiquement connectées au système bancaire en dépit du fait qu'elles ne sont pas autorisées à s'impliquer dans l'administration du crédit directement (FENU, 1997).

Afin que les institutions bancaires puissent jouer un vrai rôle dans la promotion des initiatives privées en Haïti, d'importantes réformes ont été menées par les autorités monétaires. Ces réformes sont le renforcement de l'indépendance de la banque centrale, et de son rôle régulateur, la libéralisation du secteur, etc. (BRH, 2007). Mais, ce n'est pas suffisant, car de nombreuses études menées sur les freins à la création et au développement d'entreprises révèlent que le problème d'accès au crédit constitue l'une des contraintes majeures (Jeune [2008], Markpotche [2009], Paul [2011], Tesse [2013], Jean [2014]). En effet, selon Tesse (2013), quatre maux minent le crédit bancaire en Haïti, à savoir l'insuffisance, les coûts de transaction, l'exclusivité et la qualité. Outre l'insuffisance et la concentration des prêts aux mains d'un groupe très restreints de bénéficiaires, les taux d'intérêts demeurent encore trop élevés en raison de l'incertitude et du taux d'inflation. Dans ce contexte, la qualité des produits financiers ne répond pas au besoin des entreprises, la préférence va donc aux prêts de court terme. Ce qui limite les investissements et qui impacte négativement la rentabilité des entreprises. À côté du niveau élevé du taux d'intérêt et des délais de remboursement trop courts, les banques commerciales exigent des antécédents et des garanties qui ne sont guère à la portée de nouvelles entreprises (Markpotche, 2009). Markpotche (2009) a également constaté la faiblesse du taux de bancarisation qui s'explique, d'une part, par une couverture inégalitaire du territoire national par les banques, mais elle s'explique, d'autre part, par l'absence chez les Haïtiens d'une certaine culture propice à l'épargne et à l'emprunt bancaire. De plus, il n'existe pas d'indice boursier en Haïti, comme le CAC40 en France, le S&P500 aux États-Unis, etc., ce qui limite donc la diversification dans l'offre des produits bancaires et les investissements importants dans le pays. À notre avis, il n'existe pas non

plus des entreprises haïtiennes qui sont cotées sur les marchés financiers européens ou américains, par exemple, mis à part les banques commerciales qui font pour la majorité leurs transactions avec des banques américaines aux États-Unis.

Par ailleurs, l'économie haïtienne fait face toujours à une dollarisation croissante. Selon l'OMC²⁴(2003), les dépôts en dollars américains représentaient 47,5% du total des dépôts en janvier 2003 (contre 38% en juin 2000), alors qu'en juin 2003, 52,5% des prêts consentis par les banques commerciales au secteur privé étaient libellés dans cette même devise (contre 41% en juin 2000). Selon le rapport de l'OMC (2003), cette tendance est la conséquence de plusieurs facteurs dont les principaux sont l'incertitude relative à la situation politico-économique, donc à la stabilité de la gourde haïtienne, et l'utilisation de certains instruments de politique monétaire, y compris l'imposition d'un coefficient de réserve obligatoire particulièrement élevé sur les dépôts en gourdes par rapport aux dépôts en devises.

Selon l'OMC (2003), Haïti ne dispose pas vraiment ni d'une législation relative aux activités du sous-secteur financier non bancaire (institutions microfinancières de type coopératif d'épargne et de crédit et de type non-coopératif d'épargne et de crédit) qui est capable de faire fonctionner correctement ce secteur. Haïti ne dispose pas non plus ni d'une autorité spécifique chargée de la supervision ou de la réglementation des activités des compagnies d'assurance, des sociétés de crédit-bail et celles de fonds à capital-risque. En effet, les primes d'assurance se fixent librement sur le marché et ne font pas l'objet d'une intervention ou d'un contrôle de la part des pouvoirs publics. Les compagnies d'assurance et les sociétés à capital-risque, malgré le nombre très restreint, sont libres de développer leurs activités dans différents domaines simultanément.

2.1.3. Sur le plan politique, institutionnel et environnemental

Le manque d'infrastructures de base et de services publics adaptés et l'absence d'institutions qui visent à promouvoir le développement du secteur privé, l'initiative individuelle, et la protection des propriétés intellectuelles constituent une source de blocage en Haïti (BRH [2005], Jeune [2008], etc.). Les études, à l'instar de Makpotche (2009), ont pointé du doigt sur le risque pays (coups d'état à la répétition, émeutes de la

²⁴ OMC : Organisation Mondiale du Commerce ; Analyse des politiques commerciales en Haïti - Politique et pratiques commerciales par mesure ; Rapport du Secrétariat 2003.

faim, etc.) comme élément qui rend difficile toute vision à long terme d'un projet d'investissement et qui encourage la fuite des capitaux. D'autres sources de blocage ont été évoquées. Parmi lesquelles, l'incapacité de l'État à jouer effectivement son rôle dans la régulation de l'économie. Cette incapacité de l'État favorise plutôt la prolifération des sociétés monopolistiques et une concurrence déloyale à travers le dumping. Le manque d'intérêt affiché par l'État en matière d'incitations au développement de l'entrepreneuriat. L'inadaptation du cadre fiscal et la complexité des démarches administratives et surtout leur méconnaissance par le grand public ne facilitent guère l'accomplissement des processus de création d'entreprise. En résumé, la fiscalité, la non transparence du marché du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle, le manque de surveillance frontalière, le problème foncier incitent les entrepreneurs à rester dans l'informel, ce qui réduit notamment leur chance quant à l'obtention du crédit dans le secteur financier formel. Sur le plan environnemental, Haïti reste l'un des pays de la Caraïbe qui sont très vulnérables. En effet, ce pays fait face souvent à des problèmes de catastrophes naturelles comme le risque sismique, les ouragans, les cyclones, les tempêtes provoquant des inondations et des dégâts matériels et immatériels, etc.

2.1.4. Sur le plan socio-éducatif et culturel

Le développement de l'entrepreneuriat en Haïti est affecté par le niveau élevé de la pauvreté de la population haïtienne. Celle-ci se traduit par le non accès, pour une grande majorité, à un certain nombre de services de base, tels que l'accès à l'eau, l'électricité, la santé, etc. Tous ces éléments constituent des obstacles réels pour la survie de la population (ECVH, 2003). Par ailleurs, les études mentionnent la faiblesse du secteur éducatif, et son manque d'orientation vers la promotion de l'initiative privée (François, 2009). Sur le plan culturel, les Haïtiens font face à de sérieux problèmes au niveau de leurs mentalités, de leurs comportements, de leurs attitudes et de leurs coutumes et habitudes, ce qui les empêche de réussir dans la plupart des initiatives économiques (Jacob, 2009).

2.2. Opportunités ou atouts liés au développement de l'entrepreneuriat en Haïti

De la même manière qu'il existe bien des obstacles qui sont liés au développement de l'entrepreneuriat en Haïti, nous identifions aussi de nombreuses opportunités. Parmi lesquelles, nous pouvons citer :

2.2.1. Main-d'œuvre à bon marché

En comparaison avec les pays de l'Amérique latine et de la Caraïbe, Haïti est le seul pays de la zone où le salaire minimum est très bas (soit en moyenne de 300 gourdes pour huit heures par jour en 2017). Par rapport à l'année 2016, ce même salaire n'a pas connu en moyenne de grande différence qu'en 2017, si bien que son taux moyen annuel tourne autour de 0,002%. Et, par rapport à une telle situation, Haïti fait donc partie des pays où le taux moyen de salaire minimum annuel ne va pas au-delà de 0,05%, et ceci depuis des années 1980. Tout ceci représente des preuves qui peuvent susciter les investisseurs à profiter de cette main-d'œuvre à bon marché pour créer des entreprises en Haïti. En effet, même si ce salaire minimum favorise le développement du secteur de la sous-traitance, mais cela n'est pas suffisant compte tenu du nombre de chômeurs existants et d'autres secteurs qui sont porteurs à l'économie haïtienne. En tout cas, ce qui est meilleure pour le pays, ce salaire minimum qui est fixé par le Conseil Supérieur des Salaires (CSS) devrait aussi favoriser de la création d'emplois dans d'autres filières, pour lesquelles il est encore plus bas.

2.2.2. Marché non saturé ou de nouvelles niches de marché à exploiter

Nous entendons par marché non saturé, un marché dans lequel il existe des niches à exploiter. Il s'agit aussi d'un marché dans lequel il existe d'autres points de segmentation, ou d'un marché qui n'est pas complet dans le sens où il offre beaucoup d'opportunités en matière de création d'entreprise. En effet, il y a possibilité pour que beaucoup d'entreprises émergent en Haïti pour satisfaire localement les besoins des Haïtiens en matière de produits agro-alimentaires. Car, en matière d'importations, ces produits représentent plus de 35% en moyenne de l'importation totale sur la période de 1980 à 2008 (BRH, 2010). Beaucoup de secteurs d'activité peuvent émerger et créer, ce pour faire face notamment à la concurrence du marché dominicain. Nous notons que, chaque année, Haïti importe en République Dominicaine plus de 20,3 millions de dollars américains des produits agro-alimentaires. Les produits agro-alimentaires comme les jus et les « papita²⁵ » respectivement à base de mangues et de banane plantain représentent à eux-seuls plus de 23% des importations en 2014 (MICH, 2016). Or, des entreprises de transformations de

²⁵ Produit préparé à base de la banane plantain en Haïti. Même s'il y a une quantité de ce produit qui est faite en Haïti, mais il est aussi importé en grande quantité en République Dominicaine.

mangues sous forme de jus « naturels » peuvent créer pour alimenter localement, voire pour exporter les mangues sous une autre forme comme la farine. De plus, les mangues sont des filières à fort potentiel de croissance économique (Pacombe, 2013).

2.2.3. Le tourisme : un secteur porteur autrefois et peut être aujourd'hui

Outre les autres secteurs d'activité qui représentent de grandes opportunités dans le développement de l'entrepreneuriat en Haïti, le tourisme serait un secteur porteur à l'économie haïtienne. D'ailleurs, ce pays était considéré comme la première destination touristique de la Caraïbe dans les années 80. En effet, plus d'un million de touristes foulaient le sol haïtien dans le cadre de l'excursion et de la randonnée pendant cette période (Ministère du tourisme, 2010). Aujourd'hui encore, ce pays garde toujours ses vues panoramiques, ses beautés naturelles sauvages, ses côtes et ses belles plages, comme Labadie dans le Nord et la côte sud d'Haïti, avec principalement les plages de Gelée, de Port-salut et d'Ile-à-vache. Il garde et conserve des sites touristiques et de grands patrimoines connus mondialement, comme le palais de Sans Souci dans l'Artibonite, la Citadelle Laferrière à Milot dans le Nord, etc. Avec le développement de ce secteur, d'autres peuvent encore surgir comme l'artisanat et la peinture haïtienne (Jean, 2014).

2.2.4. La position géographique d'Haïti et ses richesses naturelles

Haïti a d'autres potentialités, comme sa position géographique, son relief, ses ressources naturelles, sa population, etc. En ce qui concerne sa position géographique, Haïti se positionne bien par rapport aux autres pays de la Caraïbe et aux géants économiques de l'Amérique. Un tel facteur peut inciter les Haïtiens à entreprendre pour profiter des opportunités offertes par ces marchés. Haïti, terre haute, terre montagneuse, est une opportunité pour les excursions, comme à Pic Macaya, à morne l'hôpital, à Saut d'Eau, etc. Dans ce sens, des entreprises peuvent créer pour faciliter la rentrée de devises dans le pays. En plus, Haïti a des ressources naturelles, comme l'or, le cuivre, l'iridium, etc. (Bureau des Mines et de l'Énergie, 2004). Certaines entreprises peuvent créer pour les exploiter et constituer de la richesse. Parallèlement, Haïti dispose d'une population jeune (60% ont moins de 25 ans en 2007). Grâce à cette population, des touristes locaux peuvent être envisagés pour créer un état de confiance chez les visiteurs étrangers. Enfin, le nombre des institutions de microfinance qui existe en Haïti, plus particulièrement dans les milieux

ruraux, peuvent constituer des atouts pour l’octroi de crédit aux ménages sociétaires, car il suffit à l’État de les renforcer et de les structurer davantage.

Brièvement, nous notons que tout pays, pour se développer durablement sur le plan socio-économique, doit faire face à des avantages comme des inconvénients. En ce qui a trait aux inconvénients, il existe toujours des techniques et des moyens qui peuvent être mis en place pour surpasser ce qu’il faut surpasser et aller vers l’avant quand il est nécessaire. Il en est de même lorsqu’on doit entreprendre une activité entrepreneuriale quelconque. De telles mentalités ou de tels comportements que nous avons susmentionnés sont souvent pratiqués dans beaucoup de pays. Alors qu’Haïti est loin d’être surpassé par ses inconvénients et profiter de ses avantages pour embarquer dans la phase de son développement socio-économique durable. Or, à l’instar des pays négro-africains, Jeune (2008) a pu démontrer qu’Haïti a longtemps fait face à un ensemble de problèmes plutôt d’ordre socioculturel qui nuisent à son développement économique durable, mis à part d’autres facteurs d’ordre général. En résumé, si beaucoup de pays arrivent à se mettre facilement sur les rails du développement socio-économique, grâce à un ensemble de valeurs socioculturelles (mœurs, coutumes, habitudes, mentalités, comportements, etc.) qui constituent le fondement de leurs peuples, alors Haïti pourra aussi profiter des siennes (qu’elles soient négatives ou positives) pour se mettre sur la voie du progrès social et de la réussite économique. Nous notons que ces valeurs sont considérées ici dans une vision dynamique, comme Adler (1994) l’a utilisée, c’est-à-dire dans la mesure où elles peuvent être adaptées à toute évolution ou tout changement qui opère dans le monde. Et tel est l’enjeu principal que s’inscrit notre thèse.

Tableau 7. Synthèse des principaux inconvénients et avantages qui sont habituellement évoqués au développement de l’entrepreneuriat en Haïti

Inconvénients ou blocages au développement de l’entrepreneuriat en Haïti
<p><i>-Sur le plan économique :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Économie informelle ; • Problèmes liés au fonctionnement du marché du travail ; • Insuffisance de matières premières ; • Manque de diversification dans l’économie haïtienne ;

- Consommation des produits étrangers au détriment de la production locale.

-Sur le plan financier :

- Taux d'intérêt, taux d'inflation ;
- Garanties et remboursement trop court en termes de délai;
- Le phénomène de la dollarisation ;
- Problème de régulation des institutions financières non-bancaires et des sociétés d'assurance et de capital-risque ;
- Problème d'éducation financière.

-Sur le plan politique, institutionnel et environnemental :

- Risque-pays, émeute de la faim, coup d'État, catastrophes naturelles, etc.;
- Problème foncier ;
- Concentration des administrations publiques dans certaines grandes villes.

-Sur le plan socio-éducatif et culturel:

- Manque d'accès aux infrastructures de base, comme la santé, l'eau, l'électricité ;
- Système éducatif qui n'a pas privilégié les initiatives privées ;
- Inégalité croissante

Avantages ou atouts au développement de l'entrepreneuriat en Haïti

- Main-d'œuvre à bon marché : salaire minimum très bas par rapport aux autres pays de la Caraïbe et de l'Amérique latine ;

- Marché non-saturé ou des niches de marché existants à exploiter surtout dans la production agro-alimentaire ;

- Le tourisme serait un secteur porteur à l'économie haïtienne, comme il a été autrefois dans les années 1980 la première destination dans la Caraïbe, mis à part l'artisanat, la peinture, etc.;

- Autres : la position géographique d'Haïti et ses ressources naturelles, sa population, son relief, etc.

Source : construit par l'auteur

CONCLUSION

Cette partie qui avait pour objectif de présenter quelques faits stylisés sur les motivations de l'objet d'étude de notre thèse nous a permis de faire un panorama (ou un tour d'horizon) sur l'évolution de la situation globale d'Haïti ainsi que l'évolution de sa situation entrepreneuriale, à partir des données qui sont mises à notre disposition. En effet, elle nous a permis de cerner les principaux éléments de motivation qui constituent l'enjeu principal dans lequel s'inscrit notre thèse. La deuxième partie aborde les éléments faisant partie des concepts clés de notre thèse, grâce à une revue de littérature théorique-empirique.

PARTIE 2

FONDEMENTS DE L'ENTREPRENEURIAT FACE AUX RÉALITÉS SOCIALES ET CULTURELLES

INTRODUCTION

Cette deuxième partie propose une revue de littérature à deux volets. Dans le premier volet, nous avons jugé qu'il est nécessaire d'apporter des éclaircissements sur le concept de l'entrepreneuriat qui reste jusqu'à présent un champ d'études très controversé dans la littérature. Nous avons donc présenté les fondements théoriques de l'entrepreneuriat, en se limitant sur les trois approches qui sont les plus importantes dans le cadre de notre travail de recherche, en plus d'une synthèse. Ce volet est abordé dans le premier chapitre. Le second volet de cette partie traite les fondements des réalités sociales et culturelles dans la littérature et leurs liens avec l'entrepreneuriat dans un second chapitre. En effet, après avoir présenté quelques éléments de définition du concept culture et certaines de ses composantes, nous avons essayé d'apporter quelques éclairages nécessaires sur les caractéristiques personnelles et valeurs socioculturelles pour décrire les liens qui peuvent exister entre les réalités socioculturelles et l'esprit d'entreprendre. Le dernier volet s'inscrit surtout dans une double démarche qui est à la fois pratique et constructive. La première démarche permet d'appréhender des leçons tirées sur les modèles de l'entrepreneuriat culturel pratiqué dans certains pays asiatiques, européens, américains, de l'Afrique subsaharienne et en général ceux qui ont hérité de la culture négro-africaine. La seconde démarche permet d'aboutir à la conceptualisation d'un modèle intentionnel théorique de référence adapté à notre travail de recherche, après avoir passé en revue les structures de base des modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale de Ajzen (1991), de Shapero et Sokol (1982) et de Krueger (1993).

CHAPITRE 1. L'ENTREPRENEURIAT : UN CHAMP D'ÉTUDES TRÈS CONTROVERSÉ DANS LA LITTÉRATURE

Bien qu'il jouisse d'une grande notoriété tant au niveau de la recherche que dans la pratique, l'entrepreneuriat, parfois appelé l'esprit d'entreprendre, ou l'esprit d'entreprise, ou encore « entrepreneurship » en anglais, est sans doute l'un des concepts les plus controversés dans la littérature. En fait, l'entrepreneuriat souffre notamment l'absence d'un cadre conceptuel de référence et d'une définition complète qui puissent intégrer tous les différents aspects du concept. Cela est dû par le fait que bon nombre d'entre eux sont encore en émergence depuis le début des années 80 (Bruyat, 1993 ; Fillion, 1997 ; Shane et Venkataraman, 2000). Selon Fayolle (2002), la controverse de l'entrepreneuriat fait que certains aspects qui y sont liés apparaissent vagues pour certains auteurs. En tout cas, même s'il est très vaste, l'entrepreneuriat peut être compris dans un sens individuel ou collectif, en tant qu'organisation, structure, entité dans le cas d'une entreprise, etc. Pour éviter de tomber dans tout piège quant à l'interprétation et la définition de tous les concepts qui y sont liés, nous tenons à préciser que nous nous inscrivons ici notre travail de recherche dans une vision qui associe l'entrepreneuriat à la performance socio-économique, au processus et au dynamisme de création et de développement d'entreprises. De plus, nous nous intéressons à la création d'entreprise par des individus actifs qui ont l'intention de créer (entrepreneurs et non-entrepreneurs). Afin d'arriver à bien appréhender tout cela, nous présentons dans un premier temps l'entrepreneuriat à travers les théories économiques traditionnelles, où nous avons décidé de mettre l'accent plus sur l'approche individualiste qui positionne l'entrepreneur au cœur de l'économie et l'approche managériale qui s'oppose à l'entrepreneur individuel au sens de Schumpeter. Dans un deuxième temps, nous présentons l'entrepreneur selon les théories de l'émergence des approches comportementales. Notre analyse est donc portée sur l'approche béhavioriste qui met l'accent sur les traits de personnalité et les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur et l'approche processuelle qui s'intéresse au processus par lequel les nouvelles entreprises sont établies. Dans un troisième temps, nous présentons le rôle et comportements de l'entrepreneur dans les théories modernes. Nous nous focalisons plus sur les théories de la firme fondées sur les compétences, l'aversion au risque, les contraintes financières, la concurrence ou la rivalité. Nous abordons également l'entrepreneur dans le contexte du développement économique et face au phénomène de la mondialisation, avant

d'acheminer vers le rôle et les comportements de l'entrepreneur culturel dans le chapitre suivant. Nous terminons ce premier chapitre en faisant une synthèse des théories selon les différentes écoles de pensée ainsi que leurs principaux auteurs.

Section 1. Théories traditionnelles sur les approches économiques de l'entrepreneuriat

À partir d'une double approche économique et managériale, cette section permet en effet de retracer l'entrepreneuriat dans le domaine du développement économique des nations. Après une brève présentation de l'approche économique traditionnelle qui est surtout liée à l'émergence de l'entrepreneur individuel, l'approche managériale met fin à l'entrepreneur individuel au sens de Schumpeter (1935). En effet, l'approche managériale de l'entrepreneuriat valorise les professionnels du management à la place de l'entrepreneur individuel, c'est-à-dire elle se réfère plutôt à l'organisation collective.

1.1. L'émergence de l'entrepreneur individuel

Nous ne saurions aborder l'émergence du concept de l'entrepreneuriat selon les théories économiques traditionnelles sans se référer à ces quatre auteurs qui, chacun à leur époque, se font les avocats de l'entrepreneur individuel. Il s'agit de Richard Cantillon (1755), d'Adam Smith (1776), de Jean-Baptiste Say (1803), et plus tard de Joseph Schumpeter (1935).

Pour ainsi dire, le concept de l'entrepreneuriat a fait son entrée pour la première fois dans la littérature économique avec l'économiste Irlandais Richard Cantillon (1755). En fait, celui-ci fut le premier à présenter une conception claire de l'ensemble des fonctions de l'entrepreneur (Fillion, 1997 ; Fayolle, 2002). Dans son premier ouvrage²⁶ publié en 1755, Cantillon décrit l'entrepreneur comme un agent à la fois producteur et commerçant qui investit son propre argent dans l'achat des matières premières à un prix certain puis les revend après transformation à un prix incertain qui dépend des fluctuations du marché. Pour lui, l'entrepreneur est un agent doté d'une capacité qui lui permet de saisir une opportunité en vue de réaliser un profit et qui supporte tout seul les risques pouvant être liés aux contraintes du marché.

L'économiste français Jean-Baptiste Say (1803) partage la même logique de l'entrepreneur preneur de risque. Cependant, il va prendre le soin de faire la distinction

²⁶ Cantillon, R. (1755) : « *Essai sur la nature du commerce en général* »

entre l'entrepreneur et le capitaliste. Pour lui, le premier est « un bon négociant » qui dispose d'un savoir-faire et qui sait identifier les opportunités offertes par le marché. Et le second détient le capital qu'il cherche à rentabiliser. Par ailleurs, il va plus loin en présentant l'entrepreneur comme le point central autour duquel l'économie trouve son équilibre. Il affirme ainsi que l'entrepreneur est « *l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs, et entre ceux-ci et le consommateur. Il administre l'œuvre de la production* » (Say, 1803 : 53). Ce qui fait que finalement chez Say, l'entrepreneur se résume aussi en un bon manager qui se doit en plus de ses qualités morales de maîtriser le phénomène de la production et de la négociation. Il se doit par ailleurs d'être un parfait connaisseur de l'environnement économique, social et juridique dans lequel il évolue et même au-delà.

Pour sa part, l'économiste écossais Adam Smith (1776) avait considéré tout simplement l'entrepreneur comme un capitaliste. Pour Smith (1776), l'entrepreneur n'a pas principalement le rôle de créer des entreprises, mais d'accumuler plutôt du capital. En fait, l'entrepreneur-capitaliste investit son capital dans l'industrie ou le commerce pour en tirer le maximum de profit. Ce raisonnement pourrait être assimilé à celui tenu par Cantillon (1755) qui ne fait pas de distinction claire entre l'entrepreneur et le capitaliste. Smith (1776) se distingue cependant de Cantillon (1755) dans la mesure où il considère que l'entrepreneur n'est ni propriétaire, ni gestionnaire et ne fait que d'affecter son capital économique dans des activités rentables. Pour lui, l'entrepreneur est un simple « spéculateur ». Pour tout cela, Smith (1776) a été très critiqué pour avoir réduit l'entrepreneur à ce statut. Il a d'ailleurs négligé le rôle de l'entrepreneur dans l'activité économique pour laquelle il a attribué par la suite l'équilibre à sa fameuse théorie « main invisible » (Tounes, 2006).

L'intérêt de l'analyse de ces pionniers du champ de l'entrepreneuriat réside surtout dans le fait qu'ils ont su mettre en avant la notion de risque dans leur vision de l'activité entrepreneuriale. Mais il a fallu attendre le début du XX^{ème} siècle pour que le champ de l'entrepreneuriat prenne un envol significatif dans la littérature. L'économiste autrichien Schumpeter (1911) fut le premier à définir l'ensemble des paramètres de ce que fait l'entrepreneur dans le sens où nous l'entendons aujourd'hui (Baumol, 1990 ; Fillion, 1997). Et, c'est la raison pour laquelle Fillion (1997) le considère comme le père du champ de l'entrepreneuriat.

De son côté, Schumpeter (1911 ; 1942) lie directement l'entrepreneuriat à l'innovation et perçoit l'entrepreneur comme un innovateur et un agent de changement. En effet, Schumpeter (1911 : 68-74) définit l'innovation comme étant « *la réalisation de nouvelles combinaisons* », c'est-à-dire une possibilité technique inédite qui consiste en la production d'un nouveau produit, la mise sur pied d'une nouvelle méthode de production, l'exploitation d'une nouvelle source de matières premières, la découverte d'un nouveau débouché, ou encore la réorganisation d'une branche industrielle, etc. Le raisonnement schumpétérien implique que l'entrepreneur ne peut être que le pionnier dans son activité (Tounes, 2006).

En dépit de tout cela, on reproche à Schumpeter d'avoir négligé d'autres types d'entrepreneurs, en réduisant son analyse à l'entrepreneur-innovateur (Baumol, 1990 ; Tounes, 2006). Son approche contraste notamment avec celle de Yu (1998) et Yu *et al.* (2005) qui décrivent un type d'entrepreneur imitateur. Une autre critique pertinente est celle adressée par les tenants du courant managérial (*voir le paragraphe 1.2*). Malgré ces critiques, l'œuvre de Schumpeter (1911) a été pertinente particulièrement dans la compréhension du rôle joué par l'entrepreneuriat dans la croissance économique (Baumol, 1964 ; Fillion, 1997 ; Dejardin, 2000). Car, parmi les sources possibles de la croissance, l'entrepreneur innovateur a reçu un traitement spécial dans la littérature économique. Ainsi, Dejardin (2000) suggère que plus la part d'entrepreneurs innovants dans la population active est élevée, plus le rythme du développement économique sera élevé. Baumol (1990) estime que l'entrepreneur au sens de Schumpeter est un entrepreneur productif pour l'économie. Il en est de même que le raisonnement de Audretsch *et al.* (2008). En fait, ces derniers ont montré empiriquement que l'innovation a un impact direct sur la performance économique.

On reconnaît à cette littérature le mérite d'avoir été la première à discuter de l'importance du rôle de l'entrepreneur individuel dans l'économie. D'autres auteurs, à l'instar de Galbraith (1969), de Burnham (1969), etc., ont présenté une approche différente, en mettant l'accent sur l'exercice du pouvoir de décision dans l'entreprise. Ces auteurs susmentionnés sont considérés notamment comme des défenseurs de ce que nous appelons l'approche managériale.

1.2. L'approche managériale ou la fin de l'entrepreneur individuel au sens de Schumpeter

« Individualiser l'entrepreneur ne correspond plus aux nécessités de l'époque et la fonction de gestion est de moins en moins l'affaire d'un individu, mais beaucoup plus celle de tout un ensemble de spécialistes dont la compétence et l'autorité se situent rarement à un niveau global » (Tounes, 2006 : 6). Cette affirmation résume parfaitement la position défendue par les tenants de l'approche managériale du champ de l'entrepreneuriat. En effet, avec la vague de la révolution technologique et le rôle de plus en plus important joué par les grandes entreprises dans la sphère industrielle, la vision de l'entrepreneur en tant que personnage mythique, au centre du dynamisme économique, s'est petit à petit estompée pour laisser place à celle des professionnels du management.

Pour Hisrich et *al.* (2007), il faut remonter à la période de l'industrialisation en Europe, c'est-à-dire au XVIII^{ème} et XIX^{ème} siècle pour comprendre cette évolution du champ de l'entrepreneuriat. En effet, durant cette période, la réalisation d'économies d'échelles était devenue une priorité pour les entreprises. Celle-ci devait passer notamment par une nouvelle organisation de travail, en s'appuyant sur les notions de division élémentaire des tâches et de spécialisation de la main-d'œuvre. Cette nouvelle organisation a rendu la culture industrielle orpheline d'entrepreneurs (Tounes, 2006).

Burnham (1969) souligne que ce changement s'explique par le biais du progrès technique et de la relative inertie des apporteurs de capitaux. Ces derniers délèguent la gestion de leurs entreprises à ceux que Burnham (1969) appelle « les directeurs ». Ce sont dorénavant ces « organisateurs », placés à la tête de ces grandes unités industrielles, qui constituent la nouvelle classe dirigeante et non l'entrepreneur individuel. Par ailleurs, Burnham (1969) voit la fonction de gestion comme une fonction d'organisation et de coordination de tâches effectuées par plusieurs individus. C'est donc l'affaire d'un ensemble de spécialistes qui travaillent ensemble pour aboutir à un même résultat. De ce fait, c'est un véritable changement de paradigme qui s'est opéré dans le champ de l'entrepreneuriat avec l'avènement de la grande entreprise dans la mesure où le rôle de l'entrepreneur « individuel », tel que décrit dans la théorie économique est de moins en moins visible.

Galbraith (1969) insiste sur le « pouvoir économique » des managers et affirme que le système industriel actuel contredit la théorie économique qui s'est plus portée sur l'entrepreneur en tant que propriétaire individuel. De nos jours, l'entreprise industrielle est irrévocablement transférée des mains des propriétaires vers le groupe des managers (Trounes, 2006). Ce groupe est formé d'un ensemble d'individus qui coordonnent et contrôlent les opérations dans les différentes fonctions de l'entreprise et concourent à la prise de décision. C'est ce que Galbraith (1969) convient d'appeler « la technostructure ». Cette notion fait ressortir donc l'aspect groupe, par opposition à l'entrepreneur individuel. À ce propos, Galbraith (1969) annonce que l'époque n'est plus celle de l'entrepreneur. Ce dernier n'existe plus en tant que personne individuelle dans la mesure où les rôles attribués à l'entrepreneur individuel (innovation, prise de risque, prise de décision, etc.) ne constituent pas nécessairement des éléments clés pour organiser et assurer le bon fonctionnement de l'industrie.

Dans la même optique, Fayolle (2010) parle d'organisation entrepreneuriale qui n'est pas l'affaire d'un seul individu, mais relevant de toute l'entreprise. Il définit l'entrepreneuriat dans ce cadre par la combinaison des facteurs prise de risque, pro-activité et innovation, qui permettent à l'entreprise de s'engager dans la quête de nouvelles opportunités et d'engager ses ressources dans la création de nouveaux produits. Il réduit ainsi fortement le rôle et l'importance de l'entrepreneur, en privilégiant la performance organisationnelle.

Par ailleurs, l'innovation industrielle a contribué à rendre plus flous l'image et le rôle de l'entrepreneur individuel. Certains auteurs soutiennent ainsi que la vision de l'entrepreneur-innovateur de Schumpeter ne tient plus, du fait que l'innovation est dorénavant du domaine des laboratoires contrôlés par les grandes entreprises ou les prestigieuses universités, elles-mêmes contrôlées par les gestionnaires (Dejardin, 2000).

D'autres auteurs, à l'instar de Fillion (1998) et Fayolle (2010), soutiennent qu'avec la répartition du capital de l'entreprise entre plusieurs associés ou actionnaires, l'entrepreneur individuel perd une partie de son pouvoir au détriment du manager auquel la gestion de l'entreprise est désormais confiée, si bien que certains auteurs assimilent directement l'entrepreneur au manager.

Cette approche montre une fois de plus à quel point le champ de l'entrepreneuriat est un domaine controversé. Il convient cependant de souligner les critiques que l'on peut adresser à cette littérature. Tout d'abord, la sous-estimation par les auteurs de ce courant de l'importance du rôle de l'entrepreneur individuel dans l'économie. D'où la prédominance aujourd'hui du type de leadership participatif dans les entreprises. Deuxièmement, nous notons que les analyses sont principalement portées sur la grande entreprise industrielle, mettant de côté la majorité des entreprises de petites tailles (TPE, PME, etc.). Tounes (2006) souligne à ce propos que l'importance des PME dans l'économie des pays, et par là, tout l'intérêt que revêt le rôle de l'entrepreneur individuel. Troisièmement, les tenants de ce courant ont tendance à confondre le manager avec l'entrepreneur, alors que ce sont là deux entités distinctes. Baumol (1968: 64) conçoit le premier comme: « *L'individu qui supervise l'efficacité continue des processus continus. Il a pour tâche de veiller à ce que les processus et les techniques disponibles soient combinés dans des proportions appropriées au niveau de productions actuelles et aux produits futurs déjà prévus* ». Son rôle consiste ainsi à installer la routine au sein de l'entreprise, alors que le second, qu'il soit ou non gestionnaire, a une fonction différente. Son rôle consiste entre autres à mettre en application de nouvelles idées (Baumol, 1968 ; Audretsch et *al.*, 2008) et à saisir de nouvelles opportunités d'affaires (Audretsch et *al.*, 2008 ; Gartner, 1985 ; Shane et Venkataraman, 2000).

Globalement, qu'il s'agisse des défenseurs de l'entrepreneur individuel ou de l'approche managériale, les économistes sont restés focalisés sur les aspects économiques (comme par exemple, opportunités économiques, capital, profit, matières premières, production, vente, etc.), si bien qu'ils n'ont pas pu saisir les caractéristiques même de l'entrepreneur individuel qu'ils décrivent (Baumol, 1968).

Section 2. Théories sur l'émergence des approches comportementales de l'entrepreneuriat

Les approches comportementales de l'entrepreneuriat sont en fait de deux types. La première approche dite l'approche des behavioristes est celle qui permet de prédire le succès entrepreneurial, à partir des traits de personnalité et des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur suivie de l'apprentissage par l'approche cognitive-comportementale qui vise à remplacer les idées négatives et les comportements inadaptés par des pensées et des réactions en adéquation avec la réalité. Et la seconde approche dite

l'approche processuelle est pourtant celle qui définit l'entrepreneur de ce qu'il est et de ce qu'il fait pour créer une entreprise.

2.1. L'approche des behavioristes et l'apprentissage par l'approche cognitive-comportementale

L'approche des behavioristes consiste à mettre en exergue les traits de personnalité et les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur, ce qui permet de prédire le succès entrepreneurial. Les tenants de cette approche ont donc mis l'accent sur deux grandes questions (Hisrich et *al.*, 2007), à savoir pourquoi certaines personnes deviennent des entrepreneurs et pas d'autres : « *Why some people, and not others, discover and exploit the opportunities ?* » (Shane et Venkataraman, 2000 : 218) et par ailleurs, pourquoi certaines personnes réussissent mieux que d'autres dans ce domaine : « *Why are some entrepreneurs more successful than others ?* » (Markmana et Baron, 2003 : 296). Pour répondre à toutes ces questions, un éventail de définitions et d'interprétations sur les caractéristiques individuelles ont été attribuées à l'entrepreneur, pour se distinguer des non-entrepreneurs (voir Gartner, 1985).

Cependant, la prise en compte de l'aspect personnalité n'est pas une approche récente que cela puisse paraître ici dans le champ de l'entrepreneuriat. Des traits comme la propension au risque et la maîtrise de l'information sont présents dans les travaux de Cantillon (1755) et de Say (1883), mais sans être développés. L'approche behavioriste a connu une forte impulsion dans les années 1960 et 1970, avant de culminer dans les années 80 (Hisrich et *al.*, 2007). Son développement est généralement attribué aux psychologues, aux sociologues et aux défenseurs des thèses culturalistes, à l'instar de Max Weber (1904-1905), de Hofstede (1983), de McClelland (1961), etc.

En fait, Weber (1904-1905), dont l'analyse portait sur l'implication de la religion dans les changements de mentalités qui ont favorisé le développement de l'esprit capitaliste en Europe du XVI^{ème} siècle, fut ainsi le premier auteur à aborder l'entrepreneuriat sous un angle non économique. D'autres chercheurs ont suivi. Par exemple, Hofstede (1983) a suggéré un modèle à quatre dimensions culturelles (la distance hiérarchique, le contrôle de l'incertitude, la dimension individualisme versus collectivisme et celle masculinité versus féminité), ce qui offre un cadre pertinent pour l'analyse des comportements entrepreneuriaux. Sur la base de ce modèle, les études montrent que les

individus appartenant à une culture qui a une faible distance hiérarchique, un fort contrôle de l'incertitude, une orientation masculine et un degré élevé d'individualisme adoptent des comportements plus favorables à l'entrepreneuriat (Lee et Peterson, 2000), par rapport à ceux appartenant à une culture qui présente des valeurs opposées (Jeune, 2008). Le modèle de Hofstede a été néanmoins très décrié, notamment sur le choix de son échantillon et la négligence de l'influence de l'appartenance sociale ou de l'origine sociale (Jones, 2007). En revanche, un modèle qui tient compte des dimensions de Hofstede et des caractéristiques sociales s'avérait encore plus pertinent (Jones, 2007).

Dans le même esprit, Schwartz (1999) suggère trois dimensions bipolaires qui expriment les différences entre les valeurs culturelles, selon les pays. Dans son modèle, nous retrouvons entre autres le conservatisme versus l'autonomie, la hiérarchie versus l'égalitarisme puis l'affirmation de soi versus l'acceptation du mode tel qu'il est. Si les deux premières dimensions peuvent être confondues avec celles de Hofstede, la troisième dimension apparaît comme un complément du modèle de ce dernier. Ainsi, dans le contexte de l'approche par les traits de personnalité, l'affirmation de soi est identifiée comme un élément déterminant qui caractérise l'entrepreneur et le différencie des autres. C'est dans ce cadre que Diakité (2004) suggère que les entrepreneurs présentent des désirs élevés de rivalité avec les autres, de s'affirmer et de se démarquer de la foule. De même, Muller et Tomas (2000) suggèrent un fort désir de contrôle chez les entrepreneurs.

McClelland (McClelland [1961] cité par Mazur et Rosa [1977]), qui fut l'un des premiers psychologues à s'intéresser de très près au développement économique et ses déterminants, a fait valoir notamment que la croissance économique d'une société dépend d'un motif psychologique qu'il nomme le besoin d'accomplissement (*the need of achievement*). En fait, le besoin d'accomplissement de McClelland apparaît comme la mère des motivations et se définit par le désir de mieux faire, non pas pour le prestige, la reconnaissance sociale ou l'argent, mais pour répondre à un besoin inné de réalisation personnelle (Dialla, 2004). Dans ce sens, plusieurs études empiriques ont suggéré que plus l'individu a un fort besoin d'accomplissement, plus il sera motivé et apte à atteindre son objectif de création et de développement de son entreprise (Rauch et Frese, 2007 ; Sidek et Zainol, 2011). Cependant, il est utile de remarquer que le besoin d'accomplissement n'est pas le seul facteur déterminant dans la création d'entreprise.

De ce fait, de nombreux autres facteurs ont été mis en avant, dans le but d'expliquer le succès entrepreneurial chez certains individus, par rapport à d'autres. Pour Markmana et Baron (2013), la réussite en entrepreneuriat s'explique par une certaine correspondance entre la personne et l'entrepreneuriat : « *person-entrepreneurship* ». Dans ce sens, ils suggèrent quatre (4) facteurs déterminants :

(1) l'auto-efficacité qui fait référence à la mesure dans laquelle les personnes croient qu'elles peuvent atteindre leur objectif. Les entrepreneurs qui ont une forte auto-efficacité seraient aussi plus efficaces que ceux ayant un faible niveau d'auto-efficacité ;

(2) l'habilité à reconnaître les opportunités d'affaires ;

(3) la persévérance ;

(4) et le capital humain et les compétences sociales qui regroupent l'éducation, l'ensemble des expériences professionnelles, mais aussi l'intelligence émotionnelle.

Rauch et Frese (2007), qui ont analysé en profondeur l'approche par les traits de personnalité, suggèrent que les traits qui sont adaptés à la tâche de l'entrepreneuriat, comme le besoin d'accomplissement, le désir d'innovation, le degré de pro-activité, la tolérance au stress, le besoin d'autonomie et la propension au risque, permettent de prédire le comportement entrepreneurial (création, conduite et développement d'entreprise) plus fortement que les traits qui ne sont pas adaptés à l'entrepreneuriat. Fritsch et Rusakova (2010) ont présenté des analyses similaires.

D'autres auteurs, à l'instar de Hisrich et *al.* (2007), ont conduit des études empiriques en testant cinq grands traits de personnalité du modèle de Costa et McCrae (1992) : « *The big five* », (l'extraversion, l'amabilité, la conscience, le névrosisme et l'ouverture) sur le succès entrepreneurial. Mais ces résultats ne sont pas très concluants selon Cantner et *al.* (2011). En effet, parmi les facteurs du « *big five* », seuls l'extraversion et le degré de conscience semblent être significativement corrélés avec le succès de l'entrepreneuriat. Et si Ciavarella et *al.* (2004) et Cantner et *al.* (2011) s'accordent sur une influence positive de l'extraversion sur le succès entrepreneurial, leurs résultats se contredisent quant à la relation entre le degré de conscience et le succès entrepreneurial chez les individus. En effet, les premiers suggèrent qu'un degré élevé de conscience aurait

une influence négative sur le succès entrepreneurial, alors que pour les seconds cette influence est positive.

L'approche par les traits de personnalité est problématique pour un certain nombre de raisons. Tout d'abord, étant donné que les études sont pour la plupart du temps menées sur des entrepreneurs, il est donc difficile d'évaluer si les caractéristiques de la personnalité des entrepreneurs sont des facteurs prédisposant ou acquis au cours du processus entrepreneurial. Par la suite, les traits de personnalité qui permettent de prédire le lancement d'un individu dans la création d'entreprise ne peuvent pas prédire le comportement ultérieur dans le processus entrepreneurial, estiment Hisrich et *al.* (2007).

Rauch et Frese (2007) décrivent l'approche par les traits de personnalité dans l'entrepreneuriat comme très controversée. D'ailleurs, actuellement, il y a un débat important dans la littérature à l'idée de savoir si cette approche est pertinente ou pas, dans le sens où certaines recherches ont montré que les caractéristiques de la personnalité ne parviennent pas à distinguer de façon fiable les entrepreneurs des non-entrepreneurs (par exemple, les gestionnaires) (Cromie, 2000 ; Hisrich, 2000 cité dans Hisrich et *al.*, 2007). Par ailleurs, le niveau de variabilité expliquée du succès entrepreneurial par certains traits de personnalité reste relativement faible dans la majorité des études empiriques (Rauch et Frese, 2007 ; Cantner et *al.*, 2011 ; Hisrich et *al.*, 2007).

Par ailleurs, l'apprentissage par l'approche cognitive-comportementale peut se faire tout simplement sous la forme d'une fusée à trois étages dans la stratégie de création d'entreprise (Laroche et Nioche, 2006). Le premier étage est mû par le concept de biais cognitif. Il amende l'hypothèse de rationalité du décideur, et ce faisant, ne nous permet guère d'échapper à l'attraction des approches classiques. Le deuxième étage nous place sur une trajectoire sensiblement plus audacieuse : utilisant principalement l'idée de carte cognitive, il établit une base sérieuse pour conceptualiser de manière novatrice la pensée stratégique. Le troisième étage prétend atteindre enfin l'orbite visée, qui est celle du processus de formation de la stratégie, à l'aide du concept de paradigme stratégique.

2.2. L'approche processuelle

L'approche processuelle, plus connue sous le nom de l'approche par le processus, est la plus utilisée dans la recherche en entrepreneuriat (Fayolle et Verstraete, 2004). L'idée

qui se développe dans cette approche est de savoir comment les individus créent de nouvelles entreprises. À ce propos, il existe plusieurs paradigmes.

En premier lieu, nous avons l'approche par l'émergence des organisations qui privilégie la relation entre l'individu et l'organisation, dont on peut attribuer l'origine à Schumpeter (1911) qui fut le premier à présenter l'entrepreneuriat comme l'exécution de nouvelles combinaisons. Mais, c'est Gartner (1985) qui va s'approprier et développer cette relation « individu/organisation » (Fayolle et Verstraete, 2004). La réflexion de Gartner (1985) porte principalement sur la question de l'émergence d'une nouvelle organisation et les différents éléments qui concourent à cette émergence. Il suggère notamment un cadre conceptuel de l'entrepreneuriat intégrant quatre axes (Individus, Processus, Organisation et Environnement) qui interagissent. L'individu agit sur son environnement et crée des organisations à travers des processus. L'organisation, dont la nature dépend en partie des intérêts et des attentes de l'entrepreneur, va aussi façonner ce dernier et influencer l'environnement et les processus futurs. L'aspect environnement comprend entre autres les dimensions socioculturelles, économique, politique, sociétale, etc. Enfin, le processus par lequel la nouvelle organisation sera créée est aussi considéré comme une variable et non comme on pourrait s'y attendre un ensemble intégrant les autres variables.

Cependant, ce paradigme est jugé trop généraliste, englobant l'ensemble des théories des organisations au lieu de se focaliser sur l'entrepreneuriat, qui ne concerne a priori que des organisations à but lucratif (Fayolle, 2002 ; Fayolle et Verstraete, 2004). Le paradigme de l'émergence des organisations est complété par la thèse de Bruyat (1993) qui se fonde sur le concept de création de la valeur (Fayolle et Verstraete, 2004). Pour Bruyat (1993), l'entrepreneur existe s'il crée de la valeur, même si celle-ci n'est pas une condition suffisante. Son approche est basée sur une dialogique dynamique « entrepreneur/création de valeur » (Bruyat, 1993 : 58). Cette vision de l'entrepreneuriat est partagée par Hisrich et al. (2007 : 576) qui définissent l'entrepreneuriat comme « *Le processus de création de quelque chose de nouveau avec de la valeur, en consacrant le temps et les efforts nécessaires, en assumant les risques financiers, psychiques et sociaux, et en recevant les récompenses qui en découlent* ». Elle est très proche aussi celle de Schumpeter (1911 ; 1942), pour qui l'entrepreneur est avant tout un agent de changement, un innovateur. Bruyat lui-même

voit la création de la valeur comme une partie intégrante de l'innovation, dans la mesure où on ne peut pas innover sans créer de la valeur.

D'autres auteurs, comme Shane et Venkataraman (2000 : 218), ont adopté une approche différente, en centrant le processus de création d'entreprise sur la capacité des individus à identifier et à exploiter les opportunités d'affaires : «*Comment, par qui et avec quels effets les opportunités de créer de futurs biens et services sont-elles découvertes, évaluées et exploitées?*». Shane et Venkataraman (2000), qui ont initié cette approche par l'opportunité, mettent en avant deux éléments déterminants. D'abord, la possession d'informations préalables puis l'intervention des propriétés cognitives qui permettent de mettre en relation les informations qu'il faut. Pour ces auteurs, l'identification d'une opportunité d'affaires et son exploitation résulteraient d'une complémentarité entre le stock initial d'informations (par exemple la connaissance des besoins des clients) et l'information nouvelle susceptible de déclencher l'idée de création d'une nouvelle entreprise : «*Les stocks d'informations créent des schémas mentaux, qui fournissent un cadre pour la reconnaissance de nouvelles informations. Pour reconnaître une opportunité, un entrepreneur doit disposer d'informations préalables complémentaires à la nouvelle information, ce qui déclenche une conjecture entrepreneuriale* » (Shane et Venkataraman, 2000: 222). Dans la même perspective, Fillion et al. (2006) résument le processus de création d'entreprise en trois éléments principaux, à savoir : l'identification des opportunités, l'évaluation des opportunités et leur exploitation.

Fillion et al. (2006) placent ainsi l'opportunité en amont de tout processus de création d'entreprise, alors que Fayolle et Verstraete (2004) soutiennent que les opportunités se modèlent au cours du processus de création d'entreprise à travers la confrontation entre les individus et l'organisation. Pour les tenants de l'approche processuelle, les individus n'attendent pas d'identifier des opportunités pour créer des entreprises.

La principale limite qui découle de ces différentes approches, c'est que celles-ci ne tiennent pas compte des aspects subjectifs qui peuvent intervenir avant l'identification des opportunités. Par exemple, les désirs et les envies de créer une entreprise qui peuvent constituer le point de départ du processus. De plus, Cincera et al. (2002) ont démontré empiriquement une approche temporelle décrivant un processus en quatre étapes

comprenant : le désir de créer une entreprise, ou la naissance de l'idée de créer, le mûrissement de l'idée, l'entame des démarches de création et la création effective.

Parmi les approches processuelles les plus complètes, nous trouvons notamment les modèles d'intention entrepreneuriale qui sont basés sur les théories du comportement planifié d'Ajzen (1991) et de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), même si le modèle Shapero et Sokol (1982) a été repris et vérifié par Krueger (1993). En tout cas, ces trois modèles offrent jusqu'ici un cadre pertinent pour la compréhension du processus de création d'une nouvelle entreprise. Ces modèles jouent un rôle fondamental dans la constitution de notre travail de recherche.

Nous revenons plus largement sur ces modèles théoriques à la fin du chapitre qui suit pour établir notre modèle conceptuel théorique de référence. Pour l'instant, il s'agit pour nous d'aborder le rôle et les comportements de l'entrepreneur dans des théories modernes, en se limitant plus particulièrement sur les nouvelles théories de la firme.

Section 3. Rôle et comportements de l'entrepreneur dans des théories modernes de la firme, dans le développement économique et face au phénomène de la mondialisation

Le rôle et les comportements de l'entrepreneur dans des théories modernes de la firme permettent de mettre en valeur certaines notions qui sont jugées aujourd'hui indispensables dans le processus de la création d'entreprise et celles qui sont pertinentes dans le processus du développement économique. Parmi ces notions, nous avons décidé de jeter notre observation (regard) sur la notion de compétence, où l'accent est mis sur les capacités managériales des individus et l'allocation du capital humain. La notion de contraintes financières est abordée sous l'angle d'aléa moral, de sélection adverse, des coûts de transaction ou coûts d'agence. Nous mettons l'accent sur les notions de concurrence et de risque comme deux éléments fondamentaux dans les prises de décisions entrepreneuriales. Dans la suite de la section, nous mettons aussi l'accent sur le rôle de l'entrepreneur dans la création de richesses et du progrès social. En dernier lieu, nous mettons une emphase sur le rôle de l'entrepreneur dans le contexte de la mondialisation.

3.1. Compétences entrepreneuriales

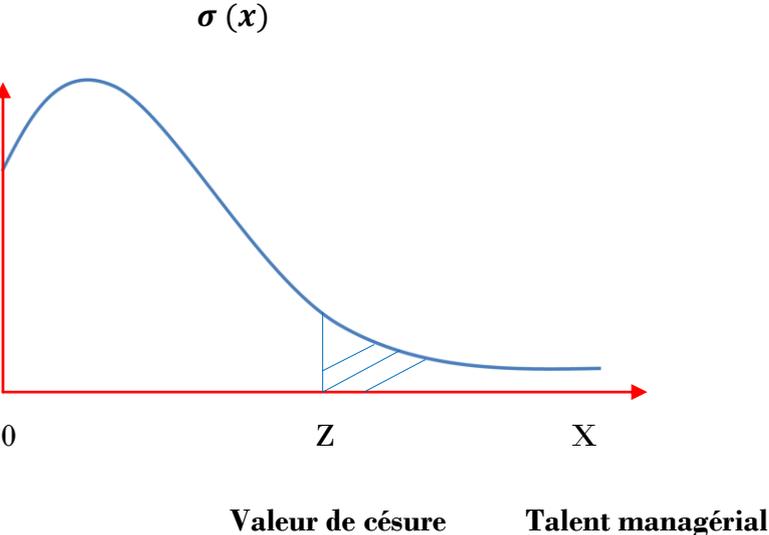
Nous traitons deux thèmes sur les compétences entrepreneuriales qui entrent dans le cadre de notre travail de recherche. Le premier thème porte spécifiquement sur les

capacités managériales des individus. Et le deuxième thème se base sur l'allocation du capital humain.

3.1.1. Capacités managériales des individus

Dans les nouvelles théories de la firme, plus précisément celles qui sont fondées sur les compétences en entrepreneuriat, l'un des travaux les plus célèbres sur les capacités managériales des individus est celui de Simon Parker (2008). Toutefois, les travaux de Parker partent du prolongement de celui de Robert E. Lucas publié en 1978²⁷. Avant d'aborder l'étude de Parker (2008), nous faisons quelques mises au point sur celle de Lucas. Dans son travail, Lucas a remis en cause la forme en U de la courbe des coûts de production qui détermine à la fois le nombre d'entreprises et les entrées-sorties d'entreprises sur un marché (au mieux valable pour une usine ou un commerce). Il postule qu'il existe une distribution d'individus entre personnes possédant des capacités managériales et des employés. Tout ceci s'explique via la fonction de densité $\sigma(x)$, la valeur de césure [OZ] et talent managérial [ZX], dessinés sur ce graphique.

Fonction de densité



Source : Lucas (1978)

$$\int_0^{\infty} \sigma(x)dx = 1$$

²⁷ Robert E. Lucas (1978): « On the size distribution of business firms », The Bell Journal of economics, Vol.9; n°2.

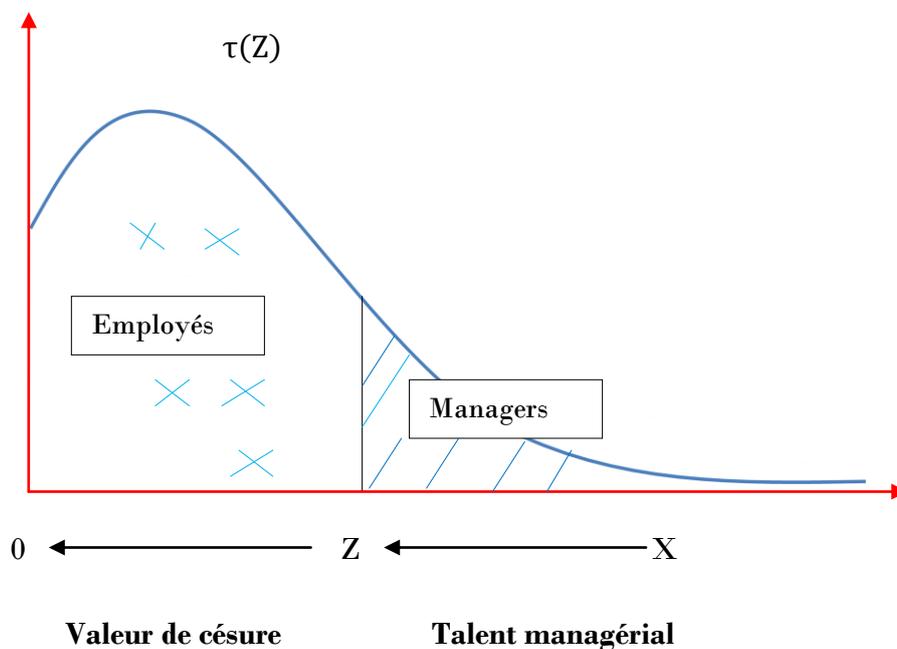
La distribution des talents managériaux est continue, c'est-à-dire à chaque agent correspond un niveau de talent managérial.

Une allocation des ressources peut alors être décrite par deux fonctions : $n(x)$ et $k(x)$ décrivant le travail et le capital « géré » par l'agent « x ». Ces valeurs sont nulles pour les employés et positives pour les managers. Une allocation est faisable si elle n'utilise pas plus que la population disponible N et le capital K .

$$1 - \tau(Z) + \int_Z^{\infty} n(X) d\tau(X) \leq 1$$

Où $1 - \tau(Z)$ représente les employés et $\int_Z^{\infty} n(X) d\tau(X) \leq 1$ représente les gestionnaires.

Distribution de fonction



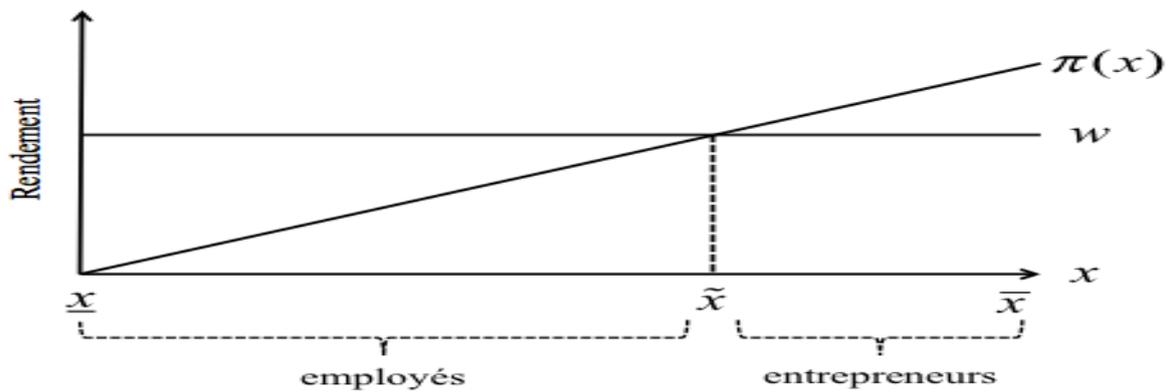
Source : Lucas (1978)

La somme de la fraction engagée dans le management et la fraction engagée comme employés ne dépasse pas un.

Les différentes tailles des entreprises observées sont dues aux différentes capacités managériales du dirigeant (avec quelques-uns en haut et beaucoup à la frontière).

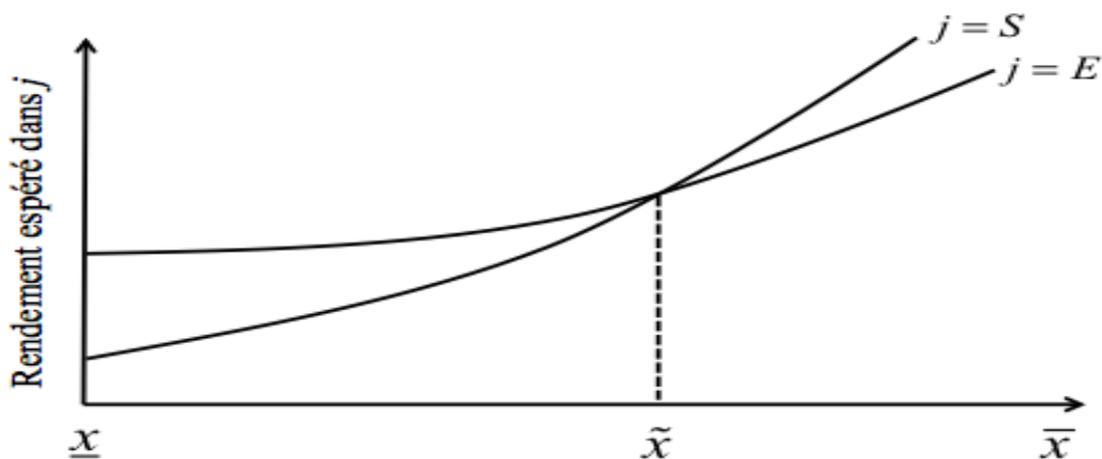
Lorsque le niveau de développement augmente, il y a augmentation du niveau de salaire réel, ce qui rend le travail pour quelqu'un à la frontière plus intéressant que de manager soi-même sa propre entreprise. D'où dans les pays développés, il y a une augmentation de la taille des entreprises qui ne reflète pas forcément l'apparition de monopoles.

Par ailleurs, Simon Parker (2008) explore les différents rendements ($\pi(x)$) entre une position salariale ou un poste de manager.



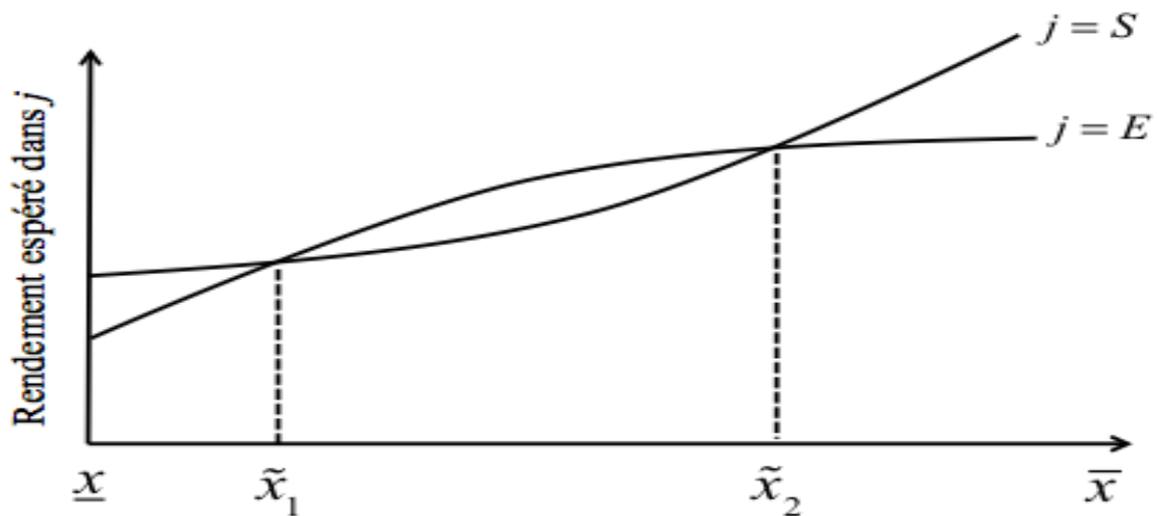
Source : Parker (2008)

Dans le modèle de Lucas (1978), le talent managérial ne joue pas sur le salaire (w) qui est fixé, mais il dépend des conditions de production de l'économie. La nature du rendement marginal du talent managérial par rapport au salaire n'est pas neutre dans la décision entrepreneuriale, comme l'indiquent les graphiques suivants.



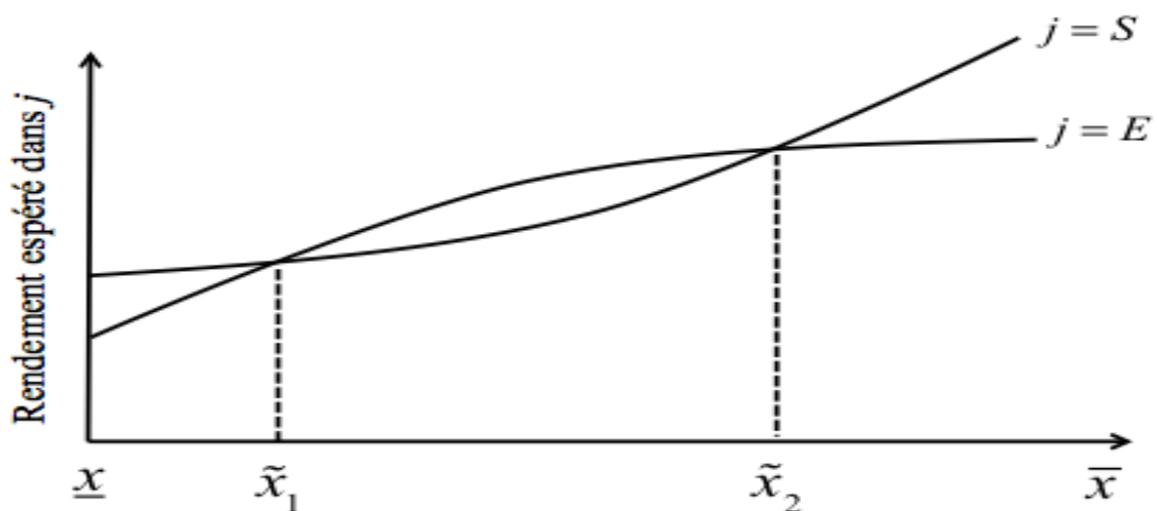
Source : Parker (2008)

Le graphique présente une situation pour laquelle les fonctions de profit et de salaire dépendent du talent de manière croissante et convexe (rendements croissants). Seuls les individus les moins talentueux deviennent entrepreneurs.



Source : Parker (2008)

Le graphique présente une situation pour laquelle la fonction de salaire est convexe ($j = S$) et la fonction de profit est concave ($j = E$). Les entrepreneurs sont doués d'un talent « intermédiaire ».



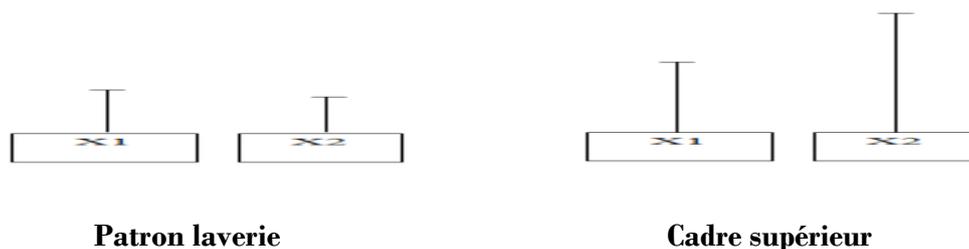
Source : Parker (2008)

Une autre possibilité (qui est non évoquée par Parker) serait une situation pour laquelle la fonction de salaire est concave et la fonction de profit est convexe. On trouverait donc des entrepreneurs aux deux extrémités « les moins » et les « plus » talentueux (voir Hurst et Lusardi, 2004).

3.1.2. Allocation du capital humain

En matière de compétences entrepreneuriales, la nouvelle théorie de la firme sur l'allocation du capital humain a été modélisée par Lazear Edwards P. en 2004. Lazear (2004) s'interroge dans son modèle sur ce qui peut inciter les individus à devenir entrepreneurs. Certains modèles, comme celui de Lucas (1978), postulent que les compétences spécifiques managériales sont déterminantes. Mais alors, comment comparer le cadre supérieur d'une grande entreprise (avec des revenus qui peuvent atteindre plus de 500 000 dollars américains par an) au patron d'une petite laverie automatique avec deux salariés qui peuvent gagner 10 fois moins? En quoi peut-on dire que le patron de la petite laverie automatique domine le cadre supérieur?

Lazear (2004) postule que c'est la distribution des compétences de chaque individu qui peut rendre compte de cet état de fait. Dans une entreprise, les entrepreneurs ont de multiples tâches à assumer. Le capital humain est constitué de multiples compétences. Selon Lazear (2004), si on est moyen bon dans de nombreuses tâches, il vaut mieux devenir entrepreneur, alors que si on est spécialisé dans une seule tâche, il vaut mieux devenir salarié. Ainsi, selon Lazear (2004), le patron de la petite laverie automatique a certainement une distribution de compétences plus équilibrée que le cadre supérieur, même si celui-ci peut avoir le minimum de sa compétence la plus faible plus importante que le maximum de la compétence plus élevée du patron de la petite laverie automatique. Par exemple, supposons deux compétences : X_1 compétence managériale (leadership, être capable de diriger) et X_2 compétence gestionnaire (être capable de construire son business plan)



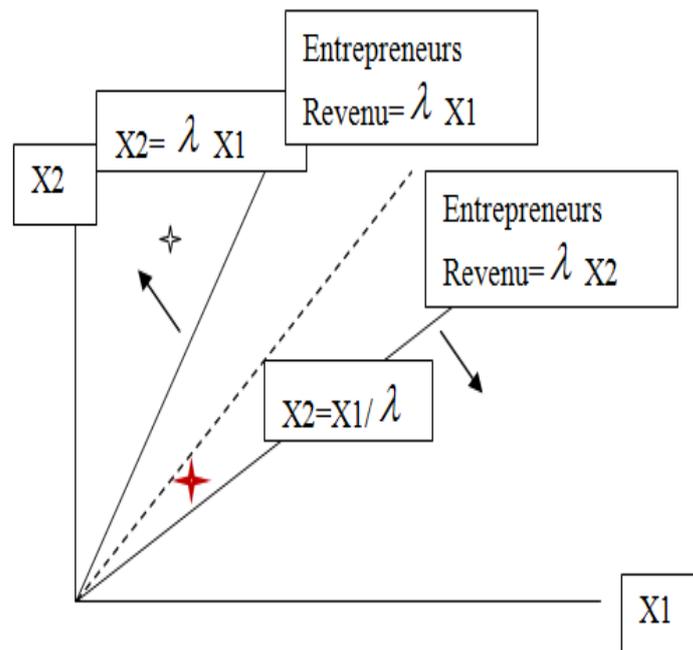
Revenu des Spécialistes : $\text{Max} = [X_1, X_2]$

Revenu des Entrepreneurs : $\gamma \text{Min} [X_1, X_2]$

γ est un paramètre déterminé par le marché qui fixe le prix du talent entrepreneurial de telle sorte qu'il y ait une égalité entre l'offre et la demande d'entrepreneurs.

Dans notre exemple, nous avons pour le patron de la petite laverie automatique $\gamma X_2 > X_1$ et pour le cadre supérieur $X_2 > \gamma X_1$.

Dans le schéma le patron de la laverie automatique est près de la diagonale $X_2 = X_1$ dans la zone des entrepreneurs.



Source : Lazear (2004)

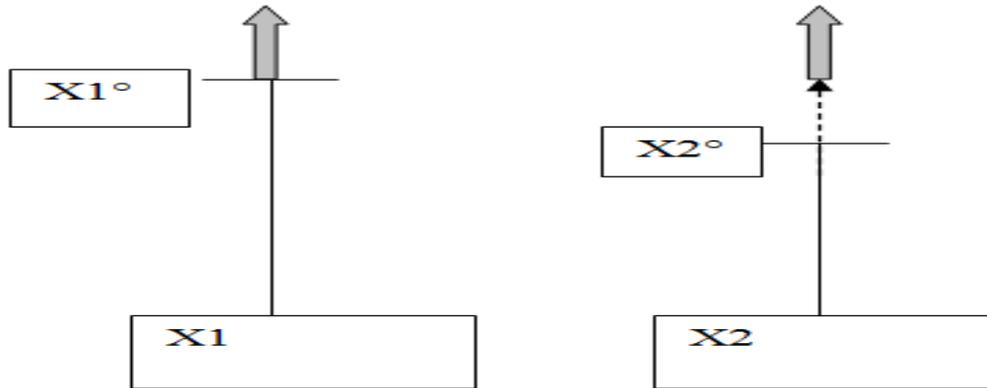
Plus γ est élevé, plus forte est la probabilité de devenir entrepreneur, ce qui correspond sur le diagramme à un déplacement des droites symétriques vers les axes (voir flèches). Si le déplacement est fort, le cadre peut devenir entrepreneur (étoile noire).

Les individus sont certes dotés de certains talents, mais ils peuvent aussi en acquérir d'autres qui définissent en fait leur capital humain.

X_1^0 est le stock initial de talent 1

X_2^0 est le stock initial de talent 2

X_1 et X_2 sont les derniers niveaux atteints. Fonction de coût pour obtenir les niveaux futurs en fonction des dotations C : avec $(C_1, C_2 > 0, C_{ii} > 0)$. Posons X_1 , la compétence pour laquelle l'individu est le mieux doté.



L'individu qui planifie de se spécialiser augmentera son investissement en investissant dans X_1^0 , en sachant qu'il est de plus en plus difficile pour lui (coûteux) d'augmenter son niveau de compétences le plus grand. Lorsqu'un individu veut devenir entrepreneur, il doit se spécialiser, mais dans sa compétence inférieure la plus faible (flèche pointillée pour attraper X_1^0). Ensuite, l'entrepreneur devra développer de façon identique (en parallèle) X_1 et X_2 (flèches grises). Dans ce cas, l'individu n'apparaît plus comme un spécialiste, car il investit dans plusieurs domaines de compétences. L'investissement se produit si les coûts d'acquisition des compétences ne sont pas trop élevés. Les entrepreneurs sont les seuls individus qui peuvent investir dans plus d'une compétence. On peut donc en inférer que ceux qui sont devenus entrepreneurs ont eu une stratégie d'acquisition de connaissances plus équilibrées que les salariés. Nous rappelons que Lazear (2004) a vérifié empiriquement son modèle, en étudiant le profil de formation des anciens élèves de Stanford. Les résultats de cette étude ont montré que les élèves qui sont devenus entrepreneurs sont ceux qui ont suivi une formation plus diversifiée pendant leurs études.

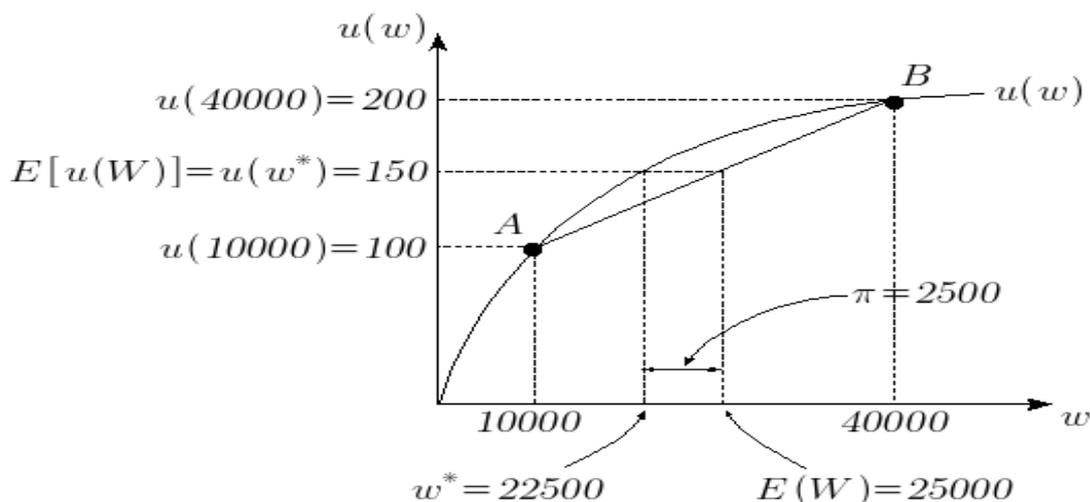
3.2. L'aversion au risque

L'aversion au risque est un comportement qui pousse un investisseur à hésiter, voire à ne pas supporter la pression induite par la prise de risques financiers. Khilstrom et Laffont (1979) sont les premiers à pouvoir construire dans ce sens un modèle d'équilibre général basé sur l'incertitude, tout en se référant aux travaux historiques de Knight dans les années 20. À travers ce modèle, les individus possèdent leur travail qu'ils peuvent offrir

en tant que salariés sur des marchés du travail compétitifs ou qu'ils peuvent utiliser en tant qu'entrepreneurs en conduisant une firme. Le modèle explique que le choix se base sur l'aversion au risque qui est plus ou moins importante selon les individus. À l'équilibre, les individus les plus averses au risque deviennent des salariés et les moins averses au risque deviennent des entrepreneurs. Les moins averses au risque conduisent des entreprises plus importantes et si le niveau d'aversion au risque s'accroît dans l'ensemble de l'économie, cela diminue le niveau du salaire d'équilibre. Il existe alors un processus d'entrée et de sortie stable et l'équilibre est efficient.

L'aversion au risque a été conceptualisée aussi par Fayolle *et al.* (2008) sous l'angle de la perception du risque et de la prise de décision en entrepreneuriat. Selon ces auteurs, la perception du risque est perçue comme un déterminant du comportement risqué et de la prise de décision entrepreneuriale. De manière plus pratique, la notion d'aversion au risque est très utilisée actuellement via la théorie de l'utilité espérée initiée par J. Von Neumann et O. Morgenstern (1944, 1947). En fait, l'importance actuelle de cette théorie réside dans l'évaluation des projets risqués. Par exemple, nous considérons un individu qui dispose de 20000 dollars américains et qui a la possibilité d'entreprendre un projet risqué d'ouverture d'un restaurant. Celui-ci peut lui faire perdre 10000 dollars américains avec une probabilité de 1/2 ou gagner 20000 dollars américains avec une probabilité de 1/2. La question qui nous intéresse ici est de savoir quel choix va-t-il effectuer, c'est-à-dire va-t-il accepter ou non d'entreprendre ce projet ? S'il entreprend ce projet, il transforme sa richesse certaine de 20000 dollars américains en une richesse aléatoire W qui peut s'établir à 10000 avec une probabilité de 1/2 ou à 40000 avec la même probabilité. L'espérance mathématique est la moyenne des valeurs possibles de la richesse pondérées par leur probabilité d'apparition. On peut vérifier qu'elle est ici égale à 25 000 dollars américains, donc $E(W)=25000$. La variance mesure la dispersion des valeurs possibles de la richesse autour de l'espérance. Elle est souvent utilisée à ce titre comme mesure du risque associé à la richesse, donc $V(W)= 225 \times 10^6$. Les possibilités de gains étant multiples, les possibilités d'utilité le sont aussi. Les individus calculent alors une utilité espérée de la richesse en pondérant chaque utilité par sa probabilité d'apparition : $U(W)=E(u(w))$. C'est cette fonction d'utilité espérée qui permet aux individus de classer les richesses aléatoires. Par exemple, si on suppose que l'individu évalue chaque valeur possible de la richesse w par la fonction d'utilité U , donc $U(w) = \sqrt{w}$. Alors l'utilité qu'il retire de la richesse est : $U(w) =$

$0,5\sqrt{10000} + 0,5\sqrt{40000} = 150$. Comme l'utilité qu'il obtient en conservant sa richesse initiale est : $U(20000) = \sqrt{20000} = 141,42$, l'individu choisira la richesse aléatoire. On peut aussi, à partir de cette approche, déterminer une somme certaine tel que l'individu est indifférent entre détenir cette somme ou détenir la richesse aléatoire. C'est ce que l'on appelle l'équivalent certain. Dans cet exemple, la richesse certaine vaut pour l'individu 22500 dollars américains (puisque $U(22500) = \sqrt{22500} = 150$). On peut aussi déterminer ce que l'on appelle la prime de risque qui est la différence entre l'espérance mathématique de la richesse et l'équivalent certain. Dans l'exemple précédent, puisque $E(W)=25000$ et que la richesse vaut pour lui 22500 dollars américains, la prime de risque s'élève à 2500 dollars américains. Il s'agit de la différence d'évaluation de la richesse entre un individu neutre à l'égard du risque et l'individu en question. Ainsi, une prime de risque nulle correspond à un individu indifférent au risque, une prime de risque négative à un individu qui a le goût du risque et une prime de risque positive à un individu qui manifeste de l'aversion pour le risque. En fait, ce comportement à l'égard du risque est incorporé dans la forme de la fonction $U(W)$. Celle-ci est linéaire dans le cas d'un individu indifférent au risque, convexe pour un individu qui a le goût du risque et concave pour un individu qui n'aime pas le risque. Dans ce dernier cas, ceci peut être illustré par le graphique suivant (la courbure de la courbe a été accentuée pour faciliter la représentation).



Source : notes de cours de Bonnet (2016)

L'espérance mathématique est située sur l'axe W , entre les valeurs 10000 et 40000 selon les valeurs des probabilités attachées à chacune de ces deux valeurs. Ici, elle est

située au milieu puisque les probabilités sont égales à 1/2. L'espérance d'utilité est obtenue en prenant l'image de l'espérance par la droite passant par les points A et B. L'équivalent certain est ensuite obtenu par la courbe $U(w)$, puisque l'individu doit être indifférent entre cet équivalent certain $U(w^*) = E[u(w^*)] = 1 \times u(w^*) = u(x^*)$ et la richesse W . L'écart entre l'espérance mathématique et l'équivalent certain de la richesse est la prime de risque. Cette dernière est positive uniquement si l'individu manifeste de l'aversion pour le risque et la courbe $U(W)$ est donc concave dans cette situation. C'est bien-sûr l'inverse pour un individu qui a le goût du risque.

À partir de cette approche, on montre aussi que le degré d'aversion pour le risque des individus dépend de leur richesse initiale. Il faut pour cela faire la distinction entre un risque absolu, c'est-à-dire indépendant de la richesse initiale et un risque relatif, proportionnel à la richesse. L'exemple précédent illustre une situation de risque absolu. L'individu perd 10000 dollars américains ou gagne 20000 dollars américains, quelle que soit sa richesse initiale. Dans ce cas, on montre que l'aversion pour le risque des individus diminue avec la richesse initiale. Ainsi, l'individu précédent refuserait d'entreprendre le projet si sa richesse initiale s'élevait à 10000 (dans ce cas, $U(W) = 86,60$, alors que $U(w_0) = 100$). Cette conclusion n'est plus aussi évidente si le risque est multiplicatif. Ce serait le cas si plutôt que de risquer de perdre 10000 dollars américains ou de gagner 20000 dollars américains, l'individu risquait de perdre la moitié de sa richesse initiale avec une probabilité de 1/2 ou de la doubler avec la même probabilité. On ne peut rien démontrer dans ce cas à partir de l'hypothèse d'utilité espérée. On admet néanmoins généralement que l'aversion pour le risque relatif augmente avec la richesse initiale ou plus souvent qu'elle est constante. C'est la conclusion à laquelle aboutissent certaines études qui montrent que la part de leur patrimoine que les individus consacrent à des actifs risqués est constante.

3.3. Les contraintes financières

Le financement représente actuellement la phase la plus difficile dans la création de nouvelles entreprises. Cette difficulté est généralement due au phénomène de l'asymétrie d'information qui est grande entre le porteur du projet et son banquier. Par exemple, le manque d'informations comptables est une source d'incertitude pour la banque d'accepter de financer de nouvelles firmes. Les faibles garanties de la part des jeunes créateurs en sont

également une source d'incertitude, même s'ils ont des projets innovants. Une autre dimension d'incertitude qui est importante est celle qui concerne la structure du système financier qui peut prévaloir d'un pays à l'autre. Afin d'appréhender plus largement ces trois exemples, nous présentons quelques travaux théoriques sur la sélection adverse, l'aléa moral, le rationnement du crédit, le capital-risque et les coûts de transaction. En effet, depuis les travaux de Stiglitz et Weiss (1981) et Brander et Lewis (1986), ces notions jouent des rôles fondamentaux dans les théories modernes sur le financement de la firme. Du même coup, nous présentons deux modèles théoriques sur la concurrence ou la rivalité des firmes sur les marchés financiers.

3.3.1. Aléa moral, sélection adverse, rationnement du crédit et capital-risque

L'aléa moral rend compte du changement de comportement de l'emprunteur lorsqu'il a obtenu son crédit. En effet, celui-ci peut avoir intérêt à entreprendre un projet plus risqué que celui pour lequel il avait postulé pour un prêt, et ce particulièrement dans le contexte de la hausse des taux d'intérêt. Ceci est aussi particulièrement vrai dans le cas du statut de la responsabilité limitée où les pertes sont limitées aux apports et donc l'espérance de gains peut être accrue en entreprenant des projets plus risqués (Brander et Lewis, 1986).

Le banquier, prêteur sur le marché du crédit, ne connaît qu'imparfaitement les risques afférents aux prêts qu'il accorde. En revanche, les emprunteurs connaissent parfaitement la probabilité de réussite de leur projet. Il y a donc une asymétrie d'information qui va provoquer une anti-sélection ou sélection adverse. Les banques fixent des taux d'intérêt assez élevés pour leur permettre de se couvrir de la probabilité de tomber sur de « mauvais emprunteurs », mais ces taux risquent de faire fuir les « bons emprunteurs » qui mériteraient des taux d'intérêt plus faibles. Comme les emprunteurs risqués ont une demande de crédit moins élastique au taux d'intérêt, la banque sélectionne involontairement les emprunteurs risqués et se voit dans l'obligation d'augmenter encore ses taux. Il existe un seuil au-dessus duquel l'augmentation du risque est plus forte que l'augmentation du taux. D'où le rationnement de crédit (Stiglitz et Weiss, 1981)

Plusieurs solutions sont possibles pour répondre à la situation décrite par Stiglitz et Weiss (1981). Le client d'une banque peut démontrer la qualité de son bilan en fournissant

des analyses externes par des agences dites de *rating* (*théorie de la signalisation*). Il peut aussi offrir des garanties. Il peut, plus simplement, espérer que sa réputation, son *brand name capital*, lui permette d'obtenir ces crédits (Arnoud *et al*, 1993). D'autre part, la banque, elle aussi, peut intervenir, en faisant du *screening* (*sélection, détection*). Elle peut par exemple offrir des contrats de crédit qui exigent une participation de fonds propres légèrement augmentée. Les projets risqués pourraient ainsi être éliminés, car le client hésiterait à mettre plus de fonds propres dans un projet risqué, se retirerait du marché et révélerait alors la vraie nature de son projet.

Selon Bester Helmut (1987 :34), le rationnement de crédit se décrit par le fait que « *lorsque certains emprunteurs obtiennent des prêts tandis que d'autres n'en obtiennent pas, même s'ils sont prêts à payer le taux d'intérêt que les prêteurs demandent, même plus élevés et /ou de fournir plus de bien en garantie car la demande de crédit est inférieure à l'offre et l'ajustement se fait par l'offre et non par les prix* ». Quant à Stiglitz et Weiss (1981), il y a rationnement de crédit lorsque l'emprunteur est disposé à accepter les conditions de prêt établies par le prêteur, même si celui-ci dispose de ressources suffisantes et que le prêt lui est toutefois refusé (certains emprunteurs sont contraints par des lignes de crédit fixées qu'elles ne doivent pas dépasser sous n'importe quelles circonstances, d'autres sont purement refusés de prêts). De façon générale, le rationnement de crédit est pour une institution bancaire le fait de limiter ou contrôler l'émission de prêt envers un emprunteur potentiel aux conditions demandées (quantités et prix ou taux d'intérêt).

Par ailleurs, il existe différentes formes de rationnement de crédit qui montrent la façon dont une institution bancaire peut rationner son crédit. Ceci s'explique à travers les quatre cas de figure suivants :

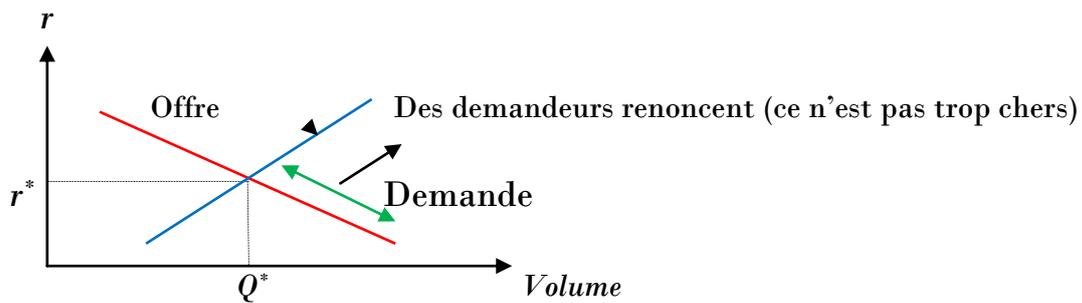
- Le rationnement de type 1 repose sur le fait qu'une institution bancaire accorde un prêt pour un montant inférieur à celui qui a été demandé. Ce cas de figure repose sur l'hypothèse qu'il existe une relation positive entre le montant emprunté et les difficultés de remboursement.
- Le rationnement de type 2 est une situation selon laquelle une institution bancaire refuse de s'engager envers certains emprunteurs alors que ceux-ci présentent les mêmes caractéristiques que ceux qui obtiennent le crédit. De plus, ces emprunteurs sont prêts à payer un taux d'intérêt plus élevé et à

apporter des collatéraux (c'est-à-dire des garanties) plus importants. La plupart des modèles analytiques s'attachent à expliquer ce phénomène. C'est notamment le cas des modèles de Stiglitz et Weiss (1981) et de Williamson (1987). Le rationnement de type 2 est qualifié de pur rationnement. Dans ce cas, la demande est supérieure à l'offre et, contrairement aux modèles néoclassiques, l'ajustement se fait par les quantités et non par les prix, car le taux d'intérêt influence la probabilité de défaut de l'emprunteur.

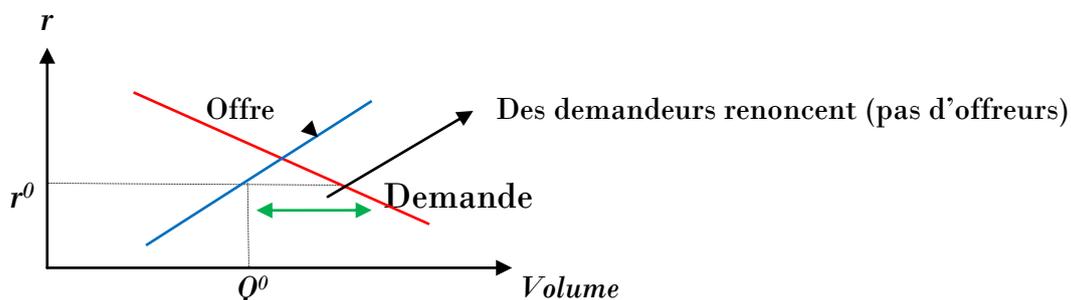
- Le troisième type de rationnement correspond à un refus de prêter au taux d'intérêt désiré par l'emprunteur. Ce type de rationnement découle de la différence d'anticipation des probabilités de réussite du projet entre l'emprunteur et la banque, celle-ci étant plus pessimiste, et désirant appliquer une prime de risque plus élevée que celle souhaitée par l'emprunteur.
- Le quatrième type de rationnement est appelé dans le vocabulaire anglo-saxon « *red-lining* ». Dans ce cas, les emprunteurs écartés se distinguent de ceux qui ont obtenu le crédit, car ils ont été identifiés comme trop risqués par la banque : quel que soit le taux en vigueur, ils sont exclus du marché du crédit. Dans ce cas, le rationnement ne s'explique pas en termes d'apurement du marché et d'adéquation de l'offre et de la demande par les quantités, c'est aussi un refus de prêter. Le « *red-lining* » correspond au rationnement le plus communément observé dans la réalité.

Le rationnement de crédit a des impacts non seulement sur les entrepreneurs mais aussi sur l'économie en général. Du point de vue des entrepreneurs, l'augmentation du taux d'intérêt décourage l'investissement et réduit la croissance. De plus, lorsqu'il y a un rationnement de crédit, si les prêteurs exercent un pouvoir de monopole, l'offre de l'épargne est réduite. Et, sur l'économie d'une manière générale, le rationnement de crédit conduit l'économie au ralentissement. Dans ce sens, l'analyse de Stiglitz et Weiss (1981) montre clairement qu'il existe un ralentissement de l'activité économique dans les pays en voie de développement où les banques se caractérisent par une surliquidité et les entreprises, en particulier les PME souffrent des problèmes de financement. Bref, le rationnement de crédit constitue un risque pour la banque, dans la mesure où celle-ci limite ses possibilités de gains pour se protéger contre les aléas liés aux opérations de prêts.

Enfin, pour aborder le rationnement de crédit et l'équilibre sur le marché lorsque le taux d'intérêt est à son niveau de long terme, l'analyse de Stiglitz et Weiss (1981) montre qu'il n'y a pas de discrimination par les prix sur le marché du crédit à cause de l'asymétrie de l'information. Selon les auteurs, le taux d'intérêt fait fuir les emprunteurs les plus sûrs (biais de sélection adverse). Pour eux, un taux d'intérêt élevé incite les emprunteurs à entreprendre des projets plus risqués.



Quand le prix apure le marché, des demandeurs renoncent : prix d'équilibre > prix de réserve.



Quand le prix n'apure pas le marché, des demandeurs renoncent : offre insuffisante.

Pour ce qui a trait au capital-risque, il s'agit d'un investissement, généralement sous forme d'argent, apporté au profit d'une jeune entreprise par des investisseurs. Ce type de financement apporté prend la forme d'une prise de participation au capital de ladite entreprise. Pour les investisseurs, le capital-risque permet d'apporter du capital, un réseau et de l'expérience au profit d'une entreprise naissante, innovante et au futur prometteur. Car, au moment de sa création, une entreprise a besoin de capitaux pour financer sa phase d'amorçage (par exemple la réalisation de prototype, le développement d'un service, la communication, la publicité, etc.).

En sus, le capital-risque permet de faire entrer de nouveaux investisseurs au capital de la société pour augmenter les capitaux de l'entreprise. Il s'ensuit que le principal-risque pour les investisseurs est de ne jamais trouver acquéreur pour revendre leurs actions si l'entreprise ne se développe pas, ou de tout perdre si la société est dissoute. Néanmoins, les gains dont ils peuvent bénéficier sont susceptibles de dépasser leurs espérances si l'entreprise connaît le succès escompté. Pour les entreprises, le capital-risque leur permet de bénéficier de fonds à un stade de développement où il est souvent difficile d'obtenir des prêts bancaires.

La notion de capital-risque a connu un essor de développement considérable dans les pays développés. En effet, elle est apparue aux États-Unis en 1945 sous le nom de *Venture Capital*, avec le développement de l'industrie électronique. Le capital-risque se développe principalement aux États-Unis par le biais d'investisseurs privés qui accompagnent des projets innovants comme ceux localisés dans la Silicon Valley. En France, par exemple, il a émergé grâce à l'action des pouvoirs publics à partir des années 1970 et des sociétés privées de gestion qui sont agréées par l'Autorité des Marchés financiers (AMF). Une telle notion n'est pas encore de mise de façon formelle dans les pays sous-développés, faute d'une structure financière qui n'est pas assez élargie et peu réglementée. De plus, cette notion a fait l'objet de plusieurs études, dont Burkhardt (2016). À travers cette étude, l'auteur distingue les points de vue des sociétés de capital-risque et des entreprises formant l'alliance, à partir des théories contractuelles et cognitives.

3.3.2. Théories sur les coûts de transaction

Dans son article publié en 1937²⁸, Robert Coase définit la firme comme un mode de coordination des transactions alternatif au marché. D'après lui, si le marché n'est pas l'unique moyen de coordonner l'activité économique, c'est qu'il existe des coûts à recourir au système de prix. Ces coûts portent le nom de coûts de transaction. Pour l'auteur, ils correspondent aux coûts de recherche d'information, de négociation des contrats, de contractualisation répétée, etc. Ainsi, la différence fondamentale entre firme et marché, c'est que sur un marché la coordination se fait par le système des prix, alors que la firme propose une coordination administrative qui passe par l'autorité et la hiérarchie. Dans ce sens, c'est l'autorité qui caractérise fondamentalement une firme.

²⁸ Robert COASE (1937): «*The nature of the firm* », *Economica*.

Toutefois, après avoir posé l'existence de deux modes de coordination alternatifs, Coase (1937) s'interroge sur le fait de savoir pourquoi les deux modes de coordination coexistent. Pour lui, si la coordination marchande génère des coûts de transaction, la gestion internalisée des transactions entraîne des coûts de coordination, en particulier parce que les rendements des activités managériales sont décroissants. Ainsi, tant que les coûts de coordination interne sont inférieurs aux coûts de transaction, la coordination se passe à l'intérieur de la firme, à partir du moment où ils deviennent supérieurs, la coordination marchande est préférable.

Dans la perspective d'élargir le champ de recherche sur les coûts de transaction, les travaux de O. Williamson (1979, 1985, 1998) se situent dans le prolongement de ceux de R. Coase (1937). En effet, les travaux de Williamson (1985) cherchent plutôt à apporter des précisions pour comprendre en particulier dans quel cas la firme s'impose comme mode de coordination, c'est-à-dire dans quelles conditions l'intégration d'une activité dans la firme sera préférée au recours au marché. Pour cela, Williamson a formulé deux hypothèses relatives aux comportements des agents :

- **La rationalité limitée.** Selon cette hypothèse, les agents ont des capacités cognitives limitées, c'est-à-dire lorsque l'environnement est complexe, ils ne peuvent pas envisager tous les événements possibles et calculer parfaitement les conséquences de leurs décisions.
- **L'opportunisme des agents.** La deuxième hypothèse est une conséquence de la première. Elle postule que le contrat ne peut pas prévoir toutes les alternatives possibles, un agent ne peut être tenté d'adopter un comportement opportuniste pour favoriser ses intérêts au détriment de ceux des autres.

Par ailleurs, Williamson (1985) formule aussi des hypothèses sur les caractéristiques des transactions :

- **La spécificité des actifs.** Selon cette hypothèse, un actif est dit spécifique s'il nécessite des investissements spécifiques. Pour l'auteur, ce sont des investissements durables qui sont effectués pour réaliser une transaction particulière et qui ne sont pas redéployables sans coûts vers d'autres usages.

- **L'incertitude sur les conditions de réalisation de la transaction risque d'augmenter son coût.** Cette hypothèse fait référence à l'incertitude qui est liée à des perturbations exogènes à la transaction par exemple.
- **La fréquence de la transaction.** Cette hypothèse montre que plus une transaction est répétée, plus les contractants ont des occasions d'être opportunistes, ce qui augmente d'autant les coûts de transaction.

En tenant compte de ces caractéristiques des comportements et des transactions, il revient à Williamson de trouver la forme organisationnelle la plus adaptée, au sens où celle-ci limite les coûts de transaction. C'est ainsi que, pour Williamson, la firme est considérée comme un système contractuel particulier, un « arrangement institutionnel » caractérisé par un principe hiérarchique qui permet à la direction de l'entreprise de prendre les décisions en cas d'événements non-prévus par les contrats, et qui permet de limiter les risques liés à l'opportunisme. L'analyse de Williamson (1985) aboutit aux formes organisationnelles suivantes :

- **Marché.** Pour Williamson, il correspond à une transaction occasionnelle dont l'objet est parfaitement délimité et où toutes les éventualités sont prévues (pas d'incertitude). L'identité des parties importe peu, la relation est impersonnelle.
- **Contrat avec arbitrage.** D'après lui, il s'agit d'une relation qui ne peut pas se dérouler sur le marché, car elle se déroule sur le long terme. Cette relation est donc soumise à une incertitude forte. Dans ces circonstances, les comportements opportunistes sont possibles ainsi que les conflits d'intérêts. Pour y faire face, ce type de contrat prévoit l'arbitrage d'un tiers.
- **Contrat bilatéral.** Ce type de contrat se déroule entre des contractants qui restent autonomes (par exemple, contrat de sous-traitance, contrat de franchise, etc.).
- **Internalisation.** Pour Williamson (1985), cette relation se distingue de la précédente par le degré d'incertitude, qui est plus élevé dans un mode de coordination internalisé. Ainsi, pour lui, la firme est le mode de coordination le plus adapté lorsque la transaction est répétée, dans un contexte de forte incertitude et que les actifs mobilisés sont très spécifiques.

3.3.3. La concurrence ou la rivalité des firmes sur les marchés financiers

Il s'agit ici de chercher à comprendre l'impact de la concurrence des firmes face aux décisions financières. Pour cela, nous partons du modèle de Tirole (2001) qui est considéré comme une extension de celui qui est lié à l'aléa moral dans la relation de financement lorsque les firmes se trouvent en dehors du marché. Dans cette extension, Tirole (2001) cherche à expliquer cette fois-ci l'effet de la concurrence entre les entreprises rivales sur la capacité à obtenir du financement externe (via un investisseur externe). Pour faciliter son explication, il suppose qu'il y ait un effet de réduction de profit, lorsqu'il y a une pression accrue de la concurrence, ce qui entraîne la baisse du pouvoir de marché, la baisse du profit attendu et la difficulté pour accéder au financement. L'auteur part de l'hypothèse selon laquelle le marché est composé de deux firmes ($i = 1, 2$) qui sont deux entrants potentiels (il n'y a pas de firmes installées sur le marché). Il suppose que chaque firme soit un entrant potentiel, c'est-à-dire chaque firme doit lancer un projet d'investissement (\approx coût d'entrée) qui coûte I pour entrer sur le marché. Le profit dégagé par l'investissement dépend de la présence ou non du concurrent sur le marché :

$R = 0$ si la firme n'entre pas ;

$R = M$ si la firme est la seule à entrer ;

$R = D$ si les deux firmes entrent.

Avec $M \geq D \geq 0$ (effet de dissipation du profit lié à la concurrence).

$P_H M \geq I$: projet rentable en situation de monopole de marché si effort élevé de l'entrepreneur. Tirole (2001) suppose que l'effort ne soit pas vérifiable, le contrat de financement est alors basé sur un remboursement qui dépend du résultat de l'entreprise : la contrainte d'incitation à l'effort de l'entrepreneur est donnée par la condition :

$P_H R_e \geq P_B R_e + U^{SE}$ où R_e (réussite du projet) ou O (échec), P_H est la probabilité de faire un effort « haut », P_B est la probabilité de faire un effort « bas » et U^{SE} est le supplément d'utilité si l'entrepreneur ne fait pas d'effort.

De plus, l'auteur désigne par A : apports en capitaux de l'entrepreneur et par $I-A$: besoin en capitaux extérieurs (fournis par l'investisseur extérieur).

Il recherche les équilibres selon le nombre de firmes qui sont financées par l'investisseur extérieur, c'est-à-dire le nombre de firmes qui peuvent entrer sur le marché. Pour Tirole (2001), deux cas peuvent être envisagés :

1^{er} cas : Une seule des deux firmes est financée.

L'auteur a montré ici pour que l'entrepreneur soit incité à choisir un niveau élevé d'effort, il faut que : $R_e = \frac{U^{SE}}{P_H - P_B}$, ce qui veut dire que la valeur minimale de R_e qui doit revenir à l'entrepreneur est : $R_e = \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} + \epsilon$ où ϵ peut être très petit. Par approximation, on prendra : $\epsilon \rightarrow 0$, soit $R_e = \frac{U^{SE}}{P_H - P_B}$. La firme reçoit du financement extérieur, si l'investisseur extérieur s'attend à ne pas faire de perte sur la somme qu'il avance à l'entrepreneur, soit $P_H \left(M - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) \geq I - A$ (1)

2^{ème} cas : Les deux firmes sont financées.

Le revenu attendu est donné par :

$$P_H(1 - P_H)M + P_H P_H D = P_H \left[(1 - P_H)M + P_H D \right]$$

La part du revenu attendu qui revient à l'investisseur extérieur est :

$$P_H \left[(1 - P_H) \left(M - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) + P_H \left(D - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) \right]$$

Selon Tirole (2001), la condition de financement dans le deuxième cas est donc : $P_H \left[(1 - P_H) \left(M - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) + P_H \left(D - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) \right] \geq I - A$ (2)

Nous allons raisonner sur les équations (1) et (2)

Pour Tirole (2001), $M \geq (1 - P_H)M + P_H D$

Nous en déduisons que : $M - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \geq (1 - P_H) \left(M - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) + P_H \left(D - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right)$

Donc, $P_H \left(M - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) \geq P_H \left[(1 - P_H) \left(M - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) + P_H \left(D - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) \right]$

Nous allons raisonner sur les deux de richesse personnelle de l'entrepreneur :

$$A = \bar{A} \text{ et } A = \underline{A} \text{ avec } \underline{A} < \bar{A}$$

Définissons \bar{A} et \underline{A} de la manière suivante :

$$\underline{A} \text{ est telle que : } P_H \left(M - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) = I - \underline{A}$$

$$\bar{A} \text{ est telle que : } P_H \left[(1 - P_H) \left(M - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) + P_H \left(D - \frac{U^{SE}}{P_H - P_B} \right) \right] = I - \bar{A}$$

Pour Tirole (2001), les équilibres suivant les niveaux de richesse de l'entrepreneur sont obtenus ainsi :

Si $A < \underline{A}$: aucune firme n'est financée. Aucune firme ne peut donc entrer sur le marché.

Si $A > \bar{A}$: les deux firmes sont financées. Donc les deux firmes peuvent entrer sur le marché.

Si $\underline{A} < A < \bar{A}$: la firme est financée si le concurrent n'est pas financé.

Par ailleurs, lorsque la firme est financée, il y a un comportement d'agressivité qui existe chez l'entrepreneur non seulement pour pouvoir rembourser la dette mais aussi pour augmenter sa part de profit. Ce comportement d'agressivité est analysé dans le modèle de Brander et Lewis (1986). En effet, pour ces auteurs, un tel comportement est profitable dans la mesure où il génère, par réaction, un comportement conciliant de la firme rivale. D'où l'idée que si la dette contribue à l'agressivité, il peut être souhaitable de s'endetter (car cela peut provoquer en réaction un comportement conciliant de la firme rivale). De plus, pour Brander et Lewis (1986), la dette conduit à l'agressivité, car celle-ci est due à la responsabilité limitée qui protège le propriétaire-dirigeant de l'entreprise. Pour eux, l'endettement peut être un facteur favorable à l'entreprise, car il peut lui permettre de s'accaparer une part de marché plus grande. Ici, nous ne faisons pas de démonstration.

3.4. L'entrepreneur dans le développement économique

L'entrepreneur est un facteur essentiel de la croissance économique dans la transition d'une économie managériale à une économie entrepreneuriale qui a lieu à la fin des années 80. Autrement dit, la création et la survie des entreprises représentent deux

éléments fondamentaux sur lesquels doit miser tout pays pour se développer économiquement, étant donné qu'elles constituent des enjeux importants, notamment en matière de productivité (Holtz-Eakin et Chihwa Kao, 2003), de croissance économique et de création d'emploi (Caree et Thurik, 2003), voire de réduction de certaines inégalités sociales (Chinn et Fairlie, 2004). Toutefois, selon Bonnet (2016), des mesures en matière de politiques publiques de soutien, d'accompagnement, de renforcement et de compétitivité en faveur de l'entrepreneuriat doivent être mises en place pour permettre un vrai développement économique durable. Et l'auteur retient deux grandes catégories de mesures : des mesures qui peuvent favoriser le capitalisme entrepreneurial et le capitalisme managérial, plus particulièrement pour les jeunes entrepreneurs innovants, et celles en acte:

- **Suppression des barrières à l'entrée et du contrôle des prix pour les jeunes entreprises innovantes** dans certains secteurs d'activités clés (par exemple dans les secteurs transports et communication) ;
- **Politique d'expérimentation** par rapport à la régulation du nombre des entreprises et **politique fiscale** pour les jeunes entreprises innovantes ;
- **Réduction d'impôts plutôt que crédit d'impôts ou plus de compétitivité pour les entreprises**, ce qui peut favoriser la croissance économique, la création d'emploi et la responsabilité sociale envers les citoyens. D'où l'importance de la notion de responsabilité sociale ou sociétale des entreprises (RSE) ;
- **Les fonds de pension, la commercialisation accrue des innovations dans les universités et loi sur le développement de l'innovation des petites entreprises** ;
- **Politique managériale basée sur entreprises moyennes** ;
- **Politique entrepreneuriale basée sur les individus** à la fois sur les plus faibles, mais aussi sur les plus talentueux et brillants, car l'innovation dans les firmes existantes n'est pas toujours aisée (inertie de l'organisation) ;
- **L'Entrepreneuriat** rend perméable le filtre du savoir qui existe dans les organisations existantes et constitue le lien manquant entre le savoir et la croissance économique. Il permet la commercialisation d'idées et de produits qui autrement seraient restés non commercialisés ;

- **Politique éducative :** le développement des formations à la gestion et des formations spécifiques à l'entrepreneuriat. Dans ce sens, les travaux de Mirjam Van Praag (2006) montrent que les retours économiques de la formation pour les entrepreneurs sont plus élevés que pour les individus qui choisissent de travailler comme salariés ;
- **Faire de la création d'entreprise un acte accessible à tous, simple et rapide ;**
- **Lancer des passerelles vers l'entreprise et étendre la responsabilité juridique ;**
- **Différents métiers autour de la création d'entreprise qui retrace les différentes étapes de la création :** amorçage, émergence, accompagnement, espaces-test, financement, hébergement commercial, suivi et développement des entreprises ;
- **Organismes de soutien et d'innovation :** innovation de process, innovation incrémentale, innovation de rupture et innovation perturbatrice.

Par ailleurs, le développement de l'intrapreneuriat représente un élément majeur, à côté de l'entrepreneuriat, dans le développement économique, car il permet d'introduire une gestion entrepreneuriale au sein d'une organisation où les salariés deviennent eux-mêmes des intrapreneurs, c'est-à-dire des entrepreneurs au sein même de l'organisation qui développent leur degré d'autonomie et de responsabilité via un management responsable et un modèle de complémentarité qui rassemble les énergies de tous. Nous rappelons que ce concept a été utilisé pour la première fois par Ginfort Pinchot en 1976. Grâce à son émergence rapide et spectaculaire dans beaucoup de pays de l'Amérique du Nord et de l'Europe de l'Ouest, les grandes entreprises peuvent permettre de mieux saisir des opportunités qui sont liées à leur développement (Clayton, 1997).

3.5. L'entrepreneur face au phénomène de la mondialisation

Avec le phénomène de la libéralisation financière, commerciale et économique qui existe entre les pays, les firmes cherchent actuellement des opportunités de profit partout où elles peuvent s'implanter ou sous-traiter. En effet, ce phénomène traduit la fin de la barrière dans le monde des affaires et permet de créer des pôles économiques régionaux importants. C'est pour dire que, grâce à la mondialisation, un entrepreneur d'un pays peut aller développer ses activités dans un autre pays ou dans n'importe quel coin de la terre où il trouve plus d'avantages. La Sillicom valley en Californie (États-Unis) en est un exemple

probant. Selon Torres (2000), elle reçoit chaque année des milliers de jeunes entrepreneurs qui viennent dans le monde entier. Ces jeunes entrepreneurs viennent pour y développer leurs entreprises technologiques innovantes (ou des start-up). Par ailleurs, grâce à la fin de la frontière virtuelle par la mondialisation, on constate de plus en plus l'émergence de nombreuses multinationales et la concurrence ou de la rivalité grandissante qui existe entre elles. Enfin, pour faire face aux grands défis et enjeux de la mondialisation, les jeunes entrepreneurs doivent particulièrement se munir des stratégies clés qui peuvent leur permettre de maîtriser leur environnement d'affaires, comme l'a mentionné Lecerf (2006) dans le cas des petites et moyennes entreprises.

Section 4. Synthèse des théories sur l'entrepreneuriat selon les différentes écoles de pensée ainsi que leurs principaux auteurs

Pour ce faire, nous résumons dans un tableau récapitulatif les théories selon les différentes écoles de pensée, d'une part, et selon leurs auteurs les plus ciblés dans la littérature, d'autre part.

4.1. Synthèse des théories sur l'entrepreneuriat selon les différentes écoles de pensée

Nous présentons de manière très synthétique dans un tableau la façon dont les différentes écoles de pensée perçoivent le comportement des entrepreneurs versus des non entrepreneurs. Puis, dans un autre tableau de synthèse, nous présentons les dimensions sur la construction des théories et leurs applications.

Tableau 8. Entrepreneurs versus non-entrepreneurs

<i>Différences entre entrepreneurs et non-entrepreneurs</i>		
Théories	Découverte d'opportunité et construction	Opportunité d'exploitation
École néoclassique	Oui : Optimiseur entièrement délibératif plus favorable au risque	Non: Répartition optimale des allocations
École autrichienne	Oui : Sans délibération avec un cadeau de vigilance	Non: Répartition optimale des allocations
École des behavioristes	Limité, satisfaisant délibératif pense que les contraintes cognitives spécifiques au contexte génèrent des opportunités	Oui: heuristiques spécifiques au contexte des employés

Source : tableau construit par l'auteur à partir des travaux de Endres et Woods (2006)

Tableau 9. Dimensions sur la construction des théories et leurs applications

Théories du comportement entrepreneurial	Objectifs des théories	Rôle du postulat concernant le comportement entrepreneurial	Application de la théorie	Erreurs communes dans l'utilisation de la théorie
École néoclassique	Parcimonie formelle, représentation mathématique, traçabilité	Crée une classe de risque maximal typique	Explique la formation d'une firme dans un équilibre compétitif. Prévise des résultats au niveau du marché. Prescrit l'optimisation de façon atomique dans des contextes compétitifs.	Assimiler les limitations cognitives. Invalide le rôle des limitations cognitives.
École autrichienne	Précision descriptive	Crée une alerte individuelle avec découverte potentielle	Comprendre l'opportunité offerte dans un processus de marché. Prédire l'action entrepreneuriale quand l'opportunité d'exploitation a recours à l'optimisation.	Nier le rôle des limitations cognitives dans une opportunité d'exploitation. Prédit la convergence au marché équilibré.
École comportementale	Précision descriptive, comportements, réalisme, traçabilité opérationnelle	Crée un décideur typique avec des limites sur la capacité cognitive	Investigue l'impact des limitations cognitives. Explique la création des heuristiques dans un contexte complexe et changeant. Fournit des directives pour des études de cas et d'enquête.	Mal placé concrète : Critique l'irréalité de l'assomption optimale dans d'autres théories ?

Source : tableau construit par l'auteur à partir des travaux de Endres et Woods (2006)

4.2. Synthèse des théories sur l'entrepreneuriat selon les principaux auteurs

Nous présentons les auteurs, en faisant une comparaison entre la position de l'entrepreneur dans un système économique, la position de l'entrepreneur avec la firme et la tâche entrepreneuriale. Nous présentons ensuite les compétences ou traits de personnalité de l'entrepreneur, la rémunération et les incitations de l'entrepreneur. En dernier lieu, nous présentons l'offre et la demande de l'entrepreneur.

Tableau 10. Position de l'entrepreneur dans le système économique et avec la firme

	Position de l'entrepreneur dans le système économique	Position de l'entrepreneur avec la firme
Richard Cantillon (1680-1734)	L'entrepreneur est un arbitragiste qui établit l'équilibre	Pas de position
Jean-Baptiste Say (1767-1832)	L'entrepreneur est un coordinateur de la production et de la distribution	L'entrepreneur est un leader, un manager et un coordinateur (super gestionnaire)
Alfred Marshall (1842-1924)	L'entrepreneur est un producteur de biens (et d'innovation et de progrès)	L'entrepreneur est un employeur, manager et coordinateur
Joseph Schumpeter (1883-1950)	L'entrepreneur est un moteur de la croissance ; il est un destructeur-créateur (destruction-création)	L'entrepreneur est celui qui met en œuvre les nouvelles innovations
Frank Knight (1885-1972)	L'entrepreneur est celui qui endosse le risque lié à l'incertitude réelle (non probabilisable), cause du progrès	L'entrepreneur est celui qui décide et contrôle quand l'incertitude est impliquée ; il est responsable de la garantie de donner une rémunération fixe aux facteurs de production.
Israel Kirzner (contemporain)	L'entrepreneur est un agent qui permet de tendre à l'équilibre (jamais atteint)	Pour lui, l'existence de la firme résulte de la prise de décision entrepreneuriale
François Facchini (contemporain)	L'entrepreneur complète les explications de la croissance régionale proposées par les modèles néoclassiques, l'hétérodoxie radicale et la théorie de la base économique. Facchini (2008) montre que l'introduction de l'entrepreneur dans l'explication de la croissance est déjà plus ou moins faite par ces différents courants de l'économie régionale. Il cherche du même coup à préciser la place de l'entrepreneur dans ces différentes écoles de pensée.	Il distingue clairement les effets de la rente et des profits, de l'activité productive des entrepreneurs et de leur activité improductive sur la dynamique régionale

Source : tableau construit par l'auteur à partir des travaux de Van Praag (2005)

Tableau II. Tâches entrepreneuriales et compétences et traits de personnalité de l'entrepreneur

	Tâches entrepreneuriales	Compétences et traits de personnalité de l'entrepreneur
Richard Cantillon (1680-1734)	Arbitrage et prise de risque	Vigilance et prévision
Jean-Baptiste Say (1767-1832)	Application du savoir, expérimentation et prise de risque initial	Combinaison rare de qualités et de compétences
Alfred Marshall (1842-1924)	Contrôler, supporter la responsabilité et le risque	Compétence générale et spécialisée, leadership et bonne chance. Attire ceux qui ont le goût du risque, haute estime de soi-même
Joseph Schumpeter (1883-1950)	Chercher des opportunités de profit, décider quelques objectifs, poursuivre, introduire de nouvelles combinaisons	Volonté de montrer un comportement déviant et de leadership
Frank Knight (1885-1972)	Assurer « l'immesurable » risque du business	Être capable d'assumer l'incertitude, pouvoir de contrôle effectif (locus de contrôle), croyance en sa bonne chance et son habilité pour obtenir du capital
Israel Kirzner (contemporain)	Découvrir et exploiter les opportunités de profit	Vigilance : la connaissance où il faut chercher pour savoir.
François Facchini (contemporain)	Frontière des Sciences économiques et de gestion autour du rôle de l'entrepreneur dans la croissance économique. Pour lui, l'entrepreneur est à l'origine de la croissance économique. En effet, l'entrepreneur est un porteur de croissance.	Le cœur du processus de la création de richesse est l'individu qui identifie un profit, c'est-à-dire un échange mutuellement avantageux. Ce profit peut être un profit d'innovation, d'arbitrage ou de spéculation. L'entrepreneur est prudent.

Source : tableau construit par l'auteur à partir de Van Praag (2005)

Tableau 12. Rémunération et incitation et offre et demande d'entrepreneurs

	Rémunération et incitation	Offre et demande d'entrepreneurs
Richard Cantillon (1680-1734)	Profit potentiel	Lois de l'offre et de la demande : survie du meilleur
Jean-Baptiste Say (1767-1832)	Haut niveau de salaire plus prime de risque	Idem. Cantillon plus offre limitée due à la rareté des habiletés requises (combinaison rare de qualités et d'expériences).
Alfred Marshall (1842-1924)	Haut niveau de salaire avec forte variance	Idem. Say
Joseph Schumpeter (1883-1950)	Succès mesuré par le profit, la distinction sociale, la joie de créer	Offre réduite par la rareté des forces de motivation requises distribuées dans la population.
Frank Knight (1885-1972)	Profit, prestige, satisfaction d'être son patron.	Lois de l'offre et de la demande, l'offre dépend cependant du nombre de personnes disposant de capacités entrepreneuriales et de la capacité d'obtenir du capital.
Israel Kirzner (contemporain)	Profit	Concurrence très dure pour les opportunités entrevues et les profits escomptés.
François Facchini (contemporain)	Profit, croissance	Idem. Kirzner

Source : tableau construit à partir des travaux de Van Praag (2005)

Nous avons présenté globalement l'entrepreneur dans des approches économiques. Toutefois, d'autres approches s'avèrent encore plus enrichissantes à apprécier. C'est le cas du courant culturaliste où l'entrepreneur culturel a joué un rôle fondamental dans le développement économique des nations. Cette notion fait l'objet du chapitre suivant, car elle est tellement nécessaire pour le bien fondé de notre travail de recherche.

CHAPITRE 2. LES RÉALITÉS SOCIALES ET CULTURELLES ET LEURS LIENS THÉORICO-EMPIRIQUES AVEC L'ENTREPRENEURIAT

Ce chapitre permet d'appréhender tout ce qui a rapport aux fondements des réalités sociales et culturelles dans la littérature, avant de se focaliser sur les leçons tirées des pratiques de l'entrepreneur culturel dans certains pays. Il permet également de détecter leurs liens avec l'entrepreneuriat. Tout ceci se fait par le biais des deux premières sections. Une présentation détaillée des éléments de base composant des modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale de Ajzen (1991), de Shapero et Sokol (1982) et de Krueger (1993) est abordée dans la troisième section du chapitre. Et, dans cette même section du chapitre 2, un modèle conceptuel théorique de référence est constitué par l'intermédiaire des modèles susmentionnés pour servir de cadre d'analyse à notre thèse.

Section 1. Aspects théoriques sur les réalités sociales et culturelles et quelques facteurs explicatifs dans leurs relations avec l'entrepreneuriat

Plus précisément, cette section est divisée en deux grands paragraphes. Le premier prend en compte de tout ce qui a rapport aux fondements des réalités sociales et culturelles dans la littérature économique. Le deuxième paragraphe cherche de préférence à mettre en valeur toutes les relations possibles qui pourraient exister entre les courants socio-culturalistes et l'entrepreneuriat.

1.1. Les fondements des réalités sociales et culturelles

Après avoir présenté quelques éléments clés de définition du concept de culture et de certaines composantes qui lui servent de piliers, soit dans les modes de penser et d'agir des individus, nous essayons de passer en revue la littérature ayant rapport avec la notion d'appartenance sociale ou d'origine sociale. Tout ceci qui vient d'être susmentionné permet de faire la transition sur les liens qui pourraient exister entre certaines réalités sociales et culturelles et l'entrepreneuriat.

1.1.1. Le concept de culture : éléments de définition et caractéristiques des réalités culturelles

La culture demeure un concept qui a fait l'objet de nombreux écrits, parce qu'elle est étudiée dans plusieurs disciplines. C'est la raison pour laquelle elle a toujours été très difficile, voire impossible pour les chercheurs de la restreindre à une définition unique. Les types de chercheurs ayant abordé la définition de la culture sont en majorité des

historiens, des anthropologues (Levi-Strauss, 1958), des sociologues (Max Weber, 1904-1905), des économistes (Perroux, 1935), des psychologues (McClelland, 1961). Chacun a donné des définitions les unes plus intéressantes que les autres. Cependant, au niveau des Sciences de Gestion, les chercheurs, comme Hofstede (1980), Boyacigiller et Adler (1991), Hampden-Turner et Trompenaars (1997), etc. reconnaissent quatre caractéristiques principales de la culture, c'est-à-dire qu'elle se fonde sur une construction historique, multidimensionnelle, durable et génératrice.

Mais avant toute chose, nous ne saurions pas présenter le concept de culture sans mentionner Edwars Tylor (1832-1917) qui fut le premier à donner une définition de la culture. D'après lui, la culture est considérée comme « *un tout complexe qui inclut les connaissances, les croyances, l'art, la morale, le droit, les coutumes, ainsi que toutes les autres dispositions et habitudes acquises par l'homme en tant que membre d'une société.* » (Tylor, 1871 : 15). Depuis lors, plus de 150 définitions différentes de la culture ont été recensées par Kroeber et Kluckohn (1962). Il n'y a pas par conséquent de définition consensuelle de la culture. Il est nécessaire de préciser que la culture n'est pas statique et qu'elle peut, par conséquent, ajouter, modifier ou éliminer des éléments. Elle est un résultat de la vie sociale, donc propre à toute société.

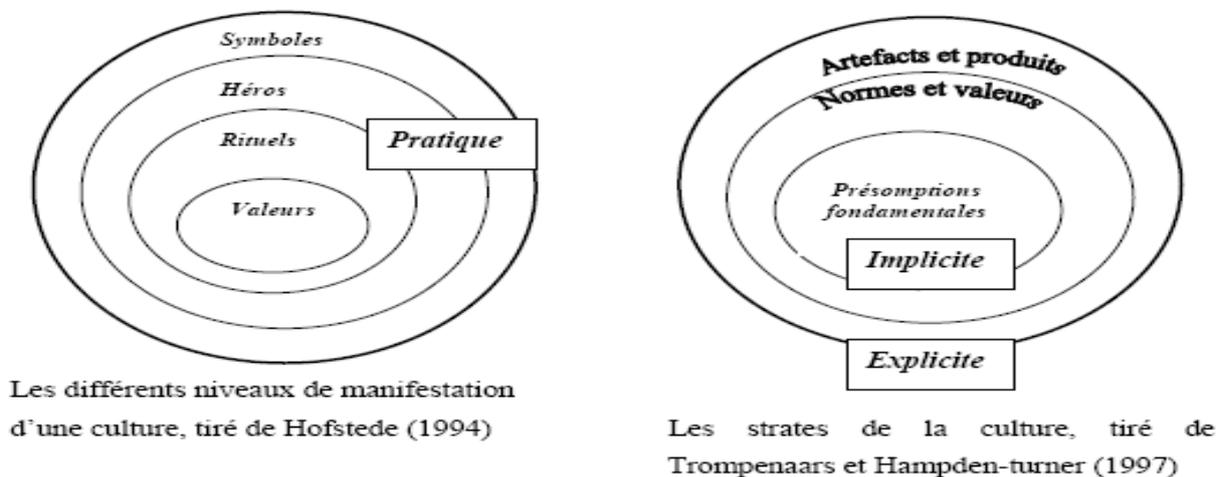
Par ailleurs, la culture est « *un ensemble lié de manières de penser, de sentir et d'agir plus ou moins formalisées qui, étant apprises ou partagées par une pluralité de personnes, servent d'une manière à la fois objective et symbolique, à situer ces personnes en une collectivité distincte* » (Guy Rocher, 1969). Il la conçoit comme le cadre d'expression des modes de pensée, des connaissances, des sentiments et des multiples actions. Alors que pour Triandis (1995), « *La culture peut être conceptualisée comme une «boîte à outils» d'habitudes, de compétences, de styles, de perspectives, de normes, de rôles et de valeurs à partir desquels chaque individu peut construire une stratégie d'action potentiellement unique. Cette stratégie dépendra de la façon dont la situation est perçue par l'individu* ».

Toutefois, dans une certaine dimension plus explicite, Rakotomena Mialy Henriette (2005) définit la culture comme « *un système de significations appris et partagé par les membres d'un groupe* » où les significations représentent l'ensemble des croyances, des valeurs, des normes, des artéfacts et des comportements auxquels sont rattachés un ensemble d'individus. Les valeurs sont perçues comme des ordres de préférence et ont

d'une part, une *intensité* qui permet de préférer une chose par rapport à une autre et d'autre part, un sens qui permet de distinguer le « *bien* » du « *mal* ». Les croyances sont alors les éléments considérés comme vrais que l'on intègre dans les analyses réalisées. Les *normes* sont un ensemble de règles créées et partagées par un groupe de personnes. Elles peuvent se développer de manière formelle ou informelle et sont sensées nous faire ressentir plus ou moins consciemment le comportement *normal* dans une situation donnée. « *Les artefacts se définissent comme toute la production artificielle et visible d'une culture déterminée. Il s'agit de la réalité immédiatement observable (comportement, langage, habillement, alimentation, salutation) qui caractérise un ensemble d'individus. Ils reflètent la grande partie « explicite et tangible » de la culture* » (Rakotomena, 2005).

Des auteurs très remarquables pendant le XX^{ème} siècle pour leurs travaux sur la culture, à l'instar de Hofstede (1994) et Trompenaars et de Hampden-Turner (1997), ont présenté la culture sous la forme d'une pelure d'oignon faisant ressortir la partie implicite (plus profonde, donc difficilement observable) et la partie explicite (immédiatement observable).

Figure 22. Schématisation de la culture selon Hofstede (1994) et Trompenaars et Hampden-Turner (1997)



Source : Les 2 figures sont extraites du document de Rakotomena (2005)

Eu égard à des travaux de Trompenaars (1993), la culture comporte différentes couches. La couche superficielle est la culture observable qui est constituée des habitudes de vie, de la langue, etc. La deuxième couche appelée culture médiane englobe les normes et valeurs d'un groupe d'individus. Les normes sont ce qu'un groupe admet généralement

comme étant bien ou mal. Les valeurs définissent par ailleurs l'aspiration au bien ou au mal et permettent de choisir face à plusieurs possibilités.

De ces nombreuses définitions, nous pouvons admettre que la culture est l'ensemble des connaissances acquises par un individu, l'ensemble des activités soumises à des normes socialement et historiquement différenciées et des modèles de comportements transmissibles par l'éducation propre à un groupe social. En effet, selon Baligh (1994), elle est aussi un processus de construction influencé par des déterminants tels que la religion, la famille, la société, le langage, l'environnement écologique, l'éducation, le sexe, la profession, etc. et qu'elle influence à son tour. De manière plus générale, les chercheurs conviennent que la culture est apprise, partagée, c'est-à-dire elle change et sert de guide pour aider les gens à s'adapter à leur environnement et elle se manifeste par des styles de comportements, des idéologies et des objets. La culture résulte donc d'une formation par la famille et de la société : c'est ce qu'on appelle le capital humain.

Dans le cadre de notre recherche, nous nous intéressons à la définition d'Hofstede (1980) qui définit la culture comme un système de valeurs collectives. « *Ces dernières portées collectivement, en fonction de leur intensité (importance pour l'individu) et de leur direction (bonne ou mauvaise), vont déterminer les croyances et les comportements* » Tounes et Assala (2005 :12). La programmation mentale de Bollinger et Hofstede (1987) s'observe à trois niveaux : le niveau universel qui englobe l'humanité, le niveau collectif qui comporte un ensemble d'individus d'un groupe plus ou moins homogène le différenciant d'un autre groupe, et le niveau individuel qui est propre à chaque individu. L'indépendance de chacun des niveaux a fait l'objet de nombreux débats du côté des sociologues et des anthropologues. Ainsi, en se référant à la culture, il convient de considérer tout ce qui organise ou régule la vie sociale, tous les modèles qui structurent la vie collective, l'équipement mental et organisationnel d'une société. La culture étant une résultante de l'activité sociale, il ne saurait exister de culture individuelle. Elle est toujours partagée par les membres d'un groupe qui peut s'étendre à un pays (culture nationale), à une organisation (culture organisationnelle), à une aire géographique, une famille, une religion, etc. Dans le cadre de notre thèse, le courant culturaliste est abordé sous le prisme de la culture nationale, dans la mesure où nous le positionnons au niveau collectif, mais avec de possibles variations au niveau individuel.

1.1.2. Appartenance sociale ou origine sociale : quelques éléments de définition et ses composantes

Dans la littérature, l'appartenance sociale ou l'origine sociale est un concept qui peut être interprété, voire analysé comme la relation d'un individu par rapport à la classe dont il fait partie. Et cette classe à laquelle il appartient porte le nom de classe sociale. L'appartenance sociale est donc caractérisée par de principales composantes jugées les plus importantes, à savoir le sentiment d'appartenance, l'identité sociale et le besoin d'appartenance.

1.1.2.1. L'identité sociale

Selon Licata (2007), l'identité sociale correspond à tout ce qui permet à autrui d'identifier de manière pertinente un individu par les statuts, les codes, les attributs qu'il partage avec les autres membres des groupes auxquels il appartient ou souhaiterait appartenir. Selon l'auteur, ces groupes correspondent aux différentes catégories sociales dans lesquelles les individus peuvent se ranger en fonction notamment de leur sexe, de leur âge, de leur statut dans la famille, de leur localisation géographique, de leur nationalité, de leur ethnie, de leurs occupations, loisirs ou sports favoris, de leur appartenance à un parti politique, etc. Pour Drucy et Reicher (1999), les caractéristiques de l'identité sociale ne sont pas toujours déterminées par l'individu, mais le plus souvent prescrites par la société comme moyen de reconnaissance, d'identification de l'extérieur. L'attribution des caractéristiques identitaires à un individu est aussi un moyen de classer et d'ordonner les membres d'une population sur la base de critères prépondérants. Un même individu peut être perçu comme ayant plusieurs identités sociales en fonction du domaine particulier qui est considéré.

La théorie de l'identité sociale a été développée pour la première fois dans les années 1970 par le psychologue Henri Tajfel (1919-1982). Selon cette théorie, les individus qui essaient de se créer une identité sociale positive et qui favorisent le groupe auquel ils appartiennent, on les considère comme meilleurs par rapport aux autres. La catégorisation sociale est utilisée pour se reconnaître comme membre de tel ou tel groupe.

L'identité sociale ne doit pas être confondue avec l'identité culturelle qui est l'adhésion plus ou moins forte d'une personne aux valeurs et prescriptions d'une culture.

Toutefois, elle ne peut être dissociée de l'identité personnelle qui est le produit de la socialisation et l'expérience vécue par les individus tout au long de leur vie, et qui permet la construction du « Soi », la conscience de soi et la différenciation entre les individus.

1.1.2.2. Le sentiment d'appartenance

Le sentiment d'appartenance constitue l'un des aspects collectifs de l'identité et donc du sentiment de Soi. Selon Mucchielli (1986), il prend ses sources « *dans la relation primitive du nourrisson avec sa mère, puisqu'on sait que dans son état premier, le nourrisson ne se distingue pas de sa mère* », et découle tout autant du fait que l'être humain est un être social. Dans le cas d'un adulte, il est avant tout ce qui définit l'image qu'il projette dans la société, c'est-à-dire son statut.

De son côté, le sociologue Guy Rocher le considère ainsi, « *Appartenir à une collectivité, c'est partager avec les autres membres assez d'idées ou de traits communs pour se reconnaître dans le « nous »* (Rocher, 1968 : 23). Ce qui fait que le sentiment d'appartenance ne peut pas se former isolément chez l'individu. Et, pour pouvoir partager ses idées avec les autres membres, l'individu doit être d'abord accepté et reconnu par ces derniers. C'est la raison pour laquelle Turner (1979 :34) considère que « [...] *l'appartenance à un groupe particulier en ce qui concerne ses fonctions d'identité sociale est reliée à une évaluation positive de ses attributs par comparaison aux autres groupes : on peut dire que les dimensions importantes de la comparaison sociale du point de vue de l'identité sociale sont celles qui sont associées à des valeurs dont la plupart sont des productions culturelles* ». D'après Turner (1979 :45), « *Il y a des moments dans l'existence où, plus ou moins brusquement, l'individu prend du recul par rapport à ses groupes d'appartenance, ou certains d'entre eux. Il commence à s'y sentir moins bien, à remettre en question la signification qu'ils avaient pour lui, à les critiquer, et parfois à vouloir les quitter* ». Devant une telle situation, Turner (1979 :47) considère que « *le souhait d'entrer dans un nouveau groupe conduit à l'idée qu'il va falloir modifier quelque chose dans sa manière d'être, d'agir et peut-être de penser. Pour changer de groupe et faciliter son intégration dans le nouveau, l'individu prend le risque de ne plus être en conformité avec son groupe d'appartenance* ». Selon l'auteur, « *il optera pour cette démarche d'autant plus volontiers :*

- *s'il estime que le nouveau groupe est susceptible de lui apporter plus de prestige et de reconnaissance sociale que son groupe d'appartenance ;*
- *S'il n'occupe pas une position centrale dans son groupe d'appartenance. ».*

Comme le remarquent Aebischer et Oberlé (1998 :24), « *les groupes de référence nous fournissent des repères de comparaison qui nous permettent de nous évaluer ; d'autre part, ils nous proposent des normes et des modèles qui influencent nos attitudes et nos opinions. Parfois, la comparaison avec d'autres groupes que ceux auxquels on appartient aboutit au résultat inverse : elle confirme que tel ou tel groupe d'appartenance est bien un groupe auquel on tient, qui a de l'importance pour nous, auquel nous avons envie de continuer à nous référer* ». Aebischer et Oberlé (1998 :24) ont également remarqué que « *dans la situation d'interculturalité où la rencontre de la différence et de la similarité conjointes est un facteur clé de l'identification qui peut produire, selon les conditions, un renforcement d'un sentiment d'appartenance « déjà là » et/ou un développement puissant d'un sentiment « nouveau », de telles relations révèlent et provoquent ainsi différents processus positifs et négatifs de changements culturels, donc, au moins partiellement, de changement d'identité ».*

Enfin, pour Camiller (1986), la notion de stratégie identitaire permet de rendre compte des attitudes et des comportements, conscients ou inconscients, adoptés lors de ces processus. Dans le cas de processus négatifs, on distingue les phénomènes de réflexivité relativisante (« prise de conscience distanciée »), de synthèse (« articulation cohérente de traits provenant de cultures différentes ») et d'intégration (« acquisition d'un sentiment d'appartenance nouvelle sans perte des appartenances préalables »). Il est important de souligner que, puisque les appartenances sont normalement multiples pour un seul et même individu, une appartenance nouvelle produit une synthèse nouvelle (une hybridation, un compromis, un métissage) avec les identités « déjà existantes » de cette personne.

1.1.2.3. Le besoin d'appartenance

Le besoin d'appartenance correspond à la nécessité pour un individu de se sentir intégré à un groupe social. Il peut être satisfait soit par un processus d'adhésion (par exemple une association), soit par une activité (comme une activité professionnelle), soit par des symboles d'appartenance (comme un téléphone mobile, vacances, etc.). Le besoin

d'appartenance peut être considéré comme l'un des besoins types de la pyramide de Maslow²⁹ (1943). Il peut être aussi observé à partir des signes. D'une manière générale, le besoin d'appartenance peut être observé par des comportements et des attitudes qui sont liés à la recherche active de la présence des autres, la détente en groupe, la facilité de communiquer avec les autres et la sensibilité, la générosité, le partage et l'entraide avec les autres.

1.2. Leurs liens avec l'entrepreneuriat

Nous présentons dans un premier temps les liens existant entre la culture et l'entrepreneuriat, voire les facteurs qui ressortent dans l'environnement socioculturel de l'entrepreneuriat. Et, dans un second temps, nous présentons les liens qui existent entre la décision d'entreprendre et l'appartenance sociale.

1.2.1. Liens entre la culture et l'entrepreneuriat

Plus particulièrement, nous ciblons ici les théories sur les dimensions culturelles des affaires de Hofstede (1991), puis les théories sur les dimensions culturelles dynamiques d'Adler (1994) afin de bien appréhender les liens qui y existent. Enfin, nous passons en revue la littérature empirique sur les fondements religieux de la culture dans les initiatives entrepreneuriales.

1.2.1.1. Les dimensions culturelles des affaires à partir des travaux de Hofstede (1991)

Afin de permettre d'appréhender les courants culturalistes dans le développement des affaires, Hofstede (1991) a élaboré une grille d'analyse à quatre (4) dimensions qui caractérisent les comportements ou les façons de penser, de réagir et d'agir d'un individu dans une société. Il s'agit de la distance hiérarchique, du degré d'individualisme ou de collectivisme, du degré de masculinité ou de féminité, et de l'attitude par rapport à l'incertitude et au risque. Sur les quatre dimensions de Hofstede (1991), Bond (1998) a ajouté une cinquième dimension qui est l'attitude par rapport au temps. Cette cinquième dimension a été suscitée par des travaux menés sur les sociétés orientales.

²⁹ Maslow, A. (1943): « *A Theory of Human Motivation* ».

Selon Hofstede (1991), la **distance hiérarchique** est définie comme le degré d'inégalité attendu et accepté par les individus au sein de la société par rapport aux autorités morales et symboliques, notamment au niveau de la famille et l'école. Lorsque la distance hiérarchique est forte par les individus au sein d'une société, on parle de préférence du conformisme. Car ce dernier représente l'obéissance à un groupe ou l'attitude passive qui consiste à se soumettre aux idées communément admises, aux usages, aux comportements, aux règles morales, à la façon de parler du plus grand nombre, du milieu ou du groupe auquel on appartient.

En ce qui a trait au **degré d'individualisme et de collectivisme**, Hofstede (1991) analyse le degré d'indépendance et de liberté que peuvent revendiquer implicitement les membres d'une société. Le degré d'individualisme permet d'explicitier le comportement des jeunes vis-à-vis des activités sociales et économiques, car l'entrepreneuriat dépend du niveau d'individualisme prôné et accepté par la société. Pour Hofstede (1991), avec l'individualisme, la réalité famille n'est plus considérée sous sa forme élargie et devient de plus en plus nucléaire. C'est la priorité de l'intérêt individuel sur celui du groupe. Dans les sociétés collectivistes, le sentiment d'appartenance est très fort chez les individus qui s'identifient à leur groupe respectif que ce soit la famille, le clan ou le village. En retour, les individus doivent manifester du respect et de la loyauté envers le groupe. Ce que Ngobo et Capiiez (2004) ont démontré lors de leur intervention : *« les sociétés collectivistes sont plus conformistes dans ce sens que leurs membres essaient de respecter les normes du groupe et évitent de s'engager dans des actions peu appréciées par les autres membres. La conséquence est que les acteurs économiques seront moins disposés à violer les normes et à prendre trop de risques. Ainsi, le fait d'engager des investissements risqués peut être perçu comme une volonté de mettre en péril l'existence de la communauté ou de l'organisation »*. Nous notons que les travaux de Ngobo et Capiiez (2004) sont cités dans Makpotche (2009) pour le contexte haïtien.

Hofstede (1991) définit la **masculinité/féminité** comme le rôle social qui est attribué à l'homme ou à la femme dans la société et la famille. Celles-ci ont une forte incidence sur l'enfant. Le rôle social va conditionner le système de valeurs intériorisé par l'homme de telle sorte qu'il puisse être encouragé à privilégier les valeurs de réussite et de possession, liées à la masculinité, ou l'entraide, le sens de la négociation et la compromission, liées à la féminité. Ainsi, dans les sociétés prônant la masculinité, les individus sont motivés par la

rémunération, l'affirmation, l'avancement, le matérialisme, le statut, la richesse, la réussite, l'héroïsme et le défi. Par ailleurs, la féminité, en tant que valeur sociale, oriente les individus vers l'interdépendance, la solidarité et l'égalité.

Hofstede (1991) définit l'**incertitude** comme un concept qui est issu de la sociologie américaine des organisations. Pour l'auteur, l'incertitude est susceptible d'engendrer de l'anxiété au sein de la société qui, dépendamment de sa culture, cherche à l'apaiser par la technologie, les lois ou la religion. La technologie aide à pallier les incertitudes liées à la nature, les règles et les lois à celles qui sont liées au comportement d'autrui, et la religion aide à accepter les incertitudes surnaturelles. Les sociétés à fort évitement de l'incertitude sont des sociétés où les membres se sentent menacés par des situations ambiguës, risquées, peu structurées et tendent donc à éviter tout ce qui est risqué (Hofstede, 1987).

L'incertitude est un sentiment qui est acquis par l'apprentissage de l'irrationalité. Le niveau d'incertitude qui existe dans une société est établi par le contrôle de l'inquiétude des individus face aux situations inconnues ou incertaines dans leur milieu familial, à l'école et dans leur vie d'adulte. Dans les sociétés où l'on cherche à minimiser l'incertitude, les individus sont plutôt nerveux, émotifs, agressifs et actifs, alors que dans celles où l'incertitude est vécue et acceptée, les individus sont plutôt calmes, détendus, tendres, souples. À ce niveau, il ne faut pas négliger l'incidence des religions qui, à travers les valeurs qu'elles véhiculent, éveillent le goût de l'entrepreneuriat chez leurs membres qui le prohibent. Enfin, Kirzner (1999) définit l'incertitude comme le flair inné, et donc inconscient, qui guide les initiatives de l'entrepreneur en lui permettant de tirer profit d'un déséquilibre du marché.

Pour l'**attitude par rapport au temps**, Hofstede (1987) montre que les sociétés orientées vers le long terme privilégient la persévérance, le respect du rang et le sens de l'économie. Alors que celles qui sont orientées vers le court terme donnent la priorité aux valeurs de solidarité, de protection, de réciprocité des politesses, faveurs et cadeaux, et de respect de la tradition (Bond, 1998).

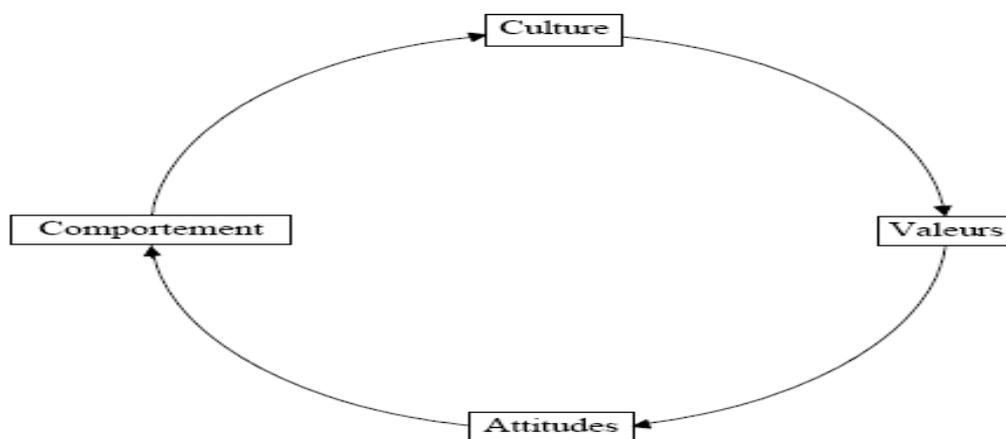
D'après Hofstede (1987), ces cinq dimensions peuvent aussi expliquer l'intérêt ou le désintérêt de l'individu pour l'entrepreneuriat, dépendamment des valeurs culturelles prônées dans la société. Quoique cette approche permette de comprendre la dimension

culturelle du comportement économique des individus, elle comporte certaines limites dans la mesure où la conceptualisation du modèle a été faite sur des sociétés occidentales exclusivement et ne traite que certains aspects de la problématique de notre thèse. Ainsi, pour combler cette limite théorique, nous allons aussi utiliser le modèle proposé par Adler (1994) qui repose sur quatre (4) dimensions impliquées dans une relation réciproque et dynamique.

1.2.1.2. Les dimensions culturelles dynamiques de Adler (1994) ou les visions culturelles dynamiques chez Adler (1994) dans les décisions entrepreneuriales

Parmi les éminentes contributions de l'influence des facteurs culturels sur les décisions entrepreneuriales, le modèle d'influence de la culture sur le comportement d'Adler (1994 : 18) est retenu comme une référence (Diakité, 2004). En effet, ce modèle va de la culture au comportement en passant par les valeurs et les attitudes. Ce modèle est présenté dans la figure suivante :

Figure 23. Influence de la culture sur le comportement de Adler (1994 :18)



Source : Adler N. J. (1994 : 18)

Ce modèle fait ressortir que la culture est l'interaction entre les attitudes, les valeurs et les comportements. Elle modèle le comportement et structure les perceptions des membres d'une communauté donnée (Adler, 1994). La culture se manifeste donc à travers l'interaction des valeurs que les individus privilégient, des attitudes et des comportements de ses membres. Ces valeurs, à leur tour, modèlent et structurent leurs attitudes face aux stimuli du milieu et déterminent, par conséquent, le comportement jugé le plus convenable et le plus efficace dans une situation donnée et à un moment précis.

Également, les comportements individuels ou collectifs influencent la culture de la société (Adler, 1994).

La culture oriente toute l'action sociale d'un individu ou d'un groupe donné. Elle englobe des valeurs, des croyances et des idéologies, des objectifs, des projets, des visions ; elle stimule et guide les motivations des acteurs sociaux, individuels ou de groupes, les incitant à orienter leurs actions dans un sens précis. En ce qui a trait aux groupes, la diversité peut être interculturelle, mais aussi intra-culturelle (c'est-à-dire que la culture varie au sein même du groupe). L'orientation culturelle d'une société renvoie aux normes, aux stéréotypes, donc à l'ensemble des valeurs, des attitudes et des comportements les plus répandus et les plus généralement admis. Elle ne concerne pas le comportement de toutes les personnes et ne permet pas de prévoir précisément le comportement d'une de ces personnes. La majorité des membres de cette société se conforme à ces normes (Adler, 1994). La culture permet à un groupe donné de se différencier à partir d'un système de valeurs communes et établies qui modèle les attitudes et dicte les comportements.

1.2.1.2.1. Les valeurs

Les valeurs sont un élément de base dans la compréhension des motivations individuelles et dans la description d'une culture. Elles sont à la fois culturelles et individuelles. Rocher (1969) dit que : « *La valeur est une manière d'être ou d'agir qu'une personne ou une collectivité reconnaît comme idéale et qui rend désirable ou estimable les êtres ou les conduites auxquels elle est attribuée* » (Rocher, 1969 : 56). De son côté, Feather (1995) défend l'idée que les valeurs influencent plusieurs aspects de nos vies, la manière dont nous interprétons et évaluons des situations ainsi que les gestes que nous posons pour atteindre des buts importants. Il ajoute que les valeurs fournissent les normes ou critères qui seront employés pour évaluer les actions ou les résultats, pour justifier les opinions et pour planifier et guider le comportement. Adler (1991) qualifie de valeur tout ce qui est explicitement ou implicitement désirable pour un individu ou pour un groupe et qui influence le choix qu'on fait parmi les modes, les moyens et les objectifs d'action.

Lorsque les individus remplissent des rôles dans une société, ils se basent sur des valeurs culturelles pour décider du comportement qui est le plus approprié à suivre et pour justifier leurs choix devant autrui. Les valeurs culturelles dominantes dans une société

sont donc un élément clé, peut-être le plus important, dans une culture. Les valeurs culturelles dominantes représentent des objectifs centraux liés à tous les aspects du comportement (Smith et Schwartz, 1997). Pour Hofstede (1980), ce sont les valeurs partagées par le plus grand nombre d'individus et de groupes dans une société qui constituent le socle fondamental de la culture.

Étant liées aux croyances qui définissent le bien et le mal ou aux préférences générales, les valeurs peuvent être conscientes ou inconscientes. Au niveau de la société, les valeurs sont utilisées pour caractériser une culture. Les valeurs peuvent être de référence (liées aux comportements et actions) ou de préférence (présente dans les intentions). Rokeach (1973) classe les valeurs humaines en deux grandes catégories : les valeurs terminales témoignant de notre vision idéale du monde, comme l'égalité, la justice, etc. et les valeurs instrumentales faisant référence à un comportement, une attitude, que l'on idéalise donc aux modes de définition des actions. De nos jours, la recherche accorde une plus grande place à l'étude des valeurs en tant que comportement, soit instrumentales plutôt que terminales. Même s'il est généralement admis que les deux ne sont pas toujours dissociables.

Les valeurs inspirent les comportements et traitent quatre grandes relations: les relations avec soi-même, avec les autres, avec les objets et avec Dieu. En effet, les valeurs déterminent les attitudes et comportements individuels. Une valeur est jugée pertinente selon les attitudes adoptées par les individus d'une communauté donnée. On parlera de valeurs promouvant l'entrepreneuriat dans le cas où les attitudes à l'égard des activités entrepreneuriales sont favorables. Les valeurs sont utilisées dans les études scientifiques comme des variables indépendantes permettant de comprendre les attitudes et les comportements des individus et comme variables dépendantes des différences entre groupes et catégories sociales (Spini, 2003). Puisque notre recherche vise à comprendre les comportements entrepreneuriaux dans un contexte culturel, les valeurs sont utilisées en tant que variable indépendante.

1.2.1.2.2. Les attitudes

Kotler et Dubois (2009) soutiennent qu' « *une attitude résume les évaluations (positives ou négatives), les réactions émotionnelles et les prédispositions à agir vis-à-vis d'un*

objet ou d'une idée». Ceci revient à dire que les attitudes permettent à un individu de mettre en place des comportements cohérents à l'égard d'une catégorie d'actions similaires. Selon Adler (1994), l'attitude est une construction de l'esprit, qui exprime des valeurs et qui dispose quelqu'un à agir ou à réagir d'une certaine façon face à quelque chose. «*Toute relation entre une personne et un objet de quelque nature implique une attitude* » (Adler, 1994 : 19).

L'attitude comporte diverses caractéristiques. Elle oriente un comportement par rapport à une situation donnée. Par conséquent, les attitudes surviennent dans l'ensemble des actes que nous posons quotidiennement. Elle se construit dans la mesure où elle se développe grâce à un ensemble d'évaluations, d'expériences et d'influences. Elle est durable, car son construit se forge sur plusieurs facteurs. Dans ce sens, l'attitude reste un élément difficilement modifiable dans le comportement d'un individu.

L'attitude est interne à l'individu, tout comme les valeurs le sont. En fait, elle est une expression des valeurs. Elle dégage des conduites et comportements observables à partir des besoins, croyances et valeurs. Il convient de déterminer quelques valeurs guidant les attitudes en faveur de l'entrepreneuriat :

(1) L'innovation : elle est vue comme un antécédent de la création d'entreprise. L'innovation est une condition de réussite de tout projet d'entreprise ;

(2) Le succès et l'échec : le succès est un objectif visé par l'entrepreneur dans ses projets de création. La création d'une entreprise peut se solder par un échec, soit à partir de son environnement, soit à partir des compétences et de ses expériences ou soit à partir d'un ensemble de considérations économiques et politiques. La peur de ne pas réussir constitue un blocage à l'initiative privée;

(3) L'argent et le profit : la création d'une entreprise nécessite un investissement qui doit générer un revenu et des profits. L'entrepreneur vise alors la création de richesses et l'accumulation de capital à travers le profit. En ce sens, l'argent et le profit font partie des valeurs qui guident le processus entrepreneurial. L'argent est alors un facteur qui mène l'entrepreneur à l'autosuffisance ;

(4) **La concurrence** : toute création d'entreprise comporte l'offre de produits (nouveaux ou existants) à présenter sur le marché et qui feront l'objet d'une rude concurrence. La concurrence peut stimuler le dépassement, la réussite si l'entrepreneur est armé d'efforts, de compétences et de motivations et autres moyens indispensables à sa survie. Elle peut aussi constituer un blocage pour les entrepreneurs potentiels qui ne disposent pas de moyens et ressources aptes à faire face aux concurrents potentiels ;

(5) **Le destin**: la valeur prônant que l'homme est le maître de son destin incite les individus à développer une culture entrepreneuriale axée sur la confiance en soi, la gestion du risque pour concrétiser leurs objectifs. À l'opposé, le choix de l'avenir est laissé à la fatalité, à la chance, au destin et à la puissance divine.

(6) **Le risque et l'incertitude**: ils sont inhérents à la création d'entreprise. Avant de se lancer dans les affaires, l'entrepreneur évalue les risques pour gérer les incertitudes et s'assurer de la réussite de son projet.

1.2.1.2.3. Le comportement

Il est admis que la culture joue un rôle non négligeable dans tous les aspects du comportement humain. Adler (1994) définit le comportement comme toute forme d'action humaine, y compris la création d'entreprise. Pour Diakité (2004 :78) : « *il est la résultante de forces intérieures et extérieures identifiées par les besoins et la satisfaction de ces besoins suppose des objectifs et des moyens à utiliser pour les atteindre* ». Par ailleurs, si pour l'entreprise, les objectifs visés sont la richesse, l'accomplissement, la prise de risque, l'autosuffisance, etc., les moyens d'atteindre ces objectifs dépendent de la perception que l'individu a de la réalité qui l'entoure. Il utilise alors son expérience, ses connaissances, mais aussi ses ressources, ses relations sociales et ses prédispositions et attitudes qui sont des caractéristiques relativement stables (Pauzé, 1984).

Adler (1991) affirme que la culture profondément installée dans l'esprit des individus est cristallisée dans les valeurs de la société qui, en retour, renforce ce « conditionnement mental » par le comportement de ses membres. Les valeurs existent à un niveau plus abstrait que les attitudes. En ce sens, les valeurs guident les attitudes, lesquelles à leur tour guident le comportement. Le comportement est aussi défini comme un « *ensemble d'opérations physiologiques, motrices, verbales, cognitives par lesquelles la*

personne fait agir son corps : cerveau, muscles, langue, etc., en vertu d'une impulsion qui émane d'elle » (Rainville, 2001 : 260). Pour expliquer le comportement humain, il établit une comparaison avec l'ordinateur où le comportement est considéré comme l'*output*, le résultat qui sort de l'imprimante. Il existe une multitude de valeurs (culturelles, sociales, économiques, politiques) qui constituent des objectifs motivationnels guidant la vie des individus. Ces différentes valeurs se transforment en actes concrets, en comportements et en création d'entreprise grâce à la détermination.

Le comportement d'un individu est le résultat de son système de valeurs qui évolue à mesure qu'il socialise avec un groupe dans un contexte particulier. La culture, les valeurs et les attitudes induisent des comportements spécifiques, incitant l'entrepreneur à passer à l'acte par la traduction de ses intentions, de ses relations personnelles et sociales.

1.2.1.3. Les fondements religieux de la culture des affaires

Selon Logossah (2007), la culture est une réponse des individus aux problèmes qu'ils confrontent dans leur environnement. Dans ce sens, plusieurs études présentent l'importance de l'influence de l'environnement socioculturel dans la vie économique et sociale des individus. Par exemple, l'étude de Guy Schulders (2006) a montré l'impact des religions asiatiques, comme le confucianisme, le bouddhisme, l'hindouisme, le taïisme, le shintoïsme et l'islam sur l'activité économique. Ridding (1992) et Yu et *al.* (2005) pensent que la forte compétitivité des entreprises japonaises résulte de la cohésion entre les membres et d'une manière d'agir, de décider et de se comporter axées sur les fondements religieux. Comme Marx (1843) l'avait déjà remarqué « *la religion est la théorie générale de ce monde, son compendium encyclopédique, sa logique sous une forme populaire, son point d'honneur spiritualiste, son enthousiasme, sa sanction morale, son complément cérémoniel, son universel motif de consolation et de justification* ».

Par ailleurs, les facteurs extérieurs jouent aussi un rôle fondamental dans l'apparition et le développement des qualités et des motivations psychologiques de l'entrepreneur, plus précisément dans son comportement. L'ère de modernité dans laquelle sont entrées les sociétés occidentales industrielles avec les changements du XIX^{ème} et du XX^{ème} siècle déstabilisant une société basée sur la tradition et la religion qui a poussé de nombreux auteurs à s'interroger sur les causes et conséquences de cette modernité.

L'originalité dans les contributions de Max Weber (1904-1905) et de Gary Tribou (2000) en ce qui a trait à la relation entre la culture et l'esprit d'entreprise mérite qu'on s'y attarde pour en exposer la structure logique et le contenu.

1.2.1.3.1. Max Weber et la genèse du capitalisme

La thèse de Max Weber sur le protestantisme figure parmi les approches les plus importantes permettant d'expliquer la naissance du monde moderne, donc du capitalisme. « *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme* », paru en 1904 et 1905, demeure un ouvrage fondateur pour l'étude du changement social. Max Weber (1904) explique l'apparition et le développement des qualités et des motivations du comportement des entrepreneurs à partir de facteurs tel le système de valeurs. Il établit une relation pertinente entre les valeurs préconisées par le protestantisme telles que le dur labeur, l'accumulation de l'argent, le dépassement et la naissance du capitalisme. Pour Max Weber, venant compléter les « conditions économiques », le capitalisme en gésine « dépend également de la faculté et de la disposition des hommes à conduire de manière pratico-rationnelle leur existence selon des voies spécifiques. Ces manières de conduire son existence renvoient à des « forces religieuses », en particulier au protestantisme (Weber, 1904-1905). En pensée et en actes, le travail professionnel revêt une importance particulière pour avoir le salut dans le protestantisme.

L'entrepreneur incarne alors les valeurs comme l'accumulation, la réalisation de soi, l'autonomie et la réussite. Quiconque connaît le succès comme capitaliste moderne ne s'adonne par conséquent pas à cette tâche pour soi-même, mais remplit un devoir qui lui est imposé donc pour la gloire de Dieu. Dans cette perspective, Berger (1993) soutient que tout comme le développement capitaliste ne saurait se concevoir sans classe d'entrepreneurs, il ne saurait exister d'entrepreneurs sans références éthico-religieuses. L'individu a pour devoir de s'adonner avec succès à une activité économique et professionnelle qui devient un stimulant psychologique où la satisfaction terrestre des besoins est minimisée par rapport à ce que l'ici-bas représente au regard de l'au-delà.

Comme le précise Peter-Ulrich Merz-Benz (2004), le sociologue Max Weber (1904-1905) montre que pour le croyant, l'activité professionnelle est « *le moyen technique de se délivrer de l'angoisse du salut* », en abordant les liens entre économie et religion. Selon

Weber, le comportement des adeptes du protestantisme ayant un caractère spécifiquement ascétique est à la base du capitalisme rationnel. Cependant, il tient compte d'autres conditions (historiques, économiques et sociales, géographiques). Le sociologue Weber privilégie l'analyse religieuse en étudiant les religions dans leurs liens avec les autres préoccupations de leurs adeptes. Pour Weber (1904-1905), l'éthique protestante est une « *condition nécessaire, mais non suffisante* » du développement capitaliste. « *La constitution d'une éthique favorable à la genèse du capitalisme rationnel est issue du dogme de la prédestination et de la nécessité d'apaiser les inquiétudes de l'individu sur son salut* » (Diakité, 2004).

La pensée wébérienne est structurée par la conviction que toute société est une société éthique où les intérêts moraux et religieux sont jugés plus réels que les intérêts économiques. Sans ignorer le rôle joué par les facteurs économiques et matériels dans la genèse et l'expansion du capitalisme, Weber (1904-1905) met surtout l'accent sur les valeurs religieuses développées par les calvinistes pour expliquer l'émergence du capitalisme. En outre, il verra dans les sectes protestantes un fondement historique très important de l'individualisme moderne. « *L'esprit du capitalisme se compose de deux caractéristiques typiques : l'éthique du métier et l'aspect rationalisateur des conduites quotidiennes. L'éthique du métier est rapportée par Weber à une innovation du luthéranisme (innovation sémantique: la notion de vocation appliquée à l'activité professionnelle) et l'aspect rationalisateur à une innovation du calvinisme (le dogme de la prédestination)* »³⁰. Weber a ouvert la voie en développant la genèse du capitalisme en Occident et reliant la volonté de se lancer en affaires aux principes et pratiques religieuses. Dès lors, le phénomène a fait l'objet de nombreuses recherches à travers le monde.

L'éthique du capitalisme se compose alors de la « vocation » et du « salut » personnels, deux principes prêchés favorisant l'essor de l'entrepreneuriat. Surgissent alors des normes de comportement tels l'honnêteté dans les échanges, le respect de la parole donnée, la responsabilité individuelle, la fidélité, etc.) qui sont à la gloire de Dieu et du salut de l'individu.

« *L'éthique protestante repose sur une doctrine que Weber résume en cinq points :*

1. Il existe un Dieu transcendant qui gouverne le monde.

³⁰ Noreck J.P (1996) : « Weber et la genèse de la modernité », Ecoflash , No 109, Juin 1996

2. *Ce Dieu a prédestiné chacun au salut ou à la damnation.*

3. *Dieu a créé le monde pour sa propre gloire.*

4. *L'homme doit travailler à la gloire de Dieu en développant les activités humaines dans la société.*

5. *Les choses terrestres, en particulier le plaisir, appartiennent à l'ordre du péché.*

Cette éthique aurait, selon Weber, incité les protestants à adopter un comportement rationnel (ne pas perdre son temps à des activités futiles), à travailler (dans une entreprise... mais pour la gloire de Dieu) et à préférer l'épargne à la consommation (car le plaisir est répréhensible) ».

(Pascal Bailly³¹, 2003)

Weber trouve une affinité entre « l'esprit du capitalisme » qui se caractérise par la « recherche rationnelle et systématique du profit par l'exercice d'une profession » ainsi que le réinvestissement de l'épargne, et l'éthique calviniste qui a engendré une morale individuelle favorable aux conduites rationnelles que doit tenir l'entrepreneur capitaliste». Les croyants développent un nouveau style de vie qui freine la consommation, encourage l'épargne et efface toute condamnation morale de la richesse. Le protestantisme a occasionné le développement de l'individualisme et du capitalisme moderne que les sociologues définissent par l'esprit du capitalisme. À travers cette définition, « Weber s'oppose à Marx qui, selon lui, met en avant l'origine du capital et à Sombart qui caractérise cet esprit par la recherche du profit et qui ne distingue pas clairement l'esprit et la forme du capitalisme » (Ecoflash, 1996). En effet, pour Sombart (1966), c'est le développement du capitalisme qui a donné naissance à une éthique favorable à l'entrepreneur et non l'inverse. La thèse de Max Weber a été très contestée. Les auteurs lui reprochent son caractère unidimensionnel considérant uniquement l'influence du protestantisme dans l'esprit du capitalisme.

Au niveau des critiques, Filion (1999) soutient que l'explication du comportement et l'évolution des sociétés ne sauraient se réduire à un ou deux facteurs seulement. En fait, c'est le caractère multidimensionnel ou la multiplicité des facteurs qui expliquent le développement des sociétés et des civilisations. Ce qui revient à reconnaître que le protestantisme ne représente qu'une des causes multiples de certains aspects du capitalisme, une cause nécessaire mais non suffisante, pour reprendre Weber. « Weber a

³¹Pascal Bailly a publié le texte « Max Weber et le processus de rationalisation des activités sociales », à partir d'une note de synthèse essentiellement réalisé à partir de l'ouvrage : *Sciences économiques et sociales – Enseignement de Spécialité – Manuel d'enseignement*, M. Montoussé et G. Renouard, Edition Bréal, 2003

lui-même expliqué que le capitalisme moderne, « *rationnel* » à ses yeux, ne saurait s'expliquer seulement par ce qu'il nomme « *l'esprit du capitalisme* » et son singulier *ethos* économique ; et que bien d'autres conditions (techniques, économiques, sociales, juridiques, politiques) ont présidé à l'apparition d'un tel phénomène »³².

À notre avis et à l'instar de nombreuses critiques, une seule variable dont la religion protestante prônant le travail ne saurait être utilisée pour expliquer la genèse du capitalisme. Les critiques mentionnent l'absence de l'ascétisme protestant chez les asiatiques qui ont pourtant développé le capitalisme jugé non moderne et non rationnel par Weber à travers le confucianisme, le taïisme et autres religions. « Il est sans doute impossible de décrire comme le fait Weber une transformation dans les comportements économiques en les reliant aux seuls dogmes religieux. Les sources religieuses et les témoignages historiques révèlent, d'ailleurs, que les croyants ordinaires cédaient plutôt au fatalisme, au désespoir, au relâchement des pratiques religieuses. Et s'ils cherchaient à peser sur leur salut, c'était plutôt en développant les «bonnes œuvres» (J-P. Noreck, 1996).

Comme s'efforce de le montrer Bihl Alain (2006), les rapports capitalistes de production ont commencé à se former en plein cœur du moyen âge européen, y compris dans leur dimension de rationalisation chère à Weber, bien avant l'émergence du protestantisme et sans que celui-ci y prenne par conséquent une part quelconque. En somme, l'ascétisme intramondain protestant aura davantage contribué à la *consolidation* des rapports capitalistes de production qu'à la prime formation de ces mêmes rapports. En pensant ainsi, Weber prend le contrepied de sa déclaration finale dans *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme* : « [...] *il n'est évidemment pas question pour autant de vouloir remplacer une interprétation causale unilatéralement « matérialiste » de la culture par une interprétation causale tout aussi unilatéralement spiritualiste [...]* ». Le fait de restreindre le capitalisme à l'ascétisme intramondain inventé par le protestantisme conteste l'autonomie accordée aux idées religieuses en accordant l'hégémonie à la religion occidentale.

Cette théorie wébérienne demeure pertinente et des chercheurs comme Kabou (1991) se demande souvent si les cultures traditionnelles, notamment les cultures négro-

³² BIRH Alain (2006) : « *Les origines du capitalisme selon Max Weber (suite et fin)* », ¿Interrogation?, Numéro 3, L'oubli, Décembre 2006

africaines ne freinent pas la rationalité censée entraîner le déclin des mythes et de la pensée magique et développer l'esprit scientifique et le calcul rationnel. Les sociétés asiatiques et négro-africaines sont les preuves que la rationalisation des activités économiques n'a pas fait disparaître la superstition, le surnaturel et le recours à la magie.

1.2.1.3.2. Gary Tribou et l'influence de l'Islam

La dynamique profonde qui anime la religion et l'entrepreneuriat a été abordée par Gary Tribou (1995) pour tester l'hypothèse wébérienne à travers la religion musulmane. Dans son ouvrage, *L'entrepreneur musulman : L'islam et la rationalité de l'entreprise*, l'auteur établit des analogies entre l'Islam et le protestantisme influençant le processus entrepreneurial. Apparaît alors la conception de l'entrepreneur musulman « *marqué par sa croyance et sa soumission à toute puissance divine, mais aussi, caractérisé par sa liberté, son individualisme et sa rationalité dans la gestion économique du risque et de l'innovation* » (Diakité, 2004). La religion islamique prône un comportement économique fataliste, la condamnation religieuse de l'usure, le collectivisme qui se démarquent de la modernité occidentale. Gary Tribou (1995) reconnaît l'existence au sein de l'Islam, de facteurs favorables et défavorables à l'entrepreneuriat.

Tribou (1995) s'est inspiré d'une comparaison entre les textes de l'Islam à savoir le Coran et la Sunna et ceux du protestantisme, dont l'Ancien et le Nouveau Testament. Il arrive ainsi à l'idée d'un « *entrepreneur musulman qui trouve dans l'éthique islamique la nourriture spirituelle à son activité économique (alors qu'on aurait très bien pu conclure sur un constat de simple neutralité d'influence entre religion et entreprise* » Tribou (1995 :209).

Dans l'approche de Tribou (1995), l'Islam incite à l'enrichissement comme signe de salut, condamne la richesse qui éloigne de Dieu, encourage la consommation et condamne l'usure. L'entrepreneur musulman trouve donc dans l'islam les valeurs, le sens et la force qui l'animent, « la nourriture spirituelle à son activité économique ». Reconnue pour sa justification des réalités humaines et sociales, la religion entretient un rapport indirect avec la culture entrepreneuriale, le développement social et économique. Les croyances religieuses contribuent au développement de compétences et de valeurs utiles dans le monde des affaires, prescrivent des techniques d'usages liées aux commerces, fournissent une justification générale des affaires et répandent une image positive de l'entreprise.

Source d'encouragement, les croyances religieuses assurent également une formation et une socialisation tournée vers l'entreprise (Berger *et al.*, 1993).

La complexité des liens entre religion et développement a conduit les chercheurs à combiner les facteurs économiques, politiques, socioculturels du développement et les formes d'influence sur les individus et initiatives de développement à partir de certaines pratiques et comportements spécifiques. En effet, l'influence de la religion sur le développement n'est ni définitive ni directe. Face à d'autres facteurs socioculturels, la religion est perçue comme un cadre de référence qui apte à faciliter ou à freiner le développement et qui différencie ainsi les communautés entrepreneuriales.

Les critiques formulées pour la thèse wébérienne ont été transposées à l'ouvrage de Tribou (1995) en reconnaissant que le processus entrepreneurial ne saurait se limiter à un seul facteur. Des auteurs comme Womack *et al.* (1990) privilégient les systèmes d'organisation et de production au détriment de l'explication culturelle. D'autres auteurs y voient des facteurs historiques ou l'environnement socio-économique. Il convient de reconnaître que Weber (1904-1905) et Tribou (1995) ne sauraient jamais limiter le progrès des nations seulement à la culture et que leurs thèses ont été tributaires de la conjoncture de leur époque.

La culture apparaît comme un facteur explicatif à la fois du sous-développement et de la croissance économique. Toutefois, on ne peut ignorer le rôle de l'histoire et de l'environnement socio-économique dans la recherche de lien entre la religion et le comportement économique, entre la culture et la création d'entreprise. Si les valeurs et croyances permettent d'expliquer les attitudes et comportements, elles ne les déterminent pas. On ne saurait généraliser les valeurs qui varient selon les peuples et leur histoire.

1.2.2. Liens entre l'appartenance sociale et l'entrepreneuriat

Plusieurs chercheurs se sont intéressés à la relation qui existe entre l'appartenance sociale ou l'origine sociale et l'entrepreneuriat. Carsrud *et al.* (2007) sont parmi eux qui ont démontré l'enjeu des ressources sociales dans le processus de création d'entreprise, notamment pour les réseaux de relations et les échanges de conseils. D'autres chercheurs ont centré leurs recherches surtout sur l'effet de l'origine sociale sur le développement d'une trajectoire entrepreneuriale. Et parmi ces chercheurs, nous pouvons citer les travaux

de Boutillier et Uzunidis (1999) qui, au même titre que Bourdieu (1987), insistent sur l'importance du capital social mobilisable. Notons que ce concept est central et renvoie à l'ensemble des ressources écologiques, sociales, culturelles, symboliques et artistiques, mobilisables par un individu à des fins utilitaires.

Bowen et Hisrich (2007) ont, pour leur part, montré l'apport déterminant de la famille en termes d'incidence sur l'entrepreneuriat, notamment sous formes d'encouragements, d'assistance, d'échanges, etc. Par ailleurs, chaque groupe véhicule un ensemble de valeurs spécifiques traduites dans un complexe cognitif, normatif, prescriptif et symbolique (traditions, coutumes, pratiques, valeurs, règles de conduite, attitudes, stéréotypes, topique, etc.). Lesquelles présentent une cohérence interne et orientent la personnalité des membres et déterminent un mode de vie transmis par la socialisation (Houard et Jacquemain, 2006). C'est ce que Ramangalahy (2002) a établi dans ses travaux sur les entreprises chinoises, italiennes et indiennes établies au Canada. Il a démontré que le groupe ethnique et la famille constituent un bassin d'investisseurs non négligeables dans la mesure où ils facilitent la création de nouvelles entreprises. C'est ce qui explique pourquoi les immigrants entrepreneurs obtiennent facilement des prêts à l'intérieur de leur communauté par l'intermédiaire d'institutions, de relations ou de la famille (Menzies, Brenner et *al.* [2000] ; Dallalfar [1994] ; Sanders et Nee [1996] ; Walton-Roberts et Hiebert [1997]).

Ainsi, l'identité sociale de l'individu, comme nous l'avons définie plus haut, est la résultante des influences dues à son parcours personnel et aux différents groupes sociaux auxquels il appartient. La stratégie de l'entrepreneur va au-delà des seules dimensions objectives qui font l'objet d'investissement et d'appropriation dont le sens et l'intensité varient suivant la culture et l'identité sociale du sujet. Ce qui nous oblige à la considérer dans une perspective bourdieusienne de telle sorte que : « *le produit du sens pratique comme sens jeu, d'un jeu social particulier, historiquement défini [...] ni un programme inconscient [...], ni un calcul conscient et rationnel* » (Bourdieu, 1987).

La stratégie de l'entrepreneur doit, dès lors, être examinée en fonction de son interprétation de la situation tout en tenant compte de son identité, à savoir ses expériences et apprentissages antérieurs. En ce sens, seul l'examen des caractéristiques identitaires permet de comprendre pourquoi certains individus ou peuples sont si peu

intéressés à l'entrepreneuriat. Ceci s'explique par le fait que celui-ci ne soit pas inscrit au registre subjectif des possibles objectivables définis par leur habitus (Houard et Jacquemain, 2006 : 220).

Toutefois, nous notons que le fait de mettre l'accent sur l'identité individuelle ne signifie pas que son appartenance de classe déterminera le comportement de l'individu. Il s'agit plutôt de la relation entre les choix et les stratégies de ce dernier sur l'articulation entre sa culture (son passé et ses contraintes) et ses opportunités (son présent et son libre arbitre).

Par le biais d'une étude sur les pratiques entrepreneuriales des portugais immigrant au Canada, Robichaud (1996) a démontré que le caractère familial de l'entreprise canadienne, la recherche de sécurité inhibant et le goût du risque ajouté au traumatisme laissé par la domination britannique sont les causes du refus des valeurs anglo-saxonnes protestantes et de la surévaluation des valeurs catholiques. D'où, le rejet du capitalisme et de toutes valeurs liées à l'entrepreneuriat par les Canadiens français (Durocher et Linteau [1970], Robichaud [1996])

Ce qui rejoint la thèse développée par Kaboul (1991) à propos du retard de développement observé en Afrique. Pour lui, loin d'avoir des causes extérieures, ce retard est dû à un refus systématique de la part des élites économiques africaines qui gardent encore les séquelles de la colonisation. Cette attitude est basée sur ce que l'auteur appelle le *vendredisme*³³. D'où, le rejet catégorique de la technologie occidentale avec tout ce qui vient des anciens colonisateurs.

Par ailleurs, parler d'identité sociale, c'est du même coup poser le problème de la socialisation et des rapports qui existent entre l'individu et son milieu social. La socialisation guide les appartenances sociales des individus et les représentations symboliques qui en découlent. Selon la théorie de l'identité sociale de Tajfel (1986) : 1) les individus essaient de maintenir une identité sociale positive, 2) l'identité sociale positive est liée à la comparaison qu'un individu fait auprès des groupes auquel il appartient; 3) quand l'identité sociale est insatisfaisante, l'individu abandonne son groupe et essaie d'appartenir à d'autres groupes (Whetten & Godfrey, 1998).

³³ En faisant référence au roman de Defoe, il symbolise le complexe de dépendance du primitif à l'égard de l'homme blanc

En d'autres termes, l'identité sociale est la représentation qu'un individu se fait de lui-même et de son appartenance à un groupe. Ainsi, c'est par interaction et en se comparant avec les autres que les individus arrivent à se faire une idée d'eux-mêmes.

Selon Chauchat et Durand-Delvigne (1999), les représentations identitaires « *construisent un univers symbolique qui permet aux sujets de se situer, de se repérer, de penser et d'interpréter ce qu'ils vivent* ». L'ensemble de la vie d'un individu est donc marqué par la construction d'une double représentation de soi-même: une singulière et une collective. Les représentations identitaires résultent de la médiation entre le sujet et le monde réel. Elle dépend de la connaissance et de la reconnaissance. En quelque sorte, l'identité d'un groupe repose sur une représentation sociale construite au moyen de laquelle une collectivité prend conscience de son unité par la différenciation avec les autres (Dubar [1996] ; Vier Machado et Rouleau [2002])

La construction collective de la représentation identitaire d'un groupe social est commune parce qu'elle dérive d'histoires vécues ensemble et de savoirs communs. Selon Deschamps (1999), les croyances constituent la caractéristique mentale d'un groupe et expriment l'expérience commune des membres du groupe. Ces éléments orientent le choix des moyens et des fins pour des actions particulières et servent de critères d'évaluation d'objets, d'actions ou d'événements.

Cette socialisation peut s'effectuer de deux façons : en se mesurant au groupe d'appartenance et en se différenciant des autres. Il y a donc, deux éléments fondamentaux dans la construction des identités sociales : l'égalité et la différence. C'est aussi démontrer l'affinité et l'attraction liées à un processus d'internalisation, d'incorporation de croyances et de valeurs (Asforth et Mael [1989] ; Vier Machado et Rouleau [2002]).

Appartenir à un groupe signifie être avec d'autres personnes qui ont des intérêts semblables, c'est vivre des expériences communes, c'est aussi partager une partie de la vie et apprendre à agir selon les règles du groupe. Mais, dans la réalité, cela signifie : a) accentuer les différences qui appartiennent à des catégories différentes ; b) faire ressortir les ressemblances entre les éléments d'une même catégorie (Baugnet, 1998). Comme une construction symbolique, l'identité sociale est ancrée sur les aspects qui définissent les frontières du groupe. Les individus font partie de plusieurs groupes, lesquels fournissent de

multiples bases pour la catégorisation de soi à différents moments (Sherman et *al.* [1994], Abrams & Hogg [1999]).

L'économie est directement liée à l'homme. Car les qualités intrinsèques de l'homme comme son niveau d'éducation et ses expériences professionnelles acquises sont fondamentales pour le développement d'une société, notamment pour l'entrepreneuriat. C'est ce que Azariadis et Drazen (1990), Becker (1964), Schultz (1964), Mincer (1984), Romer (1986) et Lucas (1988) appellent le *capital humain*. Selon eux, l'économie dépend du stock de capital humain dont disposent les citoyens de telle sorte qu'elle soit piégée dans une trappe à sous-développement si ce stock ne dépasse pas un seuil donné. Pour Odia Ngoyo Y.F et *al.* (2006), le capital humain est l'une des conséquences de la *pauvreté, de potentialités* ou de *capacités* liée à une absence de valeurs que l'individu aurait pu utiliser pour émerger de la pauvreté.

Cependant, comme Logossah (2007) l'a fait remarquer, quoiqu'ils aient tendance à réduire le capital humain à l'éducation acquise à l'école et aux connaissances acquises par l'exercice d'une tâche, l'éducation et la formation reçues au sein de la famille ainsi qu'au sein de la société sont aussi déterminantes. L'auteur a ainsi orienté ses réflexions autour des *us et coutumes*, du système des croyances et de valeurs inculquées à l'individu pour comprendre les implications économiques de l'organisation sociale. Ainsi, l'auteur parle de *vision eschatologique* qui renvoie à trois attitudes fondamentales : la *négligence de la vie terrestre*, l'*auto-retrait du monde* et la *vie dans l'instant présent*.

La négligence de la vie terrestre postule que l'au-delà est la demeure réelle des hommes ; ce qui fait de la vie terrestre une transition vers la véritable demeure. D'où, la primauté de la vie spirituelle sur la vie terrestre. Par conséquent, comme a dit Obenga (1990), l'individu devient fataliste et se contente de confier ses difficultés aux divinités au lieu de les prendre en charge (Logossah, 2007).

En ce qui a trait à l'auto-retrait du monde, c'est une attitude qui pousse l'individu à s'isoler du reste du monde. Elle est caractérisée par une faible volonté à envisager les progrès réalisés par les autres. La vie dans l'instant présent fait que l'individu soit averse au long terme de telle sorte qu'il accorde plus d'importance à l'instant présent. Ainsi, il néglige tout ce qui a trait à l'investissement dans le futur en faisant du court terme la

priorité de la vie sur terre. D'où, l'intérêt pour l'investissement à rendement rapide et à délai de récupération court (Immobiliers, activités d'import-export etc.).

L'entraide, considérée comme une valeur morale et sociale, est aussi responsable des comportements népotistes et irresponsables jusqu'à dégénérer en une sorte de *foi en l'aide des autres*. C'est ce que l'auteur appelle le *parasitisme* qui correspond au phénomène de *free riding* développé par Varian (1997).

Section 2. Entrepreneur culturel : quelques leçons tirées des pratiques de certains pays asiatiques, européens, américains, de l'Afrique subsaharienne et en général ceux qui ont hérité de la culture négro-africaine

Il s'agit ici de cibler les pratiques culturelles des entrepreneurs de certains pays qui ont connu un niveau de développement économique important et ceux qui continuent au contraire de vivre sous le poids de la misère et de la pauvreté. Le but de tout cela est d'arriver à situer l'entrepreneur culturel dans des théories économiques traditionnelles de l'entrepreneuriat par rapport aux théories économiques modernes qui sont basées sur le développement et l'importance de la création de nouvelles firmes.

2.1. Pratiques culturelles des entrepreneurs de certains pays asiatiques

Dans le cas des pays asiatiques, plusieurs traits culturels comme le *Hallyu*, le confucianisme, le paternalisme, la famille-entreprise, l'imitation ou la contrefaçon, etc. sont identifiés dans les travaux de Ridding (1992), Berger et *al.* (1993), Yu et *al.* (2005), Seok-Kyeong Hong-Mercier (2006), Yoneyama (2008), Aoyama (2009), Xu et *al.* (2012), Verot (2009). Pour ces auteurs, les traits culturels susmentionnés jouent actuellement des rôles clés dans le développement économique de ces pays. Au moment où le phénomène de la mondialisation est en plein essor, ces traits leur ont donc permis d'être émergés rapidement sur le plan économique pour faire face aux géants occidentaux.

En effet, selon Yoneyama (2002), la culture japonaise a été formée sous les influences du bouddhisme, du confucianisme et du shintoïsme. Ces derniers sont des religions polythéistes qui ne possèdent pas la notion de Dieu tout-puissant ni l'idée de la transcendance de l'Être absolu. D'après lui, ces religions n'ont pas agi dans l'histoire du Japon de façon à développer la pensée universelle et l'idée d'abstraction que nous trouvons dans la culture des religions monothéistes. Elles n'ont pas non plus agi pour

favoriser l'affirmation du soi et la notion de droit. Par contre, elles ont favorisé le développement de l'esprit de groupe et de l'harmonie et le sens du pragmatisme. Selon Yoneyama (2002), la force de l'entreprise japonaise, qui a poussé le Japon au rang de deuxième puissance économique au monde, est attribuable à la volonté collective de réussir et à la rigueur organisationnelle du travail. L'entreprise japonaise fonctionne comme une communauté. Ses membres sont stables et ils ont une vision à long terme de l'entreprise. Ils travaillent avec les autres sur la base de la confiance. La gestion japonaise fait contraste avec la gestion étatsunienne qui a une vision à court terme et voit la gestion d'entreprise surtout sous l'aspect financier. L'écart entre les deux modèles est important, mais il n'est pas insurmontable.

Pour Seok-Kyeong Hong-Mercier (2006), le *Hallyu* est un phénomène de popularité soudaine des produits culturels sud-coréens en Asie orientale depuis la deuxième moitié des années quatre-vingt-dix (90). Selon l'auteur, *Hallyu* a rendu évidente l'existence du sentiment d'être asiatique à travers la représentation de la façon de vivre la contradiction entre la modernité urbaine et les valeurs traditionnelles confucianistes. Pour lui, la dimension féminine de *Hallyu* introduit une réflexion sur l'esthétisme dans la quête identitaire asiatique.

Pour Xu et al (2012), le développement économique de certains pays asiatiques est souvent attribué au style paternaliste issu de la culture confucéenne. En effet, Confucius insiste sur l'importance de la famille. Le père est une personne clé dans l'unité de la famille. Il joue un rôle de modèle. Il est donc un bon exemple pour ses enfants. À l'inverse, il est du devoir des enfants d'obéir sans poser de questions et d'honorer le père, même après sa mort, comme une forme de piété filiale. Lorsque le père meurt, l'obéissance est dirigée vers l'aîné des enfants. À la base, il apparaît que cette cohésion familiale, ou plus exactement, la culture de la recherche du consensus, est liée à la loyauté, caractéristique qui est également considérée comme une vertu par les Asiatiques (Westwood, 1997). Dès son plus jeune âge, on enseigne à l'enfant à être fidèle envers sa famille et ses amis. Selon Xu et al. (2012), la famille est importante dans n'importe quelle culture, mais elle l'est tout particulièrement dans la culture asiatique. Mais plus important encore, les relations entre les membres de la famille constituent la base humaine pour perpétuer les vertus morales et

réussir ses entreprises comme le rappelle le vieux dicton chinois : « *Pour s'attaquer à un tigre, on a toujours besoin de l'aide de l'un de ses frères* ».

Selon Verot (2009), la Chine a basé une partie de son développement économique grâce à la contrefaçon. Un développement économique qui est en effet basé sur la reproduction de méthodes et de produits occidentaux. Selon l'auteur, les industriels chinois ont bien intégré cette notion de « copie » et ont créé toute une économie basée sur la vente de reproduction de marques. Pour lui, l'explosion de la contrefaçon en Chine a fait vraiment son apparition dans les années 90. D'après Verot (2009), elle représente 10% des ventes mondiales en 2006 contre 5% en 2000. Durant ces mêmes années, elle représente 15 à 30% de la production industrielle du pays et constitue 8% de son PIB. Enfin, 5 millions de Chinois travailleraient dans ce secteur pendant cette période-là.

2.2. Pratiques culturelles dans les affaires de certains pays européens

En Europe, plus particulièrement dans certaines régions de l'Allemagne de l'Ouest, les pratiques culturelles dans les affaires se manifestent via la vision d'entreprise, le style du management qui est pratiqué et le particularisme culturel territorial. En plus des travaux de Audretsch et *al.* (2008), la vision d'entreprise, le style de management et la spécificité culturelle évoqués se résument de la manière suivante³⁴ :

- Tendence à la délégation de pouvoir au niveau technique ou prédominance du chef d'entreprise dans les négociations ;
- Très grande accessibilité des interlocuteurs ;
- Prise de décision collégiale, lorsque la décision est stratégique ;
- Temps de réponse et de décision est globalement rapide, mais lenteur possible lorsque la décision est assimilée à un risque. La culture allemande des affaires vise à éliminer au maximum le facteur risque ;
- Faible poids des institutions et des circuits administratifs dans les affaires ;
- Bons rôle et acceptation des femmes dans les affaires ;
- Faire preuve d'une grande rigueur dans les délais, les engagements, les services, etc.) ;

³⁴ Sources : CORDEXA www.cordexa.org «Dossier Allemagne: la culture d'affaires », Euro Info Centre de Trèves, Europeplusnet, www.europeplusnet.info « Travailler avec les allemands », CIC Lyonnaise de Banque : dossier pays Allemagne.

- En Allemagne, la fonction est prédominante par rapport au niveau hiérarchique : ne jamais chercher à court-circuiter l'interlocuteur technique désigné par l'entreprise allemande ;
- Pour les Allemands, « le Travail, c'est le travail ». Autrement dit, les Allemands ne s'égarer pas en considérations personnelles pendant le travail. Réciproquement, le temps des loisirs est sacré ;
- Le dialogue de vente n'est pas basé sur le « questionnement » par le vendeur. Au contraire, c'est l'acheteur qui guide l'entretien et attend des réponses précises, claires et très techniques à ses questions. Il faut donc préparer des dossiers très descriptifs et détaillés sur votre offre, sans rechercher un « effet d'image » ;
- Beaucoup d'Allemands sont intimement persuadés que leurs produits sont les meilleurs au monde ;
- Un agent commercial allemand représente en moyenne cinq fournisseurs différents. Les sociétés de représentation s'impliquent de plus en plus dans le service client (un quart de ces sociétés dispose d'un show-room, et les dépôts de marchandises sont fréquents) ;
- Les agents allemands sont surtout motivés par des fournisseurs fiables et rigoureux, ayant des produits d'un bon rapport qualité/prix et apportant un « plus » par rapport à la concurrence ;
- Il est en principe peu recommandé de confier à un seul agent l'exclusivité pour l'ensemble du territoire allemand du fait des particularismes régionaux, sauf s'il s'agit d'une importante société de représentation disposant d'un propre réseau de représentants salariés.

Grâce aux pratiques culturelles qui ont joué un rôle important dans les affaires, les remarquables performances économiques de l'Allemagne représentent un modèle de référence en Europe. Le modèle allemand, fondé après la guerre sur l'économie sociale de marché, place les entreprises au cœur de la stratégie économique et de l'intégration sociale (Sarron, 2012). Selon l'auteur, la croissance économique et le niveau de la consommation dépendent de la compétitivité des entreprises qui ont de taille moyenne et qui sont pour la majorité tournées vers des stratégies de long terme.

Dans la société française, par ailleurs, les pratiques culturelles dans les affaires sont liées à un ensemble de facteurs, comme la diversité, la culture propre à chaque région, les emprunts à d'autres peuples et la stabilité géographique, ethnique et politique, qui galvanisent notamment la création, l'innovation, l'emploi et l'attractivité des territoires. Selon Hearn (2014), ces facteurs ont en effet pour rôle de renforcer la diversité et articuler la créativité et l'efficacité économique. Pour l'auteur, les pratiques culturelles dans les affaires en France permettent aux entreprises d'être insérées dans les programmes existants de stimulation de l'entrepreneuriat et de l'innovation, et notamment, le cas échéant, dans ceux de l'économie sociale et solidaire (ESS).

2.3. Pratiques culturelles des entrepreneurs dans les affaires des pays de l'Amérique du Nord

Selon Haehnsen (2016), les pratiques culturelles dans les affaires aux États-Unis s'inscrivent premièrement dans une démarche qui permet d'attirer les talents venus du monde entier. Deuxièmement, leur modèle de développement économique est inspiré de beaucoup de cultures. Mais, celles-ci se convergent autour d'une vision d'entreprise très réaliste. Grâce à de telles pratiques, les États-Unis dominent l'économie mondiale, avec un PIB de 18 698 Milliards de dollars américains prévus en 2016 (soit 4% du PIB en 2015) (FMI, 2015). Au-delà de cette performance économique, c'est leur dynamique d'innovation qui continue d'impressionner le monde. Selon le même rapport du Fonds Monétaire International (FMI, 2015), les États-Unis occupent la première place mondiale en matière de capital-risque, avec 77 Milliards de dollars investis dans 8000 projets en 2015.

Les pratiques culturelles dans les affaires au Canada, plus particulièrement au Québec, sont liées à la hiérarchie et la prise de décision, aux styles de communication, aux méthodes de gestion, etc. En effet, selon Reynolds (2010), ces pratiques culturelles permettent la création d'emplois (près de 50% des nouvelles opportunités d'emplois proviennent chaque année de nouvelles entreprises dans la partie québécoise). Pour Scarpetta et *al.*, 2002, elles contribuent à la croissance globale de la productivité en facilitant le transfert de ressources vers de nouvelles entreprises productives, auparavant détenues par des entreprises anciennes et moins productives. D'après l'OCDE (2005), elles jouent un rôle dans la performance économique du Canada en matière d'innovation, car elles permettent aux entrepreneurs de saisir des opportunités pour commercialiser et pour

concurrer de nouveaux produits et procédés. Et, selon Fortin (2011)³⁵ et l'OCDE (2005), elles jouent un rôle indéniable pour l'entrepreneur dans sa capacité à attirer vers lui le capital (humain, financier, etc.) et permettent de combattre la pauvreté et d'assurer le développement d'une société.

Par ailleurs, le dynamisme qui est fortement enraciné dans les ressources entrepreneuriales au Québec garantit une culture d'innovation continue et l'enracinement des moyens économiques et sociaux liés à la richesse collective. En sus, le Québec investit des efforts, particulièrement chez les jeunes, dans le développement de la culture entrepreneuriale. L'objectif est de stimuler chez eux l'émergence du potentiel, des attitudes et des valeurs hautement contributrices à leur développement d'abord, et à leur environnement ensuite : créativité, persévérance, leadership, autonomie, etc. Enfin, derrière les pratiques culturelles dans les affaires au Québec se trouve l'humain. Car, c'est à partir du développement du potentiel humain à devenir entrepreneur que les facettes de la culture entrepreneuriale d'un territoire émergent. C'est donc en valorisant le métier d'entrepreneur, en véhiculant son caractère désirable, en reconnaissant que l'échec fait partie de l'apprentissage, et ce, tout en estimant les entrepreneurs qui réussissent, que l'humain s'enracine dans une culture dite entrepreneuriale.

2.4. Pratiques culturelles des entrepreneurs dans les affaires des pays de l'Afrique subsaharienne et en général ceux qui ont hérité de la culture négro-africaine

L'Afrique subsaharienne est incontestablement imprégnée par la tradition, et l'importation de modèles « étrangers » de gestion a été marquée le plus souvent par un échec humain et économique. D'après Faye (2004), de nombreuses explications ont été apportées afin de comprendre le faible développement économique de l'Afrique : un retard culturel, une conception du temps et de la morale incompatibles avec le monde des affaires, etc. Pourtant, selon l'auteur, les méthodes de gestion les plus efficaces conçues pour répondre aux conséquences du phénomène de la mondialisation s'appuient sur des concepts proches du mode de gestion de l'entreprise africaine : entreprise-réseau, gestion participative, entreprise apprenante, etc. En effet, le modèle de gestion occidental qui s'appuie sur le principe de rationalité et la mise en place d'une organisation bureaucratique fondée sur la stabilité et l'obéissance est battu en brèche. À l'inverse, le

³⁵ Paul-Arthur Fortin, *Conférence virtuelle présentée dans le cadre du Rendez-vous entrepreneurial de la francophonie*, 17 mars 2011.

phénomène de mondialisation et de compétition internationale contraint les entreprises à adopter une structure organique s'appuyant sur la flexibilité et l'implication des salariés, éléments fondateurs des sociétés africaines.

De plus, les pratiques culturelles dans les sociétés africaines font face aussi à une mentalité préscientifique et une acculturation. Selon Hugon (1967), l'Africain vit dans un univers mental qui est statique. Traditionnellement, il vit entouré de rites, d'interdits et de tabous. Il valorise le passé et accorde aux choses matérielles une place secondaire. Le colonialisme, la pénétration religieuse et éducative qui l'ont accompagné, ont provoqué des bouleversements qui conduisent le plus souvent à une acculturation des élites. La survivance d'une mentalité préscientifique est un obstacle au progrès. L'inadaptation de la mentalité à l'évolution technique conduit à un déracinement, cause de graves conflits. L'Africain évolué est placé entre deux mondes. Il ne peut communier avec les valeurs traditionnelles dont il constate les insuffisances. Il ne peut davantage communier avec les valeurs du monde moderne dont il ne comprend pas le sens.

Ces mêmes pratiques culturelles sont aussi constatées dans les pays qui ont subi l'esclavage pendant toute la période coloniale, à partir du phénomène de la traite négrière transatlantique (Benoît [1986], Logossah [2013], etc.). Pour Hugon (1967), ces pratiques culturelles sont ainsi manifestées dans les affaires de ces pays par :

- La croyance religieuse qui s'accompagne toujours d'une prédominance de la magie ;
- L'accroissement des richesses qui n'a pas la même signification, comme dans les pays développés. Le paysan ne cherche pas à accroître sa production en utilisant une méthode plus rationnelle. Il répond par sa technique à un rite. Il donne une signification au geste qu'il effectue ;
- Le travail qui n'a pas le sens qu'il peut avoir dans une économie développée et qui est tournée vers la praxis. La durée du travail est déterminée par le rythme des saisons. L'horizon économique des pays à culture négro-africaine ne peut pas dépasser le cadre saisonnier. L'agriculteur ne se sent pas concerné par un avenir dont la plupart des éléments lui échappent ;
- L'utilisation des richesses qui n'a pas le même sens, comme dans une civilisation orientée vers l'utilitaire. Les pays à culture négro-africaine se

privent de l'usage de certains biens, c'est-à-dire ils détournent de sa fonction la richesse qu'ils ont créée, ou même détruisent le surplus de biens matériels qu'ils ont obtenu ;

- Les interdits qui procèdent du premier phénomène irrationnel, le non-usage de biens existants ;
- La dot, les cadeaux et l'investissement somptuaire qui conduisent à un détournement de l'utilisation rationnelle des biens ;
- L'intention religieuse et l'intention magique qui conduisent à une double destruction des biens à l'occasion des fêtes et sacrifices ;
- Le paysan, l'ouvrier, le fonctionnaire et le cadre qui participent à l'économie monétaire, mais qui adoptent le plus souvent une attitude non économique. Le paysan cherchera à satisfaire en priorité un revenu constant (effet du revenu). Il diminuera sa production si les prix augmentent. Les phénomènes pervers dans les pays à culture négro-africaine sont d'autant plus graves que les prix n'ont aucune signification. Ils sont indépendants de l'effort de productivité. Ils évoluent sans que l'Afrique soit responsable de cette évolution. Ainsi, le paysan aura tendance à donner aux prix un sens magique ou une signification politique; la fixation du prix du cacao ou du café relève pour lui d'un processus auquel participent quelques initiés nationaux ou étrangers; il l'accepte avec fatalisme et ne peut trouver dans le prix de vente de sa production une justification à un effort de productivité.

Les pratiques culturelles susmentionnées concernent tous les pays à culture négro-africaine. En effet, même si les pratiques culturelles sont similaires, ces pays ont cependant présenté certaines caractéristiques liées aux bagages personnels et appartenances sociales différentes. Dans ce sens, Haïti présente une certaine particularité qui lui est propre, à côté de certains traits culturels négro-africains qui lui sont légués en héritage pendant la période esclavagiste. Dans la troisième partie qui suit, nous abordons plus spécifiquement les réalités sociales et culturelles dans le contexte entrepreneurial haïtien, ce permettant de comprendre les causes à effet du phénomène de la trappe à sous-développement qui sévit en Haïti, il y a 214 ans d'indépendance.

Section 3. Présentation de la structure de base des modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale et conceptualisation d'un modèle théorique de référence basé sur le processus de court, moyen et long terme

L'entrepreneuriat est un champ d'études très complexe, étant donné qu'il dépend de plusieurs facteurs (Diakité, 2004). Sa conceptualisation est encore plus complexe, par le fait qu'elle consiste à décrire un processus aboutissant à l'émergence de création de nouvelles entreprises. Or, traditionnellement, ce sont les facteurs économiques qui sont toujours mis en avant pour analyser une telle émergence. Mais, depuis plusieurs années, une place centrale est accordée au comportement de l'individu dans la conceptualisation de l'entrepreneuriat. C'est notamment le cas de l'apparition des modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale où l'individu est pris en compte comme le principal concerné. Afin de permettre de comprendre les démarches existantes dans le processus de la création d'entreprise, ces modèles apparaissent plus complètes que les autres, voire les plus utilisés actuellement. Dans cette section, nous présentons tous les éléments de base qui composent les modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale de Ajzen (1991), de Shapero et Sokol (1982) et de Krueger (1993), mais aussi nous essayons de conceptualiser un modèle théorique de référence qui constituera l'ossature de notre thèse.

3.1. Les modèles intentionnels de Ajzen (1991), de Shapero et de Sokol (1982) et de Krueger (1993)

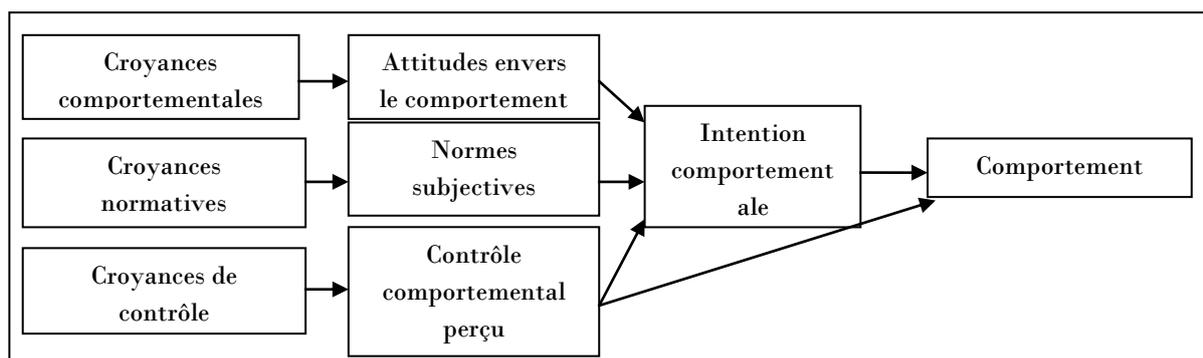
Plus communément appelés modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale, ces modèles sont basés sur les théories du comportement planifié de Ajzen (1991) et de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), même si ce dernier a été repris et vérifié par Krueger (1993). L'intérêt de ces trois modèles dans le processus de création de nouvelles entreprises est double. D'un côté, ils sont tous les trois centrés sur l'individu qui est ici notre principale unité d'analyse. De l'autre côté, ils intègrent des valeurs et des croyances culturelles pertinentes pour notre thèse. Nous notons aussi que ces modèles ont été notamment utilisés et validés par plusieurs chercheurs dans le domaine de l'entrepreneuriat, dont nous pouvons mentionner entre autres les travaux empiriques de Boissin et *al.* (2007a, 2007b), de Emin (2004), de Tesse (2016), etc. En effet, Boissin et *al.* (2009) ont testé ce modèle d'intention entrepreneuriale sur 655 étudiants grenoblois. Les résultats confirment le pouvoir explicatif de la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991). En plus, ces chercheurs en reconnaissent d'ailleurs l'utilité pour sonder l'état

d'esprit des individus entrepreneurs et non-entrepreneurs, en vue d'identifier à quels niveaux peuvent se situer d'éventuels blocages à l'esprit entrepreneurial (Boissin et al, 2007b).

3.1.1. La théorie du comportement planifié de Ajzen (1991)

La théorie du comportement planifié de Ajzen (1991) est une extension de la théorie de l'action raisonnée. Cette théorie a pour rôle d'expliquer et de prédire les comportements humains à travers des concepts renvoyant aux dispositions comportementales, aux attitudes et aux traits de personnalité. Elle confère à l'intention de l'individu une place centrale dans la genèse du comportement. Selon Ajzen (1991), l'intention désigne la détermination avec laquelle l'individu est prêt à mettre en place les plans pour réaliser le comportement en question. L'intention permet ainsi à l'individu de saisir les facteurs de motivation qui influent sur le comportement. Selon la théorie, tout comportement qui nécessite une certaine planification peut être prédit par l'intention d'avoir ce comportement. Enfin, Ajzen (1991 : 188) pose le postulat que les intentions peuvent prédire les comportements à travers trois antécédents qui sont conceptuellement indépendants, mais qui peuvent s'influencer mutuellement. Nous les présentons dans ce qui suit :

Figure 24. La théorie du comportement planifié de Ajzen (1991 : 182)



Source : Ajzen (1991 : 182)

3.1.1.1. Les attitudes associées au comportement

Les attitudes associées au comportement désignent le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'un individu effectue vis-à-vis du comportement souhaité (Ajzen, 1991 :188). L'attitude adoptée par l'individu est notamment influencée par ces croyances

comportementales. Et l'évaluation qu'il fait a engendré des répercussions possibles du comportement en question. Plus le comportement est jugé favorable plus l'intention d'effectuer le comportement est forte.

3.1.1.2. Les normes subjectives

Les normes subjectives font référence aux perceptions de la pression sociale, par rapport au comportement souhaité, c'est-à-dire ce que l'entourage immédiat penserait de ce que l'on voudrait entreprendre (Ajzen, 1991 : 188). Dans ce sens, la norme sociale (morale, valeurs, etc.) joue un rôle important. Elle détermine si l'action est faisable ou non faisable compte tenu des valeurs et normes qui prévalent dans la société. Ces valeurs et normes reflètent ainsi le degré d'incitation que l'individu perçoit en provenance du groupe qu'il juge important pour lui (parent, amis, etc.).

Les deux concepts de Ajzen, à savoir les normes subjectives et les attitudes associées au comportement, renvoient au concept de désirabilité qui nous décrivons dans le modèle de Shapero (Boissin et al., 2007a, 2007b, 2008 ; Emin, 2004). Avant de présenter ce modèle susmentionné, Boissin et al. (2007b) soulignent que Ajzen (1991) distingue deux types de sentiments de désir : le premier issu de l'attitude plus ou moins favorable qu'a l'individu envers le comportement et le second est lié à son environnement social.

3.1.1.3. Les perceptions du contrôle comportemental

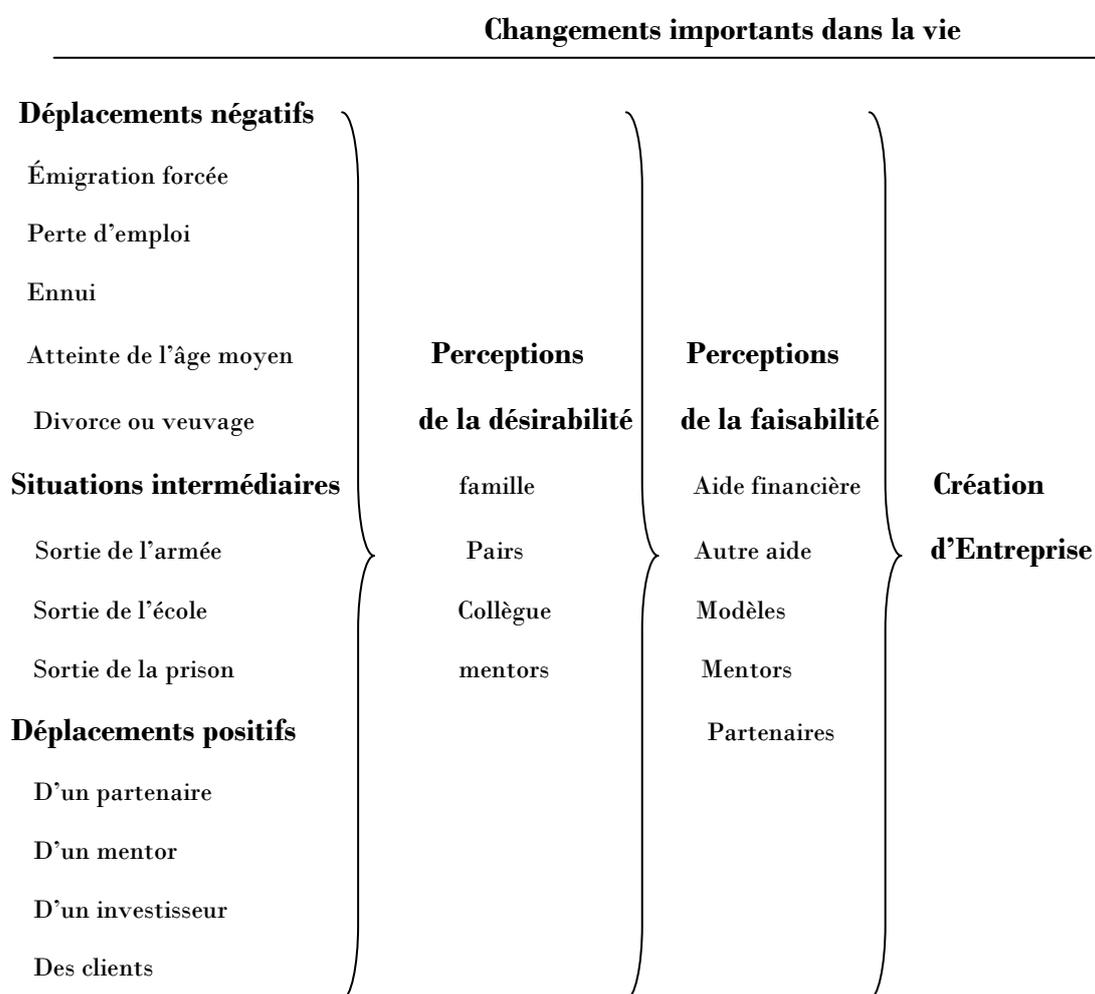
Le contrôle comportemental perçu se réfère à la perception des gens sur leur capacité à accomplir un comportement donné. La perception du contrôle comportemental est déterminée par l'ensemble des croyances sur la présence de facteurs qui peuvent faciliter ou entraver la performance du comportement. Par exemple, dans le cadre de la création d'entreprise, il peut s'agir de la disponibilité des ressources financières et humaines et de la technologie nécessaire.

2.1.2. Le modèle de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)

L'objectif de ce modèle est d'expliquer l'émergence de la formation de l'évènement entrepreneurial. Selon Emin (2004), c'est le modèle qui est le plus célèbre en entrepreneuriat. En effet, ce modèle vise à étudier les éléments explicatifs du choix de

l'entrepreneuriat plutôt que d'une autre voie professionnelle. Autrement dit, il tente de comprendre pourquoi certains individus choisissent la voie entrepreneuriale, alors que d'autres se dirigent vers des perspectives de carrière plus traditionnelles comme le salariat (Benredjem, 2009). Selon Shapero et Sokol (1982), la décision de se lancer dans la création d'entreprise dépend des événements qui peuvent être de trois types: déplacements positifs, déplacements négatifs ou situations intermédiaires. Le modèle de Shapero et Sokol (1982) est présenté dans la figure suivante.

Figure 25. La formation de l'évènement de Shapero et Sokol (1982)



Source : Traduit de Shapero et Sokol (1982)

2.1.2.1. Les déplacements négatifs

Selon Shapero et Sokol (1982), les déplacements négatifs sont les plus fréquents, puisqu'ils sont à la base du déclenchement de l'évènement entrepreneurial. Ils sont généralement imposés par l'environnement externe et échappent au contrôle de l'individu.

Ils font référence à des événements perturbant la trajectoire de vie de l'entrepreneur potentiel : licenciement, divorce, chômage, échec scolaire, insatisfaction au travail, etc.

2.1.2.2. Les déplacements positifs

Les déplacements positifs peuvent résulter de l'influence de la famille, de l'existence d'un marché, de clients ou d'investisseurs potentiels (Shapero et Sokol, 1982). Ils sont occasionnés par des stimuli positifs à la création d'entreprise comme l'obtention d'un héritage, la découverte d'une opportunité d'affaires, etc.

2.1.2.3. Les situations intermédiaires

Si les deux types de déplacements font références aux événements entraînant des changements dans la trajectoire de vie d'une personne, alors les situations intermédiaires marquent la fin et la rupture d'une étape de vie de l'individu (obtention du diplôme, départ à la retraite, sortie de l'armée, de prison etc.) et le place par conséquent entre deux situations. « *Elles se différencient des déplacements négatifs par leur caractère prévisible* » (Bourguiba, 2007 :23). À l'interface des déplacements positifs, négatifs et des situations intermédiaires, émergent deux autres variables explicatives de l'évènement entrepreneurial. Ces variables sont les perceptions de la faisabilité et les perceptions de la désirabilité. Les perceptions sont alors le fruit de l'environnement culturel, social et économique de l'entrepreneur.

2.1.2.4. La perception de la faisabilité

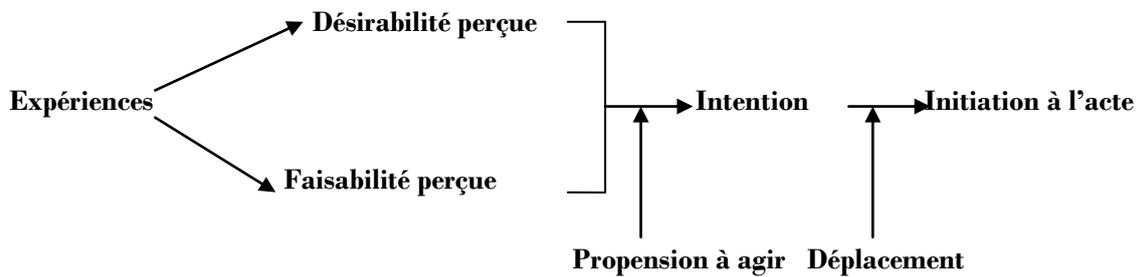
La perception de la faisabilité est le résultat de la perception de la présence du soutien et de la disponibilité des ressources financières, techniques et humaines nécessaires à la réussite du projet de création d'entreprise. Elle dépend également de la confiance que possède l'entrepreneur en ses propres compétences et de sa capacité de mener à bien les tâches nécessaires pour le bon déroulement du processus entrepreneurial. « *La presse spécialisée, l'aide du conjoint ou d'amis proches, les conseils et la formation à la création d'entreprise, notamment les programmes et les formations en entrepreneuriat [...] agissent aussi sur les perceptions de faisabilité* » (Tounés, 2003).

2.1.2.5. La perception de la désirabilité

La perception de la désirabilité, quant à elle, fait référence à l'attrait perçu pour la création d'entreprise (Shapero et Sokol, 1982). Elle se construit sur la base du système de valeurs de l'individu qui gouverne ses choix et ses envies. Ce système se construit sur la base de l'influence des croyances, des principes, des peurs et des facteurs culturels et sociaux, mais également par la présence des modèles entrepreneuriaux dans l'entourage de l'entrepreneur potentiel (Audet, 2004). Le système de valeur se traduit, à titre d'exemple, par les valeurs personnelles et professionnelles qui sont véhiculées et valorisées. Plus spécifiquement, la perception de désirabilité fait référence à l'attrait que peut revêtir un individu pour créer son entreprise (Shapero et Sokol, 1982). Cette dernière est notamment influencée par la présence de modèles dans l'entourage (Audet, 2004). Les expériences négatives, comme l'échec dans les aventures entrepreneuriales antérieures, peuvent renforcer la crédibilité de l'acte entrepreneurial et agir sur la perception de la désirabilité.

En termes de comparaison, plusieurs auteurs (Krueger et Carsrud [1993], Davidsson [1995], Reitan [1996], Kolvereid [1996], Autio et al. [1997] ; Krueger et al. [2000], Emin [2003], Tounés [2003], Tesse [2016]) ont constaté qu'il existe un lien étroit entre le modèle de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) et la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991). En effet, la notion de faisabilité dans le modèle de l'évènement entrepreneurial peut être rapprochée au concept «contrôle comportemental perçu» proposé par la théorie du comportement planifié. Le concept de désirabilité utilisé par Shapero et Sokol (1982) dans le modèle de la formation de l'évènement entrepreneurial peut être à son tour assimilé aux concepts d'attitude (élément personnel) et celui de la norme sociale (élément social) utilisés par Ajzen (1991). Toutefois, ce modèle ne fait pas explicitement référence à l'intention. En tenant compte des limites de ce modèle, Krueger (1993) propose ainsi une reformulation du modèle de Shapero et Sokol (1982) en intégrant le concept d'intention. Dans son modèle, Krueger (1993) confère à l'intention de l'individu de créer une entreprise une place centrale dans le processus. En effet, pour Krueger, l'intention entrepreneuriale est le premier élément nécessaire dans le processus entrepreneurial. Elle reflète la volonté d'une personne de créer une entreprise. Cette volonté est influencée par la personnalité ainsi que par les croyances de l'individu sur le milieu environnant.

Figure 26. Le modèle de la formation de l'évènement entrepreneurial tel que repris par Krueger (1993)



Source : Kruger (1993 : 16)

Pour Krueger (1993), l'intention entrepreneuriale dépend de deux antécédents principaux : la désirabilité et la faisabilité perçues. De plus, l'initiation de l'acte de création requiert l'intervention d'une troisième variable que Krueger (1993), tout comme Shapero et Sokol, appelle «déplacements». En effet, une grande majorité de créations d'entreprises résultent d'un « déplacement », c'est-à-dire d'un évènement (positif ou négatif) qui modifie la trajectoire de vie du futur l'entrepreneur et qui sert de catalyseur au déclenchement de l'évènement entrepreneurial.

En somme, dans le modèle repris par Kruger (1993), l'acte de création est le résultat de quatre éléments : les perceptions de la désirabilité et les perceptions de la faisabilité, les déplacements positifs ou négatifs et la propension à l'action. Il est à préciser que la propension à l'action « reflète la composante psychologique des intentions ». C'est une disposition à agir qui traduit le caractère évolutif de l'intention, dans la mesure où elle répond à l'interrogation « *Est-ce que je le ferai vraiment ?* » (« *Will I actually do it ?* ») (Bourguiba, 2007: 25).

Nous rappelons que le modèle psychologique d'intention entrepreneuriale de Shapero et Sokol (1982), qui a été repris puis vérifié par Krueger (1993), repose sur l'entrepreneur potentiel, qu'il définit comme un individu qui dispose des traits caractéristiques types de l'entrepreneur, d'un bagage académique et d'expérience accumulée dans la vie. Pour ce qui a trait à notre thèse, nous nous intéressons à prendre comme entrepreneur potentiel, un individu actif, pourvu qu'il manifeste l'intention de créer une entreprise à court terme ou de porter sur le moyen ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine. De plus, dans le modèle

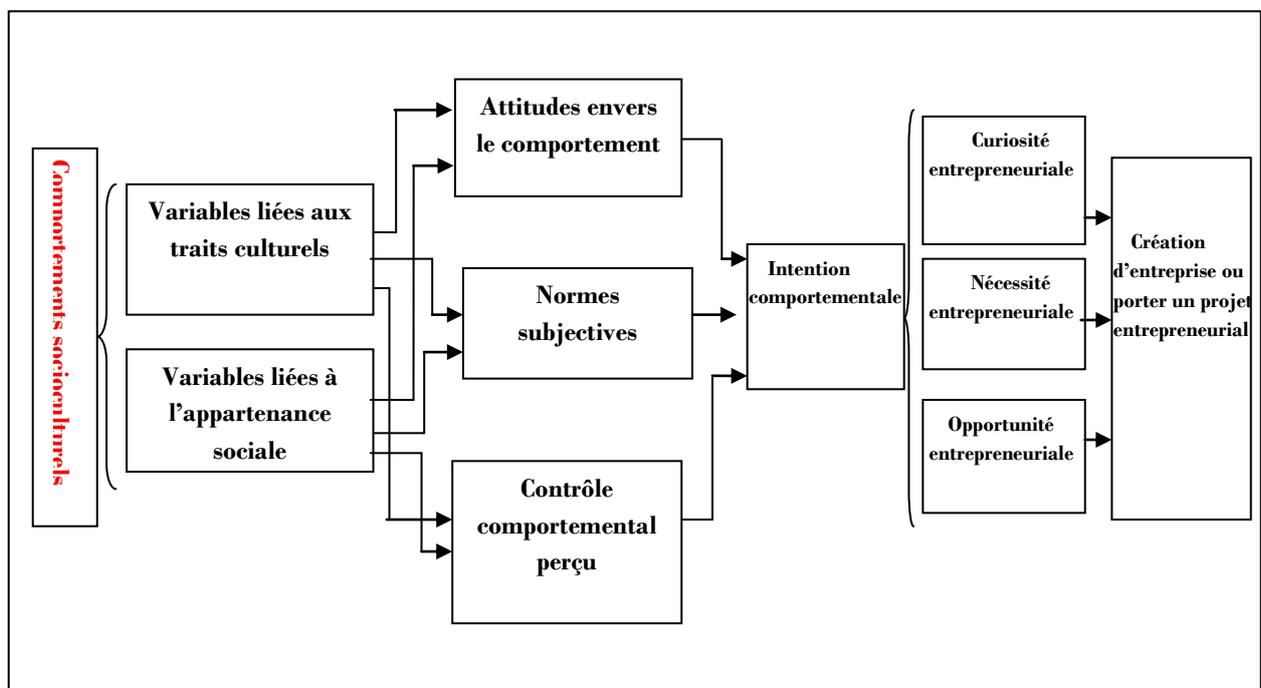
développé par Krueger (1993), l'intention occupe une place centrale dans le processus de création d'entreprise. Nous avons décidé de l'aborder comme étant un processus qui peut se faire suivant trois (3) façons. Le premier processus est dit processus de court terme. Dans un tel cas, ce processus est pris en compte par la curiosité entrepreneuriale. Celle-ci est une variable latente qui a pour rôle de capter l'intention de créer à court terme une entreprise. Le deuxième processus est dit processus de moyen terme. Il est donc pris en compte par la nécessité entrepreneuriale. Il s'agit d'une autre variable latente qui permet d'appréhender l'intention de porter sur le moyen terme un projet à caractère entrepreneurial. Le dernier processus est dit processus de long terme. Ce processus est pris en compte par un troisième variable latente qui est désignée par l'opportunité entrepreneuriale. Celle-ci permet de capter l'intention de porter sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial. Les variables qui permettent d'influencer l'intention entrepreneuriale dans le modèle de Ajzen (1991) semblent aussi pertinentes pour notre thèse, sauf que nous les aborderons de manière plus spécifique, c'est-à-dire elles doivent être adaptées à la réalité dans laquelle nous situons notre étude. C'est pour cela que nous envisageons de conceptualiser un modèle théorique adapté au contexte des pays sous-développés (par exemple Haïti), même si celui-ci garde en grande partie l'ossature où l'étiquette des modèles intentionnels est susmentionnée. D'où vient l'appellation du modèle conceptuel théorique de référence.

2.2. Conceptualisation d'un modèle théorique de référence basé sur le processus de court, moyen et long terme

Étant donné que l'objectif principal que notre thèse est de tenter de modéliser empiriquement les comportements socioculturels dans le contexte de l'entrepreneuriat haïtien, la construction d'un modèle théorique conceptuel de référence qui se base sur le processus de court, moyen et long terme peut s'avérer plutôt nécessaire pour pouvoir cerner notre cadre d'analyse. Pour faciliter la construction de notre modèle conceptuel théorique de référence, nous avons choisi nos variables explicatives et les variables expliquées dans les dimensions comportementales, situationnelles, sociologiques, psychologiques et économiques qui sont mentionnées dans les modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale de Ajzen (1991), de Shapero et Sokol (1982) et de Krueger (1993). Toutefois, l'originalité de notre modèle conceptuel théorique de référence se trouve concentrée dans les trois variables latentes suivantes: curiosité entrepreneuriale, nécessité

entrepreneuriale et opportunité entrepreneuriale que nous allons définir plus bas. Nous notons que ces variables sont considérées comme des éléments centraux dans le processus de la création d'entreprise à court terme ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial. Ce modèle de référence peut trouver son application non seulement en Haïti, mais aussi dans tous les pays sous-développés dans la mesure où l'appréhension des intentions entrepreneuriales présente une certaine particularité, comme le faible taux de croissance économique sur le long terme.

Figure 27. Schématisation d'un modèle conceptuel théorique de référence qui est adapté des modèles de Azjen (1991), de Shapero et Sokol (1982) et de Krueger (1993)



Source : figure construite par nos soins.

Dans le modèle présenté ci-dessus, il y a lieu de passer en revue quelques variables utilisées. Il s'agit notamment des variables liées à certains traits culturels, aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale indiquées. En effet, ces variables affichent dans le cadre de ce modèle une importance capitale, mais nous avons décidé de les aborder plus spécifiquement dans le chapitre suivant (*chapitre 1 de la troisième partie*). Par ailleurs, d'autres variables du modèle conceptuel de référence que nous avons jugées plus pertinentes sont présentées maintenant dans les lignes qui vont suivre. C'est notamment le cas de :

2.2.1. La curiosité entrepreneuriale

Dans la littérature économique, la curiosité entrepreneuriale peut être définie comme étant une qualité instantanée qui existe chez l'individu pour les affaires. Étant positive, cette qualité s'exprime chez l'individu par le désir immédiat, l'envie, le besoin d'entreprendre pendant qu'il sent développer en lui une certaine maturité ou capacité à se lancer dans une initiative économique personnelle (si on peut se référer à la curiosité intellectuelle évoquée par Bonawitz et *al.* [2011], Kang et *al.* [2009], Dehaene [215], Loewenstein [1994], etc.). Par ailleurs, d'après Dehaene (2015), cette qualité qui est pour un individu un comportement exploratoire ou une attitude de disponibilité, de motivation ou d'intérêt portée à l'égard de ce qu'il entreprend permet de faire ressortir trois éléments importants : la surprise, le retour d'information et la récompense.

- La surprise correspond au décalage entre les attentes et la réalité. En effet, elle permet à un individu qui a le désir d'entreprendre d'être curieux aux résultats attendus de ce qu'il a entrepris. En effet, l'attente de ces résultats est instantanée, c'est-à-dire qui est projetée sur le court terme ;
- La curiosité en tant que distance entre ce que l'on connaît et ce que l'on souhaiterait connaître implique nécessairement la nécessité d'être conscient du manque de certaines connaissances. Pour cela, il faut donc un retour d'information (Loewenstein, 1994). En cas d'erreur, le retour d'information n'est pas une sanction, mais un retour purement informatif, soulignant le caractère normal de l'erreur ;
- L'un des meilleurs ressorts de la curiosité est la récompense ou la réussite entrepreneuriale qu'elle provoque de façon endogène. Non seulement le fait d'être informé active le circuit neural de la récompense, mais le degré de curiosité est corrélé avec l'activité d'une partie du système de la récompense (le striatum) qui est aussi impliqué dans l'anticipation de la récompense ou de l'erreur de prédiction (Kang et *al.*, 2009).

Ainsi, la surprise, le retour d'information et la récompense permettent de renforcer la curiosité entrepreneuriale d'un individu et de susciter son engagement à la création d'entreprise sur le court terme.

2.2.2. La nécessité entrepreneuriale

La nécessité entrepreneuriale est basée sur une théorie qui est communément appelée théorie de la motivation « *push* ». Selon cette théorie, un individu qui est motivé à la création d'entreprise par nécessité « *push* » est celui qui se voit contraint de créer son propre emploi, face à une absence d'alternative de travail et face à un besoin d'assurer sa subsistance et celle de sa famille (Stephan et al. [2015], McMullen et al. [2008], Hughes [2003]). Gabaret et Vedel (2012) parlent de deux dimensions pour caractériser cette théorie. Tout d'abord, la nécessité qui est l'absence d'une autre possibilité d'emploi, le chômage prolongé, etc.). Ensuite, l'insatisfaction qui est le fait d'avoir un travail insatisfaisant ou d'être dans une situation difficile.

Pour d'autres auteurs, à l'instar de Kirkwood et Campell-Hunt (2007), les facteurs qui sont déterminants dans la théorie de la motivation « *push* » sont souvent accompagnés de connotations négatives, comme par exemple le licenciement, l'emploi précaire ou flexible, la restructuration d'entreprises, etc. En effet, les individus qui sont motivés par les facteurs « *push* », comme le soulignent Gilad et al. (1986) et Kirkwood (2009), se sentent exclus ou rejetés par la société et cherchent à prouver leurs valeurs à travers la création d'entreprise. Cependant, d'autres sont poussés à la création d'entreprise lorsqu'ils sont confrontés à des situations conflictuelles, l'insatisfaction dans leur travail ou lorsqu'ils n'arrivent pas à progresser dans leur travail (plafond de verre) (Verheul et al., 2010). En résumé, cette variable est très pertinente dans notre modèle conceptuel de référence, car elle fera l'objet d'une expérimentation dans un contexte très particulier.

2.2.3. L'opportunité entrepreneuriale

Contrairement à la théorie de la motivation « *push* », l'opportunité entrepreneuriale est basée plutôt sur une théorie souvent appelée théorie de la motivation « *pull* ». Selon cette théorie, l'individu est motivé à créer par opportunité, c'est-à-dire qu'il cherche une occasion pour développer une affaire, plus particulièrement en cas d'une période de forte croissance économique sur le long terme, par exemple. Selon cette théorie, cette affaire est suffisamment intéressante pour le pousser à la création d'entreprise qui devient alors un choix basé sur l'attractivité de l'affaire au détriment des autres possibilités d'emplois (Gabaret et al., 2015). Pour Hughes (2003), la théorie « *pull* » de la motivation voit la

création d'entreprise comme le résultat d'une culture entrepreneuriale qui serait motivée par une recherche d'indépendance et d'autonomie, mais aussi par le fait d'avoir repéré une opportunité d'affaires à développer.

Les dimensions qui intègrent la théorie « *pull* » de la motivation entrepreneuriale sont deux sortes (Gabbaret et Vedel [2015] et Kirkwood et Campbell Hunt [2007]). Premièrement, l'opportunité d'affaires sur le long terme et deuxièmement, le désir d'indépendance. Ces deux dimensions sont souvent regardées de manière positive, car elles considèrent la création d'entreprise comme un choix individuel et volontaire. Dans le cas de Shane et Venkataraman (2000), la reconnaissance et l'exploitation d'opportunité d'affaires est un trait fondamental de l'entrepreneur et l'entrepreneuriat serait une réponse de l'entrepreneur face à une opportunité.

Le concept d'opportunité a donné lieu à une importante littérature sans pour autant avoir une définition exhaustive, allant de la théorie de la destruction créatrice de Schumpeter, où l'opportunité se trouve dans l'innovation, à la théorie de Kirzner (1973) qui considère l'opportunité comme un arbitrage sur les imperfections du marché pour réaliser des bénéfices. L'opportunité est donc interprétée comme la conséquence d'une recherche économique (l'école Autrichienne), le résultat d'une innovation (école schumpetérienne) et un objet en relation avec les traits de personnalité (Grilo et Thurik, 2004). Pour Gabarret et *al.* (2015), l'opportunité est un déterminant de la motivation, car c'est la découverte de celle-ci qui attire l'individu vers l'exploitation d'une affaire et agit donc comme un facteur « *pull* » de la motivation (Acs et *al.* [2005] ; Hessels et *al.* [2008], Roukatou [2015]).

L'autre aspect de la théorie de la motivation « *pull* » est le désir d'indépendance. Pour Hughes (2003), au-delà des questions économiques, les entrepreneurs peuvent être attirés vers la création d'entreprise par un désir d'indépendance avec un bénéfice qui peut être plutôt limité. Les auteurs, à l'instar de Hessels et *al.* (2008), de Hernandez (2006) et de Bradeley et *al.* (2004), ont souligné que les entrepreneurs peuvent être mus par des motivations non économiques, ne recherchant pas la richesse, mais plutôt un niveau de vie confortable et la recherche de nouveaux défis. Dans ce même ordre d'idées et d'après Cromie (1987), les désirs d'autonomie, d'accomplissement et de satisfaction au travail

poussent les individus vers l'entrepreneuriat d'une manière plus importante que les facteurs de motivations économiques.

En définitive, le concept de la théorie de la motivation « *pull* » fait ressortir deux dimensions : à savoir la recherche d'une amélioration économique interprétée comme opportunité et le désir d'indépendance ou d'autonomie. Dans ce modèle de référence, l'opportunité entrepreneuriale est liée à l'intention de porter sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial, parce qu'elle est prise sous l'angle de la croissance économique dans le cas de notre étude. En effet, dans la majorité des pays sous-développés où le niveau de la croissance économique est faible de façon chronique, une personne serait motivée par effet « *pull* » à investir seulement dans la mesure où celle-ci revient à la hausse, et que cette hausse persiste sur le long terme. Dès lors, l'opportunité qui est mentionnée dans notre thèse n'est plus un acte instantané (court terme), mais plutôt celui qui se manifeste sur le long terme.

CONCLUSION

L'objectif qui est fixé dans cette deuxième partie était de présenter les fondements de l'entrepreneuriat face aux réalités sociales et culturelles. Pour ce faire, nous avons passé en revue la littérature sur les différentes théories de l'entrepreneuriat avant d'appréhender les concepts clés des réalités sociales et culturelles. Dans cette partie, nous avons présenté l'environnement socioculturel des affaires afin de cibler les liens qui peuvent exister entre l'entrepreneuriat et les réalités sociales et culturelles. Les pratiques culturelles dans les affaires de certains pays ont été mises en évidence. Enfin, nous avons procédé à la construction d'un modèle conceptuel théorique de référence qui est adapté aux modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale de Ajzen (1991), de Shapero et Sokol (1982) et de Krueger (1993). Ce modèle appelé « modèle de référence » qui a été construit constitue le socle fondamental de notre cadre d'analyse qui sera retenu pour aborder tout le reste de notre travail de recherche, à savoir tenter de modéliser empiriquement les comportements socioculturels de l'entrepreneuriat en Haïti (préoccupation fondamentale de notre thèse), avant de cibler l'importance des facteurs socioculturels par département et pour chaque type d'actifs (préoccupations secondaires).

PARTIE 3

POSITIONNEMENTS ÉPISTÉMOLOGIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE DE L'ENTREPRENEURIAT FACE AUX RÉALITÉS SOCIALES ET CULTURELLES HAÏTIENNES

INTRODUCTION

Cette partie se donne pour objectif de tenter de positionner épistémologiquement et méthodologiquement l'entrepreneuriat face aux réalités socioculturelles haïtiennes. Pour y parvenir, elle cherche d'abord à présenter quelques faces cachées des pratiques socioculturelles qui ne sont pas habituellement évoquées dans le contexte entrepreneurial en Haïti, pourtant qui sont essentiellement importantes pour aborder notre travail de recherche. Elle cherche ensuite à formuler les hypothèses de recherche qui peuvent soutenir et cerner les différentes méthodes qui peuvent permettre de vérifier statistiquement ces hypothèses. Tout ceci est abordé dans un premier chapitre. Cette partie se termine dans un second chapitre, où nous avons effectué des analyses statistiques descriptives univariées et bi-variées sur les variables liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale des répondants, sur les variables qui caractérisent les motivations entrepreneuriales dans notre échantillon ainsi que sur les items que nous avons utilisés pour mesurer les variables liées aux traits culturels.

CHAPITRE 1. DÉFINITION D'UN CADRE D'ANALYSE SUR LES RÉALITÉS SOCIOCULTURELLES DANS LA FAÇON D'ENTREPRENDRE EN HAÏTI

Il s'agit ici de présenter quelques faces cachées dans les pratiques culturelles des affaires en Haïti. En effet, nous abordons les faces cachées dans la pratique du commerce informel, dans le système de production agricole, dans la vision d'entreprise en Haïti et dans le style de management qui y est souvent pratiqué, etc. Nous essayons de les aborder cette fois-ci en les mettant à l'épreuve face aux traits culturels négro-africains, aux caractéristiques liées aux bagages personnels et à l'appartenance sociale des données constituant notre échantillon, ce pour permettre de formuler les hypothèses de recherche qui peuvent sous-tendre et de cerner le cadre d'analyse nécessaire pour tout le reste du travail. Du même coup, nous prenons le soin de présenter les différentes méthodes de collecte des données, les outils de traitement et quelques méthodes statistiques descriptives qui peuvent nous faciliter de faire une bonne évaluation des résultats obtenus.

Section 1. Quelques explications préliminaires sur les résultats des faces cachées dans les pratiques culturelles des affaires en Haïti, formulation des hypothèses de recherche et cadre d'analyse retenu

Après avoir fini d'apporter dans cette section quelques explications préliminaires sur les faces cachées dans les pratiques culturelles des affaires en Haïti, nous avons distingué deux catégories de variables qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat en Haïti afin de formuler les hypothèses de recherche sous-jacentes. En effet, la première catégorie de variables est en majeure partie liée aux traits culturels négro-africains dont Haïti a hérité pendant l'époque esclavagiste. La seconde catégorie de variables est liée à certains facteurs qui caractérisent l'appartenance sociale des Haïtiens, c'est-à-dire des valeurs sociales qui sont propres aux bagages personnels et qui sont véhiculées selon leur origine sociale, tels que l'éducation, la famille, le milieu résidentiel, l'engagement social, politique, économique et environnemental, etc.

1.1. Quelques explications préliminaires sur les résultats des faces cachées dans les pratiques culturelles des affaires en Haïti

Le commerce informel est l'une des pratiques culturelles dans les affaires en Haïti. Cette pratique ne date pas d'aujourd'hui. D'ailleurs, ce type de commerce fait partie intégrante de l'économie informelle qui est longtemps pratiquée dans le pays. Selon Portes et Castells (1989) et Maldonado (1995), l'une des caractéristiques classiques du commerce

informel, c'est qu'il s'exerce en dehors des cadres fiscal et administratif règlementés, c'est également l'un des facteurs justifiant son expansion et sa durabilité. Par ailleurs, il existe une face cachée dans la pratique du commerce informel en Haïti, pourtant qui mérite une attention particulière. Ce que nous pouvons dire dans la face cachée de cette pratique, c'est qu'elle est jusqu'ici très négligée (ou délaissée) dans les politiques publiques en Haïti, si bien que les travaux de Scheineder et *al.* (2010) et de Aspilaire (2013) ont montré que la croissance du commerce informel dans l'économie nationale est très représentative, voire démontrable. Schneider et *al.* (2010) ont montré l'ampleur du poids du commerce informel dans le pourcentage du PIB, grâce à une étude empirique. En effet, selon cette étude, le commerce informel haïtien représente 54,8% du PIB en 1999 ; 55,44% en 2000 ; 56,1% en 2001 ; 56,5% en 2002 ; 56,4% en 2003 ; 57,4% en 2004 ; 57,1% en 2005 ; 57,0% en 2006 et 57,1% en 2007. Les travaux de Aspilaire (2013) qui abondent dans le même sens montrent que la croissance du secteur informel en Haïti se répercute principalement sur le taux de chômage, ce qui entraînerait que la croissance annuelle de l'économie informelle est mieux que la croissance annuelle du PIB est moins bonne entre 2007 et 2010. En effet, selon les travaux de Aspilaire (2013), le secteur informel a cru de 0,17% et le PIB a connu elle-même une croissance de 3,34% en 2007. Selon l'auteur, cette dernière a eu une croissance famélique de 0,84%, alors que le secteur informel a eu un accroissement de 8,76% en 2008. Le secteur informel a décré de 2,82%, tandis que le PIB a crû de 2,87% en 2009 et finalement, le secteur informel s'est accru de 16,09%, pendant que le PIB a décré de 5,41% en 2010. Les travaux de Aspilaire (2013) montrent par ailleurs que la baisse du PIB per capita, l'augmentation des taxes et des dépenses gouvernementales et la montée de l'inflation sont les principaux facteurs qui influencent la croissance du secteur informel en Haïti. Nous notons que les travaux de Aspilaire (2013) ont été réalisés par le biais de l'estimation d'un modèle économétrique qui compose de 11 variables (soit 9 causales et 2 indicateurs) étalées sur la période 2000-2010. À côté, nous devons ajouter aussi que les pratiques du commerce informel progressent de plus en plus en Haïti, par le fait que le système éducatif haïtien n'est pas globalement construit sur la base des techniques d'apprentissage solides et sur l'orientation des acquis professionnels (Doré, 2010). De plus, pour un peuple qui en majorité fait face au problème d'éducation de base, la Presse haïtienne, en tant que 3^{ème} pouvoir après l'Exécutif, le Judiciaire et le Législatif, ne joue pas vraiment son rôle dans la transmission du savoir via le canal de l'information et de la

formation, ce qui pousse la majorité des Haïtiens à faire comme ils peuvent. Enfin, ceux (en particulier les entrepreneurs formels) qui ont déjà intégré le marché n'acceptent pas toujours les nouveaux arrivants (Jean, 2014). Selon l'auteur, ils leur font souvent des concurrences déloyales, pour éviter de segmenter le marché. Également, pour éviter de partager des parts de marché ou de profits aux nouveaux entrants, ils pratiquent souvent de la sorcellerie (esprit maléfique ou diabolique ou démoniaque), sans toutefois ignorer les actes de « banditisme », comme le « kidnapping³⁶ » et l'incendie des marchés publics par des secteurs bien déterminés qui sont des phénomènes très répandus durant ces dernières années en Haïti. En ce sens, aucun texte de loi n'est prévu dans la Constitution haïtienne (Loi-mère) pour faire face à de telles situations.

Les pratiques culturelles dans le système de production agricole en Haïti font référence aux modes de fonctionnement des agriculteurs pour pouvoir cultiver la terre, et ceci depuis la préparation à la plantation jusqu'à la vente des produits récoltés. Selon Jacob (2009), le système de production agricole en Haïti est censé reposer jusqu'à présent sur des pratiques ancestrales, étant donné que les agriculteurs haïtiens utilisent toujours des outils traditionnels ou rudimentaires, de l'insécurité foncière et de la prédominance des modes de gestion informelle pour faire prospérer la terre. Pour l'auteur, de telles pratiques n'ont pas permis aux agriculteurs d'avoir les moyens nécessaires pour optimiser la quantité de productions suffisantes pour la consommation locale et pour l'exportation. Selon Jacob (2009), ces genres de pratique n'ont pas permis non plus au système de production agricole haïtienne d'être efficient, même si les agriculteurs se montrent toujours rationnels. Par ailleurs, nombreuses sont les mesures en matière de politiques agricoles qui sont toujours prises grâce à des plans d'appui et de soutien pour favoriser le développement agricole dans le pays (MARNDR, 2011), toutefois aucun effet réel et durable n'est jamais constaté sur les résultats projetés ou escomptés.

³⁶ Le kidnapping est un phénomène qui consiste à prendre quelqu'un en otage (enlèvement) dans le but de lui réclamer une rançon. Si le ravisseur ne trouve pas de la rançon (ou lorsqu'il la trouve), cette personne prise en otage (enlevée) peut faire l'objet de torture et de mort. Ce phénomène a fait son apparition en Haïti avec l'instabilité politique que connaît le pays durant ces dernières années. Une chose qui est fondamentale dans le kidnapping en Haïti, c'est qu'il peut faire peur à quelqu'un pour ne pas investir dans le pays, parce qu'il y a d'autres qui veulent monopoliser le marché. Les kidnappeurs font partie toujours d'un réseau, appelés aussi « gangs bien armés », qui travaillent pour des groupes bien identifiés dans le pays. En ce qui a trait à l'incendie des marchés publics en Haïti, plus d'une dizaine de marchés est incendiée seulement au niveau de l'aire de métropolitaine de Port-au-Prince. Ces actes de banditisme sont souvent identifiés à des groupes (secteurs) bien déterminés également.

Quant aux pratiques culturelles dans la vision d'entreprise en Haïti et dans le style de management qui y est pratiqué, nous identifions quelques faces cachées dans la taille et dans la structure des entreprises, dans les conditions de la demande et dans les conditions de facteurs de production. Pour ce qui a trait à la taille et la structure des entreprises, Haïti dispose plus de très petites entreprises (TPE) que de petites et moyennes entreprises (PME), voire de très grandes entreprises et ces TPE évoluent pour la majorité dans un cadre informel. Dans ce sens, une enquête nationale a été diligentée en 2014 par le Ministère du Commerce et d'Industrie d'Haïti (MCIH) auprès de 6000 TPE. Les résultats de l'enquête montrent que ces TPE font face à des difficultés énormes, même si celles-ci représentent plus de 90% de l'activité économique en Haïti. Ils montrent aussi que le chiffre d'affaires de ces TPE enquêtées est de moins de mille dollars américains (soit 100 mille gourdes) et plus de 90% de celles-ci ne peuvent pas faire partie d'une activité réglementée. Par ailleurs, les résultats de l'enquête montrent aussi la structure du profil des entrepreneurs. En effet, selon les données analysées, le profil de scolarisation des entrepreneurs montre un niveau d'éducation très faible. Par exemple, seulement 7% d'entre eux ont un niveau universitaire, 47% ont un niveau secondaire et 37% ont un niveau primaire. Dans cette catégorie, les femmes sont majoritairement propriétaires de ces entreprises, qui se trouvent le plus souvent à travers les grandes villes du pays (Cap-Haïtien, Port-au-Prince, Gonaïves, Cayes, etc.). Les conditions de la demande des entreprises sont faibles, même si Haïti dispose d'un vaste marché intérieur potentiel en termes de consommation par nombre d'habitants (soit 10 millions d'habitants selon les données du dernier recensement en 2009). En tout cas, cette faiblesse s'explique en majeure partie par le faible pouvoir d'achat des habitants. Sur les conditions de facteurs de production des entreprises, Haïti n'a pas encore réussi à transformer ses facteurs comparatifs en avantage concurrentiel. Cela veut dire que la population est sous-utilisée en Haïti, c'est-à-dire l'éducation est en déphasage avec les besoins de la société. De plus, la forte émigration signifie que 80% des licenciés haïtiens vivent sous d'autres cieux. Les infrastructures sont une barrière réelle. Bien qu'étant une île, les coûts logistiques d'Haïti s'avoisinent de ceux de pays enclavés. Selon un rapport publié en juillet 2009 par le Groupe de Travail sur la Compétitivité (GTC) en Haïti, le port d'Haïti est dans ce sens le moins concurrentiel de l'hémisphère avec un délai moyen pour exporter un conteneur évalué à 43 jours comparativement à 20 jours pour les autres ports de la région des

Caraïbes. Enfin, à côté du niveau de scolarisation des entrepreneurs en Haïti, beaucoup d'entreprises sont dirigées par des personnels et salariés sans compétences professionnelles requises.

En résumé, toutes ces faces cachées présentées sont issues dans les modes de penser, d'agir et d'entreprendre des Haïtiens. En tout cas, ce qu'il faut retenir, c'est que ces modes de penser, d'agir ont été véhiculées selon leurs bagages personnels et leur appartenance sociale. Pour Jeune (2008), ces modes de penser, d'agir et d'entreprendre sont des traits qui découlent depuis la fondation de ce peuple par la transportation des mœurs, des traditions, des us et coutumes des esclaves noirs importés d'Afrique. Pour l'auteur, ces modes de penser, d'agir et d'entreprendre continuent jusqu'à présent de faire des effets dans les mentalités haïtiennes. Le but du paragraphe suivant est de mettre en évidence tous ces caractéristiques, comportements, attitudes, mœurs et valeurs sous forme de traits culturels et des valeurs sociales par la formulation des hypothèses de recherche qui peuvent soutenir, mais en se limitant aux intentions des actifs entrepreneurs et non-entrepreneurs.

1.2. Formulation des hypothèses de recherche

La formulation des hypothèses de recherche s'étend sur deux grandes catégories de variables. Tout d'abord, elle s'étend sur les variables qui sont liées aux traits culturels négro-africains. Ces traits culturels qui sont identifiés dans la littérature se manifestent chez les Haïtiens sous plusieurs formes : comportements, habitudes, mœurs, traditions, us et coutumes. Toutefois, nous les explorons plutôt dans un contexte de performance socio-économique liée au développement durable d'Haïti. Ensuite, elle s'étend sur les variables qui caractérisent les bagages personnels des Haïtiens et leur appartenance sociale, comme l'âge, l'expérience professionnelle acquise, le niveau d'éducation, le profil des parents, la responsabilité familiale, etc.

1.2.1. Les variables qui sont liées aux traits culturels et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien

Dans cette catégorie, nous ciblons seulement onze (11) variables. Il s'agit de la distance hiérarchique et du conformisme, de la position face à la concurrence, des croyances magico-religieuses et du fatalisme, de l'entraide ou de l'assistanat ou de la foi en l'aide des autres, de la futilité de la vie terrestre, de l'auto-retrait du monde, la vie dans

l'instant présent ou de la vision du court terme, de l'attentisme et de l'attitude face au risque et à l'incertitude, de l'attitude face à l'épargne et à l'investissement, de la perception de la réussite socio-économique et du communautarisme ou de l'esprit communautaire. Ces variables sont en majeure partie tirées des travaux de Hofstede (1990, 1994, 2001), de Logossah (2007), de Adler (1984, 1994), de Jeune (2008), etc.

1.2.1.1. La distance hiérarchique et le conformisme

La définition de ces deux dimensions va presque dans le même sens. En effet, si la distance hiérarchique correspond au degré d'inégalité attendu et accepté par les individus qui se situent au bas de la hiérarchie, alors la notion de conformisme renvoie au fait qu'un individu adopte un comportement en fonction d'une référence à un groupe bien spécifique. Le conformisme est aussi considéré comme une attitude de soumission aux normes et valeurs établies par le groupe référentiel. Il constitue un mimétisme exagéré, dans la mesure où il garde l'individu dans les conditions de reproduire à l'identique de ce qu'il a l'habitude de faire, c'est-à-dire sans innovation ni adaptation à la réalité dans laquelle il vit. Le problème majeur du conformisme au sens économique, c'est qu'il rend l'individu-entrepreneur ou non-entrepreneur très conservateur, au point qu'il devient très hostile au changement et à l'innovation.

En Haïti, certaines façons de penser et d'agir empêchent la prise d'initiative. Il est parfois exigé de suivre le fonctionnement des choses sans avoir la prétention de ne rien changer. Dans certains cas, il est interdit d'innover, car souvent les mises en garde tiennent lieu de menace. Par exemple, on vous dit : « si vous voyez que tout le monde danse sur un seul pied vous ne pouvez pas danser sur deux. » Cette mise en garde exige non seulement le respect des traditions, mais aussi empêche les gens de prendre des initiatives, de peur que l'individu ne soit sanctionné (le plus souvent mystiquement). Cette vision conformiste a généralement de graves répercussions sur la vie socio-économique du peuple haïtien. Dans les administrations publiques ou privées (plus particulièrement dans les administrations publiques), les agents sont très averses à l'innovation et au changement (Thomas, 2015). Cette attitude a affaibli les administrations en termes de performance et de compétitivité. Le secteur agricole est également l'un des secteurs qui sont les plus touchés par cette vision du monde au cours de ces dernières années (Jacob, 2009). En effet, pour l'auteur, les outils que les agriculteurs utilisent jusqu'à aujourd'hui datent de plus de

cinq siècles et ne permettent pas d'optimiser les quantités de production nécessaires et suffisantes pour pouvoir satisfaire les demandes tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays. Il résulte donc qu'un individu qui ne peut pas innover ou changer les anciennes habitudes de faire va avoir du mal à entreprendre, voire sortir du phénomène de la pauvreté ou de la misère. Ainsi, notre première hypothèse formulée permet de mettre en relation la probabilité d'occurrence de l'intention d'entreprendre et la distance hiérarchique et du conformisme.

Hypothèse 1: La distance hiérarchique et le conformisme observés en Haïti impactent négativement la probabilité qu'un employé ou un patron ou un chômeur soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.1.2. Position face à la concurrence

Selon Logossah (2007), la peur de la concurrence et de la compétition semble être une très grande caractéristique dans les affaires au sein des sociétés négro-africaines. Pour Logossah (2007), ce type d'aversion vient des pratiques ancestrales qui limitaient chaque individu à une activité précise sans qu'il n'ait le droit d'en exercer une autre qui ne soit pas la sienne.

L'histoire d'Haïti nous raconte que les esclaves noirs se réfugiaient très tôt dans les montagnes. Cette pratique reste jusqu'à présent dans les mentalités des Haïtiens, ce qui leur a permis aujourd'hui de former une société rurale fortement égalitariste. Coupés du reste monde, les pays en dehors vont créer un mode d'organisation qui essaie de garder tout un chacun au même niveau (Barthelemy, 1989). La vision égalitariste empêche les gens de s'épanouir et de créer un environnement concurrentiel. Dans la mesure où un individu cherche à se démarquer du groupe de référence, le comportement du crabe s'active automatiquement chez les autres membres du clan. Par ailleurs, si la concurrence constitue un élément important pour la croissance économique, dans la mesure où elle permet aux entités d'être plus productives et plus compétitives, c'est à éviter en Haïti (surtout dans le milieu rural) sinon le concurrent en question s'expose à des sanctions³⁷. Et, pour éviter dans ce cas les sanctions, les individus adoptent un comportement plutôt

³⁷ Ici, il faut voir en général l'utilisation de la sorcellerie.

passif au lieu de créer des situations de concurrence. En effet, « *l'absence de culture de compétition et de concurrence entraîne l'absence de culture d'émulation. À l'émulation (quand tu fais mieux que moi je dois m'efforcer de te dépasser) s'est substituée la jalousie qui mine la société : le comportement est désormais quand tu fais mieux que moi, je vais essayer de te détruire et t'empêcher d'avancer : ce comportement est un tombeau ouvert où s'enterre quotidiennement le développement et d'où jaillit en permanence la régression. Cette absence d'émulation empêche même les pays négro-africains de voir ce qui se passe dans le monde, de se comparer aux pays développés et de s'efforcer de faire comme eux, de s'efforcer de les rattraper, de les dépasser*» (Logossah, 2007 : 12-13).

En résumé, nous notons que dans une société où il n'y a pas de concurrence ou de compétition dans les affaires, il n'y a pas non plus de progrès économique. Tout ceci pour dire que l'absence de concurrence ou de compétition aurait des impacts sur la volonté d'entreprendre en Haïti, en ce sens que bon nombre d'Haïtiens ne vont pas conjuguer d'efforts pour passer d'une situation de pauvreté à une situation de richesse. D'où découle la formulation de notre deuxième hypothèse.

Hypothèse 2: La probabilité qu'une personne ayant un emploi ou au chômage en Haïti soit intéressée à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet entrepreneurial dans son propre département d'origine est impactée négativement par son aversion pour la concurrence.

1.2.1.3. Les croyances magico-religieuses et le fatalisme

Les concepts de fatalisme et de déterminisme renvoient à deux courants philosophiques opposés. Étymologiquement, le fatalisme vient du latin « *fatum* » qui signifie destin. Ainsi, le fatalisme est une forme de pensée qui va assujettir les sujets à une dépendance vis-à-vis du destin dans la mesure où ils n'ont aucun pouvoir sur leur avenir. En effet, tous les événements qui nous arrivent au cours de notre existence ne dépendent pas de l'être humain. Ils ont été par contre accomplis par un être supérieur qui gère tout. Le déterminisme avance que toute cause produit ses effets. Les événements trouvent donc leurs sources dans nos actions et non pas dans une explication surnaturelle. Aussi, le fatalisme désigne-t-il un comportement à la fois passif, paresseux toujours disposé à accepter ou à se résigner à un état de fait sans pour autant conjuguer l'effort nécessaire et

mettre la volonté qu'il faut afin de s'en sortir. Globalement, l'individu fataliste se décharge de toutes ses responsabilités et attend le secours d'un être de qui dépend toute chose. Il cherche plutôt dans l'au-delà la solution à ses problèmes actuels (Obenga [1990] et Logossah [2007]). En effet, ce qui sera fait demain ou la solution attendue pour aujourd'hui dépend seulement de la volonté de l'être en qui il croit. Les religions se fondent sur cette doctrine et véhiculent des messages qui gardent leurs adeptes dans un fatalisme total. En effet, tout ce qui arrive dans la vie du chrétien ne l'est que par la volonté de Dieu. Pour les musulmans, le devenir est inconditionnellement déterminé par le Dieu tout puissant.

Les Haïtiens, comme les négro-africains, accordent beaucoup d'importance aux traditions, car la religion occupe une place prépondérante en Haïti. Le christianisme et le vaudou constituent les deux plus grandes religions qui professent dans le pays, même si les autorités haïtiennes n'ont pas une estimation exacte sur les quantités d'adeptes. Notons que la pratique du christianisme est très différente en Haïti, comme elle peut se marier très bien avec une forte initiative entrepreneuriale dans certains pays développés. En tout cas, qu'il soit chrétien, vodouisant ou musulman, l'homme Haïtien reste très croyant (Makpotche, 2009). Chez les Haïtiens, le comportement fataliste semble constituer une seconde nature, en ce sens que tout ce qui a rapport avec l'avenir dépend de Dieu. Presque toutes les phrases exprimant l'idée du futur se terminent par la proposition : « si Dieu veut. ». En effet, tout ce que font les Haïtiens ou tout ce qui leur arrive ne dépend pas d'eux. Avant de prendre une décision quelconque, les chrétiens se plongent dans la prière pour exaucer leur Dieu et les vodouisants vont consulter les hougans. Même s'il existe une personne qui n'est ni l'un ni l'autre, celle-ci croit généralement en la grâce d'un dieu pour la réussite de ses actions. Par exemple, fort souvent à la veille des examens officiels, les églises et les groupes apostoliques (qu'ils soient catholiques ou protestants) organisent des journées de prière pour les élèves, même s'ils ont passé toute l'année à n'avoir ouvert que rarement un livre. Également, avant de se rendre à un consulat quelconque, l'individu passe dans des églises avec son passeport ou bien il va jeûner à la montagne ou il va consulter un prêtre vaudou pour avoir la chance d'obtenir un visa. En règle générale, tout ce qui arrive aux Haïtiens a une cause surnaturelle. Presqu'aucune mort n'est naturelle. Il faut aller voir chez le devin ce qui se passe, qui a tué « mon frère, ma mère, etc. ». À chaque fois que quelqu'un se lance dans une activité économique, s'il ne réussit pas, c'est parce

qu'il a été empêché par une autre personne. C'est l'aspect locus de contrôle externe du fatalisme opposé à celui de contrôle interne (Bonnet, 2016). Ces aspects fatalistes font partie du quotidien des Haïtiens. Par ailleurs, beaucoup d'Haïtiens se résignent au fait qu'ils soient dans un état inconfortable donné. Cette vision du monde traverse profondément le vécu de tous les jours. En effet, certains proverbes sont nés de cette façon de penser et de voir la vie. Par exemple : « **pito nou lèd nou la ; pito nou nan koup pase nou apye**³⁸ ». Ces stéréotypes permettent d'accepter l'existence comme elle vient sans pour autant se donner la capacité de modifier l'avenir. De telles conceptions peuvent créer des conditions de blocage à l'épanouissement et au développement socio-économique chez les Haïtiens. Du même coup, elles peuvent les décourager à faire des efforts ou à entreprendre une activité génératrice de revenus. Ainsi, au regard de ce qui précède, nous formulons la troisième hypothèse de notre travail de recherche.

Hypothèse 3: Les croyances magico-religieuses et le fatalisme ont un impact négatif sur la probabilité qu'un individu dans la vie active en Haïti soit encouragé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.1.4. L'entraide ou l'assistanat ou la foi en l'aide des autres

L'entraide est l'une des plus grandes caractéristiques des sociétés négro-africaines. Certains parlent de préférence d'assistanat, à l'instar de Jeune (2008), qui découle de la solidarité. Il revêt longtemps d'une importance capitale dans les sociétés négro-africaines, au point qu'il est élevé au rang de valeur morale (Logossah, 2007). Au-delà de son aspect de solidarité qui peut être une bonne chose dans une société, l'entraide a des conséquences négatives considérables. Imprégné de cette culture, les Haïtiens se trouvent dépendants des autres, c'est-à-dire bon nombre d'entre eux préfèrent vivre à la merci d'une tierce personne. Comme a affirmé Jeune (2008 : 41), « *Fort des traditions familiales, les Haïtiens s'attendent toujours à être aidés par un membre de la famille qui a réussi ou par un bon samaritain généreusement mis sur leur route par la providence.* »

Cette conception constitue un handicap majeur dans la société haïtienne tant au plus haut niveau de l'État central jusqu'à un individu personnellement. Et, c'est ce qui

³⁸ Mieux vaut avoir des miettes que rien.

explique pourquoi nos gouvernants attendent toujours de l'aide du « blanc de l'étranger » sans savoir vraiment ce qu'ils veulent ou ce qu'ils demandent. Cette conception fait que le pays devienne de jour en jour dépendant de l'aide internationale. Combien de fois nous discoupons ainsi : « nous n'avons pas les moyens de faire ci, nous n'avons pas les moyens de faire ça ». Tout simplement parce que l'aide n'est pas encore décaissée, sans pour autant essayer de nous organiser à l'interne ? Transposée à l'échelle individuelle, on retrouve les mêmes comportements chez les « individus-Haïtiens ». En effet, de tels comportements vont impliquer une certaine paresse chez bon nombre d'entre eux, en ce sens qu'ils ne vont faire aucun effort sans l'aide des autres. Très souvent, il est à constater que les jeunes Haïtiens ayant des membres de leur famille à l'étranger sont moins disposés à faire des efforts, soit pour travailler soit pour aller à l'école ou soit pour apprendre un métier. Cela a conduit à deux conséquences. D'une part, l'individu qui aide va observer une diminution de son bien-être, car il va devoir éliminer une partie de ses ressources, qui devrait répondre à ses besoins, pour subvenir aux besoins de l'autre sans que ce dernier ne fasse d'effort dans la création de cette ressource ou dans la création d'une contrepartie. D'autre part, le phénomène de passager clandestin devient de plus en plus fréquent et ceux qui travaillent vont devoir déployer beaucoup plus d'efforts afin de pouvoir redistribuer à ceux qui ne font rien. Puisqu'avec l'entraide l'individu développe un comportement dépendant et qu'il est incapable de faire des efforts pour se réaliser par lui-même, il est évident qu'à un certain moment, lorsque l'aide atteint son niveau maximum et qu'elle ne progresse plus, les conditions de vie de celui qui reçoit l'aide vont se détériorer au fur et à mesure que l'aide diminue. D'où vient l'importance de notre quatrième hypothèse :

Hypothèse 4: L'entraide agit négativement sur la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit poussé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.1.5. La futilité de la vie terrestre

Dans la plupart des sociétés négro-africaines, la vie sur la terre n'est considérée que comme une courte pause, un voyage qu'il faut faire sans trop se soucier de ce qui va se passer après. Cette croyance est très importante dans la religion. Souvent, dit-on que la vie

de l'homme est comme une paille qui disparaît au moindre feu. Ces stéréotypes vont conduire à un désintéressement des individus de la vie sur la terre.

En Haïti, cette conception de la vie semble faire corps avec la société et cela se matérialise fort souvent à travers ces paroles : **«nou se pasaje se pase nap pase ; nou pa vin fè vyezo sou latè³⁹ »**. Fort de cette vision, il n'est plus besoin d'accumuler des biens matériels, car tout n'est que vanité et, après la mort, rien ne va nous servir : **« lè nou mouri nou pa prale ak anyen»**. Selon Paul (2016), cette culture de non accumulation trouve toute sa force dans les messages véhiculés par l'église : **« heureux les pauvres, car le royaume des cieux est à eux»**. Cet élément de béatitude est souvent très mal compris et très mal enseigné en Haïti. Si le vrai bonheur n'est pas sur la terre, plus besoin de travailler pour la création de la richesse, mieux vaut prier pour se préparer pour la vie éternelle. Associée au fatalisme, cette façon de voir la vie ne prédispose pas les Haïtiens à entreprendre, voire sortir du phénomène de la pauvreté ou de la misère, car tout dépend de Dieu ou des esprits. Ainsi, nous formulons notre cinquième hypothèse.

Hypothèse 5: La futilité de la vie de vie sur terre agit négativement sur la probabilité qu'une personne ayant un emploi ou au chômage en Haïti soit motivée à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.1.6. L'auto-retrait du monde

Considéré comme une attitude qui est opposée à la modernité, l'auto-retrait du monde semble être une conséquence de la vision futile de la vie terrestre. *« L'auto-retrait du monde est un comportement qui caractérise les sociétés négro-africaines à ne pas se sentir concernées par ce qui se passe dans le monde hors de leur contrée. Ce comportement a pour implications une faible volonté à prendre exemple sur les autres, une faible volonté de faire comme les autres, d'apprendre des autres, de combler l'écart avec les sociétés industrialisées, ou de rattraper ces sociétés »* (Logossah, 2007 : 8). En effet, cette conception de la vie va entraîner les individus à ne s'occuper que de leurs affaires et à ne pas prendre en compte les changements qui peuvent exister autour d'eux. En Haïti, dit-on souvent **« zafè kabrit**

³⁹ On n'est pas là pour longtemps.

se pa zafè mouton⁴⁰ ». D'un autre côté, cette distinction entre le moi et l'autre va être amplifiée par le refus d'appartenir à cette terre : « nous vivons dans ce monde, mais nous ne sommes pas de ce monde » (Paul, 2016). La mauvaise interprétation de cette phrase biblique empêche les gens de comprendre qu'ils ont aussi la mission de croître, de remplir et de multiplier la terre, c'est-à-dire de la rendre belle, riche et prospère. Grâce à cette conception qui traverse certaines sectes religieuses en Afrique subsaharienne, il est formellement interdit de participer à la vie politique et d'observer certains principes civiques (Logossah, 2007).

Ce refus d'appartenir à ce monde va conditionner l'esprit des Haïtiens à ne pas travailler pour modifier leur environnement socio-économique, ce qui pourrait les rendre très conservateurs et hostiles à l'innovation et au changement (Jaghfar, 2008). Une telle vision du monde pourrait les rendre également plus difficiles à entreprendre et plus vulnérables à sortir de la pauvreté. Et, en prenant appui sur cette dernière phrase, nous formulons notre sixième hypothèse de la manière suivante:

Hypothèse 6 : L'auto-retrait du monde agit négativement sur la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit poussé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.1.7. Attitudes par rapport au temps ou vision du court terme ou la vie dans l'instant présent

La vision du court terme constitue également l'une des caractéristiques du négro-africain. Ce dernier ne voit ses intérêts que dans une activité qui lui rapporte un profit instantané. Il ne faut pas trop miser sur demain, car c'est incertain. Cette affirmation peut être corroborée par les proverbes haïtiens qui avancent : « **kabrit di w sak nan vant li se li ki pal**⁴¹ » ; « **pi bonè se granm maten**⁴² ». Ce deuxième proverbe pourrait aussi expliquer une bonne utilisation du temps, en ce sens qu'il faut voir le temps comme une ressource rare qu'il faut bien gérer. Cependant, cette conception est généralement loin d'être le cas. En effet, ce proverbe traduit le plus souvent l'engouement de profiter immédiatement des

⁴⁰Ce qui concerne la chèvre ne concerne pas l'agneau.

⁴¹ Ne comptez que sur ce que vous avez.

⁴² Le plus tôt c'est maintenant.

retombées d'une activité. Or, les profits d'une activité d'investissement doivent être perçus dans une perspective de moyen terme et de long terme. Donc, bon nombre d'Haïtiens ont peur de l'avenir incertain qu'ils ne maîtrisent pas, mais ils préfèrent se retourner sur eux-mêmes sans rien entreprendre. Ainsi, l'individu-Haïtien devient un éternel consommateur en cherchant seulement sa paix dans ce qu'il peut contrôler au jour le jour. Notre septième hypothèse est ainsi formulée:

Hypothèse 7 : La vision du court terme agit négativement sur la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.1.8. L'attentisme, l'attitude face au risque et à l'incertitude

Selon Logossah (2007), l'attentisme peut être perçu comme une attitude qui consiste à laisser en suspens toute initiative porteuse du moindre risque ou du moindre effort en attendant que les autres le réalisent à notre place. Cette constatation laisse présager l'origine du manque d'initiative dans les pays en développement. Selon Jaghfir (2008), l'attentisme conduit à retarder la prise de décision face à un problème mineur en attendant que le problème majeur se précise. Selon l'auteur, l'attentisme résulte du principe de l'assistance du faible par le fort. Et, ce principe tire son origine dans l'organisation socio-économique ancienne d'essence communautaire de l'Afrique noire (Diop [1960], Logossah [2007]).

Ce trait culturel est très présent en Haïti. En effet, beaucoup d'Haïtiens attendent l'aide de leurs parents à l'étranger. Il y en a même qui refuse de travailler parce qu'ils espèrent tous les mois un transfert d'un ou des proches à l'étranger. Ils préfèrent vivre dans l'instant présent. Comme l'a observé Logossah (2007) dans le cas des sociétés de l'Afrique subsaharienne, bon nombre d'Haïtiens manifestent une aversion particulière pour le travail continu, à savoir tout travail qui exige des efforts prolongés dans le temps. Ils perçoivent ces efforts comme des tructeurs du bien-être, par le fait que ceux-ci peuvent les empêcher de profiter de l'instant présent. Dans ce sens, bon nombre d'entre eux se comportent comme des passagers clandestins et des parasites. Ce trait culturel peut jouer nécessairement un rôle important dans l'intention d'entreprendre en Haïti. Et, c'est de là

que vient l'importance de notre huitième hypothèse. Celle-ci est formulée de la manière suivante :

Hypothèse 8. L'attentisme, l'attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude impactent négativement la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit poussé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.1.9. Attitude face à l'épargne et à l'investissement

Le revenu d'un individu est généralement affecté soit à la consommation soit à l'épargne. Si l'épargne permet à un individu de pouvoir mieux faire face à l'aléa du futur, de constituer un capital ou un fonds de démarrage des activités génératrices de revenus et de constituer des ressources nécessaires pour acquérir des biens durables, alors elle permet aussi de financer l'investissement et d'assurer le maintien de la croissance du niveau de la production nationale.

En se référant au cas d'Haïti, les données collectées par la Banque Centrale de la République d'Haïti (BRH) montrent que les Haïtiens épargnent peu (soit en moyenne 40 mille dollars américains par année, période 1990-2005), ce qui fait que le volume de crédits octroyés a tendance à diminuer (BRH, 2007). En revanche, les chefs de ménage haïtien préfèrent pour la majorité garder chez eux leurs petits revenus à la maison, ou acheter un bien matériel qu'ils gardent pendant un certain nombre d'années ou revendent tout de suite, ou s'organisent de manière informelle ou le plus souvent en tontines. De tels comportements peuvent être une source d'échec au développement de l'entrepreneuriat en Haïti. Ce qui nous amène ainsi à formuler notre neuvième hypothèse :

Hypothèse 9. L'attitude face à l'épargne et à l'investissement impacte négativement la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.1.10. Perception de la réussite socio-économique

La réussite socio-économique est liée au statut socio-économique qui est une mesure de position sociale incluant typiquement le revenu, le niveau d'éducation atteint et

l'emploi occupé. Par rapport à une telle approche, les avis des chercheurs sont partagés. Pour Hoftede (1994), la réussite socio-économique est plutôt la prise de risque, le besoin d'achèvement et le niveau de contrôle. Pour Pauzé (1996), la réussite socio-économique vise les objectifs suivants : la richesse, l'accomplissement, la prise de risque et l'autosuffisance. D'après Pauzé (1996), la perception de l'individu pour son environnement social détermine les différents moyens qui sont capables de lui permettre d'atteindre ces objectifs. Selon l'auteur, il est capable de mobiliser un ensemble d'atouts, comme son expérience, ses connaissances, ses ressources, son capital, ses prédispositions et attitudes, qui se caractérisent par une relative stabilité. Une telle perception semble très hypothétique en Haïti. Ce qui nous amène à formuler notre dixième hypothèse de la manière suivante :

Hypothèse 10. La perception de la réussite socio-économique impacte négativement la probabilité qu'une personne qui travaille ou un chômeur en Haïti soit poussée à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.1.11. Le communautarisme ou l'esprit communautaire

Le communautarisme est une philosophie qui soutient que l'individu n'existe pas indépendamment de ses appartenances, qu'elles soient culturelles, éthiques, religieuses ou sociales. Bien que l'esprit communautaire cohabite avec l'esprit d'entreprendre individuel dans certains pays, il résulte que la société haïtienne est longtemps caractérisée par un fort esprit communautaire, mais qui exclut toute forme d'individualisme (Jeune, 2008). En effet, pour Jeune (2008), l'individu fait partie d'un ensemble où tout intérêt individuel est banni au profit de la sauvegarde de l'unité collective, de la solidarité et de l'entraide mutuelle. Cet environnement socioculturel détermine une organisation socio-économique qui est fondée sur un « collectivisme général » prônant l'assistance au faible par le fort et un état d'esprit anti-entreprise. Grâce à l'esprit communautaire, bon nombre d'Haïtiens ont également une certaine redevance par rapport aux membres de leur famille élargie qui leur avait accordée une certaine « couverture sociale » pour la réalisation de certains de ses projets. Devenus adultes, ils doivent pouvoir aider à leur tour. Ce qu'on peut considérer comme une sorte de paiement de la rançon communautaire. Tout ceci nous a permis de comprendre pourquoi la majorité des Haïtiens qui essaient d'épargner en vue d'investir

dans des projets futurs sont considérés comme un égoïste exagéré susceptible d'ostracisme. Ainsi, selon les propos de Hoffmann (1990) « *ne pouvant investir sur soi, on investit donc sur les autres, qui deviennent des obligés en admettant implicitement un engagement réciproque* ». Ce type de comportement socio-économique, à n'en pas douter, peut paraître incompatible à une logique entrepreneuriale basée sur l'individualisme et la recherche du profit. Ce qui nous amène à la formulation de notre onzième hypothèse.

Hypothèse 11. L'esprit communautaire influence négativement la probabilité qu'un individu qui travaille ou un chômeur en Haïti soit déterminé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.2. Les variables qui sont liées aux bagages personnels et à l'appartenance sociale et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien

Ces variables sont tirées principalement des travaux de Bourdieu (1970, 1987, 1992), de Moisset et Mérisier (2001), de Becker (1964), de Rocher (1968), etc. Elles caractérisent les bagages personnels des Haïtiens, mais aussi elles sont véhiculées selon leur origine sociale. Dans cette catégorie, nous ciblons neuf (9). Et, les variables retenues sont le sexe, l'âge, le niveau d'éducation, l'expérience professionnelle acquise, la CSP ou le profil des parents, l'engagement social, politique, économique et écologique, la situation économique et financière ou le patrimoine légué en héritage, la responsabilité familiale ou être chefs de ménage, la position géographique ou le milieu rural ou urbain.

1.2.2.1. L'âge

L'âge est défini comme étant la durée écoulée depuis la naissance. Il aide à avoir la maturité et est souvent considéré comme pionnier dans toutes les grandes décisions de la vie. Plusieurs études ont par exemple mentionné l'âge comme un facteur déterminant, parmi toutes les caractéristiques d'un dirigeant d'entreprise dans ses relations avec les employés, les actionnaires, les fournisseurs, les clients, voire ses relations bancaires (Markpotche [2009], Tufano [1996], etc.). En effet, selon Tufano (1996) et Croquet (2007), l'âge d'un dirigeant d'entreprise a un impact sur le financement, c'est-à-dire plus le dirigeant est âgé, moins il voudra endetter l'entreprise qu'il dirige et ce, afin de ne pas augmenter le niveau de risque de cette entreprise. Dans ce même ordre d'idées, Bouharra

(2007) a démontré que l'âge des dirigeants des micro-entreprises au Maroc est l'une des caractéristiques qui influencent la demande du crédit auprès de la banque.

En règle générale, l'âge est réellement considéré comme un facteur déterminant, lorsqu'il s'agit de s'engager dans une décision quelconque. En Haïti, on répète souvent cette phrase « l'âge vaut la raison et amène l'expérience ». Toutefois, l'âge peut paraître parfois très compliqué en Haïti dans la mesure où quelqu'un qui est âgé ne peut même pas assumer à lui seul une responsabilité, par manque de maturité ou parce qu'il se comporte toujours comme un enfant qui vit sous l'autorité de ses parents, donc sous ses ordres. En sachant que ce comportement peut bien exister dans divers domaines liés à l'économie en Haïti, comme c'est le cas de l'entrepreneuriat, nous formulons notre douzième hypothèse de la manière suivante :

Hypothèse 12. L'âge influence négativement la probabilité qu'un individu qui travaille ou un chômeur en Haïti soit incité à créer à court terme une entreprise ou à porter un projet à caractère entrepreneurial sur le moyen terme ou sur le long terme dans son propre département d'origine.

1.2.2.2. Le sexe

Le mot sexe se réfère aux différences physiques distinguant les hommes et les femmes. Comme l'âge, le sexe a aussi une influence dans les prises de décisions de grande importance. De la même manière que pour Bouharra (2007), l'âge des dirigeants des micro-entreprises marocaines influence la demande de crédit auprès des banques, le sexe est aussi une caractéristique qu'il n'a pas ignorée dans le cadre de son étude.

Par ailleurs, pour Hofstede (199), le sexe permet de déterminer quelle valorisation une société alloue aux valeurs dites masculines ou féminines. Si, dans les pays occidentaux, les individus issus des sociétés dites masculines valorisent la rémunération, l'affirmation, l'avancement, le matérialisme, le statut, la richesse, la réussite, l'héroïsme et le défi et ceux issus des sociétés dites féminines accordent de l'importance à tout ce qui a trait à l'interdépendance, la solidarité, l'égalité, la préservation de l'environnement, la qualité de la vie et aux relations interpersonnelles, alors dans les pays en voie de développement cette distinction se montre pourtant très délicate.

En Haïti, par exemple, les familles sont majoritairement monoparentales avec la femme au foyer élevant seule ses enfants (voir données de l'ECVH, 2003). Même quand elles ont théoriquement les mêmes droits que les hommes, la quantité de femmes ne sachant ni lire ni écrire pèsent beaucoup dans les effectifs d'analphabètes en Haïti et sont souvent considérées inférieures à l'homme (ECVH, 2003). Ainsi, selon cette même source, elles ne participent pas beaucoup à la prise de décision au sein de leurs familles et accèdent rarement à l'éducation et aux ressources financières. Grâce à ce distinguo, nous sommes amenés, dans le contexte de l'entrepreneuriat haïtien, à formuler notre treizième hypothèse suivante :

Hypothèse 13. Le sexe affecte négativement la probabilité qu'un individu qui travaille ou au chômage en Haïti soit intéressé à investir à court terme dans la création d'entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.2.3. Le niveau d'éducation

Le niveau d'éducation de la population d'un pays est un sujet d'étude à la frontière entre disciplines et compétences (Moisset et Mérisier [2001], Beaudelot et Establet [1979], Bourdieu [1970, 1987, 1992], Bourdieu et Passeron [1970], Duru-Bellat [2003], etc.). En effet, il décrit des choses différentes, telles que l'année d'études la plus élevée accomplie par une personne, le degré d'enseignement auquel elle a accédé, ou bien encore qu'elle a terminé avec succès. Dans certaines études, le niveau d'éducation de la population d'un pays se résume uniquement à l'enseignement académique qu'elle a reçu, c'est-à-dire en faisant référence au « capital humain », aux stocks de connaissance et de savoir-faire. Tandis que dans d'autres études, le niveau d'éducation correspond à la formation globale d'un individu, c'est-à-dire le niveau d'apprentissage et la capacité de développement des facultés scientifiques, intellectuelles, morales et physiques, etc. qui sont considérés comme facteurs essentiels pour atteindre un niveau de culture souhaitée.

Par ailleurs, beaucoup de pays ont de nos jours insisté sur le droit à l'éducation. Ce dernier est tellement important dans le développement des personnes, son rôle primordial est de former des citoyens capables de contribuer au développement économique, social et politique de leurs communautés (Moisset et Merisier, 2001). Pour ces auteurs, l'éducation

permet de transmettre d'une génération à l'autre la culture nécessaire au développement de la personnalité et à l'intégration sociale de l'individu. Quoi qu'il en soit, l'éducation d'un individu repose généralement sur la famille, l'école, la société dans laquelle il appartient (Logossah, 2007), mais aussi sur des lectures personnelles et sur l'usage des médias comme la télévision ou internet.

Contrairement aux pays développés, le niveau d'éducation est très faible dans les pays en développement, voire dans les pays les moins avancés (PMA). Dans le cas d'Haïti, par exemple, le taux de scolarisation pour les enfants de moins de 10 ans est de 36,67% (IHESI, 2003) et l'indice du développement humain est de 0,33 en 1980 et de 0,48 en 2016. Eu égard à ces données, Haïti souffre longtemps d'une société, des familles, des écoles et des médias qui sont suffisamment capables de participer à la transmission d'un haut niveau de savoirs et de connaissances intellectuelles, technologiques et scientifiques. Tout cela pourrait représenter une barrière ou une source de blocage pour le développement du pays, si l'on considère le rôle du capital humain dans la croissance économique (Mincer [1958], Schultz [1961]; Denison, [1962], Becker [1962, 1964], etc.). En partant de ce constat, nous sommes amenés à formuler notre quatorzième hypothèse de la manière suivante :

Hypothèse 14. Le faible niveau d'éducation affecte négativement la probabilité qu'un individu qui travaille ou au chômage en Haïti soit incité à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.2.4. L'expérience professionnelle acquise

Cette notion a fait l'objet d'une vaste littérature économique, en particulier celle qui concerne le fonctionnement du marché du travail. Selon Vincens (2001), il y a lieu de distinguer trois approches de la notion d'expérience professionnelle acquise. La première concerne l'individu et correspond au sens le plus usuel du terme. En effet, pour Vincens (2001), une personne expérimentée est celle qui peut se prévaloir de compétences liées à sa pratique d'une activité professionnelle. Pour lui, la seconde approche est basée plutôt sur les travailleurs collectifs, c'est-à-dire l'ensemble des travailleurs d'une unité qui peut être un atelier, une usine, une entreprise. Selon Vincens (2001), la deuxième approche se base

sur les connaissances collectives, c'est-à-dire le capital humain qui est créé et détenu collectivement, qui résulte du travail commun et qui s'améliore et se transmet si le collectif de travail n'est pas détruit par un renouvellement trop rapide. Pour Vincens (2001), la troisième approche s'intéresse à la négociation collective et utilise la notion d'expérience professionnelle comme fondement d'une reconnaissance collective d'un droit à une valorisation de l'ancienneté. Contrairement aux deux précédentes, cette approche vise surtout l'établissement des grilles de rémunérations et la définition des carrières individuelles. Parmi ces trois approches, la première est celle qui nous intéresse dans le cadre de ce travail de recherche, parce qu'elle met au centre du débat les compétences, les savoirs et les connaissances qu'un individu acquiert pendant un parcours professionnel. De plus, nous sommes intéressés par cette approche, parce que l'expérience professionnelle acquise par un individu est un élément clé dans la valeur ajoutée d'une entreprise. Elle est également une pièce maîtresse depuis l'étape même du démarrage d'une activité entrepreneuriale ou de création d'entreprise.

Par ailleurs, si dans les pays occidentaux, la loi accorde beaucoup d'importances à l'expérience professionnelle acquise par un individu, que ce soit pour travailler au sein d'une entreprise ou pour entreprendre une activité économique, commerciale par soi-même ou collectivement, alors dans les pays sous-développés, l'expérience professionnelle acquise est souvent mal vue et mal comprise à cause d'un manque de dispositif légal. En Haïti, par exemple, il n'existe pas vraiment des textes de loi sur l'expérience professionnelle acquise, et ceci à cause d'un marché du travail qui fait face à de sérieux problèmes en matière de réglementation. En Haïti, faire des expériences professionnelles dans les entreprises privées ou dans les administrations publiques ou parapubliques semble quasiment difficile, notamment pour les étudiants ou les jeunes apprenants. Or, un étudiant ou un jeune entrepreneur a souvent besoin de faire une expérience professionnelle avant de débiter convenablement une carrière ou de créer une entreprise. Ce constat nous amène à formuler notre quinzième hypothèse de la manière suivante :

Hypothèse 15. La probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit soucieux à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine est impactée négativement par son manque d'expérience professionnelle acquise.

1.2.2.5. La CSP ou le profil des parents

La catégorie socioprofessionnelle (CSP) ou le profil des parents représente la profession que ceux-ci exercent ou pratiquent. Comme l'a bien défini la nomenclature de l'Institut Nationale de Statistiques et des Études économiques (INSEE), la CSP regroupe les chefs d'entreprises, les artisans et commerçants, les cadres, les professions intellectuelles supérieures et les professions intermédiaires. Dans la vie active, il est vrai que quelqu'un qui a ses parents cadres dans l'administration publique ou dans une entreprise privée a toujours tendance à exercer une profession cadre. De même que quelqu'un qui a ses parents commerçants a tendance à se diriger vers le commerce. Cette remarque est plus bien observable dans les pays occidentaux, vu le nombre de CSP existant et un marché du travail qui est réglementé. En Haïti, comme dans les pays négro-africains, il en existe aussi, mais en quantités très moindres en raison de beaucoup qui s'adonnent plutôt à l'agriculture traditionnelle, à l'économie informelle, etc. Un tel constat nous a permis de formuler notre seizième hypothèse de la manière suivante :

Hypothèse 16. La CSP ou le profil des parents d'un individu salarié ou au chômage en Haïti affecte négativement la probabilité que ce dernier soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.2.6. L'engagement ou la responsabilité sociale, politique, économique et écologique

L'engagement social, politique, économique et écologique est une responsabilité qu'un individu assume dans la société dans laquelle il vit. L'engagement politique en lui-même désigne son appartenance à un parti politique, un mouvement de citoyenneté ou un groupement communautaire, étant donné que tout individu a le droit de participer à une activité politique de son pays. L'engagement sur le plan social représente l'activité sociale qu'un individu entreprend dans une société. Et, l'activité sociale peut être son adhésion à une association, une fondation, une coopérative ou une activité mutualiste. L'engagement économique désigne par exemple la responsabilité qu'un individu peut avoir auprès d'un groupe financier ou d'une institution financière. Dans l'engagement économique, on se réfère plutôt au poste administratif et financier qu'il occupe dans une institution publique ou une entreprise privée. Finalement, l'engagement écologique montre la responsabilité

d'un individu face à l'environnement auquel il appartient, puisque beaucoup de gens cherchent à prendre conscience des grands défis de la planète, comme le réchauffement climatique.

L'engagement social, politique, économique et écologique existe dans tous les pays, qu'ils soient riches ou pauvres. Toutefois, il y en a qui se font très faiblement remarquer dans les pays pauvres. En Haïti, par exemple, c'est rare de voir quelqu'un qui s'engage volontairement contre le réchauffement climatique. Sur le plan social, il existe très peu d'individus volontaires dans des œuvres caritatives. Par contre, il y existe beaucoup qui s'affichent en politique, mais c'est pour satisfaire surtout leurs besoins, pas les peuples qu'ils se font représenter au sein de l'État. Par ailleurs, il existe des Haïtiens qui ont de grands engagements économiques, même si c'est en quantités très moindres par rapport aux autres pays développés. Dans le but de chercher à comprendre l'engagement social, politique, économique et écologique des Haïtiens par rapport à l'entrepreneuriat, nous formulons notre dix-septième hypothèse ainsi :

Hypothèse 17. Le manque d'engagement social, politique, économique et écologique affecte négativement la probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit intéressé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.2.7. La situation financière ou le patrimoine légué en héritage

Nous considérons ici comme situation financière, un bien économique que possède un individu via un héritage qui lui a été légué par ses parents ou par ses proches dont il continue à jouir financièrement et à se faire prospérer. Ce bien économique peut être une entreprise, une fortune, un patrimoine quelconque, etc.

Dans les pays développés, on a souvent entendu des gens qui donnent leur fortune à des associations à des fins caritatives. Il en est de même que dans les pays négro-africains, comme en Haïti, où les gens ont l'habitude de léguer en héritage des biens ou des moyens (lopins de terres et des maisons) à leurs enfants ou à leurs proches. Parmi les gens qui ont bénéficié, il y a quelques-uns qui profitent pour faire prospérer et d'autres qui préfèrent les utiliser à des fins de gaspillage, ce qui leur pousse souvent à tomber dans la ruine par la

suite. En prenant l'idée développée comme un point de repère, nous formulons notre dix-huitième hypothèse comme suit :

Hypothèse 18. La probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit incité à investir à court terme dans la création d'une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine est impactée négativement par son manque de ressources financières stables.

1.2.2.8. La responsabilité familiale ou être chefs de ménage

Dans le contexte haïtien, la responsabilité familiale ou être chefs de ménage représente l'engagement qu'un père ou une mère de famille a envers ses enfants, parfois envers ses parents ou ses proches. Ce type de responsabilité est souvent lié aux nourritures et vêtements, aux soins médicaux, à la scolarité, etc. En Haïti, le nombre de chefs de ménage représente 25% de la population active en 2005 (IHSI, 2009). Selon cette source, ils sont pour la majorité des femmes seules au foyer élevant leurs enfants. Un tel constat nous amène à formuler notre dix-neuvième hypothèse de la manière suivante :

Hypothèse 19. Avoir la responsabilité familiale ou être chefs de ménage influence négativement la probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

1.2.2.9. Positionnement géographique ou milieu rural ou urbain

La position géographique fait référence au lieu de résidence d'un individu. Ici le lieu de résidence peut être rural ou urbain. Généralement, les individus qui habitent dans les milieux ruraux sont plus vulnérables quant à la question de la pauvreté. En Haïti, par exemple, les zones rurales connaissent une forte incidence d'extrême pauvreté. Celle-ci représente 67% contre seulement 23% dans l'aire métropolitaine de Port-au-Prince et 57% dans les autres zones urbaines (ECVH, 2003). Ces statistiques ne sont pas étonnantes dans la mesure où l'on peut constater sans trop d'ambiguïté les disparités qui existent entre le milieu urbain et le milieu rural dans les pays pauvres. Certains auteurs, à l'instar de Bérenger (2008) et de Boulila (2008), ont trouvé qu'il y a une relation positive entre la probabilité qu'un individu soit pauvre et par le fait que cet individu habite dans un milieu

rural. En réagissant consciemment par rapport à ce constat, nous sommes amenés à formuler notre vingtième hypothèse de la manière suivante :

Hypothèse 20. Le milieu résidentiel affecte négativement la probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit déterminé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.

Tableau 13a. Les formulations des hypothèses de recherche pour les variables qui sont liées aux traits culturels et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien

Hypo	Intitulé	Signe att.
H1	La distance hiérarchique et le conformisme observés en Haïti impactent négativement la probabilité qu'un employé ou un patron ou un chômeur soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H2	La probabilité qu'une personne ayant un emploi ou au chômage en Haïti soit intéressé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet entrepreneurial dans son propre département d'origine est impactée négativement face à son aversion pour la concurrence.	-
H3	Les croyances magico-religieuses et le fatalisme ont un impact négatif sur la probabilité qu'un individu dans la vie active en Haïti soit encouragé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H4	L'entraide agit négativement sur la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit poussé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H5	La futilité de la vie de vie sur terre affecte négativement la probabilité qu'une personne ayant un emploi ou au chômage en Haïti soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H6	L'auto-retrait du monde agit négativement sur la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit poussé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H7	La vision du court terme agit négativement sur la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit intéressé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen ou sur le long terme un projet entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-

Tableau 13b. Les formulations des hypothèses de recherche sur les variables qui sont liées aux traits culturels et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien (suite)

Hypo	Intitulé	Signe att.
H8	L'attentisme, l'attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude impactent négativement la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit poussé à créer à court terme une entreprise à court ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H9	L'attitude face à l'épargne et à l'investissement affecte la probabilité qu'un actif occupé ou un chômeur en Haïti soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H10	La perception de la réussite socio-économique affecte négativement sur la probabilité qu'une personne qui travaille ou un chômeur en Haïti soit poussée à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H11	L'esprit communautaire influence négativement la probabilité qu'un individu qui travaille ou un chômeur en Haïti soit déterminé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-

Tableau 13c. Les formulations des hypothèses de recherche sur les variables qui sont liées à l'appartenance sociale et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien (suite)

Hypo	Intitulé	Signe att.
H12	L'âge impacte négativement la probabilité qu'un individu qui travaille ou au chômage en Haïti soit incité à créer à court terme une entreprise ou à porter un projet à caractère entrepreneurial sur le MT ou sur le long terme dans son propre département d'origine.	-
H13	Le sexe influence négativement la probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit motivé à investir à court terme dans la création d'entreprise ou à se lancer dans un projet à caractère entrepreneurial sur le moyen terme ou sur le long terme dans son propre département d'origine.	-
H14	Le faible niveau d'éducation impacte négativement la probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit incité à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-

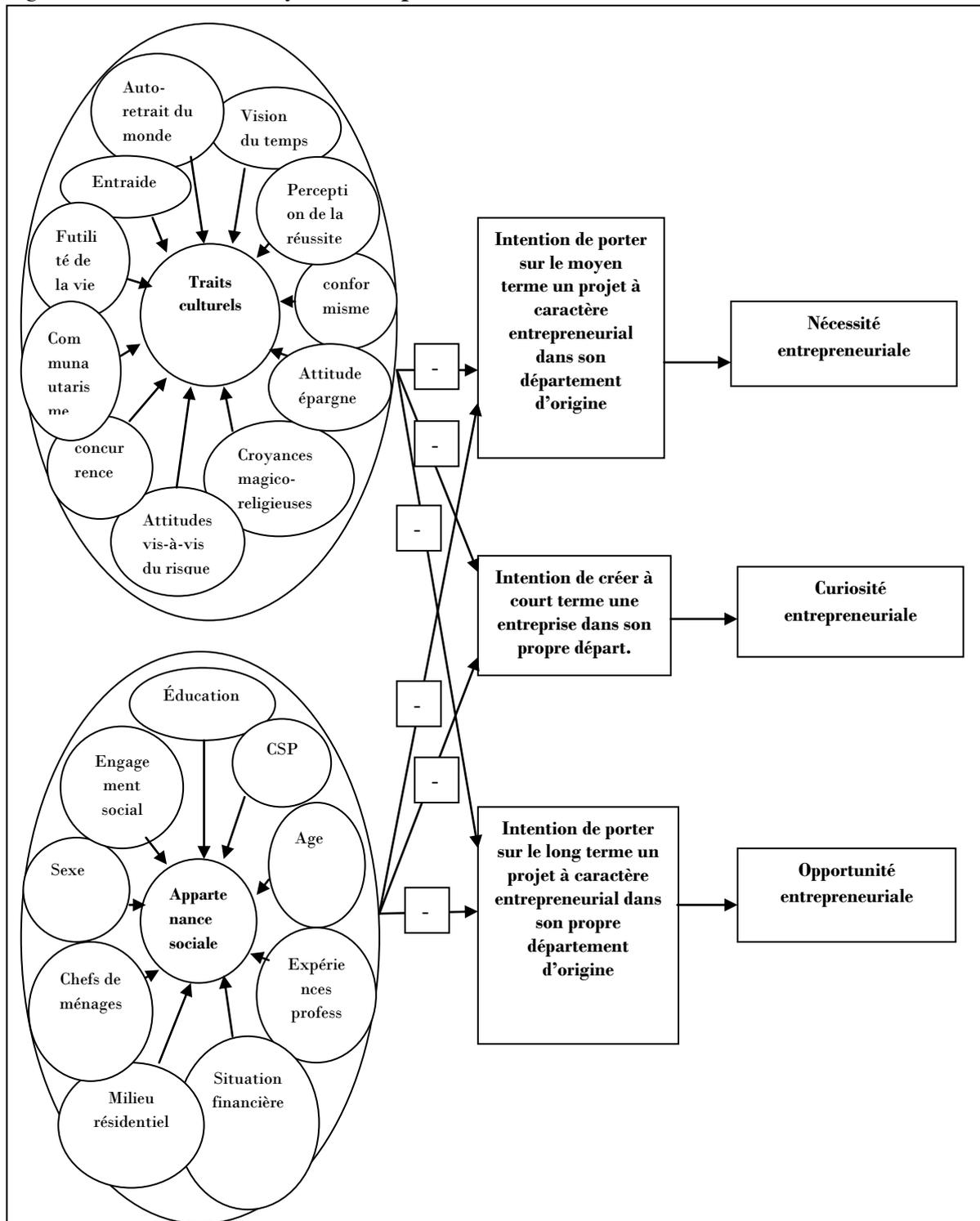
Tableau 13d. Les formulations des hypothèses de recherche sur les variables qui sont liées à l'appartenance sociale et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien

Hypo	Intitulé	Signe att.
H15	La probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit soucieux à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine est impactée négativement par son manque d'expérience professionnelle acquise.	-
H16	La CSP ou le profil des parents d'un individu salarié ou au chômage en Haïti affecte négativement la probabilité que ce dernier soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H17	Le manque d'engagement social, politique, économique et écologique a un impact négatif sur la probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit intéressé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H18	La probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit incité à investir à court terme dans la création d'une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine est impactée négativement par son manque de ressources financières stables	-
H19	Avoir la responsabilité familiale ou être chef de ménage influence négativement la probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-
H20	Le milieu résidentiel affecte négativement la probabilité qu'un individu salarié ou au chômage en Haïti soit déterminé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine.	-

1.3. Cadre d'analyse retenu

Le cadre d'analyse retenu est celui que nous utilisons pour aborder tout le reste du travail. Il découle de notre modèle conceptuel théorique de référence et de nos hypothèses de recherche.

Figure 28. Le cadre d'analyse retenu pour notre travail de recherche



Source : Construit par l'auteur

Section 2. Approches méthodologiques utilisées dans le cadre de notre recherche

La première approche méthodologique utilisée est celle qui consiste à collecter les données afin de valider les hypothèses de recherche. La méthode d'enquête sur le terrain, par le biais d'un questionnaire, est retenue à cet effet. La deuxième approche utilisée est la technique d'échantillonnage. Pour faciliter cette technique, une combinaison de méthodes d'échantillonnage est utilisée pour bien cerner la population étudiée. Il s'agit des méthodes de quota, de stratification et par grappe. Enfin, la troisième approche méthodologique est celle qui consiste à traiter et analyser les données collectées. À partir des logiciels SPSS 17.0, EVIEWS 8 et STATA, diverses méthodes statistiques et économétriques sont utilisées pour faire confronter les théories à la pratique. D'emblée, dans cette section, il s'agit de présenter les grandes lignes qui constituent le questionnaire, définir notre population et notre base d'échantillonnage, montrer la façon dont nous avons procédé pour administrer le questionnaire, c'est-à-dire le déroulement de l'enquête et les difficultés rencontrées et faire quelques mises au point sur les méthodes et outils de traitement.

2.1. La construction du questionnaire d'enquête

Le questionnaire est un document approprié pour la collecte des données, dans tout travail scientifique qui privilégie généralement l'enquête comme moyen de recherche. Il permet d'obtenir des informations pertinentes lors des traitements des données collectées. Son élaboration n'est pas toujours une chose facile. Étant donné que c'est l'une des étapes les plus importantes dans l'enquête, nous commençons par définir premièrement l'objectif de notre questionnaire afin de mieux pouvoir répondre à la problématique que nous avons posée. Ensuite, nous faisons la mise en œuvre d'un ensemble d'outils et des précautions en vue de s'assurer de la viabilité et de la qualité des réponses à obtenir, comme la détermination de l'unité élémentaire pertinente sur laquelle doit porter le questionnaire, son articulation, l'utilisation des nomenclatures existantes. En dernier lieu, nous profitons aussi pour faire un pré-test, ce qui nous a permis de valider la construction de notre questionnaire.

Par ailleurs, notre questionnaire d'enquête est inspiré des modèles proposés par Diakité (2004) et par Jeune (2008). Il est constitué au total de 53 grandes questions, ce qui nous a permis de cerner l'ensemble de nos variables sur lesquelles se basent nos

hypothèses. En effet, chaque « grande question » ou un ensemble de « petites questions » cherchent à définir une variable précise. Les grandes questions sont numérotées par la lettre Q et la majorité d'entre elles renferme plusieurs petites questions ou des items numérotés de 1 à 7 (voir en annexe N° 1).

Les questions posées sont en général fermées, par le fait qu'elles nous permettent de recueillir avec précision les informations et facilitent l'analyse. Pour les items permettant de mesurer nos variables, nous avons utilisé une échelle d'opinion de type Likert allant de 1 à 7 (Tout à fait en désaccord à tout à fait en accord), car celle-ci permet de mieux capter les études portant sur des croyances, des construits cognitifs, la perception, l'intention et surtout des études qui sont liées à la réalité de terrain (Gagné et Godin [199], House et al. [2004], etc.). Pour le reste du questionnaire, des questions fermées dichotomiques et des questions à choix multiples ont été utilisées. Par ailleurs, il est également donné aux répondants la possibilité de compléter la liste des propositions pour certaines questions à choix multiples à travers une rubrique intitulée « Autre à préciser » et une autre rubrique appelée « 1 étant la raison la plus importante, 2 étant la raison importante et ainsi de suite ». Pour être plus précis, notre questionnaire d'enquête est organisé de la manière suivante:

- Il comporte tout d'abord une note introductive présentant aux répondants l'intérêt et l'objectif de la recherche. Il fournit aussi des indications sur la façon dont les répondants doivent répondre aux différentes questions. Nous mettons aussi l'emphasis sur le caractère confidentiel des données recueillies, c'est-à-dire des données qui ne seront utilisées qu'à des fins d'une étude doctorale. Et nous avons pris le soin de définir quelques termes qui peuvent paraître obscurs pour les répondants ;
- Viennent ensuite les premières grandes questions qui concernent les caractéristiques personnelles et certaines informations découlant selon l'appartenance sociale des répondants. Ces questions sont au nombre de 23 (Q1 à Q23). Elles regroupent notamment les variables suivantes : l'âge, le sexe, la CSP ou le profil des parents, le niveau d'éducation, l'expérience professionnelle acquise, l'engagement social, économique, politique et environnemental, etc.

- La deuxième catégorie de grandes questions regroupe les variables liées à la motivation et à l'intention entrepreneuriale. Elles sont au nombre de 17 (Q24 à Q41). Ces questions permettent de capter l'envie d'entreprendre ou l'élan entrepreneurial chez nos répondants.
- Les grandes questions Q42 à Q52, constituées sous forme d'items, permettent de saisir les traits culturels dans le contexte haïtien.
- Enfin, la grande question Q53, comprenant 9 petites questions, concerne directement les caractéristiques personnelles et l'appartenance sociale des répondants. Elle est posée dans un sens dichotomique fermé afin de mieux observer la qualité des réponses données à certaines questions de la catégorie Q1 à Q23.

Après avoir élaboré le questionnaire en français, nous l'avons traduit en créole, langue couramment parlée en Haïti. Par le biais de ces deux types de questionnaires, nous avons planifié le démarrage de l'enquête sur une période bien précise. Nous avons également réalisé des interviews directs au cas où l'enquêté ne sait pas lire. Dans le cas où il ne comprend pas très bien le français et ne peut pas lire même en créole, les questions lui étaient directement adressées à l'oral par nos enquêteurs. Pour faciliter tout cela, nous avons réalisé un briefing de trois heures avec nos enquêteurs, afin de leur permettre de faire face à toutes ces contraintes linguistiques susmentionnées, les sensibiliser sur les questions relatives aux différents objectifs de la thèse et leur permettre de faire respecter la procédure du déroulement de l'enquête. Nous notons que nos enquêteurs sont pour la majorité des étudiants en économie/gestion et des professionnels dans le domaine. Les enquêteurs sont tous des bénévoles, même si nous leur donnons des frais de déplacement. Aussi, nous leur avons demandé de procéder à un test avec un petit échantillon de douze individus rencontrés dans la rue de façon aléatoire. Ce test a duré une journée et était destiné à détecter les difficultés auxquelles ils seraient confrontés, notamment dans la traduction orale des questions et les difficultés à faire comprendre aux enquêtés le sens de chaque question. Ce premier test a révélé effectivement des difficultés pour certains d'entre eux à saisir le sens de certains termes de telle manière qu'ils soient bien compris. Nous étions obligés de procéder à un second briefing, cette fois-ci d'une heure, pour aider certains enquêteurs à améliorer leur traduction du sens des questions. C'est ainsi que nous avons reformulé certaines questions, afin de mieux les adapter à la culture locale. Nous

avons pris en compte toutes les difficultés rencontrées par les enquêteurs sur le terrain lors du test et les recommandations qui sont nécessaires, afin d'apporter toutes les dernières modifications et les ajustements sur notre questionnaire d'enquête.

2.2. Définition de la population de recherche, choix de l'échantillon et méthodes d'échantillonnage

Nous devons noter que les auteurs de la littérature sur l'intention entrepreneuriale et la création d'entreprise privilégient généralement l'individu (entrepreneur ou non-entrepreneur) comme unité d'analyse (Jeune [2008], Diakitè [2004], Boudon [1992], etc.). Nous ferons de même dans le cadre de notre thèse. Toutefois, en ce qui nous concerne vraiment, nous cherchons plutôt à expliquer via les méthodes statistiques et économétriques l'influence des facteurs socioculturels sur l'intention entrepreneuriale des individus, qu'ils soient déjà des entrepreneurs, ou qu'ils ne soient pas encore lancés dans une activité entrepreneuriale, ou qu'ils soient chômeurs, ou qu'ils soient employés dans un organisme public et parapublic et dans une entreprise privée ou familiale. Ce qui importe essentiellement, c'est qu'ils font partie de la catégorie des actifs en Haïti. Et, pour cela, nous avons pu recourir à la population active dans chaque département géographique du pays, ce qui représente alors notre population-mère.

Cette population-mère qui est identifiée jusqu'ici provient de la base de sondage de l'Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique d'Haïti (IHSI) via l'enquête réalisée en 2003 sur les conditions de vie en Haïti. De plus, nous avons utilisé d'abord la méthode des quotas, ensuite complétée avec celles de stratification et par grappe, afin de permettre de spécifier notre population cible, qui est donc l'échantillon sur lequel se basera toute notre analyse de recherche.

Par définition, la méthode des quotas est dans le domaine de la Statistique une méthode d'échantillonnage qui consiste à s'assurer de la représentativité d'un échantillon en lui affectant une structure similaire à celle de la population-mère. Autrement dit, elle consiste dans un premier temps à définir une population-mère. Elle consiste dans un deuxième temps à établir des caractéristiques de cette population-mère (par exemple l'âge, le sexe, etc.), que l'on va appeler « variable de contrôle ». En connaissant la distribution de ces variables de contrôle dans la population-mère, elle reproduit dans un troisième temps la même distribution dans l'échantillon. Cette méthode a connu ces dernières années un

essor considérable dans la théorie des sondages, parce qu'elle permet de constituer proportionnellement un échantillon représentatif grâce à une population de base. Et, c'est la raison pour laquelle dans le cadre de la définition de notre population cible, nous nous sommes servis de cette méthode. De plus, nous avons combiné cette méthode avec celle de la stratification, pour permettre de stratifier notre échantillon cible en plusieurs catégories qui les sous-tendent proportionnellement. Chaque strate contient des sous-catégories qui sont encore réparties proportionnellement pour former des grappes.

Par ailleurs, selon les données de la base de sondage de l'IHSI, la population active dans le département de l'Ouest s'élève à 3 746 (soit 2253 actifs occupés, 1493 chômeurs et 2963 inactifs) sur un échantillon de 6709 individus. Dans ce département, nous notons que les activités économiques et les services publics sont essentiellement concentrés dans l'aire métropolitaine de Port-au-Prince, malgré les effets dévastateurs du séisme du 12 janvier 2010. En guise de comparaison, la population totale du département de l'Ouest est estimée à 3 096 967 habitants au cours de cette même période, soit environ 36,98% de l'ensemble de la population d'Haïti. Quant à l'aire métropolitaine de Port-au-Prince, elle en représente 22,88%. Par ailleurs, la population active du département de l'Artibonite vient en deuxième position avec un nombre de 1 449 individus sur un échantillon de 2940 collectées. Toutefois, si le taux d'activité s'élève à 49,6%, le taux de chômage représente alors 20,3% en 2003 selon cette enquête. En troisième position, vient la population active du département du Nord avec un nombre de 1 136 individus sur un échantillon de 2794. Avec un taux d'emploi de 43,2%, cette quantité d'actifs enquêtée par l'IHSI en 2003 est significativement très faible par rapport à l'ensemble de la population du Nord, soit 823 043 habitants. Par rapport à une population totale de 521 651 habitants pour le département du Sud en 2003, la population active qui est enquêtée en a compté 292, qui elle-même aussi est significativement très faible. Si la population active du département du Nord-est est de 507 individus sur un échantillon enquêté de 1 375, alors celle du département du Nord-ouest est relativement plus élevée, c'est-à-dire elle est de 914 individus sur un échantillon de 1375. Toutefois, le taux de chômage est plus élevé dans le département du Nord-est (24,4%) que celui du Nord-ouest (23,4%) au cours de cette période. De même que le taux de chômage est plus élevé pour le département du Centre (7%), par rapport à celui du département du Sud-est (5,5%) dans l'échantillon tiré pour chacun des deux départements par l'IHSI en 2003. Le département de la Grand'Anse,

quant à lui, accuse d'une population active de 1 191 individus sur un échantillon enquêté de 2405, soit 0,3% de l'ensemble de sa population en 2003. Toutefois, il reste à mentionner que pendant les résultats de l'enquête, le département de la Grand'Anse ne faisait qu'un seul département avec les Nippes. Il a fallu attendre la publication de la loi portant la création du département des Nippes dans le journal officiel le Moniteur le 30 octobre 2003 pour que le pays puisse se doter d'un dixième département sur le plan géographique.

La population active dans chaque département qui représente notre population-mère a été présentée. En effet, elle constitue notre centre d'intérêt, c'est-à-dire le véritable « laboratoire » qui permet de faciliter l'analyse dans le cadre de notre thèse. Enfin, pour représenter notre population cible, nous avons choisi trois variables de contrôle, à savoir le sexe (hommes et femmes entrepreneurs ou non-entrepreneurs), l'âge (20 à 49 ans, 50 ans et plus) et le statut institutionnel (hommes et femmes de 20 ans et plus qui sont des employés dans le secteur public, parapublic, employés dans l'entreprise privée et familiale, hommes et femmes de 20 ans et plus qui sont des patrons ou employés à leur propre compte, hommes et femmes de 20 ans et plus qui sont chômeurs et hommes et femmes qui font partie des catégories qui travaillent dans les organismes non gouvernementaux, travaillant à la maison de quelqu'un ou techniciennes de surface). Ces variables de contrôle sont représentées selon la distribution de la population active dans les dix départements géographiques du pays, à partir de la base de sondage de l'IHSI en 2003. Nous présentons d'abord la répartition de la population active par sexe dans le tableau N^o 14. Vient ensuite dans le tableau N^o 15 la répartition de la population par statut institutionnel, c'est-à-dire la façon dont les hommes et les femmes actifs se répartissent au sein de cette population. Enfin, dans le tableau N^o 16, nous présentons la répartition par catégorie d'âge la population active de chaque département du pays.

Tableau 14. Répartition de la population-mère par sexe selon les dix départements géographiques d'Haïti

	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Total échantillon hommes collectés (actifs et inactifs)	1349	1159	659	1058	860	3131	987	1413	1228
Total échantillon femmes collectées (actives et inactives)	1445	1180	716	1141	975	3578	945	1527	1177
échantillon hommes actifs	600	647	270	494	488	1932	584	816	685
échantillon femmes actives	526	485	237	420	480	1814	487	633	506
Taux d'activité hommes	43,50%	55,70%	40,80%	47,30%	57,70%	62,10%	59,20%	58,50%	58,10%
Taux d'activité femmes	34,80%	41,00%	33,20%	37,10%	49,70%	51,70%	51,30%	41,30%	42,50%
Taux d'activité de l'échantillon total	39,00%	48,30%	36,90%	42,00%	53,40%	56,60%	55,40%	49,60%	50,50%

Source : construit à partir des informations tirées de l'enquête réalisée en 2003 par l'IHSI

Tableau 15. Répartition de la population-mère par statut selon les 10 départements géographiques d'Haïti

	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon des chômeurs collectés	320	118	122	221	63	1493	78	319	169
Taux des chômeurs	27,80%	10,60%	24,40%	23,40%	5,50%	42%	7,00%	20,30%	13,90%
Échantillon des actifs occupés	806	1014	385	693	905	2253	993	1130	1022
Taux d'activité des Employés privés	8,20%	5,30%	0,60%	0,90%	3,10%	69,90%	4,10%	5,00%	3,00%
Taux d'activité Employés publics	9,40%	4,60%	2,60%	2,20%	2,60%	60,00%	4,20%	8,20%	6,30%
Taux d'activité Patron	7,20%	10,50%	2,60%	5,80%	7,40%	29,40%	9,40%	16,50%	11,20%
Autres	34,90%	47,60%	7,20%	10,60%	36,90%	170,80%	20,50%	56,40%	15,40%

Source : construit à partir des informations tirées de l'enquête réalisée en 2003 par l'IHSI

Tableau 16. Répartition de la population-mère par deux catégories d'âge selon les dix départements d'Haïti

	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon des actifs	1126	1132	507	914	968	3746	1071	1149	1191
Taux d'actifs de [20 - 49] ans	60,13%	75%	60,38%	62,67%	74,91%	77,55%	78,28%	72,47%	76,53%
Taux d'actifs de 50 ans et plus	45,13%	68,45%	50,23%	52,38%	69,20%	60,05%	74,63%	72,05%	70,33%

Source : construit à partir des informations tirées de l'enquête réalisée en 2003 par l'IHSI

Conformément à la méthode des quotas, nous avons reproduit à l'identique cette distribution dans notre échantillon cible. Pour être sûrs d'obtenir une quantité de réponses

valables, nous avons ciblé en effet un échantillon de quatre cents (400) individus qui sont répartis suivant la distribution dans les tableaux ci-dessous.

Tableau 17. Distribution de l'échantillon cible par sexe

	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon actifs hommes cible	20	20	20	20	20	20	20	20	40
Échantillon actifs femmes cible	20	20	20	20	20	20	20	20	40
Taux d'actifs hommes cible	1,48%	1,73%	3,03%	1,89%	2,32%	0,64%	2,03%	1,42%	3,26%
Taux d'actifs femmes cible	1,38%	1,69%	2,79%	1,75%	2,05%	0,56%	2,12%	1,31%	3,40%

Source : construit à partir des informations tirées de l'enquête réalisée en 2003 par l'IHSI

Tableau 18. Distribution de l'échantillon cible par statut

	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon des chômeurs cible	8	8	8	8	8	8	8	8	16
Taux des chômeurs cible	2,50%	6,78%	6,56%	3,62%	12,70%	0,53%	10,26%	2,51%	9,47%
Échantillon des actifs occupés cible	32	32	32	32	32	32	32	32	64
Taux d'activité des Employés privés cible	0,99%	0,79%	2,08%	1,15%	0,88%	0,36%	0,81%	0,71%	1,57%
Taux d'activité Employés publics cible	0,99%	0,79%	2,08%	1,15%	0,88%	0,36%	0,81%	0,71%	1,57%
Taux d'activité Patron cible	0,99%	0,79%	2,08%	1,15%	0,88%	0,36%	0,81%	0,71%	1,57%
Autres cible	0,99%	0,79%	2,08%	1,15%	0,88%	0,36%	0,81%	0,71%	1,57%

Source : construit à partir des informations tirées de l'enquête réalisée en 2003 par l'IHSI

Tableau 19. Distribution de l'échantillon cible par catégories d'âge

	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon des actifs cible	40	40	40	40	40	40	40	40	80
Taux d'actifs de [20 - 49] ans cible	1,78%	1,77%	3,94%	2,19%	2,07%	0,53%	1,87%	1,74%	3,36%
Taux d'actifs de 50 ans et plus cible	1,78%	1,77%	3,94%	2,19%	2,07%	0,53%	1,87%	1,74%	3,36%

Source : construit à partir des informations tirées de l'enquête réalisée en 2003 par l'IHSI

2.3. Le déroulement de l'enquête

Rappelons que notre objectif ici était de réaliser une enquête auprès de la population active à travers tous les départements géographiques d'Haïti. En optant pour

une combinaison de méthodes d'échantillonnage, nous nous sommes allés sur le terrain, dans les entreprises, les administrations publiques, et nous avons rencontré les patrons (ou chefs d'entreprise), les chômeurs et autres, afin de recueillir l'échantillon qui a été indiqué ci-dessus.

Notre enquête a été lancée début du mois de février 2017 et a été complètement terminée fin juin 2017. Elle a duré environ 5 mois. Nous notons qu'au cours de cette enquête, la majorité des enquêtés répondaient aux questions en présence des enquêteurs qui sont au nombre de sept. Cela permettait à ces derniers d'apporter des éclaircissements sur des questions qui pouvaient être incomprises. En fait, pour être plus précis, voici la procédure mise en place pour chaque catégorie de sous-population étudiée :

Pour la sous-population qui est liée aux individus qui travaillent dans le secteur public et parapublic, nous avons disposé d'un répertoire exhaustif de tous les services administratifs qui sont basés dans chaque département. Nous avons procédé de façon aléatoire en choisissant une quarantaine (40) d'organismes publics et parapublics, à raison de choisir quatre (4) individus qui travaillent au niveau de ces organismes cités pour chaque département. Nos enquêteurs se sont généralement déplacés dans ces entités identifiées pour réaliser des entretiens. Pour chacun des organismes, les enquêteurs ont procédé de la manière simple en sélectionnant généralement les premiers rencontrés qui souhaitaient répondre à notre questionnaire. Pour chaque département, nous avons fait attention au respect du quota, dans la parité du sexe et de la catégorie d'âge, qui est fixé dans l'échantillon.

Pour soumettre nos questionnaires aux employés du secteur privé, nous n'avons disposé d'aucune base de sondage fiable permettant d'effectuer un échantillonnage aléatoire. Cependant, nous étions en possession d'une liste de plus de 513 entreprises, établie à la fois par la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Haïti (CCIH) et Haïti transparence⁴³. Nous avons sélectionné aléatoirement dans cette liste 80 entreprises, à raison de huit (8) par département. Puis nos enquêteurs sont entrés en contact par téléphone et par courriel avec ces dernières (ordinairement le gérant de l'entreprise) pour obtenir des rendez-vous. En fait, dans chaque entreprise sélectionnée par département,

⁴³ Haïti Transparence est un organisme offrant la possibilité à toutes les entreprises du pays de s'enregistrer volontaire sur son site d'internet. <http://www.haititransparence.org>

nous avons administré entre 2 et 8 questionnaires, et ceci en fonction de la taille de l'entreprise⁴⁴. Là aussi, comme dans le secteur public, l'échantillonnage a été porté sur les premiers employés rencontrés, et qui souhaitaient certainement répondre à notre questionnaire. C'est comme dans le secteur public, nous étions très attentionnés quant au respect du quota concernant la parité du sexe et de l'âge des interviewés dans l'entreprise privée.

Pour la sous-population qui travaille à son propre compte, nous avons utilisé la liste des 513 entreprises établie par la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Haïti (CCIH) et Haïti Transparence. À l'instar des employés du secteur privé, nous avons procédé quasiment de la même façon que pour les patrons, en leur adressant une lettre par voie électronique pour leur présenter le but du sondage et leur demander d'y participer en remplissant le questionnaire. Heureusement, nous avons trouvé dans chaque département géographique du pays autant de patrons hommes que de patrons femmes qui ont répondu à nos questionnaires, ce qui a permis de faire respecter la parité du quota indiqué dans l'échantillon.

Pour administrer nos questionnaires auprès des chômeurs, nous nous sommes basés sur les données relatives aux demandeurs d'emploi, déposées par les chômeurs auprès du Ministère des Affaires Sociales et du Travail (MAST) et d'un cabinet d'entreprise privé qui s'identifie au nom de Jobpaw. En effet, une liste de CV⁴⁵ déposés sur le site Internet de ce Ministère est consultable, et est accessible à tous. Nous avons donc établi à partir de ces informations une liste des personnes auxquelles nos enquêteurs allaient soumettre nos questionnaires. Ces personnes ont été contactées pour la majorité au moyen d'appels téléphoniques pour fixer des rendez-vous. Pour cette catégorie de sous-population, la majorité des questionnaires ont été complétés via des interviews directes.

Quant à la cinquième catégorie de sous-population, il s'agit des individus travaillant dans une entreprise familiale, les femmes de ménage (qui sont plus connues actuellement sous l'appellation de technicienne de surface) et ceux qui travaillent dans une Organisation non gouvernementale (ONG). Là encore, nous n'avons pas disposé des

⁴⁴Nous avons convenus d'interviewer 2 à 4 employés, pour une entreprise dont la taille est comprise entre 3 et 5 employés, 4 à 8 employés pour une entreprise dont la taille est supérieure à 8 employés.

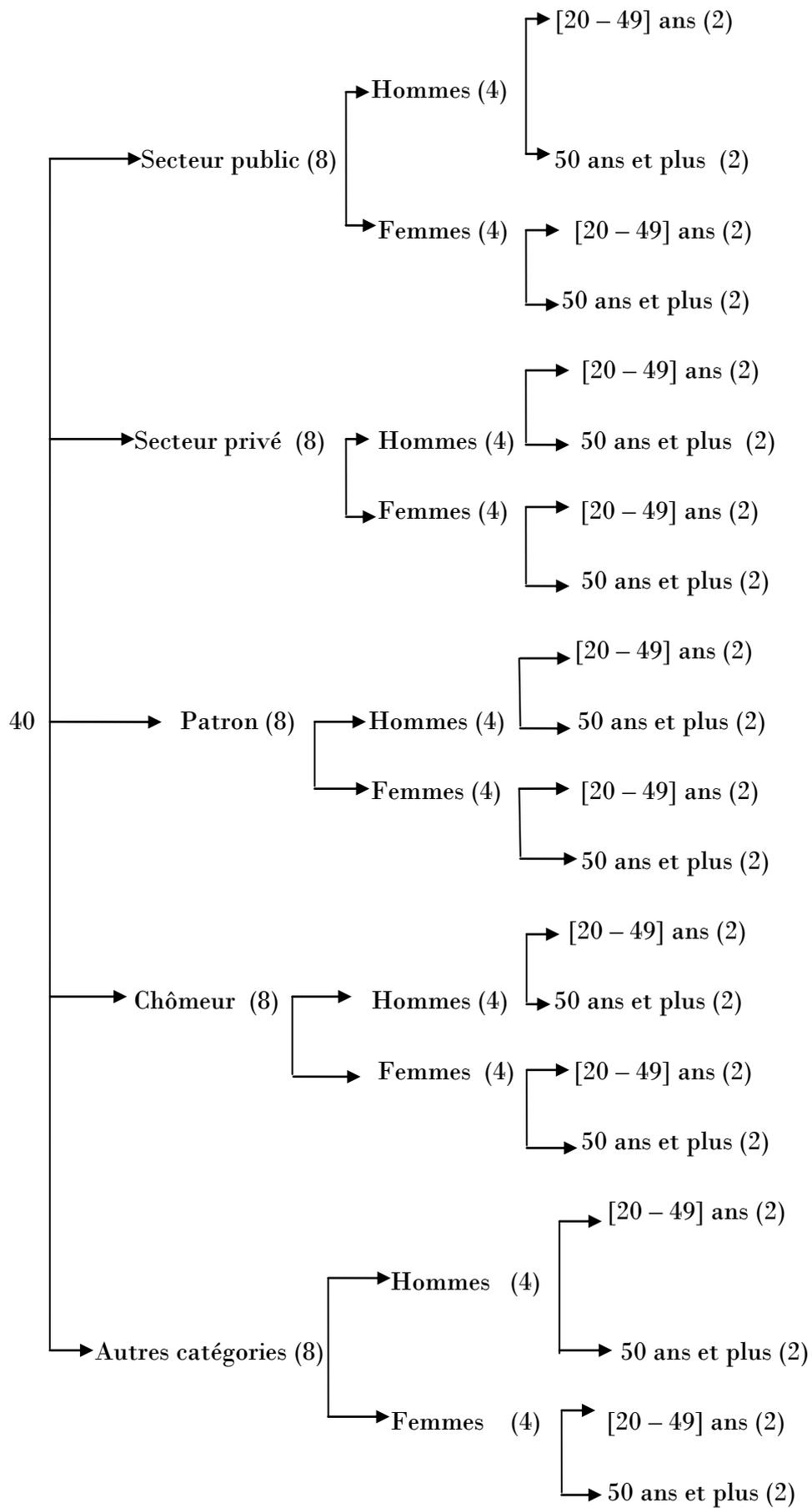
⁴⁵<http://mast.gouv.ht/>

données fiables permettant d'effectuer un échantillonnage aléatoire. Comme dans le secteur public et privé, l'échantillonnage a été porté sur ceux en premier qui souhaitent répondre à notre questionnaire. Toujours, dans le respect de la parité du sexe et de l'âge qui est fixée dans l'échantillon, nous étions très prudents.

Nous notons aussi que durant la réalisation de cette collecte de données, nos enquêteurs ont été très souvent confrontés à des difficultés dues à la disponibilité de certains enquêtés. Il arrive souvent que les enquêtés demandent aux enquêteurs de leur laisser le questionnaire et de revenir le lendemain, le temps qu'ils le remplissent. Pour certains, cet engagement peut prendre plusieurs jours, voire des semaines avant d'être respecté. Et parfois, le questionnaire n'est jamais rendu par l'enquêté qui l'avait promis. La question de la disponibilité de certains enquêtés s'est répercutée de deux manières sur le déroulement de l'enquête. D'abord, cela a retardé la collecte et a obligé les enquêteurs à revoir très souvent leur calendrier. Ensuite, cela représentait un facteur générateur de coûts, notamment pour les transports et la communication, avec de va-et-vient, parfois vains. En raison de la contrainte de temps, nous n'avons pas pu atteindre l'échantillon cible de 400 individus, que nous nous étions fixés au départ. Cependant, grâce au dynamisme et à la persévérance dont on fait preuve nos enquêteurs sur le terrain, nous avons pu réussir à surmonter quasiment toutes les difficultés. Ainsi, nous avons pu administrer 385 questionnaires. Nous en avons pu réussir 335, soit un taux de réponse d'environ 83,75%.

En dernier lieu, nous devons mentionner qu'en plus de la méthode des quotas que nous avons utilisée dès le départ, voici la façon dont nous avons pu aussi stratifier notre échantillon de 400 individus et le représenter finalement sous forme de grappe. De ce fait, nous avons utilisé une combinaison de méthodes d'échantillonnage (quotas, stratification et par grappes, dont nous schématisons ainsi pour 40 individus par département, soit un total de 400 individus pour 10 départements :

Figure 29. Schématisation de notre échantillon cible par la combinaison des méthodes des quotas, de stratification et par grappes.



Nous avons utilisé ce même schéma pour chacun des dix départements. Nous avons administré nos questionnaires tant dans les villes métropolitaines que dans les communes rurales, comme c'est indiqué dans l'enquête de l'IHSI en 2003.

2.4. Traitement des données et outils d'analyse

Après avoir rassemblé tous les questionnaires qui étaient acheminés auprès de tous nos répondants, nous avons minutieusement vérifié chacun d'entre eux avant de nous lancer dans la procédure de saisie. Cette vérification nous a permis de constater que dans les 335 questionnaires qui ont été acheminés, il y en avait trente-cinq (35) à peu près qui présenteraient de fausses informations, des réponses incomplètes, voire inutiles. Pour toutes ces raisons, nous avons décidé d'éliminer ces questionnaires, ce qui a ramené notre échantillon de travail à 300 individus. Et, comme on peut le vérifier dans le tableau comparatif suivant, notre échantillon de travail n'a pas exactement la distribution de la population-mère en termes de pourcentage (%), mais s'en est rapproché.

Tableau 20. Comparaison entre l'échantillon cible par sexe et l'échantillon final sexe constitué

Distribution de l'échantillon cible par sexe									
	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon actifs hommes cible	20	20	20	20	20	20	20	20	40
Échantillon actifs femmes cible	20	20	20	20	20	20	20	20	40
Taux d'actifs hommes cible	1,48 %	1,73%	3,03%	1,89%	2,32%	0,64%	2,03%	1,42%	3,26%
Taux d'actifs femmes cible	1,38 %	1,69%	2,79%	1,75%	2,05%	0,56%	2,12%	1,31%	3,40%

Distribution de l'échantillon final par sexe constitué									
	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon actifs hommes final constitué	10	22	15	20	22	10	24	15	20
Échantillon actifs femmes final constitué	20	8	15	10	8	20	6	15	40
Taux d'actifs hommes constitués	0,74 %	1,90%	2,28%	1,89%	2,56%	0,32%	2,43%	1,06%	1,63%
Taux d'actifs femmes constituées	1,38 %	0,68%	2,10%	0,86%	0,82%	0,56%	0,63%	0,33%	3,40%

Source : Construit par nos soins

Tableau 21. Comparaison entre l'échantillon cible par statut et l'échantillon final statut constitué

Distribution de l'échantillon cible par statut									
	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon des chômeurs cible	8	8	8	8	8	8	8	8	16
Taux des chômeurs cible	2,50%	6,78%	6,56%	3,62%	12,70%	0,53%	10,26%	2,51%	9,47%
Échantillon des actifs occupés cible	32	32	32	32	32	32	32	32	64
Taux d'activité des Employés privés cible	0,99%	0,79%	2,08%	1,15%	0,88%	0,36%	0,81%	0,71%	1,57%
Taux d'activité Employés publics cible	0,99%	0,79%	2,08%	1,15%	0,88%	0,36%	0,81%	0,71%	1,57%
Taux d'activité Patron cible	0,99%	0,79%	2,08%	1,15%	0,88%	0,36%	0,81%	0,71%	1,57%
Autres cible	0,99%	0,79%	2,08%	1,15%	0,88%	0,36%	0,81%	0,71%	1,57%
Distribution de l'échantillon final par statut constitué									
	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon des chômeurs constitué	8	8	8	8	8	8	8	8	16
Taux des chômeurs final constitué	2,50%	6,78%	6,56%	3,62%	12,70%	0,53%	10,26%	2,51%	9,47%
Échantillon des actifs occupés const	22	22	22	22	22	22	22	22	44
Taux d'activité des Employés privés constitué	0,68%	0,34%	1,43%	0,79%	0,61%	0,24%	0,55%	0,49%	0,68%
Taux d'activité Employés publics final constitué	0,68%	0,54%	1,43%	0,79%	0,61%	0,24%	0,55%	0,49%	0,68%
Taux d'activité Patron constitué	0,48%	0,54%	1,43%	0,79%	0,61%	0,24%	0,55%	0,49%	0,78%
Autres constitué	0,88%	0,74%	1,43%	0,79%	0,61%	0,24%	0,55%	0,49%	0,98%

Tableau 22. Comparaison entre l'échantillon cible par catégorie d'âge et l'échantillon final par catégorie d'âge constitué

Distribution de l'échantillon cible par catégorie d'âge									
	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon des actifs cible	40	40	40	40	40	40	40	40	80
Taux d'actifs de [20 - 49] ans cible	1,78%	1,77%	3,94%	2,19%	2,07%	0,53%	1,87%	1,74%	3,36%
Taux d'actifs de 50 ans et plus cible	1,78%	1,77%	3,94%	2,19%	2,07%	0,53%	1,87%	1,74%	3,36%
Distribution de l'échantillon final par catégorie d'âge constitué									
	Nord	Sud	Nord-est	Nord-ouest	Sud-est	Ouest	Centre	Artibonite	Grand'Anse et Nippes
Échantillon des actifs finaux constitués	30	30	30	30	30	30	30	30	60
Taux d'actifs de [20 - 49] ans constitué	1,33%	1,33%	1,96%	2,64%	1,55%	0,40%	1,40%	1,31%	3,52%
Taux d'actifs de 50 ans et plus constitué	1,33%	1,33%	3,96%	0,64%	1,55%	0,40%	1,40%	1,31%	1,52%

Source : construit par nos soins

Par ailleurs, les données recueillies ont été saisies et traitées à l'aide des logiciels SPSS⁴⁶ 17.0, EViews 8 et STATA. Un système de codification nous a permis d'associer à chaque réponse du questionnaire un code, exprimé en chiffres. Le logiciel SPSS 17.0 a été utilisé notamment pour réaliser dans un premier temps une analyse statistique descriptive des réponses. En fait, nous en avons utilisé pour calculer les fréquences, les moyennes, le minimum et le maximum, l'écart-type, etc. afin d'observer les tendances générales des données, d'écrire l'échantillon, et analyser les réponses.

La deuxième étape de l'analyse des données recueillies consistait à vérifier les hypothèses de recherche, grâce aux différentes méthodes qui sont requises, comme les méthodes de régression Probit et Logit et les tests d'appréciation globale des modèles, à l'instar du test de R^2 de MacFadden, du test de Hosmer-Lemeshow, etc. Elle se fait par le biais des logiciels EViews⁴⁷ 8 et STATA⁴⁸. Pour faciliter toutes ces analyses, nous avons procédé à la mesure et au test de validation de certaines variables de recherche. Et, nous nous en servons des mesures suivantes :

- Le calcul du coefficient Alpha de Cronbach ;
- Le calcul de la valeur du facteur d'inflation de la variance (VIF) pour faciliter le test de multicolinéarité et le calcul des coefficients de corrélation entre les variables explicatives ;
- Etc.

Toutes ces mesures, qui sont liées à la validation ou la spécification des variables dans nos modèles à estimer, seront présentées dans le premier chapitre de la quatrième partie. Quant à l'appréciation des modèles estimés, nous faisons des tests d'appréciation ou d'ajustement. Cependant, sans se préoccuper pour l'instant de la mesure des items de certaines de nos variables de recherche, nous présentons les résultats descriptifs de toutes les données constituant notre base d'échantillonnage dans ce chapitre qui suit.

⁴⁶ SPSS : Statistical Package For Social Sciences (logiciel statistique pour les Sciences sociales).

⁴⁷ EViews : Logiciel statistique qui est utilisé principalement pour l'analyse économétrique orientée vers les séries temporelles.

⁴⁸ STATA : Logiciel de statistiques et d'économétrie largement utilisé par les économistes et les épidémiologistes. Il est développé par StataCorp, entreprise basée à College Station, au Texas.

CHAPITRE 2. ÉTUDES STATISTIQUES DESCRIPTIVES

Ce chapitre se propose de faire des analyses descriptives unidimensionnelle et bidimensionnelle sur les variables qui sont liées aux caractéristiques personnelles des répondants, sur celles qui sont véhiculées selon leur appartenance sociale et sur celles qui caractérisent les motivations entrepreneuriales (*section 1*). Il se propose également de faire une analyse descriptive univariée sur chaque item des variables liées aux traits culturels identifiés chez les Haïtiens (*section 2*). Dans les deux cas, notre analyse part dans l'idée de chercher à donner une certaine représentativité individuelle à chaque variable ou à chaque item constituant une variable.

Section 1. Analyse descriptive uni-variée et bi-variée sur les variables de recherche qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale et sur celles qui sont liées aux motivations entrepreneuriales constituant notre échantillon

Cette section se décompose en deux grandes catégories d'analyses. Dans une première catégorie, nous analysons les données qui concernent les caractéristiques personnelles et l'appartenance sociale. Dans un seconde, nous tenons compte des variables liées aux motivations entrepreneuriales constituant notre échantillon.

1.1. Les résultats descriptifs des variables de recherche liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale des répondants

Les catégories de ces variables sont : l'âge, le sexe, la CSP ou le profil de parents, le niveau d'éducation, l'expérience professionnelle acquise, l'engagement social, politique, économique et écologique, la responsabilité familiale ou être chefs de ménage, la situation financière ou le patrimoine légué en héritage et le positionnement géographique.

Tableau 23. Résultats descriptifs des caractéristiques personnelles des répondants et leur appartenance sociale

Variables	Modalités	Effectif	Pourcentage (%)
sexe	Masculin	150	50
	Féminin	150	50
Age	[20-49 ans]	150	50
	50 ans et plus	150	50

Niveau d'éducation	Primaire	30	10
	Secondaire	90	30
	Licence	60	20
	Maîtrise et plus	18	6
	Études professionnelles	30	10
	Aucun niveau	72	24
CSP ou profil des parents	Cadres entreprises privées ou administrations.	13	4,45
	Chefs d'entreprises	9	3
	Artisans ou commerçants	63	20,85
	Professions intellectuelles supérieures	15	5
	Professions intermédiaires	30	10
	Agriculteurs	92	30,7
	Autres	78	26
Expériences professionnelles acquises	Oui	200	66,76
	Non	100	33,24
Engagement social, politique, économique et écologique	Oui	97	32,50
	Non	203	67,50
Responsabilité familiale/chefs ménage	Oui	170	56,70
	non	130	43,30
Situation financière ou patrimoine	oui	44	14,66
	non	256	85,34
Position géographique	Milieu urbain	173	57,82
	Milieu rural	127	42,18

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel SPSS 17.0

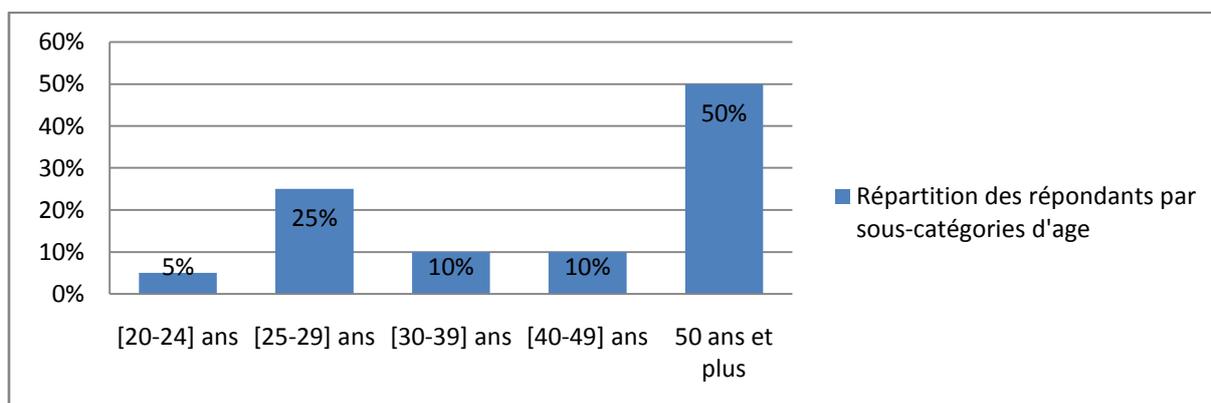
1.1.1. Analyse des résultats descriptifs du sexe

Les résultats de notre enquête montrent une représentation égalitaire entre hommes (50%) et femmes (50%). Toutefois, plus de 70% des répondants de sexe féminin ne sont pas motivés à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine. Ces femmes qui sont pour la majorité des employés du secteur public et parapublic sont surtout originaires des départements de la Grand'Anse, des Nippes, du Nord-est, du Nord-ouest, de l'Artibonite et du Centre.

1.1.2. Analyse des résultats descriptifs de l'âge

Pour deux grandes catégories d'âge, les résultats de l'enquête nous donnent un pourcentage de 50% pour les répondants qui ont 50 ans et plus et celui de 50% aussi pour ceux qui ont la tranche d'âge de 20 à 49 ans. En prenant en compte des répondants dans les deux grandes catégories d'âge enquêtées, 12,4% d'entre eux ont déclaré n'avoir jamais eu un emploi dans leur vie active, pendant que 35,12% ont prouvé contrairement qu'ils ont décroché leur première embauche, et ceci dans la sous-catégorie d'âge entre 25 à 29 ans. Par rapport à la zone d'affectation actuelle, 56,4% de cette proportion d'embauche citée sont affectées dans les départements de l'Ouest, du Sud, du Nord, de l'Artibonite et du Sud-est. De plus, 56,7% des deux grandes catégories d'âge ont déclaré qu'ils ne sont pas intéressés à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine. Cependant, la catégorie de 50 ans et plus est largement majoritaire par rapport à une telle décision, soit de plus de 77,42%.

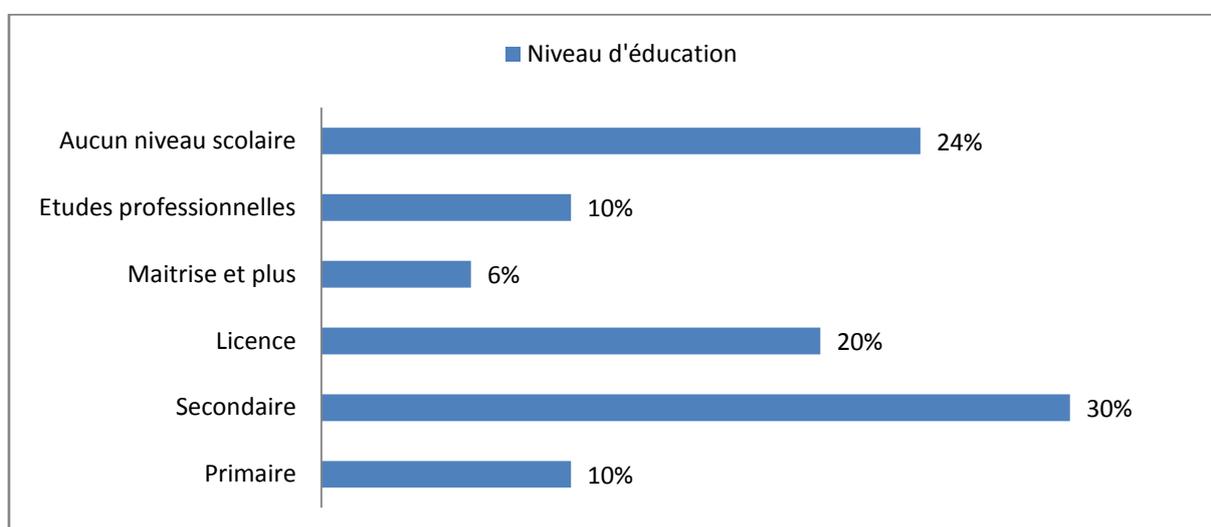
Figure 30. Répartition des répondants par sous-catégories d'âge



1.1.3. Analyse des résultats descriptifs du niveau d'éducation

Le niveau d'instruction semble très varié. Près de 20% ont un niveau de licence et généralement 76% ont au moins un niveau primaire, contre 24% qui n'ont aucun niveau. Par rapport à cette dernière mention, les femmes sont légèrement plus défavorisées, avec 25% de nos répondants qui n'ont aucun niveau scolaire, contre 23,5% des répondants. On observe par ailleurs que la première catégorie d'âge, c'est-à-dire entre 20 à 49 ans, a un niveau d'éducation plus élevé. Notre échantillon montre en effet qu'environ 28,1% des répondants qui ont des niveaux de licence, de Maîtrise et plus font partie de cette catégorie d'âge qui vient juste d'être susmentionnée, contre seulement 6,25% dont la tranche d'âge est de 50 ans et plus. Et, par rapport aux questions sur la motivation de cette même catégorie de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur département d'origine, plus de 76,34% sont très démotivés, contre seulement 23,66%. Nous notons que plus de 34,58% des répondants qui ont un niveau de Maîtrise et plus sont originaires des départements du Nord et de l'Ouest.

Figure 31. Répartition des répondants par niveau d'éducation

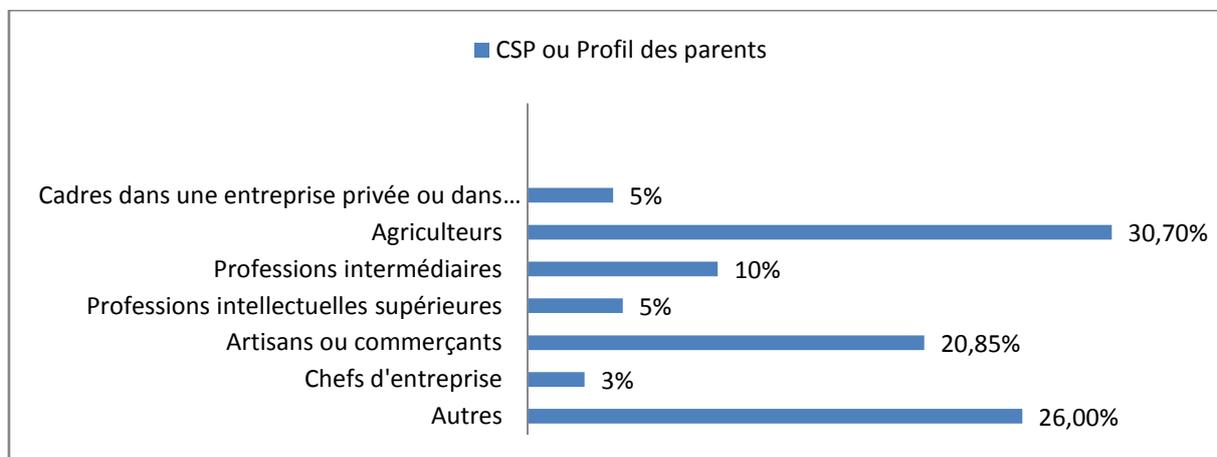


1.1.4. Analyse des résultats descriptifs de la CSP ou du profil des parents

Parmi les catégories socioprofessionnelles des parents de nos répondants, 56,7% ont leurs parents qui pratiquent l'agriculture, l'élevage et la pêche, contre seulement 7,45% dont leurs parents sont chefs des entreprises ou cadres dans l'administration publique ou dans le secteur privé. Quant au profil des parents des répondants qui se retrouvent dans les

professions intermédiaires, la proportion s'élève à 10,67%, contre 20,23% qui ont leurs parents artisans ou commerçants. Les répondants dont leurs parents sont des employés du secteur privé ont une plus grande proportion que ceux des chômeurs, soit 49,67% contre seulement 26,66%. Certains répondants dont leurs parents sont des employés du secteur privé (soit une proportion de 12,34%) habitent actuellement dans la maison parentale, et ceci parce qu'ils sont encore célibataires et pour la majorité sans enfants. Et, par rapport à la question sur leur décision de créer à court terme ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet caractère entrepreneurial dans leur département d'origine, plus de 78,34% de ces répondants sont plutôt démotivés.

Figure 32. Répartition de la CSP ou profil des parents des répondants



1.1.5. Analyse des résultats descriptifs de l'expérience professionnelle acquise

Quant à l'expérience professionnelle acquise, les résultats de l'enquête montrent que plus 66,76% de nos répondants ont déjà une expérience professionnelle, même si 48,23% d'entre eux sont restés un à deux ans sans travailler. 24,6% de ces répondants ont une licence dans le domaine du Droit/Économie/Gestion. Même s'ils ont des expériences professionnelles, plus de 55,67% ont déclaré qu'ils ne sont pas du tout motivés à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine.

1.1.6. Analyse des résultats descriptifs de l'engagement social, politique, économique et écologique

Plus de 67,50% de nos répondants ont déclaré qu'ils n'ont pas de responsabilité sociale, politique, économique et écologique en Haïti, contre seulement 32,50%. N'ayant

aucune confession religieuse, ces répondants sont pour la majorité nés dans les départements du Nord-est, du Nord-ouest, de la Grand'Anse et des Nippes. Tandis que 32,50% partagent les religions catholique, protestante et vaudou. Sur la question de la motivation de cette catégorie de répondants à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur département d'origine, plus de 56,6% d'entre eux ont répondu négativement.

1.1.7. Analyse des résultats descriptifs de la responsabilité familiale ou être chefs de ménage

Plus de 56,7% des répondants ont déclaré qu'ils sont chefs de famille ou chefs de ménage, contre seulement 43,3%. Parmi ceux qui sont chefs de famille, 67,7% ont du même coup répondu qu'ils ont aussi des proches qui sont placés financièrement sous leur responsabilité. En plus d'une redevance financière qu'ils ont envers leurs proches, plus de 67,23% d'entre eux ont déclaré qu'ils ont entre un à trois enfants. Si 45,3% de ces répondants ont plus de 3 sœurs et de 3 frères, alors plus de 47,3% d'entre eux ont leurs parents qui sont encore vivants. Et sur la question qui est liée à la motivation de cette catégorie de répondants à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet entrepreneurial dans leur propre département d'origine, plus de 63,21% d'entre eux ont répondu négativement, donc démotivés.

1.1.8. Analyse des résultats descriptifs de la situation financière ou le patrimoine légué en héritage

Quant à la situation financière de nos répondants, 85,34% d'entre eux ont répondu qu'ils n'ont aucun bien comme patrimoine ou qu'ils n'ont reçu aucun bien en héritage. Toutefois, les répondants qui ont répondu positivement à cette question sont majoritairement des patrons et sont originaires pour la majorité des départements du Nord, du Sud et de l'Ouest. Et, quant à leur décision de créer à court terme ou de porter sur le CT ou sur le LT un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine, 87,6% d'entre eux sont plutôt démotivés, contre seulement 16,6%.

1.1.9. Analyse des résultats descriptifs du positionnement géographique

57,82% de nos répondants habitent en centre-ville (zone urbaine), contre seulement 42,18% qui résident hors du centre-ville, c'est-à-dire dans les sections communales ou en

raz campagne ou en milieu rural. Les répondants qui habitent dans les milieux ruraux proviennent en majorité des départements du Centre, de la Grand'Anse, du Nord-est, du Nord-ouest et des Nippes. Quant à leur décision de créer à court terme une entreprise ou à porter sur le MT ou sur le LT un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département, plus de 67,9% d'entre eux estiment qu'ils ne sont pas du tout motivés.

1.2. Les résultats descriptifs des variables liées aux motivations entrepreneuriales des répondants constituant notre échantillon

Dans cette catégorie, nous analysons notamment les résultats descriptifs des secteurs d'activité dans lesquels les répondants souhaiteraient investir, les différents facteurs qui peuvent les contraindre d'entreprendre et ceux qui peuvent les motiver au contraire. Nous essayons également d'analyser quelques résultats à partir de la statistique descriptive bivariée.

Tableau 24. Caractéristiques de la situation entrepreneuriale de nos répondants

Eléments de motivations	Modalités	Effectif	Pourcentage (%)
Connaissez-vous le milieu des affaires ?	Oui, tout à fait	120	40
	Pas vraiment	143	47,8
	Non, pas du tout	37	12,2
Participez-vous à des formations de création d'entreprise ?	Oui	69	23,1
	Non	231	76,9
Etes-vous motivé à créer tout de suite votre entreprise ?	Oui	169	56,46
	Non	131	43,54
Si oui, souhaiteriez-vous créer dans quel secteur d'activité ?	Transport	10	3,2
	Restauration	31	10,4
	Manufacture	31	10,4
	Construction	25	8,4
	Éducation	54	18
	Microcrédit	6	2
	Commerce de détail	85	28,3

	Commerce de gros	22	7,2
	Tourisme	16	5,2
	TIC	5	1,7
	Autres	16	5,2
Sinon, êtes-vous motivé plutôt à porter sur le MT un projet ?	Oui	172	57,38
	Non	128	42,62
Sinon, êtes-vous motivé plutôt à porter sur le LT un projet ?	Oui	174	58,13
	Non	126	41,87
Sentez-vous prêt à élaborer un projet d'entreprise qui soit susceptible d'être financé ?	Oui	41	13,77
	Non	259	86,23
Désir des gens de création d'entreprise au sein de votre famille	Tout le monde	80	26,52
	Peu de gens	38	12,67
	Majorité des gens	72	24
	Plusieurs personnes	110	36,81
	Aucun	0	0,00
Désir des gens de création d'entreprise parmi vos amis	Tout le monde	38	12,62
	Peu de gens	30	10
	Majorité des gens	110	36,78
	Plusieurs personnes	122	40,6
	Aucun	0	0,00
Existence d'un nombre suffisant d'entreprises en Haïti	Pas assez	282	97,5
	Suffisamment	0	0
	Beaucoup	0	0
	Ne sait pas	8	2,5
Membres de votre famille ou de votre entourage ayant une entreprise	Oui	70	23,4
	Non	230	76,6

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel SPSS 17.0

1.2.1. Analyse des résultats descriptifs des caractéristiques de la situation entrepreneuriale de nos répondants

À la question de savoir si les répondants ont l'intention de créer tout de suite une entreprise, 56,45% ont répondu positivement, contre 76,9%. À la question de savoir s'ils ont l'intention de porter sur le moyen terme un projet d'entreprise, 57,38% ont répondu positivement. Et à la question de savoir s'ils ont l'intention de se lancer sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine, 58,13% se montrent très motivés contre 41,87%. Toutefois, même si bon nombre de répondants ont déclaré qu'ils ont déjà des expériences professionnelles, 47,8% d'entre eux ont répondu qu'ils n'ont pas connu vraiment de grandes choses sur le fonctionnement du monde des affaires, comme la connaissance en gestion des ressources, la comptabilité, etc. De plus, 76,9% des répondants ont déclaré qu'ils n'ont jamais participé à des séminaires de formation sur la création d'entreprise, ce qui pourrait expliquer leur démotivation à élaborer un projet qui soit susceptible d'être financé. En effet, le nombre de répondants qui se trouvent dans cette situation a une proportion de 86,23%, contre 13,77%.

Par ailleurs, 36,81% des répondants pensent que plusieurs personnes au niveau de leur famille ou de leur entourage veulent créer une entreprise. Ils sont 40,6% des répondants qui pensent pareillement quant à cette décision du côté de leurs amis. Au regard de la précarité qui persiste dans la situation économique haïtienne, une proportion considérable de ces répondants pense qu'il n'existe pas assez d'entreprises dans le pays. Cette catégorie de répondants est estimée à plus de 97,5%.

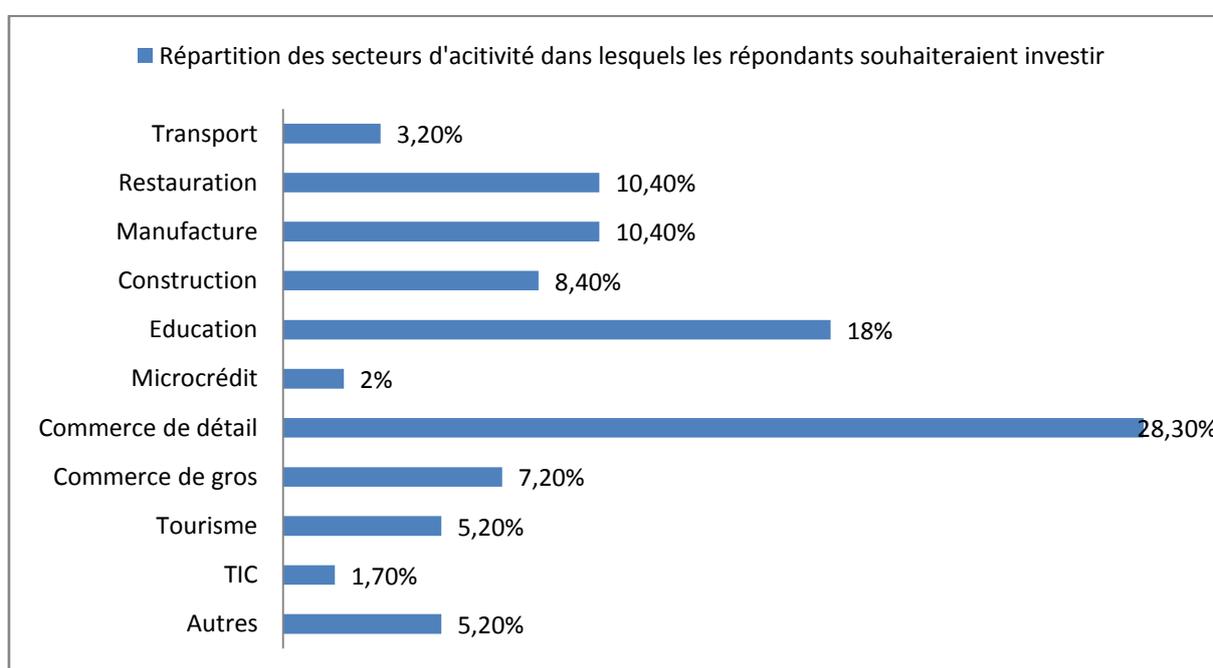
Il est à noter aussi que 23,4% des répondants ont répondu positivement quant à la question sur les membres de leur famille qui possèdent une entreprise. Dans ce sens, 67,8% d'entre eux ont déclaré que ces entreprises appartiennent soit à leurs cousins, soit à leurs beaux-frères et belles-sœurs.

1.2.2. Analyse des résultats descriptifs des secteurs d'activité dans lesquels souhaiteraient investir nos répondants

De tous les secteurs d'activité dans lesquels souhaiteraient investir nos répondants, 28,3% d'entre eux sont attirés par le commerce de détail. La principale raison, c'est que le commerce de détail marche très bien en Haïti, eu égard aux anciens qui se sont très bien installés et qui font déjà des fortunes dans ce secteur (Jean, 2014). Avec 18% seulement,

l'éducation est le deuxième secteur d'activité visé par les répondants. En fait, avec un système éducatif délaissé au secteur privé en Haïti (PNUD, 2007), on trouve que la majorité des gens sont de plus en plus intéressés à investir dans ce secteur. Il convient de noter que les avis sont partagés pour la restauration et la manufacture avec une proportion de 10,4%. Le secteur qui présente le moins d'intérêt pour les répondants demeure les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), avec 1,7% seulement.

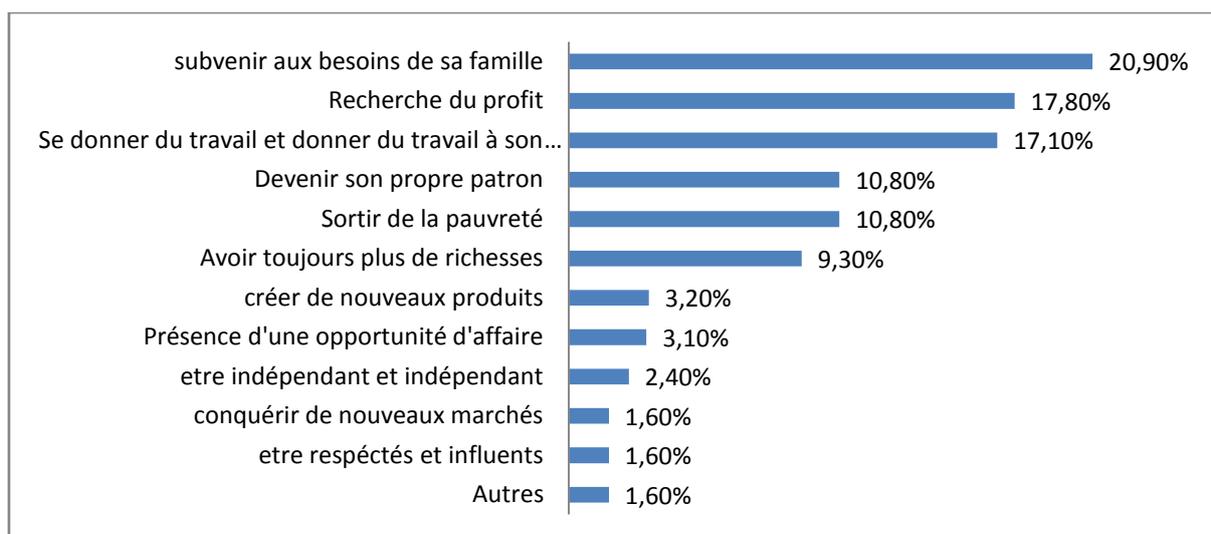
Figure 33. Répartition des secteurs d'activité dans lesquels les répondants souhaiteraient investir



1.2.3. Analyse des résultats descriptifs des principales motivations à la création d'entreprise selon nos répondants

En termes d'analyse sur les résultats descriptifs des principales motivations entrepreneuriales, 21,3% de nos répondants pensent que subvenir aux besoins quotidiens de leur famille constitue la première motivation pour devenir entrepreneur. Alors que pour 18% d'entre eux, c'est la recherche du profit, pendant que 17% pensent que c'est d'abord se donner du travail et donner du travail à leur famille. Devenir son propre patron et sortir de la pauvreté sont mentionnés comme première motivation par environ 11% des répondants, et plus de 9% estiment que c'est l'enrichissement, alors que créer de nouveaux produits, ou encore conquérir de nouveaux marchés sont mentionnés comme première motivation par moins de 4% des répondants.

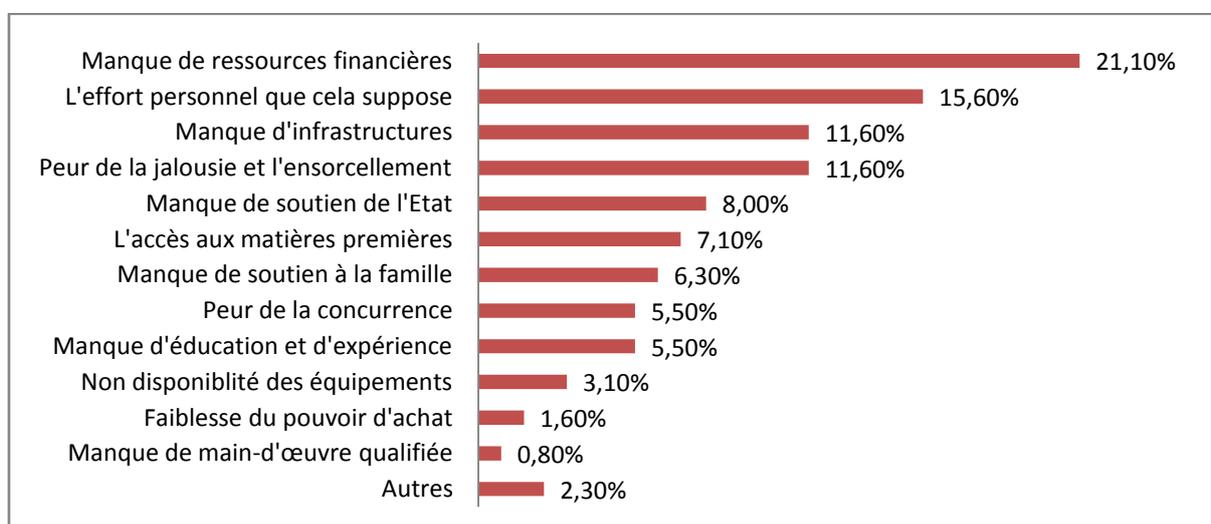
Figure 34. Principales motivations à la création d'entreprise selon nos répondants



1.2.4. Analyse des résultats descriptifs des principaux obstacles à la création d'entreprise selon nos répondants

Pour ce qui a trait aux principaux obstacles identifiés, 21% de nos répondants pensent que le problème d'accès aux ressources financières est le premier frein à la création d'entreprise. Alors que pour 15,6% d'entre eux, c'est l'effort personnel que cela suppose qui constitue le premier obstacle. La peur de la jalousie des autres et la sorcellerie sont mentionnées par 11,6% des répondants comme premier obstacle à la création d'entreprise, au même titre que le manque d'infrastructures dans le pays. 8% accusent le manque de soutien de l'État, alors que pour ce qui est le pouvoir d'achat et du manque de main-d'œuvre qualifiée, à peine de 2% des répondants les considèrent comme les premiers obstacles de la création d'entreprise.

Figure 35. Principaux obstacles à la création d'entreprise selon nos répondants



1.2.5. Relation entre la connaissance du milieu des affaires et la motivation à créer tout de suite une entreprise

Nous observons cependant une relation inverse entre la motivation à créer tout de suite une entreprise et la connaissance du milieu des affaires. Parmi les 95 répondants qui connaissent bien ce qu'est une entreprise et les moyens et ressources qu'elle exige, 52,08% sont motivés, contre 47,92% qui ne sont pas motivés à créer. 57,47% de ceux qui ont une connaissance partielle du milieu des affaires veulent quand même créer une entreprise et 42,53% ne désirent pas se lancer dans les affaires. Au niveau de ceux qui n'ont aucune connaissance, 61,29% tiennent à créer leur entreprise et 38,71% préfèrent s'abstenir. La proportion des individus désireux de créer leur entreprise demeure élevée, malgré l'absence d'une culture entrepreneuriale. Toutefois, l'intérêt pour la création d'entreprise tend à diminuer au fur et à mesure que l'individu ne maîtrise pas le monde des affaires. D'où l'existence d'une relation inverse entre le niveau de culture entrepreneuriale et le désir de créer une entreprise. Il existe donc une différence significative entre les deux variables ($r=0.030$ au seuil de significativité de 5%). Il s'agit de l'un des aspects qui peuvent décourager la création d'entreprises en Haïti.

Tableau 25. Relation entre la connaissance du milieu des affaires et la motivation à créer tout de suite une entreprise

			Motivation à créer tout de suite une entreprise		
			1.00 Oui	2.00 Non	Total
Connaissance du milieu des affaires	Oui, tout à fait	Effectif %	50 52,08%	45 47,92%	95 100,00%
	Pas vraiment	Effectif %	100 57,47%	74 42,53	174 100,00%
	Non, pas du tout	Effectif %	19 61,29%	12 38,71%	31 100,00%
	Total	Effectif %	169 56,46%	131 43,54%	300 100,00%

Calculs effectués à l'aide du logiciel SPSS 17.0

Section 2. Analyse descriptive uni-variée sur les items des variables de recherche liées aux traits culturels

Ces variables sont considérées comme fondamentales dans le cadre de notre recherche. De plus, elles feront l'objet de plusieurs tests statistiques de mesure dans le chapitre suivant, vu leur constitution. Toutefois, cela ne nous empêche pas de faire des analyses sur les résultats descriptifs obtenus pour chaque item ou énoncé formant ces variables. Nous utilisons pour cela des tableaux qui correspondent à chaque variable. Ces tableaux sont précédés de chaque analyse dont il est question et sont placés en annexe à partir d'une lettre correspondante afin de faciliter la compréhension des scores. Nous notons que ces items sont analysés suivant l'échelle de Likert allant de 1 à 7, c'est-à-dire « (1) Tout à fait en désaccord, (2) En désaccord, (3) Plutôt en désaccord, (4) Ni en accord ni en désaccord, (5) En accord, (6) Plutôt en accord, (7) Tout à fait en accord ».

2.1. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Croyances magico-religieuses et le fatalisme »

A1. « Si on ne peut pas s'attirer la chance à travers le maraboutisme et les prières de Dieu, on ne peut pas créer à CT une entreprise, voir se lancer sur le MT ou sur le LT dans un bon projet de création d'entreprise, car elle ne marchera pas ».
A2. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est dangereux si on ne peut pas se protéger contre la sorcellerie ».
A3. « La faillite d'une entreprise ou d'un projet de création d'entreprise est souvent liée à un mauvais sort ».
A4. « La prière à Dieu peut protéger l'entreprise ou le projet contre la faillite ».
A5. « Seul Dieu peut protéger l'entreprise ou un projet de création d'entreprise contre la faillite ».
A6. « Les mauvaises langues peuvent nous empêcher de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut prier Dieu et se munir de gris-gris pour s'en protéger ».
A7. « Les bénéfices d'une entreprise ou de tout projet économique que l'on entreprendra dépendent toujours de Dieu ».
A8. « Avant de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il est nécessaire de faire des aumônes ou des offrandes pour que notre affaire marche ».
A9. « Grâce à la prière de Dieu, on peut réussir tout ce qu'on entreprend de licite dans notre vie ».
A10. « Grâce au pouvoir magique, certaines personnes peuvent faire du mal à l'entreprise ou à un projet de création à distance ».
A11. « En Haïti, tous les grands hommes d'affaires réussissent parce qu'ils ont de grands marabouts qui leur font un travail occulte ».

Les croyances liées à la magie et à la religion paraissent aussi très fortes chez nos répondants. Leurs réactions à propos des énoncés qui sont présentés dans le tableau ci-dessus et dans celui qui est présenté en annexe N° 2 (A1) attestent de l'ampleur de ces croyances, et montrent à quel point elles peuvent influencer l'intention entrepreneuriale en Haïti. À propos du premier énoncé, 48,1% des répondants jugent qu'il convient de se méfier du monde des affaires (tout à fait en accord), à cause des pratiques de la sorcellerie, contre 27,2% seulement qui pensent le contraire (tout à fait en désaccord). Les réponses apportées dans le deuxième énoncé confirment cette méfiance du monde des affaires. Nous avons en effet observé qu'environ 50% des répondants sont en accord avec l'affirmation

(A2) « Créer à court terme une entreprise ou porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet de création d'entreprise dans leur propre département d'origine est dangereux si on ne peut pas se protéger contre la sorcellerie », contre 31% qui n'approuvent pas cette affirmation. De même que 51,7% des répondants approuvent le troisième énoncé (A3) «La faillite d'une entreprise ou d'un projet de création d'entreprise est souvent liée à un mauvais sort », contre 33% qui ne sont pas tout à fait d'accord avec cette affirmation. 50,4% des répondants pensent les grands hommes d'affaires réussissent parce qu'ils ont de grands marabouts qui leur font un travail occulte (A11), contre 30,2% qui pensent le contraire (tout à fait en désaccord). Pour les autres énoncés qui s'étendent plus sur la prière et la croyance en Dieu (fatalisme), les répondants sont moyennement plutôt en accord avec un score de 45,56%, contre seulement 12,3% en désaccord. Toutefois, ceux qui sont ni en accord ni désaccord sont estimés à 1,2%.

De plus, en faisant lier les croyances susmentionnées avec la religion pratiquée par les répondants, plus de 45,6% d'entre eux sont des catholiques, 37% d'entre eux sont des protestants, 10,2% font partie de la religion vaudou et 6,6% ne pratiquent aucune religion (ou secte). Nous notons que la confession musulmane est peu pratiquée en Haïti, même si elle cherche à se développer très lentement dans le pays. En somme, ces résultats montrent qu'il existe une réelle crainte du monde des affaires, jugée dangereuse en raison de la peur et de la jalousie qui peuvent aboutir à des pratiques occultes visant à faire du mal. Même si beaucoup ont recours à la croyance divine et au pouvoir magique, cette crainte pourrait expliquer la faiblesse de l'intention entrepreneuriale que nous avons relevée plutôt dans la description des résultats, ce qui reste à confirmer dans des analyses plus avancées, qui sont donc plus sophistiquées statistiquement.

2.2. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « croyance à la futilité de la vie sur terre »

B1. « La vie sur cette terre ne vaut rien, il faut œuvrer pour l'au-delà ».
B2. « La vraie récompense, ce n'est pas la réussite d'ici-bas mais l'accession au paradis ».
B3. « Il ne sert à rien de créer une entreprise, voire se lancer dans un projet de création d'entreprise, il faut plutôt œuvrer pour aller au paradis ».
B4. « On ne va pas emporter la richesse après la mort, à quoi bon de se battre, avoir le minimum suffit ».
B5. « Il ne faut pas s'attarder aux choses de la vie, vu que notre demeure n'est pas d'ici-bas ».
B6. « Notre vie sur cette terre ne représente rien par rapport à celle dans l'au-delà ».

En ce qui concerne la variable « croyance à la futilité de la vie terrestre », les résultats descriptifs montrent que 38,8% des répondants sont d'accord avec l'énoncé (B1) « la vie sur terre ne vaut rien, il faut œuvrer pour l'au-delà », contre 17,1% qui sont en

désaccord avec cet énoncé. 66,6% des répondants estiment que (B2) « la vraie récompense, ce n'est pas la réussite d'ici-bas, mais l'accession au paradis », contre 5,4% qui pensent le contraire (tout à fait en désaccord). Cependant, 28% des répondants affirment être ni en accord ni en désaccord avec cet énoncé. Pour le troisième énoncé (B3) « il ne sert à rien de créer tout de suite une entreprise, voire se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine », près de 40% des répondants disent être en désaccord, alors que 27% disent être en accord avec cette affirmation. Par ailleurs, 42,6% des répondants sont tout à fait en accord avec l'énoncé (B4) « on ne va pas emporter la richesse après la mort, à quoi beau de se battre, avoir le minimum suffit », contre 24% qui désapprouvent totalement cet énoncé. Pour 46,6% des répondants (B5), « il ne faut pas s'attarder aux choses de la vie, vu que notre demeure n'est pas d'ici-bas », contre 25,6% qui pensent le contraire (en désaccord). En dernier lieu, 57,4% des répondants semblent plutôt en accord avec l'idée selon laquelle (B6) « notre vie sur terre ne représente rien par rapport à celle dans l'au-delà », contre seulement 18,6% qui semblent ne pas être plutôt en accord.

2.3. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Communautarisme ou l'esprit communautaire »

C1. « Il est nécessaire de prendre soin de ma famille ».
C2. « L'homme ne peut s'épanouir qu'au sein de sa famille ».
C3. « Il est important de remplir d'abord les devoirs et obligations envers la famille ».
C4. « Dans la vie, la famille est plus importante que les projets d'entreprise ».
C5. « Il faut toujours se dévouer pour les autres ».
C6. « Il me serait difficile d'être solidaire envers une personne ne provenant pas de ma famille ».
C7. « Il est mieux d'être solidaire avec ceux qui ont les mêmes buts que nous, même quand ils ne sont pas de la famille ».

Les résultats descriptifs présentés dans le tableau en annexes N⁰² (A3) montrent que la majorité des répondants sont en accord avec les énoncés. Cependant, nous pouvons observer qu'en moyenne, près du tiers des répondants contredisent ces énoncés. En effet, pour ce qui a trait au premier énoncé (C1) « il est nécessaire de prendre soin de ma famille », 56,5% des répondants sont favorables contre 13,5% qui ne sont pas favorables (qui donc ne sont pas d'accord). Plus de 52,13% confirment aussi être favorable (en accord) avec le deuxième énoncé (C2) « l'homme ne peut s'épanouir qu'au sein de sa famille », contre 12,57% seulement qui sont plutôt en désaccord. Les résultats descriptifs montrent aussi que l'énoncé (C3) « il est important de remplir d'abord les devoirs et obligations envers la famille » sont favorables à plus de 34,45% de nos répondants, contre 10,6% qui sont ni en accord ni en désaccord. 35,67% des répondants affirment être

d'accord avec l'énoncé (C4) « dans la vie, la famille est plus importante que les projets de création d'entreprise », alors que 25% affirment être ni en accord ni en désaccord. 45,76% des répondants admettent être tout à fait d'accord avec l'énoncé (C5) « il faut toujours se dévouer pour les autres », contre seulement 21,10%. Pour les deux derniers énoncés (C6 et C7), plus de 34,67% des répondants sont neutres, c'est-à-dire ni en accord ni en désaccord.

En résumé, l'analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « croyance à la futilité de la vie terrestre » se base sur un ensemble de valeurs fondamentales qui constituent l'esprit communautaire en Haïti.

2.4. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Vision du court terme »

D1. « Créer une entreprise chez moi est justifiée seulement si cela me permet d'être riche immédiatement ».
D2. « Créer une entreprise chez moi n'est pas justifiée s'il faut attendre longtemps avant de devenir riche ».
D3. « Créer une entreprise chez moi n'est pas justifiée, car les procédures administratives sont trop lourdes et trop longues ».
D4. « Quand on a de l'argent, il vaut mieux le consommer petit à petit plutôt que vouloir créer à CT une entreprise ou porter sur le moyen et long terme un projet à caractère entrepreneurial ».
D5. « Créer à CT une entreprise, voire porter sur le MT ou sur le LT un projet d'entreprise n'est pas justifié, car la vie est trop courte ».
D6. « Créer à CT une entreprise, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise n'est pas justifié, car l'homme n'est pas éternel sur la terre ».
D7. « Il ne faut jamais remettre à demain, ce qu'on peut faire aujourd'hui ».
D8. « Dans l'incertitude de la vie, il faut vivre chaque jour comme si c'était le dernier et ne pas préoccuper du lendemain ».
D9. « Créer à court terme une entreprise n'est pas nécessaire, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise, car nous n'avons besoin que de trouver ce que nous mangeons aujourd'hui ».
D10. Créer à court terme une entreprise n'est pas nécessaire, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise, car il suffit juste de trouver ce dont nous avons besoin aujourd'hui ».

La vision du court terme traduit une vision économique du temps. Dans le cadre de notre thèse, il s'agit de voir si les Haïtiens privilégient le court terme par rapport au long terme à travers les énoncés qui sont présentés dans le tableau A4 en annexe N° 2. En effet, parmi nos répondants, 22,6% affirment que la création d'une entreprise chez eux n'est justifiée que si cela peut leur permettre de devenir riches dans l'immédiat et 60,4% désapprouvent cet énoncé (D1). Sur l'énoncé (D5) « créer à court terme une entreprise, voire porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet d'entreprise n'est pas justifiée, car la vie est trop courte », près de 93,4% des répondants sont ni d'accord ni en désaccord. En revanche, ce qui est important pour cette catégorie, c'est de profiter au maximum du temps présent pour concrétiser ses objectifs, c'est-à-dire de ne jamais remettre à demain, ce qu'on peut faire aujourd'hui (D7). Du coup, 33% d'entre eux pensent qu'il faut vivre chaque jour comme si c'était le dernier et 52,9% d'entre eux contestent cette affirmation (D8).

Par ailleurs, le croisement entre la vision du court terme et la motivation des répondants quant à l'élaboration d'un projet susceptible d'être financé, plus de 86,23% d'entre eux ont répondu négativement, contre seulement 13,77%. Parmi ceux qui ont répondu négativement, 75,50% estiment être tout à fait d'accord sur les procédures administratives qui sont trop lourdes, voire trop longues en Haïti. Les résultats descriptifs montrent globalement que les Haïtiens n'ont pas une vision très précise du temps. Il est tellement vrai que si dans certains pays, le temps est précieux, voire flexible pour d'autres, alors il convient cependant de reconnaître que la culture haïtienne véhicule une conception élastique du temps où la rigueur en matière de délais, d'échéance, de rendez-vous est souvent ignorée. En tout cas, la majorité des répondants (soit 60,4%) se montrent très indifférents, en n'adoptant pas cette vision lorsqu'il s'agit de porter sur le moyen ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine. Il n'en demeure pas moins qu'une minorité s'attache (soit 22,6%) encore à une vision imprécise du temps.

2.5. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Aversion pour la concurrence »

E1. « Depi nan ginen nèg rayi nèg ».
E2. « Personne n'a de pire ennemi que son frère ».
E3. « Créer à CT une entreprise, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise peut susciter la jalousie des gens de mon quartier, de mes amis, de ma famille et de la société en général ».
E4. « La réussite est indissociable à l'esprit de compétition ».
E5. « Vouloir toujours dépasser les autres est une mauvaise chose ».
E6. « Vouloir dépasser les autres est à l'origine de tous les problèmes que nous avons en Haïti ».
E7. « Il faut éviter dans la vie de vouloir dépasser les autres ».
E8. « Vouloir dépasser les autres c'est l'esprit du diable »
E9. « Il faut toujours chercher à dépasser les autres ».
E10. « Viser la conquête des marchés étrangers lorsqu'on crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise en Haïti est un objectif raisonnable ».
E11. « Vouloir faire comme les grands groupes européens, américains, japonais quand on crée à CT une entreprise ou se lance sur le M et LT dans un projet d'entreprise en Haïti est une idée parfaitement raisonnable ».
E12. « Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial nécessite toujours de se battre contre d'autres personnes, ce qui est une bonne chose ».
E13. « Pour créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut le faire dans le même secteur (ou la même activité) que les autres ».
E14. « Pour créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut choisir un secteur où il n'y a pas d'entreprise ».
E15. « L'esprit de compétition est la source de discordes et de violences ».
E16. « La fortune va de pair avec la jalousie et la solitude ».

La concurrence est au cœur de toute activité entrepreneuriale et conditionne parfois la concrétisation d'un projet de création d'entreprise selon que leurs valeurs favorisent ou non la compétition. Le tableau situé en annexe N⁰ (A4) présente les résultats descriptifs des items liés à l'aversion pour la concurrence en Haïti. En effet, au niveau des répondants, les avis sur les affirmations sont assez identiques. Plus de la moitié des

répondants (59,5%) pensent que la création d'entreprises ou se lancer dans un projet de création entreprise peut susciter beaucoup de peurs et de jalousies, même au sein des membres de la famille. Ce qui pourrait constituer jusqu'ici un frein. Cependant, 60,3% des répondants pensent qu'il faut toujours chercher à dépasser les autres et 19,8% désapprouvent cet énoncé (E2). 85,8% des répondants jugent raisonnable de viser la conquête des marchés étrangers. Cet énoncé révélerait un effort considérable chez ces répondants, c'est-à-dire d'exercer non seulement sur le marché local, mais aussi intégrer le monde des affaires au niveau international et rattraper les autres pays. 43,4% des répondants pensent que c'est une bonne chose de se battre contre d'autres personnes lorsqu'on crée une entreprise, mais une proportion de 35,9% désapprouvent cette affirmation (E3). 36,8% des répondants pensent qu'il faut créer une entreprise dans un secteur où il n'y a pas d'entreprise et un pourcentage égal à 36,8% pensent qu'il faut le faire dans le même secteur que les autres. Cela peut être dû à une envie d'innover ou à la peur de la concurrence.

2.6. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Perception de la réussite socio-économique »

F1. « La fortune sourit aux audacieux ».
F2. « Toute réussite est à celui qui a de la chance ».
F3. « La chance aide parfois, le travail toujours ».
F4. « L'argent confère la puissance et le respect ».
F5. « L'enrichissement est un signe de salut ».
F6. « L'envie de s'enrichir est la plus motivation humaine ».
F7. « L'envie de s'enrichir est une mauvaise chose ».
F8. « Ce qui compte, ce n'est pas la richesse mais c'est de trouver ce dont nous avons besoin aujourd'hui ».
F9. « L'homme ne va nulle part avec la richesse ».
F10. « On ne peut s'enrichir en travaillant pour les autres ».
F11. « Les riches restent riches et les pauvres demeurent pauvres ».
F12. « La meilleure façon de réussir dans la vie, c'est de créer sa propre entreprise ou de se lancer dans un bon projet sur le LT ».
F13. « L'objectif premier de la création d'une entreprise ou du lancement d'un bon projet est la recherche du profit ».
F14. « Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT est nécessaire si on veut accumuler de la richesse ».
F15. « Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car il est plus facile de réussir dans un pays étranger qu'en Haïti ».
F16. « Créer à CT une entreprise ou porter un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, mieux vaut rechercher les richesses du ciel que les biens matériels ».
F17. « Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car tout ce qui se produit dans notre vie est la volonté de Dieu ».
F18. « Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car Dieu aidera chacun à avoir le nécessaire ».
F19. « Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car c'est Dieu seul qui donne la richesse ».
F20. « Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car la réussite économique ne dépend que de Dieu ».
F21. « Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car Dieu nous donnera chaque jour ce dont nous avons besoin ».

Les répondants sont interrogés sur la perception de leur réussite socio-économique. Nous jugeons que ces affirmations sont nécessaires pour pouvoir bien appréhender leur intention de créer ou de porter un projet de création d'entreprise en Haïti. Parmi ces informations, l'analyse des résultats descriptifs montre que 50% des répondants sont d'accord avec l'énoncé (F1) « La fortune sourit aux audacieux », contre 50% seulement. Ce même résultat est quasiment observé dans le deuxième, le troisième, le quatrième, le cinquième et le sixième énoncés (F2, F3, F4, F5 et F6) avec des proportions qui sont estimées respectivement à 48,23% ; 49,11% ; 49,45% ; 49,67% et 49,34%. Toutefois, sur l'énoncé (F11) qui stipule que « les riches restent riches et les pauvres demeurent pauvres », 98,12% des répondants sont tout à fait en désaccord. Par ailleurs, les résultats descriptifs montrent en moyenne que 46,17% des répondants ont déclaré être d'accord que la réussite socio-économique d'un individu dépend de Dieu, mais pas dans ce qu'il cherche à créer. Ces résultats concernent les énoncés suivants : F18, F19, F20 et F21.

Globalement, les résultats descriptifs permettent de dire qu'il existerait chez bon nombre de nos répondants une perception qui n'est pas favorable à la réussite socio-économique. Cependant, une analyse statistique explicative plus poussée dans le chapitre suivant permet d'informer ou de confirmer ces résultats.

2.7. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Attitudes face à l'épargne et à l'investissement »

G1. « La fortune est le produit d'une longue accumulation de l'épargne ».
G2. « Investir à CT dans une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise rapporte mieux que l'épargne ».
G3. « Qui n'épargne pas un sou, n'en aura jamais deux ».
G4. « L'épargne et la consommation sont plus rassurantes que de créer à CT une entreprise, voire de porter sur le MT ou sur le LT un projet entrepreneurial quelconque ».
G5. « Créer une entreprise permet de creuser les puits aujourd'hui pour étancher les soifs de demain »
G6. « L'argent ne fait pas le bonheur ».
G7. « L'argent est fait pour être dépensé ».

Parmi les énoncés qui caractérisent la variable « Attitude face à l'investissement et à l'épargne », les avis des répondants sont partagés. En effet, si 45,02% des répondants sont d'accord que « investir à court terme dans une entreprise ou se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine » (G2), alors 44,5% d'entre eux pensent être en désaccord avec l'énoncé qui stipule que « la fortune est le produit d'une longue accumulation de l'épargne » (G1). Quant à l'énoncé (G6) « l'argent ne fait pas le bonheur », 67,78% de nos répondants sont ni accord ni en désaccord. Toutefois, ils sont de 88,2% qui sont tout à fait

d'accord avec l'énoncé (G7) « l'argent est fait pour être dépensé ». En résumé, les résultats descriptifs montrent que les répondants affichent globalement un comportement peu favorable à l'épargne et à l'investissement. Nous confirmons ou infirmons ces résultats par le biais de notre étude économétrique projetée dans le chapitre suivant.

2.8. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Attentisme, Attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude »

H1. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est dangereux, car c'est se lancer dans l'inconnu, dans l'aventure ».
H2. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas nécessaire si on risque de ne pas réussir ».
H3. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas justifié, car on peut perdre tout son argent »
H4. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est nécessaire, car qui ne risque n'a rien ».
H5. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise en Haïti n'est pas nécessaire face aux problèmes politiques et à l'insécurité ».
H6. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas nécessaire si on ne possède pas les moyens et ressources pour affronter les concurrents potentiels ».
H7. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise c'est d'avoir une grande confiance en soi, en ses capacités et ses ressources ».
H8. « Le travail procure plus de sécurité que la création d'une entreprise, voire de se lancer dans un projet entrepreneurial ».
H9. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas raisonnable, car on ne peut dépenser son argent sans rien espérer de retour ».
H10. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est risqué, car on n'a pas d'assurance commerciale protégeant ses actifs ».
H11. « Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise en Haïti n'est pas nécessaire face au manque de soutien institutionnel, financier et technique ».
H12. « Il est plus prudent de rechercher une stabilité professionnelle que de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet à caractère entrepreneurial ».
H13. « Il est préférable d'avoir un poste dans l'administration publique, même avec un bas revenu que de se lancer dans un projet de création d'entreprise ».
H14. « Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial est nécessaire, car avoir le courage d'entreprendre est l'un des principaux facteurs de succès ».

Eu égard aux résultats descriptifs qui sont présentés en annexe N° 2 (tableau A7), les Haïtiens sont reconnus pour avoir peur du risque, donc une faible tolérance à l'ambiguïté. Dans ce sens, 45,3% des répondants pensent être d'accord que de se lancer dans un projet de création d'entreprise est dangereux et 36,4% désapprouvent cette affirmation (H1). Plus de 98,7% des répondants ne veulent pas courir le risque de créer une entreprise s'ils ne disposent pas de moyens et ressources nécessaires pour faire face aux concurrents (H6). 56,6% des enquêtés admettent que créer une entreprise est risqué face à l'absence d'une assurance pour protéger les biens dans un pays comme Haïti où l'instabilité politique et les catastrophes naturelles sont très présentes et 23,6% d'entre eux sont déterminés à investir malgré de telles situations identifiées (H10). 37,8% des individus de l'échantillon approuvent l'idée de ne pas investir s'il risque de ne pas trouver un soutien institutionnel, technique et financier (H11). Et, face au risque de l'échec,

45,3% d'entre eux pensent qu'il est quand même nécessaire de créer une entreprise ou de porter un projet de création d'entreprise et 42,5% préfèrent ne pas courir ce risque (H2).

La majorité des répondants laissent percevoir une aversion au risque. Ceci peut être justifié par le besoin de sécurité et de stabilité et créé par le chômage et la pauvreté afin de pouvoir subvenir aux besoins de la famille jugée prioritaire.

2.9. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Distance hiérarchique et conformisme »

I1. « Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet à caractère entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut toujours chercher à faire comme mes prédécesseurs ».
I2. « Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut toujours chercher à faire comme on a l'habitude de faire ».
I3. « Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut faire exactement comme les autres ».
I4. « Il est préférable de conserver toujours les mêmes habitudes que mes grands parents, au lieu de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi pour subsister à mes besoins ».

Parmi les énoncés qui caractérisent la variable « distance hiérarchique et conformisme », 70,9% des répondants sont tout à fait en désaccord avec l'énoncé (I1) « créer à court terme ou se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut toujours à faire comme mes prédécesseurs », contre 12,5% seulement qui sont ni en accord ni en désaccord. De même, ils sont en moyenne 45,67% des répondants qui sont également tout à fait en désaccord avec les énoncés suivants : I2, I3 et I4.

2.10. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Entraide »

J1. « On crée à CT une entreprise ou on se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, c'est parce qu'il faut aider les plus faibles ».
J2. « On crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car dans la famille les aînés doivent prendre soins des plus jeunes ».
J3. « Chez moi les plus jeunes doivent compter sur les plus âgés, et ceci dans tout ».
J4. « Chez moi, celui qui travaille doit occuper les autres et cherche à les intégrer dans la vie professionnelle ».
J5. « La solidarité au sein de la famille est obligatoire, c'est pour cela je veux créer mon entreprise le plus rapidement possible ».

Face à l'énoncé (J1) « on crée à court terme ou se lance sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet entrepreneurial chez moi, c'est parce qu'il faut aider les plus faibles », 13,9% des répondants sont d'accord, 40,4% demeurent neutres et seulement 14,7% sont contre. Par ailleurs, 76,4% des répondants approuvent l'affirmation (J2) que créer une entreprise est nécessaire pour subvenir aux besoins de la famille, surtout lorsqu'on est aîné. Les résultats descriptifs des répondants sur le troisième énoncé (J3) présentent la même proportion que le deuxième énoncé (J2). Quant à l'énoncé (J4) « chez moi, celui qui travaille doit occuper les autres et cherche à les intégrer dans la vie

professionnelle », 34,5% des répondants sont d'accord, pendant que 37,8% affirment être tout à fait d'accord avec l'énoncé (J5) « la solidarité au sein de la famille est obligatoire, c'est pour cela que je veux créer mon entreprise le plus rapidement possible », contre 27,6% seulement qui sont ni en accord ni en désaccord avec cet énoncé.

2.11. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Auto-retrait du monde »

K1. « Il ne sert à rien de créer à CT une entreprise ou se de lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car on vit dans ce monde, mais on n'est pas de ce monde ».
K2. « Il ne sert à rien de créer à CT une entreprise ou se de lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car il ne faut pas s'intéresser à ce que font les autres ».
K3. « On doit éviter à tout prix de participer à la vie active ».
K4. « La vie est trop compliquée, on laisse faire le destin ».
K5. « Il ne faut pas suivre les autres dans leurs initiatives entrepreneuriales ».

L'auto-retrait du monde contient 5 énoncés. Sur l'énoncé (K1) « il sert à rien de créer à court terme une entreprise ou se de lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet entrepreneurial chez moi, car on vit dans ce monde, mais on n'est pas de ce monde », 39,06% des répondants opinent être ni en accord ni en désaccord. L'énoncé (K3) prônant qu'on doit éviter à tout prix de participer à la vie active est accepté par seulement 1,5% des répondants, contre 92% qui sont tout à fait en désaccord. Plus de 67,78% des répondants préfèrent accepter qu'on laisse faire le destin, parce que la vie est trop compliquée, contre 12,34% qui contredisent cet énoncé (K4).

2.12. Analyse des moyennes et de l'écart-type des variables liées aux traits culturels à partir des moyennes et de l'écart-type des items

Dans chacun des tableaux qui sont situés en annexe N° 2, nous avons présenté également la moyenne, le minimum, le maximum et l'écart-type de chaque item pour chaque variable. Dans ce paragraphe, l'analyse des moyennes et des écarts-types permet de voir la manière dont les réponses fournies par nos répondants sont dispersées. Présentées ici dans le tableau N° 26, nous avons pu faire la moyenne des moyennes des items pour trouver la moyenne de chaque variable. Nous avons procédé de la même façon pour le minimum, le maximum et l'écart-type. D'emblée, l'analyse descriptive via les moyennes et écarts-types révèle une faible dispersion pour toutes les variables. En effet, les variables obtiennent des scores variant entre 1,00 et 5,50, donc une moyenne se situant entre 2,23 et 3,55 et un écart-type allant de 0,21 à 0,79. L'attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude a la plus forte moyenne (3,55) et l'écart-type le plus faible (0,21). Cela signifie que nos répondants sont pour la majorité très averses au risque, comparativement aux

autres facteurs comportementaux analysés. Alors que la perception de la réussite socio-économique et l'attitude face à l'épargne et à l'investissement arrivent respectivement en deuxième et troisième positions en affichant des moyennes respectives de (3,45) et de (3,32). La distance hiérarchique et le conformisme occupent la quatrième place (3,15).

Tableau 26. Résultats descriptifs des moyennes, du maximum, du minimum et de l'écart-type des variables liées aux traits culturels.

Variables	Min.	Max.	Moy.	Ecart-type
Croyances magico-religieuses et fatalisme	2,00	4,17	2,34	0,65
Croyance à la futilité de la vie terrestre	2,02	5,12	2,89	0,45
Communautarisme	2,03	4,23	2,81	0,55
Vie dans l'instant ou vision du court terme	1,00	5,50	2,88	0,79
Attitude face à l'investissement et à l'épargne	2,67	4,13	3,32	0,58
Perception de la réussite socio-économique	3,00	4,23	3,45	0,43
Distance hiérarchique et conformisme	2,01	4,35	3,15	0,23
Attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude	2,09	4,67	3,55	0,21
Aversion pour la concurrence	2,13	4,00	2,67	0,59
Entraide	2,23	4,23	2,79	0,28
Auto-retrait du monde	2,00	4,17	2,23	0,24

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel SPSS 17.0

CONCLUSION

Cette partie avait pour finalité de situer premièrement l'entrepreneuriat face aux réalités sociales et culturelles haïtiennes via les faces cachées des pratiques culturelles dans les affaires en Haïti, avant de formuler deuxièmement les hypothèses de recherche sous-jacentes. Troisièmement, elle avait pour but de construire un cadre d'analyse par le biais de notre modèle conceptuel théorique de référence et les hypothèses de recherche qui sont formulées, ce qui facilite tout le déroulement des parties fondamentales de la thèse. Quatrièmement, elle avait pour mission de présenter les méthodes de collecte des données et quelques méthodes et outils de traitement. Et en dernier lieu, son but était également de faciliter une première analyse statistique descriptive sur les données constituant notre base d'échantillonnage. En tout cas, ce qui ressort des résultats statistiques descriptifs unidimensionnels et bidimensionnels sur les données analysées, c'est qu'ils montrent globalement que les comportements socioculturels des Haïtiens ne sont pas tous compatibles avec leurs intentions d'entreprendre à court, moyen et long terme dans leur département d'origine. Les résultats trouvés confirment en majeure partie des travaux qui ont été réalisés antérieurement, notamment celui de Jeune (2008). Toutefois, notre thèse a l'ambition d'infirmer, de confirmer ou de confronter les résultats statistiques descriptifs obtenus, voire d'aller au-delà de ces résultats. D'où l'importance d'une analyse micro-économétrique et d'un complément d'analyses statistique et micro-économétrique par le biais des méthodes de l'apprentissage supervisé et non-supervisé au niveau de la quatrième partie, ce dans le but de pouvoir répondre à l'objectif principal de la thèse et quelques objectifs spécifiques qui ont été fixés.

PARTIE 4

INFLUENCE DES FACTEURS SOCIOCULTURELS SUR LES INTENTIONS D'ENTREPRENDRE EN HAÏTI

INTRODUCTION

Si les résultats descriptifs que nous venons de présenter permettent uniquement de faire une analyse unidimensionnelle et bidimensionnelle, alors cette présente partie permet de faire plutôt une analyse pluridimensionnelle, grâce à la mise en œuvre de beaucoup plus de méthodes scientifiques. Cette partie a donc deux objectifs majeurs. Le premier objectif consiste à construire les principales variables de recherche avant d'aborder les démarches méthodologiques qui permettent de spécifier, estimer et tester la validité de tous nos modèles micro-économétriques utilisés (*chapitre 1*). Le deuxième objectif est encore plus ambitieux, étant donné qu'il vise à faire un complément d'analyses micro-économétrique et statistique, en appliquant des méthodes d'apprentissage supervisé et non supervisé sur les données en masse. Comme méthodes d'apprentissage supervisé, nous utilisons l'estimateur naïf (régression naïve), l'estimateur par score de propension sur les modèles d'appariement, l'estimateur de Caliper, l'estimateur des plus proches voisins et celui par noyau de Kernel. Comme méthodes d'apprentissage non-supervisé, nous faisons une analyse factorielle par correspondance multiple (ACM) sur les variables qui sont jugées pertinentes pour chaque département géographique du pays suivie d'une classification hiérarchique. Tout ceci nous amène à formuler toutes les principales implications de cette thèse en termes d'incitations et de stratégies à la création d'entreprise en Haïti et montrer l'importance du rôle de l'État haïtien en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles (*chapitre 2*).

CHAPITRE 1. PRÉSENTATION DES DÉMARCHES MÉTHODOLOGIQUES EN CONFORMITÉ A LA MODÉLISATION MICRO-ÉCONOMÉTRIQUE UTILISÉE, ESTIMATIONS ET ANALYSES

Ce chapitre se propose de présenter dans une première section les tests et les techniques de mesure statistiques utilisés pour la construction des variables de recherche. Dans une seconde section, il présente de préférence toutes les techniques et les méthodes statistiques qui sont nécessaires pour la spécification et l'estimation des modèles micro-économétriques identifiés. Des tests d'appréciation globale et d'ajustement sur la qualité des modèles estimés sont également présentés dans cette seconde section.

Section 1. Construction des variables de recherche et tests de validation

Dans le cadre de cette présente thèse, nous avons utilisé deux types de variables quant aux spécifications de nos modèles micro-économétriques: les variables dépendantes qui sont au nombre de 3 et les variables indépendantes qui sont au nombre de 20, mais qui sont regroupées en deux grandes catégories. Eu égard à notre questionnaire d'enquête, certaines de nos variables de recherche sont plutôt formulées de manière simple, donc elles sont posées sous une forme binaire ou dichotomique. En effet, elles ne sont pas construites pour faire l'obligation à des tests de mesure. Dans cette catégorie, nous retrouvons les variables dépendantes (les intentions entrepreneuriales) et les variables indépendantes qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale des individus. Alors que d'autres variables indépendantes qui sont liées aux traits culturels sont constituées sous forme d'items à l'échelle de Likert allant de 1 à 7. Les items de la majorité des traits culturels sont validés dans la littérature par plusieurs auteurs, à l'instar de Jeune (2008), de Thomas (2016), de Paul (2016), etc. Toutefois, d'autres items ont été formulés par nos soins. Dans la littérature, il est surtout recommandé à ce que ces variables qui sont construites à l'aide des items font obligatoirement l'objet des procédures statistiques de validation (Wang et *al*, 2011). Pour ce faire, nous avons pu recourir à des techniques permettant de consolider les instruments de mesure utilisés, comme le coefficient Alpha de Cronbach et le test de multicolinéarité par le biais de la valeur du facteur d'inflation de la variance (VIF). Nous avons aussi utilisé la matrice de corrélation pour évaluer la dépendance entre deux variables en même temps, ou du moins pour voir si deux variables ne sont pas corrélées entre elles. Mais, nous n'avons pas fait le test d'homoscédacité dans notre cas, même si celui-ci s'avère très important en économétrie.

1.1. Test du coefficient Alpha de Cronbach

Initié par Lee Cronbach en 1951, le coefficient Alpha de Cronbach, parfois appelé tout simplement coefficient, est par définition un indice statistique utilisé notamment en psychométrie pour mesurer la cohérence interne (ou la fiabilité) des questions posées lors d'un test. Son but est de chercher à savoir si les réponses aux questions portant sur le même sujet sont bien corrélées. Pour Durand (2003), il est considéré comme étant le premier indicateur de fidélité qui permet de mesurer la consistance interne des items devant constituer des concepts abstraits que l'on veut mesurer empiriquement. Ce coefficient est généralement utilisé pour analyser la fiabilité des items composant chacun des facteurs considérés dans une étude. Théoriquement, le calcul du coefficient Alpha de Cronbach est obtenu par la formule suivante :

$$\alpha = \frac{Kr}{1 + r(K + 1)}$$

où K représente le nombre d'items, r est la moyenne de corrélation entre les items. Lorsque le coefficient est faible (α), cela indique que les items utilisés ne sont pas assez fidèles pour composer le construit (Churchill, 1979). Par contre, un coefficient alpha de Cronbach élevé indique l'existence d'une corrélation adéquate entre les items utilisés (Churchill, 1979). Dans ce cas, les items peuvent être considérés comme assez fidèles pour constituer le facteur. La littérature recommande à ce que le coefficient Alpha de Cronbach soit au moins égal à 0,6 pour qu'il soit jugé fiable. Dans le cas qui nous concerne, après avoir écarté certains items qui ne sont pas représentatifs, tous les coefficients Alpha de Cronbach qui ont été calculés sont jugés très satisfaisants en termes de cohérence interne. Autrement dit, les items qui permettent de mesurer chaque variable sont cohérents.

1.1.1. Les items éliminés pour les variables indépendantes caractérisant les traits culturels

Les variables indépendantes caractérisant les traits culturels dont les items ont été éliminés sont : le conformisme et la distance hiérarchique, l'attitude face à l'épargne et à l'investissement, les croyances magico-religieuses et le fatalisme, la vie dans l'instant présent ou la vision du court terme. Concernant « le conformisme et la distance hiérarchique », il s'agit de l'item (I2) traitant la « création à court terme d'une entreprise ou de se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet entrepreneurial chez

moi n'est pas nécessaire, car il faut toujours chercher à faire comme on a l'habitude de faire ». Cet item a été rejeté probablement parce que les répondants semblent avoir fourni des réponses que SPSS 17.0 considère comme étant de nature différente des autres items composant ce facteur. Pour « l'attitude face à l'épargne et à l'investissement », l'item (G7) selon lequel « l'argent est fait pour être dépensé » a été éliminé. Cet item n'est pas validé probablement parce que les répondants ont été totalement en désaccord avec l'énoncé. De plus, notre échantillon contient aussi des actifs entrepreneurs. Dans ce cas, SPSS 17.0 peut considérer aussi que cet item est trop dissemblable par rapport aux autres. L'item qui n'a pas été validé pour « les croyances magico-religieuses et le fatalisme » est celui qui cherche à confirmer si « les bénéfices d'une entreprise ou de tout projet économique que l'on entreprendra dépendent toujours de Dieu » (A7). Le rejet de cet item peut être dû au fait que les réponses de la quasi-totalité des répondants sont totalement opposées des autres items. Enfin, concernant « la vision du court terme », les items qui ont été éliminés sont « créer à court terme une entreprise, voire se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet d'entreprise n'est pas justifié, car l'homme n'est pas éternel sur la terre » (D6) et « créer à court terme une entreprise n'est pas nécessaire, voire se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet d'entreprise, car nous n'avons besoin que de trouver ce que nous mangeons aujourd'hui » (D9). Ces items ont été éliminés aussi probablement parce que les réponses fournies par nos répondants ont été dans un sens comme dans l'autre à l'opposé des autres items. Le logiciel SPSS 17.0 semble les avoir considérés comme étant de nature différente des autres. Nous présentons dans le tableau ci-dessous les items qui ont été éliminés ainsi que les variables concernées.

Tableau 27. Items éliminés pour les variables liées aux traits culturels

Variables	Items	Libellé
Conformisme et distance hiérarchique	« Créer à court terme d'une entreprise ou de se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut toujours chercher à faire comme on a l'habitude de faire ».	I2
Attitude face à l'épargne et à l'investissement	« L'argent est fait pour être dépensé ».	G7
Croyances magico-religieuses et fatalisme	« Les bénéfices d'une entreprise ou de tout projet économique que l'on entreprendra dépendent toujours de Dieu ».	A7
Vision du court terme	« créer à court terme une entreprise, voire se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet	D6

	d'entreprise n'est pas justifié, car l'homme n'est pas éternel sur la terre ».	
	« créer à court terme une entreprise n'est pas nécessaire, voire se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet d'entreprise, car nous n'avons besoin que de trouver ce que nous mangeons aujourd'hui »	D9

1.1.2. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable « croyances magico-religieuses et fatalisme »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
A1. «Si on ne peut pas s'attirer la chance à travers le maraboutisme et les prières de Dieu, on ne peut pas créer à CT une entreprise, voir se lancer sur le MT ou sur le LT dans un bon projet de création d'entreprise, car elle ne marchera pas».	0,720	0,801
A2. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est dangereux si on ne peut pas se protéger contre la sorcellerie».	0,653	
A3. «La faillite d'une entreprise ou d'un projet de création d'entreprise est souvent liée à un mauvais sort».	0,567	
A4. «La prière à Dieu peut protéger l'entreprise ou le projet contre la faillite».	0,432	
A5. «Seul Dieu peut protéger l'entreprise ou un projet de création d'entreprise contre la faillite».	0,657	
A6. «Les mauvaises langues peuvent nous empêcher de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut prier Dieu et se munir de gris-gris pour s'en protéger».	0,745	
A8. «Avant de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il est nécessaire de faire des aumônes ou des offrandes pour que notre affaire marche».	0,721	
A9. «Grâce à la prière de Dieu, on peut réussir tout ce qu'on entreprend de licite dans notre vie».	0,675	
A10. «Grâce au pouvoir magique, certaines personnes peuvent faire du mal à l'entreprise ou à un projet de création à distance».	0,833	
A11. «En Haïti, tous les grands hommes d'affaires réussissent parce qu'ils ont de grands marabouts qui leur font un travail occulte».	0,765	

Les coefficients de corrélation des items composant les variables « croyances magico-religieuses et fatalisme » ont été satisfaisants, ce qui donne un coefficient Alpha de Cronbach égal à 0,801. Le coefficient Alpha de Cronbach est calculé à partir des items retenus ainsi que leurs coefficients de corrélation totale.

1.1.3. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable « croyance à la futilité de la vie terrestre »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
B1. «La vie sur cette terre ne vaut rien, il faut œuvrer pour l'au-delà».	0,378	0,701
B2. «La vraie récompense, ce n'est pas la réussite d'ici-bas mais l'accession au paradis».	0,764	
B3. «Il ne sert à rien de créer une entreprise, voire se lancer dans un projet de création d'entreprise, il faut plutôt œuvrer pour aller au paradis».	0,546	
B4. «On ne va pas emporter la richesse après la mort, à quoi bon de se battre, avoir le minimum suffit».	0,723	
B5. «Il ne faut pas s'attarder aux choses de la vie, vu que notre demeure n'est pas d'ici-bas».	0,678	
B6. «Notre vie sur cette terre ne représente rien par rapport à celle dans l'au-delà».	0,752	

Les six items constituant la variable « croyance à la futilité de la vie sur terre » sont jugés fiables, car ils ont fourni des coefficients de corrélation variant entre 0,378 et

0,764 et un coefficient Alpha de Cronbach égal à 0,701. Nous notons que le coefficient Alpha de Cronbach s'obtient par le biais des items retenus ainsi que leurs coefficients de corrélation totale.

1.1.4. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «communautarisme ou l'esprit communautaire »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
C1. «Il est nécessaire de prendre soin de ma famille».	0,566	0,704
C2. «L'homme ne peut s'épanouir qu'au sein de sa famille».	0,677	
C3. «Il est important de remplir d'abord les devoirs et obligations envers la famille».	0,678	
C4. «Dans la vie, la famille est plus importante que les projets d'entreprise».	0,621	
C5. «Il faut toujours se dévouer pour les autres».	0,456	
C6. «Il me serait difficile d'être solidaire envers une personne ne provenant pas de ma famille».	0,532	
C7. «Il est mieux d'être solidaire avec ceux qui ont les mêmes buts que nous, même quand ils ne sont pas de la famille».	0,521	

La variable « communautarisme ou l'esprit communautaire » est constitué de sept (7) items. Les coefficients de corrélation de ces items se situent entre 0,456 et 0,678. Ce qui donne un coefficient Alpha de Cronbach égal à 0,704 pour cette variable. Nous précisons qu'aucun item n'a été éliminé, ce qui justifie que les réponses fournies par nos répondants ne sont pas totalement opposées, même s'il existe un nombre important de réponses (1 à 7) qui sont différenciées.

1.1.5. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «vision du court terme

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
D1. «Créer une entreprise chez moi est justifiée seulement si cela me permet d'être riche immédiatement».	0,614	0,750
D2. «Créer une entreprise chez moi n'est pas justifiée s'il faut attendre longtemps avant de devenir riche».	0,623	
D3. «Créer une entreprise chez moi n'est pas justifiée, car les procédures administratives sont trop lourdes et trop longues».	0,611	
D4. «Quand on a de l'argent, il vaut mieux le consommer petit à petit plutôt que vouloir créer à CT une entreprise ou porter sur le moyen ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial».	0,656	
D5. «Créer à CT une entreprise, voire porter sur le MT ou sur le LT un projet d'entreprise n'est pas justifié, car la vie est trop courte».	0,708	
D7. «Il ne faut jamais remettre à demain, ce qu'on peut faire aujourd'hui».	0,712	
D8. «Dans l'incertitude de la vie, il faut vivre chaque jour comme si c'était le dernier et ne pas préoccuper du lendemain».	0,677	
D10. «Créer à court terme une entreprise n'est pas nécessaire, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise, car il suffit juste de trouver ce dont nous avons besoin aujourd'hui».	0,678	

Après avoir éliminé les items (D6) et (D9), ceux qui sont retenus et qui composent la variable « vision du court terme » se sont révélés très satisfaisants en termes de cohérence interne. En effet, les huit (8) items retenus ont fourni des coefficients de

corrélation variant de 0,611 à 0,712 et un coefficient Alpha de Cronbach qui est égal à 0,750. Nous précisons que les items qui ont été retenus ainsi que leurs coefficients de corrélation ont permis de calculer le coefficient Alpha de Cronbach.

1.1.6. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «Aversion pour la concurrence »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
E1. «Depi nan ginen nèg rayi nèg». ⁴⁹	0,542	0,837
E2. «Personne n'a de pire ennemi que son frère».	0,703	
E3. «Créer à CT une entreprise, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise peut susciter la jalousie des gens de mon quartier, de mes amis, de ma famille et de la société en général».	0,712	
E4. «La réussite est indissociable à l'esprit de compétition».	0,498	
E5. Vouloir toujours dépasser les autres est une mauvaise chose.	0,578	
E6. «Vouloir dépasser les autres est à l'origine de tous les problèmes que nous avons en Haïti».	0,590	
E7. «Il faut éviter dans la vie de vouloir dépasser les autres».	0,501	
E8. «Vouloir dépasser les autres c'est l'esprit du diable».	0,489	
E9. «Il faut toujours chercher à dépasser les autres».	0,511	
E10. «Viser la conquête des marchés étrangers lorsqu'on crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise en Haïti est un objectif raisonnable».	0,523	
E11. «Vouloir faire comme les grands groupes européens, américains, japonais quand on crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise en Haïti est une idée parfaitement raisonnable».	0,621	
E12. «Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial nécessite toujours de se battre contre d'autres personnes, ce qui est une bonne chose».	0,721	
E13. «Pour créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut le faire dans le même secteur (ou la même activité) que les autres».	0,563	
E14. «Pour créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut choisir un secteur où il n'y a pas d'entreprise».	0,756	
E15. «L'esprit de compétition est la source de discordes et de violences».	0,456	
E16. «La fortune va de pair avec la jalousie et la solitude».	0,678	

Les coefficients de corrélation de ces items se sont révélés satisfaisants, si bien qu'ils varient entre 0,456 et 0,756 et un Alpha de Cronbach égal à 0,837. Nous soulignons que ces items mesurent bien la variable « Aversion pour la concurrence ».

1.1.7. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «Perception sur la réussite socio-économique »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
F1. «La fortune sourit aux audacieux».	0,702	
F2. «Toute réussite est à celui qui a de la chance».	0,524	
F3. «La chance aide parfois, le travail toujours».	0,521	
F4. «L'argent confère la puissance et le respect».	0,601	
F5. «L'enrichissement est un signe de salut».	0,645	
F6. «L'envie de s'enrichir est la plus motivation humaine».	0,677	
F7. «L'envie de s'enrichir est une mauvaise chose».	0,678	

⁴⁹Adage créole signifiant que « Depuis la nuit des temps, les nègres détestent leurs semblables ».

F8. «Ce qui compte, ce n'est pas la richesse mais c'est de trouver ce dont nous avons besoin aujourd'hui».	0,566	0,881
F9. «L'homme ne va nulle part avec la richesse».	0,511	
F10. «On ne peut s'enrichir en travaillant pour les autres».	0,712	
F11. Les riches restent riches et les pauvres demeurent pauvres.	0,645	
F12. «La meilleure façon de réussir dans la vie, c'est de créer sa propre entreprise ou de se lancer dans un bon projet sur le LT».	0,534	
F13. «L'objectif premier de la création d'une entreprise ou du lancement d'un bon projet est la recherche du profit».	0,523	
F14. «Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT est nécessaire si on veut accumuler de la richesse».	0,654	
F15. «Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car il est plus facile de réussir dans un pays étranger qu'en Haïti».	0,765	
F16. «Créer à CT une entreprise ou porter un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, mieux vaut rechercher les richesses du ciel que les biens matériels».	0,666	
F17. «Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car tout ce qui se produit dans notre vie est la volonté de Dieu».	0,642	
F18. «Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car Dieu aidera chacun à avoir le nécessaire».	0,639	
F19. «Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car c'est Dieu seul qui donne la richesse».	0,532	
F20. «Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car la réussite économique ne dépend que de Dieu».	0,522	
F21. «Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car Dieu nous donnera chaque jour ce dont nous avons besoin».	0,569	

Tous les 21 items qui composent la variable « perception de la réussite socio-économique » ont été retenus. Le plus grand coefficient de corrélation est égal à 0,765, alors que le plus petit est égal à 0,511. Le coefficient Alpha de Cronbach calculé est de 0,881, ce qui permet d'indiquer que ces items retenus se révèlent très satisfaisants pour mesurer la variable susmentionnée.

1.1.8. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «Attitudes face à l'épargne et à l'investissement »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
G1. «La fortune est le produit d'une longue accumulation de l'épargne».	0,603	0,698
G2. «Investir à CT dans une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise rapporte mieux que l'épargne».	0,677	
G3. «Qui n'épargne pas un sou, n'en aura jamais deux».	0,489	
G4. «L'épargne et la consommation sont plus rassurantes que de créer à CT une entreprise, voire de porter sur le MT ou sur le LT un projet entrepreneurial quelconque».	0,781	
G5. «Créer une entreprise permet de creuser les puits aujourd'hui pour étancher les soifs de demain».	0,766	
G6. «L'argent ne fait pas le bonheur».	0,456	

Avec l'élimination de l'item (G7), les coefficients de corrélation des autres items se sont révélés satisfaisants pour mesurer la variable « attitudes face à l'épargne et à l'investissement ». Les items varient donc entre 0,456 et 0,781. Ce qui donne un coefficient Alpha de Cronbach égal à 0,698.

1.1.9. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable « *Attentisme, attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude* »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
H1. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est dangereux, car c'est se lancer dans l'inconnu, dans l'aventure».	0,700	0,833
H2. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas nécessaire si on risque de ne pas réussir».	0,567	
H3. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas justifié, car on peut perdre tout son argent».	0,432	
H4. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est nécessaire, car qui ne risque n'a rien».	0,356	
H5. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise en Haïti n'est pas nécessaire face aux problèmes politiques et à l'insécurité».	0,708	
H6. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas nécessaire si on ne possède pas les moyens et ressources pour affronter les concurrents potentiels».	0,564	
H7. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise c'est d'avoir une grande confiance en soi, en ses capacités et ses ressources».	0,567	
H8. «Le travail procure plus de sécurité que la création d'une entreprise, voire de se lancer dans un projet entrepreneurial».	0,678	
H9. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas raisonnable, car on ne peut dépenser son argent sans rien espérer de retour».	0,675	
H10. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est risqué, si on n'a pas d'assurance commerciale protégeant ses actifs».	0,560	
H11. «Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise en Haïti n'est pas nécessaire face au manque de soutien institutionnel, financier et technique».	0,761	
H12. «Il est plus prudent de rechercher une stabilité professionnelle que de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet à caractère entrepreneurial».	0,539	
H13. «Il est préférable d'avoir un poste dans l'administration publique, même avec un bas revenu que de se lancer dans un projet de création d'entreprise».	0,639	
H14. «Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial est nécessaire, car avoir le courage d'entreprendre est l'un des principaux facteurs de succès».	0,671	

Les items qui composent la variable « attentisme, attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude » sont au nombre de 14. En effet, tous ont été retenus dans le cadre de ce test. Il résulte que leurs coefficients de corrélation se situent entre 0,356 et 0,761 pour donner un coefficient Alpha de Cronbach égal à 0,833.

1.1.10. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable « *Distance hiérarchique et conformisme* »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
I1. «Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut toujours chercher à faire comme mes prédécesseurs».	0,767	0,601
I3. «Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut faire exactement comme les autres».	0,866	
I4. «Il est préférable de conserver toujours les mêmes habitudes que mes grands parents, au lieu de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi pour subsister à mes besoins».	0,862	

Le coefficient Alpha de Cronbach est égal à 0,601. Les coefficients de corrélation des items qui ont été retenus varient entre 0,767 et 0,866. Ces coefficients de corrélation sont révélés très satisfaisants, après avoir éliminé l’item (I2).

1.1.11. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable « Entraide »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
J1. «On crée à CT une entreprise ou on se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, c’est parce qu’il faut aider les plus faibles».	0,590	0,650
J2. «On crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car dans la famille les aînés doivent prendre soins des plus jeunes».	0,561	
J3. «Chez moi les plus jeunes doivent compter sur les plus âgés, et ceci dans tout».	0,654	
J4. «Chez moi, celui qui travaille doit occuper les autres et cherche à les intégrer dans la vie professionnelle».	0,543	
J5. «La solidarité au sein de la famille est obligatoire, c’est pour cela je veux créer mon entreprise le plus rapidement possible».	0,612	

Le coefficient Alpha de Cronbach est égal à 0,650, pendant que les coefficients de corrélation des items variant entre 0,543 et 0,654.

1.1.12. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «Auto-retrait du monde »

Items	Corrélation totale des items	Alpha de Cronbach
K1. « Cela ne sert à rien de créer à CT une entreprise ou se de lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car on vit dans ce monde, mais on n’est pas de ce monde».	0,345	0,623
K2. «Cela ne sert à rien de créer à CT une entreprise ou se de lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car il ne faut pas s’intéresser à ce que font les autres».	0,567	
K3. «On doit éviter à tout prix de participer à la vie active».	0,456	
K4. «La vie est trop compliquée, on laisse faire le destin».	0,654	
K5. «Il ne faut pas suivre les autres dans leurs initiatives entrepreneuriales».	0,456	

Le coefficient Alpha de Cronbach est égal à 0,623. Les coefficients de corrélation des items qui ont été retenus variant entre 0,345 et 0,654.

Tableau 28. Coefficient Alpha de Cronbach des variables liées aux traits culturels

Variables	Alpha de Cronbach	Nbre d’items
Croyances magico-religieuses et fatalisme	0,801	10
Croyance à la futilité de la vie sur terre	0,701	6
Communautarisme ou esprit communautaire	0,704	7
Vie dans l’instant présent ou vision du court terme	0,750	8

Aversion pour la concurrence	0,837	16
Perception de la réussite socio-économique	0,881	21
Attitudes face à l'investissement et à l'épargne	0,698	6
Attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude	0,833	14
Distance hiérarchique et conformisme	0,601	3
Entraide	0,650	5
Auto-retrait du monde	0,623	5

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel SPSS 17.0

En résumé, les coefficients Alpha de Cronbach se sont révélés satisfaisants pour pouvoir apprécier la cohérence interne de toutes les variables concernées. Nous notons de plus que ces coefficients varient entre 0,601 et 0,881, eu égard au tableau N° 28. En fait, les tests Alpha de Cronbach nous ont permis d'avoir des items qui sont suffisamment corrélés pour constituer ces facteurs, telle que recommande la littérature. Ces tests effectués sont nécessaires, mais ils ne sont pas suffisants. Cela nous amène à faire d'autres tests, comme nous avons pu mentionner tout au début de cette section.

1.2. Test de multicolinéarité

Le test de multicolinéarité fait suite à l'analyse de la cohérence interne de chaque variable déjà présentée. Évidemment, il est jugé très important d'effectuer ce genre de test entre les variables caractérisant les traits culturels, avant de procéder aux différentes régressions que nous présenterons dans la section suivante. Par définition, on dit que des variables sont multicolinéaires si et seulement s'il existe une relation linéaire entre elles. Dans la littérature, les méthodes les plus utilisées pour détecter des problèmes de multicolinéarité entre des variables explicatives d'un modèle sont généralement basées sur le calcul de la valeur du facteur d'inflation de la variance (VIF) et la corrélation entre les facteurs (Anginer et *al.* [2014], Cheng et *al.* [2014]).

1.2.1. Facteur d'Inflation de la Variance

Le facteur d'inflation de la variance (VIF) a été utilisé comme un indicateur qui permet de mesurer la multicolinéarité entre plusieurs variables explicatives (Lefèvre et Moreau, 2009). Selon ces auteurs, la valeur VIF doit se situer entre 1 et 10 pour conclure

que le phénomène de multicollinéarité n'existe pas entre des variables explicatives. Plus le VIF se rapproche de 1, moins est la présence du problème de multicollinéarité entre les variables (Cheng et *al.*, 2014). Les chercheurs utilisent aussi le niveau de tolérance qui est donné par le ratio 1/VIF pour détecter des problèmes de multicollinéarité. Plus 1/VIF s'éloigne de 1, plus le risque de multicollinéarité est important (Lefèvre et Moreau, 2009). Ainsi, après avoir déterminé le VIF et le niveau de tolérance via le logiciel SPSS 17.0, il n'existe pas de problèmes de multicollinéarité entre nos différentes variables caractérisant les traits culturels. Dans le tableau N° 29, les VIF de ces variables explicatives se situent entre 1,339 et 2,365. Les niveaux de tolérance se trouvent entre 0,423 et 0,747. Ce qui signifie que les modèles de régression que nous aurons à présenter dans la section suivante ne souffrent pas d'un problème de multicollinéarité.

Tableau 29. Test de multicollinéarité entre les variables caractérisant les traits culturels

Variables	VIF	Tolérance
Croyances magico-religieuses et fatalisme	1,802	0,555
Croyance à la futilité de la vie sur terre	2,365	0,423
Communautarisme ou esprit communautaire	1,735	0,576
Vie dans l'instant présent ou vision du court terme	1,711	0,584
Aversion pour la concurrence	2,123	0,471
Perception de la réussite socio-économique	1,645	0,607
Attitudes face à l'investissement et à l'épargne	1,673	0,598
Attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude	2,346	0,426
Distance hiérarchique et conformisme	1,635	0,612
Entraide	1,729	0,578
Auto-retrait du monde	1,339	0,747

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel SPSS 17.0

1.2.2. Matrice de corrélation des variables

Le but de la matrice de corrélation est de permettre de comparer les corrélations entre les différentes variables explicatives que nous aurons à utiliser dans nos modèles de régression. La littérature a recommandé de considérer l'existence d'un phénomène de multicollinéarité entre les variables explicatives à partir d'un coefficient de corrélation égal à 0,5 (Bourmont, 2013). En effet, la matrice de corrélation des variables explicatives n'a

révélé aucun risque de multicollinéarité. Mis à part les coefficients de corrélation convergente placés sur la première diagonale de la matrice qui sont égaux à un (1,000). Les variables explicatives présentent des coefficients de corrélation discriminante inférieurs à 0,5. Les variables qui entretiennent la plus forte corrélation sont nombreuses. Parmi lesquelles : l'auto-retrait du monde et l'aversion pour la concurrence (0,4). Le tableau N° 30 indique les coefficients de corrélation entre les différentes variables explicatives.

Tableau 30. Matrice de corrélation des variables explicatives, à l'aide du logiciel SPSS 17.0

	M	F	V	C	R	Ac	I	P	E	D	S	G	N	Ep	Cs	En	H	Rm	Pg
M	1																		
F	0,3	1																	
V	0,2	-,4	1																
C	0,4	-,3	-,3	1															
R	0,3	-,2	-,2	0,4	1														
Ac	0,2	0,4	0,2	0,2	-,4	1													
I	0,4	0,4	0,2	0,2	0,1	0,3	1												
P	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	-,4	0,2	1											
E	-,4	0,2	0,3	0,3	0,3	-,2	0,2	0,4	1										
D	-,2	0,2	0,2	-,3	0,2	0,3	0,3	0,4	-,4	1									
S	0,3	0,3	-,3	-,2	0,2	0,2	0,3	0,4	-,4	0,3	1								
G	0,2	0,3	-,3	0,4	0,3	0,4	0,2	0,2	0,1	0,2	-,2	1							
N	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	-,3	0,2	0,3	0,4	-,3	0,3	1						
Ep	0,4	-,3	0,3	-,4	-,1	0,3	-,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,2	-,4	1					
Cs	0,3	-,2	-,2	0,3	-,4	0,3	0,2	0,3	-,3	0,3	0,2	-,3	-,3	0,4	1				
En	-,4	-,2	-,2	0,2	0,3	-,4	0,3	0,2	-,2	-,4	0,2	-,3	-,2	0,2	-,2	1			
H	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	-,3	0,4	0,3	0,3	0,2	0,4	0,2	-,2	0,2	1		
Rm	0,2	0,3	-,3	0,2	0,2	0,2	0,2	-,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	1	
Pg	0,2	0,4	0,2	0,3	-,4	0,2	0,4	0,2	-,4	0,2	-,1	-,2	0,4	0,3	-,3	0,4	-,4	0,1	1

M : croyances magico-religieuses, F : Futilité de la vie terrestre, V : Vision pour le risque, C : Communautarisme, R : attitudes vis-à-vis du risque, Ac : Aversion pour la concurrence, I : Attitudes face à l'investissement et à l'épargne, P : Perception de la réussite socio-économique, A : Auto-retrait du monde, E : Entraide, D : Distance hiérarchique et conformisme, S : sexe, G : age, N : niveau d'éducation, Ep : Expérience professionnelle acquise, Cs : CSP, En : Engagement social, politique, économique et écologique, H : Patrimoine légué en héritage, Rm : Etre chefs de ménages et Pg : Positionnement géographique.

1.3. Test d'homoscédasticité : important mais pas nécessaire dans notre thèse ?

Ce test a toujours de grandes importances en économétrie. Cependant, il n'est pas nécessaire dans le cadre de notre travail de recherche, car les modèles de régressions que nous utilisons sont de type logit ou probit. En effet, nous rappelons que le test d'homoscédasticité est très utilisé lorsqu'il s'agit généralement d'un modèle de régression linéaire, au point qu'il constitue l'une des hypothèses fondamentales. Le but de ce test est de voir si les variables explicatives ne sont pas corrélées avec le terme d'erreur dans un

modèle de régression linéaire estimé par les moindres carrés ordinés (MCO). Or, ce qui n'est pas le cas pour notre thèse. Ordinairement, le terme d'erreur est désigné par (ε) et pour vérifier l'hypothèse d'homoscédasticité dans un modèle de régression linéaire, il suffit de montrer que $\text{Var} [\varepsilon_i] = E((\varepsilon_i - E(\varepsilon_i))^2)$ est constante pour tout i , ou plus simplement $\text{Var} [\varepsilon_i] = \sigma_w^2$.

Section 2. Spécifications des modèles économétriques, estimations, analyses et discussions des résultats

Après avoir testé la validation de la construction de certaines de nos variables de recherche suivie des tests de corrélation, vient maintenant la construction de l'ossature de base dans notre analyse micro-économétrique. En fait, pour faciliter toutes nos analyses, il revient d'abord à cette section de spécifier tous nos modèles à estimer et les différents tests statistiques qui y sont relatifs, avant d'entamer ensuite toutes les analyses, discussions et interprétations sur les résultats obtenus.

2.1. Spécifications des modèles économétriques

Spécifier nos modèles économétriques revient à présenter l'importance des variables qualitatives dans les études économétriques, du choix des modèles retenus, de la méthode d'estimation à utiliser et des différents tests statistiques à effectuer. Pour mieux faciliter leur compréhension, une très courte littérature s'avère très nécessaire.

2.1.1. Importance des variables qualitatives en économétrie

Les variables qualitatives constituent une pratique importante de l'économétrie contemporaine (Thomas, 2000). Selon l'auteur, il existe trois (3) façons de considérer l'importance des variables qualitatives en économétrie :

- Les incorporer comme variables explicatives dans un modèle de régression ;
- Étudier leur corrélation ou leur indépendance ;
- Les traiter comme variables dépendantes (expliquées).

Par ailleurs, les variables qualitatives discrètes sont de plus en plus utilisées comme variables dépendantes dans les modèles de régression probit, logit et tobit, étant donné que le modèle linéaire et les techniques d'inférence par moindres carrés qui sont habituellement utilisés ne sont pas adaptés. Par exemple, elles sont généralement présentées dans un

modèle de régression sous ces formes (le fait de travailler ou pas, le fait d'être pauvre ou pas, etc.). Dans le cadre de notre thèse, les variables qualitatives discrètes dépendantes à analyser sont l'intention de créer à court terme une entreprise ou pas, l'intention de se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial ou pas, sans pourtant ignorer l'importance des variables indépendantes qui sont aussi qualitatives. En donnant ici plus d'importances à nos variables dépendantes qui se présentent sous la forme d'un modèle dichotomique, nous avons privilégié les spécifications probit et logit. Ainsi, nous avons pu recourir à la méthode d'estimation par le maximum de log-vraisemblance suivie des tests d'appréciation sur la qualité des modèles estimés.

2.1.2. Choix d'un modèle dichotomique

En économétrie, un modèle dichotomique est un modèle statistique dans lequel la variable expliquée (ou variable dépendante) ne peut prendre que deux modalités (d'où vient le nom de la variable dichotomique). Il s'agit en général d'expliquer la survenue ou non d'un événement, ou d'un choix. Dans le cadre de notre thèse, il s'agit d'un travailleur, d'un patron ou d'un chômeur haïtien qui a l'intention de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine ou pas.

La modélisation de l'intention d'un travailleur ou d'un chômeur haïtien de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine ou pas se fera à partir d'un modèle dichotomique simple Y_i qui est la variable observée et prend deux modalités codées par convention 0 et 1. Nous considérons l'ensemble n d'indice $i = 1, \dots, n$ des actifs de notre échantillon sur lesquels on observe le caractère Y_i représentant le fait d'intenter de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département ou pas.

$$Y_i = \begin{cases} Y_i = 1 & \text{si les actifs ont l'intention de créer ou de porter un projet entr.} \\ Y_i = 0 & \text{sinon} \end{cases}$$

Le choix du codage retenu (0, 1) pour les modèles dichotomiques nous permet de définir la probabilité de survenue de l'évènement comme l'espérance de la variable Y_i , puisque :

$$E[Y_i] = \Pr(Y_i = 1) \times 1 + \Pr(Y_i = 0) \times 0 = \Pr(Y_i = 1)$$

L'espérance de Y_i donne donc la probabilité que les actifs haïtiens soient motivés à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine. L'objectif de ce modèle consiste alors à expliquer la survenue de l'intention des actifs haïtiens dans la création à court terme d'une entreprise ou dans le lancement sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine en fonction de K caractéristiques observées (X_{i1}, \dots, X_{iK}) pour un actif i de notre échantillon.

Les modalités prises par Y_i dépendent des caractéristiques socioculturelles X_{ik} des actifs haïtiens qui sont des variables liées aux traits culturels identifiés dans la société haïtienne et celles qui sont liées aux bagages personnels et qui sont surtout véhiculées selon leur appartenance sociale. La variable qualitative Y_i observée est définie à partir de la variable latente Y_i^* exprimée par :

$$Y_i^* = \alpha + \beta X_i + \varepsilon_i, \text{ avec } Y_i = \begin{cases} 1 & \text{si } Y_i^* > 0 \\ 0 & \text{sinon} \end{cases} \quad (1)$$

Ce qui implique que l'on peut maintenant calculer la probabilité que les les actifs haïtiens soient motivés à créer ou à porter un projet entrepr.: $\Pr [Y_i = 1] = \Pr [Y_i^* > 0]$.

X_i est le vecteur des variables explicatives associées aux traits culturels et à l'appartenance sociale, β est le vecteur des coefficients associés et α est la constante. Le vecteur des variables explicatives X_i est composé des variables liées aux traits culturels tels que les croyances magico-religieuses (CMR), les croyances à la futilité de la vie sur terre (FVT), le communautarisme ou l'esprit communautaire (CEC), la vie dans l'instant présent ou la vision du court terme (VCT), le conformisme et la distance hiérarchique (CDH), l'attitude vis-à-vis de la concurrence (AVC), la perception de la réussite socio-économique (PRSE), l'attitude face à l'épargne et à l'investissement (AEI), l'entraide (ENT), l'auto-retrait du monde (ARM) et l'attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude

(AVRI)] et celles qui sont associées à l'appartenance sociale des Haïtiens comme la CSP ou le profil des parents (CSP), l'âge (AGE), le sexe (SEXE), le niveau d'éducation (EDUC), l'expérience professionnelle acquise (EXP), la responsabilité familiale ou être chefs de ménage (CHEF), la situation financière ou patrimoine légué en héritage (PATR), l'engagement social, politique, économique et écologique (ESPE) et le positionnement géographique ou le milieu résidentiel (POS)] et ε le terme d'erreur qui suit une loi logistique.

Tableau 31 : Modalités de référence des variables explicatives retenues

Variables explicatives retenues	Modalités de référence
Croyances magico-religieuses et fatalisme	CMR
Croyance à la futilité de la vie sur terre	FVT
Communautarisme ou l'esprit communautaire	CEC
Vie dans l'instant présent ou la vision du court terme	VCT
Conformisme et distance hiérarchique	CDH
Attitude vis-à-vis de la concurrence	AVC
Perception de la réussite socio-économique	PRSE
Attitude face à l'épargne et à l'investissement	AEI
Entraide	ENT
Auto-retrait du monde	ARM
Attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude	AVRI
Profil ou CSP des parents	CSP
Age	AGE
Sexe	SEXE
Niveau d'éducation	EDUC
Expérience professionnelle acquise	EXP
Responsabilité familiale ou chefs de ménage	CHEF
Situation financière ou patrimoine légué en héritage	PATR
Engagement social, politique, économique et écologique	ESPE
Positionnement géographique ou milieu résidentiel	POS

L'équation à estimer est alors :

$$Y_i^* = \alpha + \beta_1\text{CMR} + \beta_2\text{FVT} + \beta_3\text{CEC} + \beta_4\text{VCT} + \beta_5\text{CDH} + \beta_6\text{AVC} + \beta_7\text{PRSE} + \beta_8\text{AEI} + \beta_9\text{ENT} + \beta_{10}\text{ARM} + \beta_{11}\text{AVRI} + \beta_{12}\text{CSP} + \beta_{13}\text{AGE} + \beta_{14}\text{SEXE} + \beta_{15}\text{EDUC} + \beta_{16}\text{EXP} + \beta_{17}\text{CHEF} + \beta_{18}\text{PATR} + \beta_{19}\text{ESPE} + \beta_{20}\text{POS} + \varepsilon_i \quad (2)$$

Cependant, nous avons divisé l'équation (2) en deux sous-équations pour faire nos estimations, à savoir:

$$Y_i^{1*} = \alpha_1 + \beta_1\text{CMR} + \beta_2\text{FVT} + \beta_3\text{CEC} + \beta_4\text{VCT} + \beta_5\text{CDH} + \beta_6\text{AVC} + \beta_7\text{PRSE} + \beta_8\text{AEI} + \beta_9\text{ENT} + \beta_{10}\text{ARM} + \beta_{11}\text{AVRI} + \varepsilon_{i1} \quad (2')$$

Et

$$Y_i^{2*} = \alpha_2 + \beta_{12}\text{CSP} + \beta_{13}\text{AGE} + \beta_{14}\text{SEXE} + \beta_{15}\text{EDUC} + \beta_{16}\text{EXP} + \beta_{17}\text{CHEF} + \beta_{18}\text{PATR} + \beta_{19}\text{ESPE} + \beta_{20}\text{POS} + \varepsilon_{i2} \quad (2'')$$

L'équation (2') exprime l'intention des actifs en Haïti de créer à court terme une entreprise ou de se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine en fonction des variables qui caractérisent certains traits culturels dans la société haïtienne. Alors que l'équation (2'') exprime l'intention des actifs en Haïti de créer à court terme une entreprise ou de se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine en fonction des variables qui sont liées aux bagages personnels et qui sont véhiculées selon l'origine sociale des individus.

Toutefois, par souci de commodité, nous devrions estimer l'équation (2') trois fois. La raison c'est que, la variable latente Y_i^{1*} peut signifier intrinsèquement une curiosité entrepreneuriale par le fait que les actifs peuvent avoir l'intention ou pas de créer à court terme une entreprise dans leur propre département d'origine, en raison de leur forte envie ou pas. Pareillement, cette même variable latente Y_i^{1*} peut signifier intrinsèquement une nécessité entrepreneuriale par le fait que les actifs peuvent avoir l'intention ou pas de porter plutôt sur le moyen terme un projet d'entreprise dans leur propre département d'origine, en raison de leur situation au travail ou de la vision qu'ils ont du marché du travail (*effet push*). Et, enfin, elle peut signifier une opportunité entrepreneuriale par le fait que les actifs peuvent avoir l'intention ou pas de porter plutôt sur le long terme un projet d'entreprise dans leur propre département d'origine en situation de « forte » croissance

économique sur le long terme (*effet pull*). Nous devrions estimer de la même façon trois fois l'équation (2''). Donc, nous avons au total six (6) équations à estimer. En résumé, nous présentons dans le tableau N° 31 les variables retenues avec leurs modalités de référence.

2.1.3. Choix des modèles PROBIT et LOGIT

Lorsqu'on cherche à expliquer les valeurs de Y grâce à X , c'est-à-dire à estimer la probabilité que $Y_i=1$ sachant que la variable X_i (ou que $Y_i = 0$, ce qui revient au même). On a donc :

$$\Pr(Y_i = 1 | X_i) = \Pr(X_i \beta + \varepsilon_i \geq 0 | X_i) = \Pr(X_i \beta \geq -\varepsilon_i | X_i) = F_{\varepsilon_i}(X_i \beta).$$

La différence entre les modèles Probit et Logit est la spécification de la fonction de répartition F . Dans ces deux cas, la loi des résidus est symétrique, on peut donc remplacer F_{ε_i} par F_{ε_i} .

En effet, si le modèle Probit correspond à l'hypothèse que l'erreur ε_i est une variable qui suit une loi gaussienne de moyenne 0 et de variance 1. Les fonctions de répartition et de densité f associée à une loi normale $N(0, 1)$ sont respectivement :

$$F(X_i \beta) = \Phi(X_i \beta) = \int_{-\infty}^{X_i \beta} \frac{e^{-t^2/2}}{\sqrt{2\pi}} \text{ et } f(X_i \beta) = \phi(X_i \beta) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-(X_i \beta)^2/2}$$

Alors que le modèle Logit correspond à la loi logistique et admet comme fonctions de répartition Λ et de densité λ les expressions suivantes :

$$F(X_i \beta) = \Lambda(X_i \beta) = \frac{e^{X_i \beta}}{1+e^{X_i \beta}} = \frac{1}{1+e^{-X_i \beta}} \text{ et } f(X_i \beta) = \lambda(X_i \beta) = \frac{e^{-X_i \beta} 1}{(1+e^{-X_i \beta})^2}$$

$$= \Lambda(X_i \beta)(1 - \Lambda(X_i \beta))$$

La probabilité associée à la loi logistique peut être inversée. Si on note p_i la probabilité que $y_i = 1$, on obtient la représentation suivante :

$$\log\left(\frac{p_i}{1+p_i}\right) = X_i \beta$$

Et l'on vérifie bien que la probabilité que $y_i = 1$ est une fonction croissante de la combinaison linéaire $X_i \beta$. Il n'y a pratiquement pas de différence entre ces deux lois, l'introduction de la loi normale étant motivée par sa simplicité. Nous utiliserons dans le

cadre de notre thèse l'estimation logistique pour les paramètres de notre modèle avec la méthode du maximum de log-vraisemblance.

2.1.4. Estimation par la méthode du maximum de log-vraisemblance

L'estimation des paramètres de nos modèles repose sur la maximisation de la log-vraisemblance. La vraisemblance s'écrit :

$$\prod_{i=1}^N F(X_i \beta)^{Y_i} (1 - F(X_i \beta))^{1-Y_i}$$

La log-vraisemblance vaut :

$$\log L(\beta) = \sum_{i=1}^N Y_i \log F(X_i \beta) + \sum_{i=1}^N (1 - Y_i) \log(1 - F(X_i \beta))$$

$$\log L(\beta) = \sum_{i:Y_i=1} \log F(X_i \beta) + \sum_{i:Y_i=0} \log(1 - F(X_i \beta))$$

Pour chacun de nos modèles, nous remplaçons F par sa valeur et nous estimons β en résolvant les conditions du premier ordre (la nullité du gradient de la log-vraisemblance). L'intérêt technique du modèle Logit apparaît ici. Nous utilisons le logiciel EViews 8 pour estimer tous nos modèles.

2.1.5. Calcul des effets marginaux

Une fois les modèles estimés, nous cherchons à obtenir des valeurs pour les paramètres (β) que nous devons interpréter. L'aspect essentiel est l'effet marginal de la j -ème variable X_{ij} , sur la probabilité de $Y=1$ pour l'individu i . Cet effet s'écrit pour une variable X_{ij} continue (pour une variable explicative qualitative, il faut chercher un taux d'accroissement) :

$$\frac{\partial F(X_i \beta)}{\partial X_{ij}} = f(X_i \beta) \beta_j$$

On peut tirer le signe de l'effet X_{ij} :

- Si $\beta_j > 0$, X_{ij} a un effet positif sur l'événement considéré
- Si $\beta_j < 0$, X_{ij} a un effet négatif sur l'événement considéré

2.1.6. Les tests d'appréciation des modèles

Parmi tous les tests qui peuvent être utilisés après avoir estimé les modèles Probit et Logit, nous avons décidé d'utiliser dans le cadre de notre thèse le test sur le R^2 de MacFadden, le test de Hosmer-Lemeshow, les critères d'informations de Akaike (AIC), de Schwarz (SC) et de Hannan-Quinn (HQ).

2.1.6.1. Le R^2 de MacFadden

Le LR ou statistique du rapport de vraisemblance vaut : $LR = 2 (\log \text{likelihood} - \text{Restr log likelihood})$; avec $\log \text{likelihood} = \log \text{vraisemblance}$ et $\text{Restr log likelihood} = \log \text{de vraisemblance contraint}$ sous l'hypothèse de nullité de tous les paramètres sauf la constante.

La statistique de test LR est intimement liée à la mesure de la qualité de l'ajustement du modèle. L'analogie du R^2 de la régression par les moindres carrés (MCO) est dans le cas des modèles à variables qualitatives, le pseudo- R^2 aussi appelé R^2 de MacFadden qui vaut :

$$R^2 \text{ de MacFadden} = 1 - \frac{\log \text{likeli hood}}{\text{Restr .log likeli hood}}$$

Plus le R^2 de MacFadden est proche de 1, mieux le modèle ajuste parfaitement les données.

2.1.6.2. Le test de Hosmer-Lemeshow

Ce test cherche à indiquer si l'ajustement global du modèle est bon (*goodness of fit*) ou mauvais. Une très grande valeur de la statistique de Hosmer-Lemeshow (HL statistic) indique une différence très significative entre les valeurs observées et prédites. Dans cette situation on rejette l'hypothèse d'ajustement bon. Au seuil de 5%, l'ajustement est bon si la valeur de la probabilité de signification du test de Hosmer-Lemeshow est supérieure à 0,05.

2.1.6.3. Les critères d'informations

Les critères d'informations fournissent une mesure de la quantité d'information donnée par modèle (Thomas, 2000). Ils sont obtenus par combinaison entre la valeur de la log-vraisemblance, le nombre d'observation et de paramètres. Ils sont donnés dans le tableau N° 32.

Tableau 32: Critères d'informations

Critère	Expression
Akaike (AIC)	$-2\log(L)/N + 2K/N$
Schwarz (SC)	$-2\log(L)/N + 2K\log(N)/N$
Hannan-Quinn (HQ)	$-2\log(L)/N + 2K\log[\log(N)]/N$

Où N est le nombre d'individus, K le nombre de paramètres du modèle. On préférera le modèle qui fournit le critère minimal. Ces critères dépendent de l'unité de mesure de la variable dépendante. Ils ne peuvent être utilisés pour comparer deux modèles différents par exemple y et log(y).

2.2. Résultats de l'estimation des modèles : Analyses, discussions et interprétations

Comme mentionné plus haut, nous avons six modèles de régressions en Logit à estimer à partir de la méthode du maximum de log-vraisemblance. Grâce au logiciel EViews 8, les résultats sont présentés sous forme de tableau, dont les sorties du logiciel sont placés en annexe 3. Chaque modèle estimé fera l'objet d'analyses, de discussions et d'interprétations à partir des résultats qui sont obtenus.

2.2.1. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du premier modèle

Pour estimer le premier modèle, nous reprenons l'équation Y_i^{1*} de (2'). Désormais, celle-ci devient ainsi à partir d'une première formulation :

$$INCT_i = \alpha_1 + \beta_1CMR + \beta_2FVT + \beta_3CEC + \beta_4VCT + \beta_5CDH + \beta_6AVC + \beta_7PRSE + \beta_8AEI + \beta_9ENT + \beta_{10}ARM + \beta_{11}AVRI + \epsilon_{i1} \quad (2^1)$$

Où $INCT_i$ représentant l'intention de créer à court terme une entreprise par l'individu i dans son propre département d'origine est la variable observable que nous cherchons à expliquer via la variable latente ou inobservable « *curiosité entrepreneuriale* ». Pour les autres variables, voir tableau N° 31.

D'où le modèle estimé de cette équation se présentera sous la forme suivante :

$$\widehat{INCT}_i = \alpha_1 + \hat{\beta}_1CMR + \hat{\beta}_2FVT + \hat{\beta}_3CEC + \hat{\beta}_4VCT + \hat{\beta}_5CDH + \hat{\beta}_6AVC + \hat{\beta}_7PRSE + \hat{\beta}_8AEI + \hat{\beta}_9ENT + \hat{\beta}_{10}ARM + \hat{\beta}_{11}AVRI \quad (2^{1*})$$

En remplaçant les lettres par des valeurs qui sont estimées, le modèle estimé (2^{1*}) devient maintenant par rapport aux résultats indiqués dans le tableau suivant :

$$\widehat{INCT}_i = -3,580588 - 0,682523 \text{ CMR} - 3,761718 \text{ FVT} - 0,603055 \text{ CEC} + 3,781324 \text{ VCT} - 3,265634 \text{ CDH} - 0,746742 \text{ AVC} - 6,523694 \text{ PRSE} - 3,634605 \text{ AEI} - 2,859277 \text{ ENT} + 2,969629 \text{ ARM} - 2,673521 \text{ AVRI} \quad (2^{1**})$$

Ces résultats nous permettent d'effectuer toutes les analyses nécessaires. En plus, ils nous permettent de faire des discussions et des interprétations à partir de différents tests d'appréciation, notamment sur la qualité du modèle estimé et d'ajustement global des données.

Tableau 33. Résultats de l'estimation du premier modèle

Dependent Variable: INCT				
Method: ML - Binary Logit				
Included observations: 300				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-3,580588	2,018440	-1,773938*	0,0761
CMR	-0,682523	0,378870	-1,801470***	0,0083
FTV	-3,761718	1,437068	-2,617634***	0,0089
CEC	-0,603055	1,993447	-0,302519**	0,0423
VCT	3,781324	1,514883	2,496116**	0,0126
CDH	-3,265634	2,020060	-1,616602***	0,0034
AVC	-0,746742	0,378942	-1,970597**	0,0488
PRSE	-6,523694	2,198111	-2,967864***	0,0030
AEI	-3,634605	1,410945	-2,576008**	0,0134
ENT	-2,859277	1,910377	-1,496708**	0,0345
ARM	2,969629	1,052807	2,820677***	0,0048
AVRI	-2,673521	1,941445	-1,377078**	0,0185
McFadden R-squared	0,805550	Mean dependent var		0,437908
S.D. dependent var	0,497759	S.E. of regression		0,212812
Akaike info criterion	0,426494	Sum squared resid		6,340473
Schwarz criterion	0,653982	Log likelihood		-20,39178
Hannan-Quinn criter.	0,511090	Deviance		40,78355
Restr. deviance	209,7375	Restr. log likelihood		-104,8687
LR statistic	168,9539	Avg. log likelihood		-0,133280
Prob(LR statistic)	0,000000			
Obs with Dep=0	131	Total obs.		300
Obs with Dep=1	169			
***= significatif à 1% ; **= significatif à 5% ; *= significatif à 10%				

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel EViews 8

À la lecture des résultats qui sont obtenus dans le tableau N° 33, nous constatons que 169 répondants (soit une proportion de 56,46%) sont curieux pour créer à court terme une entreprise dans leur propre département d'origine, contre seulement 131 (soit 43,54%). Toutefois, cette curiosité entrepreneuriale est probablement perturbée par un

ensemble de traits culturels qui caractérisent les comportements des répondants (influence négative). Il s'agit de leurs croyances magico-religieuses et fatalisme, leurs croyances à la futilité de la vie sur terre, leur esprit communautaire, leur position face à la concurrence, leur distance hiérarchique et conformisme, leur perception face à la réussite socio-économique, leurs attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude, leurs attitudes face à l'épargne et à l'investissement et leurs comportements d'entraide. Les résultats obtenus confirment pour les variables « croyances magico-religieuses et fatalisme », « croyance à la futilité de la vie sur terre », « perception face à la réussite socio-économique » et « distance hiérarchique et conformisme » au seuil de significativité 1%, c'est-à-dire à une probabilité de 1% comme risque de nous tromper et pour les variables « esprit communautaire », « position face à la concurrence », « attitudes face à l'épargne et à l'investissement », « entraide » et « attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude » au seuil de significativité de 5%, c'est-à-dire à une probabilité de 5% comme risque de nous tromper. Tandis que la vision du court terme affecte positivement la probabilité que ces répondants soient curieux à créer à court terme une entreprise dans leur propre département d'origine, et ceci au risque de 5% de nous tromper. Ce résultat est aussi observé positivement pour la variable auto-retrait du monde sur la probabilité que ces répondants aient montré leur curiosité pour créer à court terme une entreprise dans leur propre département d'origine. Pour cette variable, nous avons encouru une probabilité de 1% comme risque de nous tromper.

Par ailleurs, il s'avère nécessaire de justifier la qualité de notre premier modèle estimé et l'ajustement global des données. En fait, sa qualité est évaluée par le rapport du maximum de vraisemblance (LR Statistic). Eu égard au tableau N° 33, la valeur du LR (Statistic) est égale à 168,9539. Cette valeur qui correspond à une loi du Khi-deux à 11 degrés de liberté est très significative ($\text{Prob}(\text{LR Statistic}) = 0,000 < 0,05$). Nous pouvons conclure que notre premier modèle est de bonne qualité. De plus, nous faisons le test d'ajustement global des données via le coefficient du R^2 de Mc Fadden et le test de Hosmer-Lemeshow. En fait, le coefficient du R^2 de Mc Fadden vaut 0,805550, soit de 80,55%. Ce qui signifie que notre premier modèle estimé ajuste parfaitement les données. Le test révèle que l'ajustement global des données est aussi bon pour notre premier modèle estimé via le test de Hosmer-Lemeshow, car la probabilité H-L statistic ($\text{Prob. Khi-deux} = 0,9494 > 0,05$) est supérieure à 5%.

Tableau 34. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du premier modèle

Hypothèses sur les variables	Résultats souhaités	Résultats obtenus
Croyances magico-religieuses et fatalisme (CMR)	négatif	négatif
Croyance à la futilité de la vie sur terre (FTV)	négatif	négatif
Communautarise ou l'esprit communautaire (CEC)	négatif	négatif
Vie dans l'instant présent ou la vision du court terme (VCT)	négatif	positif
Conformisme et distance hiérarchique (CDH)	négatif	négatif
Position ou aversion face à la concurrence (AVC)	négatif	négatif
Perception de la réussite socio-économique (PRSE)	négatif	négatif
Attitude face à l'épargne et à l'investissement (AEI)	négatif	négatif
Entraide (ENT)	négatif	négatif
Auto-retrait du monde (ARM)	négatif	positif
Attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude (AVRI)	négatif	négatif

2.2.2. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du deuxième modèle

Le deuxième modèle découle de l'équation Y_i^{1*} de (2'). Celle-ci s'écrit maintenant à partir d'une deuxième formulation :

$$INMT_i = \alpha_1 + \beta_1 CMR + \beta_2 FVT + \beta_3 CEC + \beta_4 VCT + \beta_5 CDH + \beta_6 AVC + \beta_7 PRSE + \beta_8 AEI + \beta_9 ENT + \beta_{10} ARM + \beta_{11} AVRI + \varepsilon_{i1} \quad (2'')$$

Où $INMT_i$ représentant l'intention de se lancer sur le moyen terme dans un projet à caractère entrepreneurial par l'individu i dans son propre département d'origine est la variable observable que nous cherchons à expliquer via la variable latente ou inobservable « *nécessité entrepreneuriale* ». Pour les autres variables, voir tableau N° 31.

Le modèle estimé qui découle de l'équation (2'') se présentera plutôt sous la forme suivante :

$$\widehat{INMT}_i = \alpha_1 + \hat{\beta}_1 CMR + \hat{\beta}_2 FVT + \hat{\beta}_3 CEC + \hat{\beta}_4 VCT + \hat{\beta}_5 CDH + \hat{\beta}_6 AVC + \hat{\beta}_7 PRSE + \hat{\beta}_8 AEI + \hat{\beta}_9 ENT + \hat{\beta}_{10} ARM + \hat{\beta}_{11} AVRI \quad (2''*)$$

Ici, en remplaçant les lettres par des valeurs qui sont estimées, le modèle estimé (2''*) devient maintenant par rapport aux résultats indiqués dans le tableau suivant :

$$\widehat{INCT}_i = 0,226809 - 1,377754 \mathbf{CMR} - 0,746742 \mathbf{FVT} - 3,634605 \mathbf{CEC} - 2,859332 \mathbf{VCT} + 0,695857 \mathbf{CDH} - 0,682523 \mathbf{AVC} - 3,761718 \mathbf{PRSE} - 3,265634 \mathbf{AEI} - 1,395159 \mathbf{ENT} + 0,641023 \mathbf{ARM} - 2,674521 \mathbf{AVRI} \quad (2''**)$$

Comme dans le premier modèle, les résultats indiqués nous permettent d'effectuer toutes les analyses nécessaires. En plus, ils nous permettent de faire des discussions et des interprétations à partir de différents tests d'appréciation, notamment sur la qualité du modèle estimé et d'ajustement global des données. Nous précisons qu'à la différence du premier modèle, l'échantillon de répondants qui ont répondu positivement sur la question liée à la nécessité entrepreneuriale change, eu égard à notre base des données. En effet, pour cette question, ils sont 172 des répondants qui ont répondu positivement, soit une proportion de 57,38%, contre seulement 128 avec une proportion évaluée à 42,62%. En comparaison avec l'intention de créer à court terme une entreprise (curiosité entrepreneuriale), les répondants sont plus favorables de porter sur le moyen terme un projet à caractère entrepreneurial (nécessité entrepreneuriale), étant donné que la majorité de ces répondants a un emploi bon gré mal gré.

Tableau 35. Résultats de l'estimation du deuxième modèle

Dependent Variable: INMT Method: ML - Binary Logit Included observations: 300				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	0,226809	1,325269	0,171142*	0,0841
CMR	-1,377754	0,500824	-2,750974***	0,0059
FTV	-0,746742	0,378942	-1,970597**	0,0488
CEC	-3,634605	1,410945	-2,576008**	0,0100
VCT	-2,859332	1,512312	-1,890702***	0,0016
CDH	0,695857	0,231789	3,002114***	0,0017
AVC	-0,682523	0,378870	-1,801470***	0,0023
PRSE	-3,761718	1,437706	-2,616472***	0,0079
AEI	-3,265634	2,020060	-1,616602**	0,0144
ENT	-1,395159	1,910377	-0,730306**	0,0325
ARM	0,641023	1,325269	0,483693***	0,0038
AVRI	-2,674521	1,941225	-1,377749**	0,0235
McFadden R-squared	0,812350	Mean dependent var		0,427905
S.D. dependent var	0,493359	S.E. of regression		0,232812
Akaike info criterion	0,437496	Sum squared resid		6,343273
Schwarz criterion	0,593584	Log likelihood		-20,27178
Hannan-Quinn criter.	0,431290	Deviance		40,66355
Restr. deviance	109,3375	Restr. log likelihood		-103,5687
LR statistic	160,9539	Avg. log likelihood		-0,111280
Prob(LR statistic)	0,000000			
Obs with Dep=0	128	Total obs.		300
Obs with Dep=1	172			

***= significatif à 1% ; **= significatif à 5% ; *= significatif à 10%

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel EViews 8

Les résultats du tableau N° 35 montrent que seulement deux variables sont favorables à l'intention de porter sur le moyen terme un projet à caractère entrepreneurial. Il s'agit de l'auto-retrait du monde et de la distance hiérarchique et conformisme, parmi les onze variables estimées. À ce niveau, ces résultats montrent que les répondants ne sont pas conformistes et ne sont pas tous enfermés sur eux-mêmes quant à la prise d'une décision entrepreneuriale sur le moyen terme, et ceci à une probabilité de 1% comme risque de nous tromper. Tandis que les autres variables affectent négativement la probabilité que les répondants soient motivés à porter sur le moyen terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine, même si leur nécessité de le faire s'estime à une proportion de plus de 57%. Dans le cadre d'une telle analyse, la probabilité de risque de nous tromper se situe entre 1% et 5% pour ces catégories de variables. Il s'agit entre autres des croyances magico-religieuses (au seuil de significativité de 1%), de la croyance à la futilité de la vie terrestre (au seuil de 5%), de l'esprit communautaire (au seuil de 5%), de la vision du court terme (au seuil de 1%), de la perception sur la réussite socio-économique (au seuil de 1%), de la position face à la concurrence (au seuil de 1%), de l'attitude face à l'épargne et à l'investissement (au seuil de 5%), de l'attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude (au seuil de 5%) et de l'entraide (au seuil de 5%).

En ce qui a trait à la justification de la qualité de notre deuxième modèle, nous avons utilisé la valeur du LR Statistic, qui est le rapport du maximum de vraisemblance. En effet, cette valeur est égale à 160,9539. Elle correspond à une loi de Khi-deux à 11 degrés de liberté et est très significative, c'est-à-dire (Prob (LR Statistic) = 0,000 < 0,05). Ce résultat nous permet de conclure que notre deuxième modèle est de bonne qualité. De plus, le coefficient du R² de Mc Fadden est égal à 0,812350. Ce qui signifie que notre deuxième modèle estimé ajuste parfaitement bien les données avec une proportion de 81,24%. Le test de Hosmer-Lemeshow révèle aussi que l'ajustement global de notre deuxième modèle est bon, avec une probabilité H-L (Prob. Khi-deux = 0,7865 > 0,05) qui est donc supérieure à 5%.

Tableau 36. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du deuxième modèle

Hypothèses sur les variables	Résultats souhaités	Résultats obtenus
Croyances magico-religieuses et fatalisme (CMR)	négatif	négatif
Croyance à la futilité de la vie sur terre (FTV)	négatif	négatif
Communautarise ou l'esprit communautaire (CEC)	négatif	négatif
Vie dans l'instant présent ou la vision du court terme (VCT)	négatif	négatif
Conformisme et distance hiérarchique (CDH)	négatif	positif
Position ou aversion face à la concurrence (AVC)	négatif	négatif
Perception de la réussite socio-économique (PRSE)	négatif	négatif
Attitude face à l'épargne et à l'investissement (AEI)	négatif	négatif
Entraide (ENT)	négatif	négatif
Auto-retrait du monde (ARM)	négatif	positif
Attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude (AVRI)	négatif	négatif

2.2.3. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du troisième modèle

Le troisième modèle découle aussi de l'équation Y_i^{1*} de (2'). Celle-ci s'écrit maintenant à partir d'une troisième formulation :

$INLT_i = \alpha_1 + \beta_1 CMR + \beta_2 FVT + \beta_3 CEC + \beta_4 VCT + \beta_5 CDH + \beta_6 AVC + \beta_7 PRSE + \beta_8 AEI + \beta_9 ENT + \beta_{10} ARM + \beta_{11} AVRI + \varepsilon_{i1}$ (2'3) où $INLT_i$ représentant l'intention de se lancer sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial par l'individu i dans son propre département d'origine est la variable observable que nous cherchons à expliquer via la variable latente ou inobservable « opportunité entrepreneuriale ». Pour les autres variables, voir tableau N° 31.

Ainsi, le modèle estimé qui découle de l'équation (2'3) se présentera plutôt sous la forme suivante :

$$\widehat{INLT}_i = \alpha_1 + \hat{\beta}_1 CMR + \hat{\beta}_2 FVT + \hat{\beta}_3 CEC + \hat{\beta}_4 VCT + \hat{\beta}_5 CDH + \hat{\beta}_6 AVC + \hat{\beta}_7 PRSE + \hat{\beta}_8 AEI + \hat{\beta}_9 ENT + \hat{\beta}_{10} ARM + \hat{\beta}_{11} AVRI \quad (2'3^*)$$

Ici, en remplaçant les lettres par des valeurs qui sont estimées, le modèle estimé (2'3*) devient maintenant par rapport aux résultats indiqués dans le tableau suivant :

$$\widehat{INCT}_i = -0,216809 -1,327756 \text{ CMR} -0,746543 \text{ FVT} -2,632405 \text{ CEC} -1,850232 \text{ VCT} +0,568857 \text{ CDH} -0,583523 \text{ AVC} -3,654718 \text{ PRSE} -3,263634 \text{ AEI} -1,326159 \text{ ENT} +0,342023 \text{ ARM} -2,673521 \text{ AVRI} \quad (2'3^{**})$$

Ce modèle estimé peut permettre d'effectuer plusieurs analyses économiques et statistiques. Il peut faire aussi l'objet d'interprétations et de discussions, ce qui permet de comparer par la suite les résultats obtenus.

Tableau 37. Résultats de l'estimation du troisième modèle

Dependent Variable: INLT				
Method: ML - Binary Logit				
Included observations: 300				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-0,216809	1,354269	-0,160093*	0,0941
CMR	-1,327756	0,505624	-2,625975***	0,0079
FTV	-0,746543	0,364942	-2,045648*	0,0688
CEC	-2,632405	1,340942	-1,963101**	0,0200
VCT	-1,850232	1,452312	-1,273991***	0,0013
CDH	0,568857	0,243989	2,331486***	0,0029
AVC	-0,583523	0,278870	-2,092455***	0,0033
PRSE	-3,654718	1,429706	-2,556272***	0,0019
AEI	-3,263634	2,020660	-1,615133**	0,0224
ENT	-1,326159	1,450377	-0,014355**	0,0455
ARM	0,342023	1,327269	0,257689***	0,0058
AVRI	-2,673521	1,921225	-1,391571**	0,0285
McFadden R-squared	0,862330	Mean dependent var		0,434905
S.D. dependent var	0,421759	S.E. of regression		0,221812
Akaike info criterion	0,432496	Sum squared resid		6,341273
Schwarz criterion	0,583584	Log likelihood		-20,28178
Hannan-Quinn criter.	0,421290	Deviance		40,65355
Restr. deviance	108,2375	Restr. log likelihood		-102,5787
LR statistic	162,9459	Avg. log likelihood		-0,101280
Prob(LR statistic)	0,000000			
Obs with Dep=0	126	Total obs.		300
Obs with Dep=1	174			

***= significatif à 1% ; **= significatif à 5% ; *= significatif à 10%

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel EViews 8

Cette fois-ci, l'échantillon pour les répondants qui ont répondu positivement sur leur intention de porter sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine est de 174, contre 126 (soit 41,87%). En dépit de cette forte proportion (soit 58,13%), l'analyse économétrique d'une telle décision entrepreneuriale fait probablement face à d'énormes difficultés sur le plan culturel. Il s'agit ici des traits culturels qui sont défavorables dans le cadre de notre analyse, par rapport aux résultats indiqués ci-dessus. Ces traits culturels sont caractérisés à l'aide des variables identifiées. Les variables qui affectent négativement la probabilité que les répondants soient motivés à se lancer sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine sont «croyances magico-religieuses» au seuil de significativité de 1%, «croyance à la futilité de la vie terrestre» au seuil de significativité de 10%, «esprit

communautaire» au seuil de significativité de 5%, «vision du court terme» au seuil de significativité de 1%, «perception sur la réussite socio-économique» au seuil de significativité de 1%, «position face à la concurrence» au seuil de significativité de 1%, «attitude face à l'épargne et à l'investissement» au seuil de significativité de 5%, «attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude» seuil de significativité de 5% et «entraide» au seuil de significativité de 5%. Comme dans le deuxième modèle estimé, les résultats du tableau N° 37 montrent par ailleurs que seulement deux variables, à savoir l'auto-retrait du monde et de la distance hiérarchique et conformisme, sont favorables quant à leur intention de se lancer sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial. En effet, quant à une telle décision entrepreneuriale sur le long terme, les résultats montrent à ce stade que les répondants ne sont pas tous conformistes et ne sont pas non plus tous enfermés sur eux-mêmes, et ceci à une probabilité de 1% comme risque de nous tromper.

Il importe de justifier par ailleurs la qualité de notre troisième modèle estimé et l'ajustement global des données utilisées. Pour cela, le recours à la valeur du LR Statistic qui est égale à 162,9459 montre que notre troisième modèle estimé est jugé de bonne qualité, car cette valeur correspond à une loi de Khi-deux à 11 degrés de liberté et est très significative avec une probabilité de 5% (Prob. (LR Statistic)= 0,000 < 0,05). De plus, le coefficient du R² de Mc Fadden est égal à 0,862330, donc notre troisième modèle estimé ajuste parfaitement bien avec 86,23% des données. Le test de Hosmer-Lemeshow révèle que l'ajustement global de notre troisième modèle est jugé aussi bon, avec une probabilité H-L (Prob. Khi-deux = 0,7865 > 0,05) qui est supérieure à 5%.

Tableau 38. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du troisième modèle

Hypothèses sur les variables	Résultats souhaités	Résultats obtenus
Croyances magico-religieuses et fatalisme (CMR)	négatif	négatif
Croyance à la futilité de la vie sur terre (FTV)	négatif	négatif
Communautarise ou l'esprit communautaire (CEC)	négatif	négatif
Vie dans l'instant présent ou la vision du court terme (VCT)	négatif	négatif
Conformisme et distance hiérarchique (CDH)	négatif	positif
Position ou aversion face à la concurrence (AVC)	négatif	négatif
Perception de la réussite socio-économique (PRSE)	négatif	négatif
Attitude face à l'épargne et à l'investissement (AEI)	négatif	négatif
Entraide (ENT)	négatif	négatif
Auto-retrait du monde (ARM)	négatif	positif
Attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude (AVRI)	négatif	négatif

2.2.4. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du 4^{ème} modèle

Notre quatrième modèle découle de l'équation Y_i^{2*} de (2'') et s'écrit maintenant à partir d'une première formulation :

$$INCT_i = \alpha_2 + \beta_{12}CSP + \beta_{13}AGE + \beta_{14}SEXE + \beta_{15}EDUC + \beta_{16}EXP + \beta_{17}CHEF + \beta_{18}PATR + \beta_{19}ESPE + \beta_{20}POS + \varepsilon_{i2} \quad (2''1)$$

Où $INCT_i$ représentant l'intention de créer à court terme une entreprise par l'individu i dans son propre département d'origine est la variable observable que nous cherchons à expliquer via la variable latente ou inobservable « *curiosité entrepreneuriale* » en fonction des variables explicatives identifiées. Pour les autres variables, voir tableau N° 31.

D'où le modèle estimé de cette équation se présentera sous la forme suivante :

$$\widehat{INCT}_i = \alpha_2 + \hat{\beta}_{12}CSP + \hat{\beta}_{13}AGE + \hat{\beta}_{14}SEXE + \hat{\beta}_{15}EDUC + \hat{\beta}_{16}EXP + \hat{\beta}_{17}CHEF + \hat{\beta}_{18}PATR + \hat{\beta}_{19}ESPE + \hat{\beta}_{20}POS \quad (2''1^*)$$

En remplaçant les lettres par des valeurs qui sont estimées, le modèle estimé (2''1*) devient maintenant par rapport aux résultats indiqués dans le tableau suivant :

$$\widehat{INCT}_i = - 3,580588 - 0,682523 \text{ CSP} - 2,371718 \text{ AGE} - 0,623055 \text{ SEXE} - 3,361325 \text{ EDUC} - 3,265627 \text{ EXP} - 1,746742 \text{ CHEF} - 2,343694 \text{ PATR} - 2,344605 \text{ ESPE} - 3,849270 \text{ POS} \quad (2''1^{**})$$

Tableau 39. Résultats de l'estimation du quatrième modèle

Dependent Variable: INCT				
Method: ML - Binary Logit				
Included observations: 300				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-3,580588	2,017440	-1,774818***	0,0061
CSP	-0,682523	0,378870	-1,801470***	0,0083
AGE	-2,371718	1,432068	-1,656149*	0,0032
SEXE	-0,623055	1,673447	-0,372318*	0,0463
EDUC	-3,361325	1,122883	2,993478**	0,0167
EXP	-3,265627	2,020760	-1,616039***	0,0034
CHEF	-1,746742	0,363942	-4,799507***	0,0088
PATR	-2,343694	2,218111	-1,056617***	0,0030
ESPE	-2,344605	0,410935	-5,705537***	0,0034
POS	-3,849270	1,870337	-2,058062***	0,0045

McFadden R-squared	0,803550	Mean dependent var	0,437908
S.D. dependent var	0,496759	S.E. of regression	0,212812
Akaike info criterion	0,436494	Sum squared resid	6,340473
Schwarz criterion	0,693982	Log likelihood	-20,39178
Hannan-Quinn criter.	0,540090	Deviance	40,78355
Restr. deviance	209,6375	Restr. log likelihood	-104,8587
LR statistic	168,8539	Avg. log likelihood	-0,132280
Prob(LR statistic)	0,000000		
Obs with Dep=0	131	Total obs.	300
Obs with Dep=1	169		
***= significatif à 1% ; **= significatif à 5% ; *= significatif à 10%			

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel EViews 8

Les résultats indiqués dans le tableau N° 39 montrent que toutes les variables identifiées impactent négativement la probabilité que les répondants soient motivés à créer à court terme une entreprise dans leur propre département d'origine. Ce qui signifie que ces variables qui représentent les bagages personnels et qui caractérisent l'origine sociale des répondants ne sont pas tous compatibles avec leurs décisions entrepreneuriales qui se situent autour de 56,46%. Notre analyse est basée sur une probabilité de 1% comme risque de nous tromper pour six variables, à l'exception des variables comme l'âge (au seuil de significativité de 10%), le sexe (au seuil de significativité de 10%) et le niveau d'éducation (au seuil de significativité de 5%).

De la même manière que les trois premiers modèles estimés, le quatrième modèle fait aussi l'objet de tests d'appréciation sur la qualité et d'ajustement global des données. Sur la qualité de notre quatrième modèle, nous avons utilisé la valeur de LR Statistic qui est le rapport du maximum de vraisemblance. Eu égard aux résultats du tableau N° 39, cette valeur est égale à 168,8539 et correspond à une loi de Khi-deux de 9 degrés de liberté. Cette valeur est aussi significative au seuil de 5%, c'est-à-dire (Prob. (LR Statistic) = 0,000 < 0,05). De plus, nous avons utilisé le coefficient du R² de Mc Fadden qui est égal à 0,803550. Ce coefficient traduit que notre quatrième modèle estimé ajuste parfaitement bien avec 80,36% des données. Nous avons aussi utilisé le test de Hosmer-Lemeshow qui révèle que l'ajustement global est jugé bon pour notre quatrième modèle estimé, avec une probabilité qui est supérieure à 5%, donc (Prob. Khi-deux = 0,7865 > 0,05).

En comparant le 4^{ème} modèle et le 1^{er} modèle, les critères d'information affichent des valeurs inférieures à 1. Ce qui justifie encore la qualité des deux modèles. Cependant, il subsiste toujours la préférence du 1^{er} modèle qui a les plus faibles critères.

Tableau 40. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du 4^{ème} modèle

Hypothèses sur les variables	Résultats souhaités	Résultats obtenus
Profil ou CSP des parents (CSP)	négatif	négatif
Age (AGE)	négatif	négatif
Sexe (SEXE)	négatif	négatif
Niveau d'éducation (EDUC)	négatif	négatif
Expériences professionnelles acquises (EXP)	négatif	négatif
Responsabilité familiale ou être chefs de ménages (CHEF)	négatif	négatif
Situation financière ou patrimoine légué en héritage (PATR)	négatif	négatif
Engagement social, politique, économique et écologique (ESPE)	négatif	négatif
Positionnement géographique ou milieu résidentiel (POS)	négatif	négatif

2.2.5. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du 5^{ème} modèle

Notre 5^{ème} modèle découle de l'équation Y_i^{2*} de (2'') et s'écrit maintenant à partir d'une deuxième formulation :

$$INMT_i = \alpha_2 + \beta_{12}CSP + \beta_{13}AGE + \beta_{14}SEXE + \beta_{15}EDUC + \beta_{16}EXP + \beta_{17}CHEF + \beta_{18}PATR + \beta_{19}ESPE + \beta_{20}POS + \varepsilon_{i2} \quad (2''2)$$

Où $INMT_i$ représentant l'intention de porter sur le moyen terme un projet à caractère entrepreneurial par l'individu i dans son propre département d'origine est la variable observable que nous cherchons à expliquer via la variable latente ou inobservable « *nécessité entrepreneuriale* » en fonction des variables explicatives identifiées et pour les autres variables, voir tableau N° 31.

D'où le modèle estimé de cette équation se présentera sous la forme suivante :

$$\widehat{INMT}_i = \alpha_2 + \hat{\beta}_{12}CSP + \hat{\beta}_{13}AGE + \hat{\beta}_{14}SEXE + \hat{\beta}_{15}EDUC + \hat{\beta}_{16}EXP + \hat{\beta}_{17}CHEF + \hat{\beta}_{18}PATR + \hat{\beta}_{19}ESPE + \hat{\beta}_{20}POS \quad (2''2^*)$$

En remplaçant les lettres par des valeurs qui sont estimées, le modèle estimé (2''2*) devient maintenant par rapport aux résultats indiqués dans le tableau suivant :

$$\widehat{INCT}_i = - 3,580588 - 0,682523 \text{ CSP} - 2,371718 \text{ AGE} - 0,623055 \text{ SEXE} - 3,361325 \text{ EDUC} - 3,265627 \text{ EXP} - 1,746742 \text{ CHEF} - 2,343694 \text{ PATR} - 2,344605 \text{ ESPE} - 3,849270 \text{ POS} \quad (2''2^{**})$$

Comme dans tous les autres modèles estimés, les résultats obtenus ont fait l'objet d'analyses statistiques et économiques.

Tableau 41. Résultats de l'estimation du cinquième modèle

Dependent Variable: INMT Method: ML - Binary Logit Included observations: 300				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	0,581288	1,014540	0,572957*	0,0971
CSP	-0,682323	0,378870	-1,800942***	0,0023
AGE	-2,371318	1,432068	-1,655870*	0,0492
SEXE	-0,633125	0,123447	-5,128719*	0,0763
EDUC	-4,334325	1,123233	3,858794***	0,0237
EXP	-3,265627	2,020760	-1,616039***	0,0034
CHEF	-1,746742	0,363942	-4,799507***	0,0038
PATR	-2,343694	2,218111	-1,056617***	0,0040
ESPE	-2,344605	0,410935	-5,705537***	0,0034
POS	-3,849270	1,870337	-2,058062***	0,0043
McFadden R-squared	0,745550	Mean dependent var		0,438908
S.D. dependent var	0,497358	S.E. of regression		0,223812
Akaike info criterion	0,466394	Sum squared resid		6,340473
Schwarz criterion	0,753932	Log likelihood		-21,39178
Hannan-Quinn criter.	0,581090	Deviance		43,78555
Restr. deviance	209,7475	Restr. log likelihood		-103,9687
LR statistic	165,9529	Avg. log likelihood		-0,132280
Prob(LR statistic)	0,000000			
Obs with Dep=0	126	Total obs.		300
Obs with Dep=1	172			

***= significatif à 1% ; **= significatif à 5% ; *= significatif à 10%

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel EViews 8

Malgré les désirs d'entreprendre sur le moyen terme des répondants augmentent de 57,38%, soit (+1point) que leur envie de créer à court terme, ils se trouvent confrontés encore par rapport à leurs caractéristiques personnelles et à leurs origines sociales. Tout ceci pour dire que les coefficients des variables estimés impactent négativement la probabilité que les répondants soient motivés à se lancer dans le moyen terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine. La probabilité de risque de nous tromper est de 1%, à l'exception des variables « âge » et « sexe » où elle est fixée au seuil de significativité de 10%.

Quant à la qualité de notre cinquième modèle, nous avons utilisé la valeur de LR Statistic qui est égale à 165, 9529 et qui correspond à une loi de Khi-deux de 9 degrés de liberté. Cette valeur est significative au seuil de 5%, c'est-à-dire (Prob. (LR Statistic) = 0,000 < 0,05). Le coefficient du R² de Mc Fadden qui est égal à 0,745550 justifie que notre cinquième modèle estimé ajuste parfaitement bien avec 74,56% des données. Le test de Hosmer-Lemeshow qui révèle que l'ajustement global des données est jugé bon pour, avec

une probabilité qui est supérieure à 5%, qui donc (Prob. Khi-deux = 0,6565 > 0,05). De plus, en comparant le 5^{ème} modèle et le 2^{ème} modèle, les critères d'information affichent des valeurs inférieures à 1. Ce qui justifie encore la qualité des deux modèles. Mais, il subsiste toujours la préférence du 2^{ème} modèle qui a les plus faibles critères.

Tableau 42. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du 5^{ème} modèle

Hypothèses sur les variables	Résultats souhaités	Résultats obtenus
Profil ou CSP des parents (CSP)	négatif	négatif
Age (AGE)	négatif	négatif
Sexe (SEXE)	négatif	négatif
Niveau d'éducation (EDUC)	négatif	négatif
Expériences professionnelles acquises (EXP)	négatif	négatif
Responsabilité familiale ou être chefs de ménages (CHEF)	négatif	négatif
Situation financière ou patrimoine légué en héritage (PATR)	négatif	négatif
Engagement social, politique, économique et écologique (ESPE)	négatif	négatif
Positionnement géographique ou milieu résidentiel (POS)	négatif	négatif

2.2.6. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du 6^{ème} modèle

Découlant de l'équation Y_i^{2*} de (2''), notre 6^{ème} modèle s'écrit maintenant à partir d'une troisième formulation :

$$INLT_i = \alpha_2 + \beta_{12}CSP + \beta_{13}AGE + \beta_{14}SEXE + \beta_{15}EDUC + \beta_{16}EXP + \beta_{17}CHEF + \beta_{18}PATR + \beta_{19}ESPE + \beta_{20}POS + \varepsilon_{i2} \quad (2''3)$$

Où $INLT_i$ représentant l'intention de porter sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial par l'individu i dans son propre département d'origine est la variable observable que nous cherchons à expliquer via la variable latente ou inobservable « *opportunité entrepreneuriale* » en fonction des variables explicatives identifiées et pour les autres variables, voir tableau N° 31.

D'où le modèle estimé de cette équation se présentera sous la forme suivante :

$$\widehat{INMT}_i = \alpha_2 + \hat{\beta}_{12}CSP + \hat{\beta}_{13}AGE + \hat{\beta}_{14}SEXE + \hat{\beta}_{15}EDUC + \hat{\beta}_{16}EXP + \hat{\beta}_{17}CHEF + \hat{\beta}_{18}PATR + \hat{\beta}_{19}ESPE + \hat{\beta}_{20}POS \quad (2''3^*)$$

En remplaçant les lettres par des valeurs qui sont estimées, le modèle estimé (2''3*) devient maintenant par rapport aux résultats indiqués dans le tableau suivant :

$$\widehat{INCT}_i = - 0,341288 - 0,472333 \text{ CSP} + 2,111348 \text{ AGE} + 0,643725 \text{ SEXE} - 4,214325 \text{ EDUC} + 1,265327 \text{ EXP} + 0,721742 \text{ CHEF} - 1,343704 \text{ PATR} + 2,124605 \text{ ESPE} + 2,649270 \text{ POS} \quad (2^{***})$$

Tableau 43. Résultats de l'estimation du sixième modèle

Dependent Variable: INLT				
Method: ML - Binary Logit				
Included observations: 300				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-0,341288	1,014540	-0,336397*	0,0862
CSP	-0,472323	0,428870	-1,101320***	0,0013
AGE	2,111348	1,456068	1,450034*	0,0862
SEXE	0,643725	0,132447	4,860246*	0,0773
EDUC	-4,214325	3,122133	1,349822***	0,0231
EXP	1,265327	1,020760	1,239593***	0,0028
CHEF	0,721742	0,163842	1,670596***	0,0047
PATR	-1,343704	2,718111	-4,405110***	0,0030
ESPE	2,124605	1,320935	1,608410***	0,0022
POS	2,649270	2,560337	1,034735***	0,0011
McFadden R-squared	0,782350	Mean dependent var		0,428908
S.D. dependent var	0,477459	S.E. of regression		0,233812
Akaike info criterion	0,463394	Sum squared resid		6,351473
Schwarz criterion	0,743932	Log likelihood		-21,29178
Hannan-Quinn criter.	0,582090	Deviance		43,76555
Restr. deviance	208,7476	Restr. log likelihood		-103,8687
LR statistic	162,9324	Avg. log likelihood		-0,135280
Prob(LR statistic)	0,000000			
Obs with Dep=0	126	Total obs.		300
Obs with Dep=1	174			
***= significatif à 1% ; **= significatif à 5% ; *= significatif à 10%				

Source : Calculs effectués à l'aide du logiciel EViews 8

Sur l'intention de porter sur le long terme un projet de création d'entreprise, les variables liées aux caractéristiques personnelles et à l'origine sociale sont plutôt favorables à une probabilité de 99% de confirmation contre seulement 1% de risque, à l'exception de la CSP des parents, du niveau d'éducation et de la situation financière des répondants qui ne sont pas compatibles. Ces dernières variables impactent négativement, malgré leur désir d'entreprendre augmente de 58,13%, soit (+2 points) par rapport à leur envie de créer à court terme (56,46%) et leur désir de porter sur le moyen terme un projet entrepreneurial (57,38%). Alors que l'impact positif peut être expliqué ainsi : plus on est âgé, plus on atteint probablement de la maturité, voire de l'expérience et quel que soit le sexe. Avec de l'expérience prof. qui est acquise, on peut facilement s'engager politiquement, socialement, économiquement et écologiquement, ce qui peut améliorer par la suite les conditions de vie en tant que chefs de famille résidant dans n'importe quel milieu considéré.

La qualité de notre sixième modèle est justifiée par la valeur de LR Statistic qui est égale à 162, 9324 et qui correspond à une loi de Khi-deux de 9 degrés de liberté. Cette valeur est significative au seuil de 5%, c'est-à-dire (Prob. (LR Statistic) = 0,000 < 0,05). Le coefficient du R² de Mc Fadden qui est égal à 0,782350 justifie que notre sixième modèle estimé ajuste parfaitement bien avec 78,23% des données. Le test de Hosmer-Lemeshow qui révèle que l'ajustement global des données est jugé bon, avec une probabilité qui est supérieure à 5%, donc (Prob. Khi-deux = 0,6565 > 0,05). De plus, en comparant le 6^{ème} modèle et le 3^{ème} modèle, les critères d'information affichent des valeurs inférieures à 1. Ce qui justifie encore la qualité des deux modèles. Mais, il subsiste toujours la préférence du 6^{ème} modèle qui a les plus faibles critères.

Tableau 44. Comparaison entre les résultats souhaités et ceux obtenus du 6^{ème} modèle

Hypothèses sur les variables	Résultats souhaités	Résultats obtenus
Profil ou CSP des parents (CSP)	négatif	négatif
Age (AGE)	négatif	positif
Sexe (SEXE)	négatif	négatif
Niveau d'éducation (EDUC)	négatif	positif
Expériences professionnelles acquises (EXP)	négatif	positif
Responsabilité familiale ou être chefs de ménages (CHEF)	négatif	positif
Situation financière ou patrimoine légué en héritage (PATR)	négatif	négatif
Engagement social, politique, économique et écologique (ESPE)	négatif	positif
Positionnement géographique ou milieu résidentiel (POS)	négatif	positif

2.2.7. Discussions et comparaisons des résultats obtenus

Rappelons que l'objectif principal de notre thèse est de modéliser le comportement socioculturel de l'entrepreneuriat haïtien, afin de faciliter des analyses statistiques et économétriques sur les données utilisées. L'analyse statistique a globalement révélé une forte incompatibilité entre les comportements socioculturels des répondants et leur désir entrepreneurial. Pour sa part, l'analyse économétrique se donne pour mission d'infirmier ou de confirmer ces résultats et les autres travaux qui ont été réalisés antérieurement. Pour ce faire, il importe d'analyser et de comparer les résultats trouvés pour chaque variable de façon séparée.

En ce qui a trait à la variable « croyances magico-religieuses et fatalisme », celle-ci répond favorablement à l'hypothèse selon laquelle les croyances magico-religieuses et le

fatalisme impactent négativement la probabilité qu'un actif haïtien ait l'intention de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine, presque à 100%. En effet, les Haïtiens qui croient aux forces surnaturelles ont tendance à penser que ces forces peuvent intervenir dans les événements qui leur arrivent dans la vie, ce qui conduit à l'irresponsabilité et à l'absence de tout contrôle sur ces événements. C'est la raison pour laquelle, en dépit de leur forte proportion d'intention entrepreneuriale, certains de nos répondants se méfient quand même du milieu des affaires, principalement en raison des représailles qui pourraient prendre la forme de la sorcellerie et des actes de banditisme. En termes de comparaison, nous notons que les résultats trouvés sont conformes à ceux obtenus dans notre analyse statistique descriptive et ne sont pas non plus indifférents des études de Jeune (2008), de Jacob (2009), etc. En effet, selon Jeune (2008) et Barthelemy (1989), la culture haïtienne est fondamentalement tournée vers la religion et les croyances, qui ne s'accordent pas pourtant très bien au développement des activités entrepreneuriales. Pour Jacob (2009), il existe en fait certaines croyances religieuses qui agissent comme obstacle à l'efficacité des agriculteurs haïtiens. Notre résultat concorde-t-il aussi avec la thèse développée par Logossah (2007) sur la vision eschatologique des négro-africains qui cherchent la solution à leurs maux dans l'au-delà. En ce sens, l'individu fataliste ne va pas prendre d'initiatives pouvant améliorer sa situation, il préfère attendre l'aide de Dieu ou d'un esprit quelconque. Ce conditionnement aura donc pour conséquence une diminution du niveau de bien-être – une augmentation du niveau de pauvreté - de l'individu en question.

L'analyse des résultats économétriques a montré que la variable « croyance à la futilité de la vie sur terre » a une influence négative sur la probabilité qu'un travailleur ou un chômeur en Haïti soit encouragé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine, ce qui est conforme avec l'hypothèse formulé dès le départ. La réponse est justifiée par le fait que la majorité des Haïtiens ont le ras-le-bol de leur état de pauvreté actuellement. Ce qui semble fait obstacle à certains répondants dans leurs prises de décisions entrepreneuriales. Les résultats obtenus ne sont pas indifférents à notre analyse descriptive. Ils ne sont plus indifférents avec les études de Jeune (2008) et ceux qui sont réalisés dans le contexte des pays négro-africains, à l'instar de l'étude de Bassirou

(2011) sur les prises de décisions entrepreneuriales dans le développement économique en Mauritanie par rapport aux croyances fatalistes des Mauritaniens.

La probabilité qu'un actif haïtien soit motivé à créer à court terme une entreprise et à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine est affectée négativement par son esprit communautaire. Le résultat obtenu vérifie bien notre hypothèse de départ. Il vérifie aussi notre analyse statistique et concorde bien à certains travaux qui ont été réalisés antérieurement. Par exemple, Jeune (2008) a montré que la majorité des Haïtiens ont un degré d'attachement très fort pour leur famille, leur communauté. Ce qui ne leur permet pas toujours d'élargir ou de faire prospérer leur centre d'intérêt ou de motiver à créer une activité génératrice de profits, avec ce qu'ils détiennent. En revanche, ce trait culturel pourrait être bénéfique à l'entrepreneuriat en Haïti dans la mesure où il permet plutôt de contribuer à la famille-entreprise ou au paternalisme.

La corrélation négative entre l'entraide ou l'assistanat et l'intention des actifs haïtiens de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine s'explique par le fait que l'entraide crée un sentiment de paresse et d'assisté chez la majorité des Haïtiens. Les résultats économétriques obtenus sont conformes à notre analyse statistique. Ces résultats montrent que certains de nos répondants sont contraints d'investir à court, moyen et long terme par ce trait culturel, même si une forte proportion d'entre eux a manifesté le désir d'entreprendre sur le long terme. Ces résultats confirment l'étude de Fortéus (2010), selon laquelle l'entraide agit négativement sur le niveau de pauvreté de la majorité de la population haïtienne.

Quant à la variable « position pour la concurrence », les résultats descriptifs montrent que la majorité de nos répondants sont très averses à la concurrence, pendant que les résultats économétriques le confirment aussi. En effet, les résultats économétriques obtenus vérifient l'hypothèse selon laquelle la probabilité qu'un actif haïtien soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département est affectée négativement par son aversion à la concurrence. Nous notons que ces résultats obtenus sont conformes à l'étude de Jeune (2008), selon laquelle les Haïtiens qui ont le désir

d'entreprendre ont souvent peur par rapport à la sorcellerie et à la jalousie. Ceux qui ont déjà une activité ne veulent pas tous se lancer dans de nouvelles aventures de création, à cause du sentiment de la peur, de la jalousie, voire des actes de «banditisme», comme le «kidnapping» et « l'incendie des marchés publics » durant ces dernières années.

Presqu'à 100% de confirmation, la perception face à la réussite socio-économique semble affectée négativement non seulement l'intention des actifs haïtiens de créer à court terme une entreprise, mais aussi leur intention de se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine. Ce résultat est aussi conforme à notre analyse statistique, vu la proportion de réponses de nos répondants. La raison qui explique tout cela, c'est que la majorité des Haïtiens ne voient pas leur avenir en Haïti, vu leur situation socio-économique dans laquelle ils vivent. De nos jours, ils sont majoritaires ceux qui veulent laisser le pays dans l'espoir de trouver une vie meilleure ailleurs. Dans ce sens-là, même la plupart de ceux qui ont déjà créé une entreprise (formelle) en Haïti se montrent aussi très découragés.

Également, l'attitude face à l'épargne et à l'investissement influence négativement la probabilité qu'un travailleur ou un chômeur soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine. Les résultats obtenus confirment notre analyse statistique. Les raisons qui sont à la base de tout cela, c'est qu'il n'existe pas jusqu'à présent une vraie culture financière qui se développe en Haïti. Et, c'est ce qui bloque depuis longtemps de grands investissements à générateur de profits dans le pays, voire la création de nouvelles TPE/PME.

L'attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude influence négativement la probabilité qu'un actif haïtien soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine. Il convient que cette corrélation négative s'explique par le fait que de créer une entreprise est dangereux dans la mesure où l'on se lance dans l'inconnu ou dans l'aventure. De plus, il n'existe pas suffisamment (ou presque pas) des sociétés d'assurances commerciales et de système de protections sociales formelles pour les créateurs d'entreprise en Haïti. C'est ce qui a fait obstacle à la motivation entrepreneuriale de certains de nos répondants.

Les Haïtiens sont très flexibles par rapport au temps. C'est ce qui justifie les décisions entrepreneuriales de nos répondants sur le court, le moyen et le long terme. En effet, la vision du court terme semble très favorable pour certains de nos répondants qui souhaitent investir tout de suite dans un projet de création d'entreprise. Alors qu'elle n'est pas favorable pour eux quand il s'agit de prendre des décisions d'investir dans un futur proche ou dans un futur lointain. Ce qui explique que cette variable répond partiellement à l'hypothèse qui a été formulée.

Même si partiellement, la variable « conformisme et distance hiérarchique » est infirmée, l'hypothèse selon laquelle le conformisme et la distance hiérarchique impactent négativement la probabilité qu'un actif haïtien soit motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine. En effet, les résultats obtenus s'expliquent par le fait que les Haïtiens ne sont pas conformistes face à l'innovation et à la créativité, même s'ils n'ont pas les moyens innovants pour investir à court terme. De plus, les résultats obtenus pour la variable « auto-retrait » montrent qu'ils ne sont pas non plus enfermés sur eux-mêmes. Les résultats économétriques obtenus pour ces deux variables mentionnées contredisent les résultats de Jeune (2008) et la thèse présentée sur la vision eschatologique par Logossah (2007).

Les variables qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale semblent défavorables à l'intention entrepreneuriale de certains de nos répondants sur le court terme et sur le moyen terme, à une probabilité comprise entre 1% et 5% comme risque de nous tromper. Toutefois, certaines de ces variables comme l'âge, le sexe, l'expérience professionnelle acquise et l'engagement social, politique, économique et écologique sont plutôt favorables sur leur désir entrepreneurial à long terme. La majorité des jeunes Haïtiens habitent chez leurs parents, même s'ils sont âgés et même s'ils ont un emploi. Parfois, ils restent à la maison pour soutenir financièrement leur famille (subsister à leur besoin), ce qui peut ne leur permettre pas d'avoir des ressources suffisantes pour investir à court et à moyen terme dans un projet de création d'entreprise. Cette majorité de jeunes Haïtiens est le plus souvent de sexe féminin. Ce qui fait qu'elles manquent assez d'expériences de la vie pour s'engager dans des activités sociales, politiques et écologiques de très tôt. Leur faible niveau d'éducation peut être aussi un facteur.

Par ailleurs, une seule variable est totalement infirmée parmi les vingt hypothèses formulées. Dans ce sens, nous retenons que les Haïtiens sont peu conformistes, ils ne sont non plus enfermés sur eux-mêmes, malgré la présence significative de certains traits culturels indésirables chez eux. En revanche, ils se montrent prêts à adapter, voire modifier, ce genre de comportements quant à l'innovation et à la créativité, pourvu que les conditions nécessaires soient mises à leurs dispositions.

En définitive, même si les études économétriques ont permis de faire confronter les résultats statistiques obtenus, notre thèse cherche toutefois à poursuivre d'autres objectifs spécifiques, même s'ils sont tous complémentaires. Il s'agit de faire dans la section suivante une évaluation de la typologie des actifs haïtiens sur leurs intentions entrepreneuriales puis une répartition départementale de l'influence des facteurs socioculturels sur l'entrepreneuriat haïtien, afin de cerner l'implication de notre thèse en termes de création d'entreprise en Haïti et l'importance du rôle de l'État en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles.

Tableau 45. Résumé des hypothèses validées

Variables	hypothèses	signes souhaités	Signes trouvés					
			1er modèle	2 ^{ème} modèle	3 ^{ème} modèle	4 ^{ème} modèle	5 ^{ème} modèle	6 ^{ème} modèle
CMR		négatif	négatif	négatif	négatif			
FVT		négatif	négatif	négatif	négatif			
CEC		négatif	négatif	négatif	négatif			
VCT		négatif	positif	négatif	négatif			
CDH		négatif	négatif	positif	positif			
AVC		négatif	négatif	négatif	négatif			
PRSE		négatif	négatif	négatif	négatif			
AEI		négatif	négatif	négatif	négatif			
ENT		négatif	négatif	négatif	négatif			
ARM		négatif	positif	positif	positif			
AVRI		négatif	négatif	négatif	négatif			
CSP		négatif				négatif	négatif	négatif
AGE		négatif				négatif	négatif	positif
SEXE		négatif				négatif	négatif	positif
EDUC		négatif				négatif	négatif	négatif
EXP		négatif				négatif	négatif	positif
CHEF		négatif				négatif	négatif	positif
PATR		négatif				négatif	négatif	négatif
ESPE		négatif				négatif	négatif	positif
POS		négatif				négatif	négatif	positif

CHAPITRE 2. COMPLÉMENTS D'ANALYSES MICRO-ÉCONOMÉTRIQUE ET STATISTIQUE : APPLICATIONS DES MÉTHODES D'APPRENTISSAGE SUPERVISÉ ET NON-SUPERVISÉ SUR LES DONNÉES ET LEURS IMPLICATIONS

Ce chapitre est divisé en deux sections. La première section consiste à appliquer les méthodes d'apprentissage supervisé et non-supervisé sur les données en masse. C'est dans cette section où sont surtout concentrés les résultats de la majorité des objectifs spécifiques qui ont été fixés dans notre thèse. Dans la seconde section, nous abordons toutes les stratégies qu'on doit mettre en place pour inciter à la création d'entreprise en Haïti. Nous y abordons aussi les différentes politiques publiques - qu'elles soient structurelles et conjoncturelles - qui doivent être mises en place par l'Etat haïtien, à côté des implications d'autres acteurs.

Section 1. Apprentissage supervisé et non-supervisé sur les données collectées

Les méthodes d'apprentissage supervisé et non-supervisé permettent de mettre l'emphase sur d'autres facettes qui sont très pertinentes dans le cadre de notre thèse avant de parvenir à une synthèse d'analyse de tous les résultats obtenus. Parmi ces facettes à prendre en considération, nous cherchons à évaluer l'effet causal de la typologie des actifs haïtiens sur leurs intentions entrepreneuriales, via les méthodes d'apprentissage supervisé requises. Et, par le biais des méthodes d'apprentissage statistique non-supervisé (l'ACM et la classification hiérarchique), nous cherchons aussi à analyser ainsi que représenter graphiquement l'influence des facteurs socioculturels sur les intentions entrepreneuriales des actifs haïtiens, afin de mieux cerner les départements qui sont les plus démotivés par le développement entrepreneurial et ceux qui attirent au contraire des initiatives liées à l'entrepreneuriat, donc des activités génératrices de revenus.

1.1. Évaluation de l'effet causal de la typologie des actifs haïtiens sur leurs intentions entrepreneuriales

Le cadre d'analyse adopté pour évaluer les effets causaux de la typologie des actifs haïtiens sur leurs intentions entrepreneuriales est celui développé par Rosenbaum et Rubin (1983). C'est un modèle canonique où l'on administre à deux groupes d'individu un traitement. Les actifs haïtiens non-entrepreneurs et les actifs haïtiens entrepreneurs sont deux groupes d'individus et la typologie des actifs haïtiens est l'élément à traiter. Un même groupe ne peut avoir deux situations simultanées. L'un des groupes est traité tandis que l'autre ne l'est pas. Le deuxième groupe est le contrefactuel du premier et vice versa.

La formalisation du cadre d'analyse est la suivante :

Soit la variable T : typologie des actifs haïtiens.

$T=1$: Les actifs haïtiens non-entrepreneurs (groupe traité).

$T=0$: Les actifs haïtiens entrepreneurs (patrons ou chefs d'entreprise) (groupe non traité, mais qui est considéré comme groupe des témoins ou de contrôle).

On cherche à évaluer l'effet causal de la typologie des actifs haïtiens sur leurs intentions entrepreneuriales qui sont observables.

Soit $Y_i = T_i Y_{i1} + (1-T_i) Y_{i0}$ avec Y_i l'outcome potentiel de l'individu i (ou l'intention entrepreneuriale). Seulement un couple (Y, T) est observé pour chaque individu et l'effet causal est la différence entre les deux outcomes.

Cependant, les deux situations ne pouvant pas se produire au même moment pour un même individu, il va falloir trouver les individus qui présentent des caractéristiques similaires. Il s'agit de déterminer les « bons » contrefactuels des individus. Dans ce qui nous concerne, les contrefactuels sont les variables qui sont liées aux traits culturels et celles qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale.

Plusieurs méthodes ont été développées pour déterminer les groupes témoins qui peuvent se rapprocher des individus traités. Parmi lesquelles, il existe la méthode de l'appariement par le score de propension qui est la plus utilisée (Tesse et *al.*, 2015) et qui nous intéresse particulièrement dans le cadre de cette étude, les estimateurs des plus proches voisins, de Claper et celui par noyau de Kernel.

L'appariement par le score de propension est une méthode non expérimentale d'évaluation où la randomisation est assurée par les variables explicatives X_i plutôt que par un processus aléatoire d'affectation.

$$S(X_i) = \text{Prob}(T=1|X_i) \text{ avec } 0 < S(X_i) < 1$$

On peut le réécrire ainsi : $e(x_i) = S(X_i) = \text{Prob}(T=1|X_i=x_i)$

À partir de la régression d'un modèle logistique : $\text{Log} = \frac{\text{Prob}(T_i|x_{i,1},\dots,n)}{1-\text{Prob}(T_i|x_{i,1},\dots,n)}$

$$\text{Log} \frac{e(x_i)}{1-e(x_i)} = \alpha_0 + \alpha_1 x_i + \dots + \alpha_n x_i, n \Leftrightarrow e(x_i) = \frac{e^{(\alpha_0 + \alpha_1 x_i + \dots + \alpha_n x_i)}}{1 + e^{(\alpha_0 + \alpha_1 x_i + \dots + \alpha_n x_i)}}$$

le score de propension représente la probabilité d'être traitée en ne contrôlant que sur les variables observables X_i . Ces dernières doivent expliquer à la fois la variable d'intérêt (actifs haïtiens non-entrepreneurs) et le fait d'être ciblé comme comportements dans les prises de décisions. Il s'agit de vérifier l'hypothèse d'indépendance conditionnelle sur les variables observables X_i , c'est-à-dire pour les personnes ayant exactement les mêmes caractéristiques. Le fait que certaines soient traitées est seulement lié au hasard.

$$Y_{i0} \perp T_i \mid X_i$$

En distinguant les traités et leurs contrefactuels, nous pouvons mesurer l'effet causal du traitement qui est la différence entre les outcomes des deux groupes, c'est-à-dire $\Delta = \frac{1}{N} \sum (Y_i1 - Y_i0)$.

Dans ce paragraphe, nous procédons en trois étapes pour faire notre évaluation :

1.1.1. Estimateur naïf

Il s'agit d'estimer l'effet du traitement sans tenir compte des variables X_i .

Soit $Y_i = \alpha + \beta T_i$ avec Y_i la variable qui représente l'intention entrepreneuriale d'un actif haïtien non-entrepreneur i et T_i la variable de traitement. Les paramètres α et β sont à estimer. Le modèle logistique est utilisé.

Tableau 46. Résultat de la régression naïve (intention de créer à court terme)

Variable	Coefficients
Constante	0,391 *** (0.007) ⁵⁰
Actifs N-E	0,231*** (0.03)
R2 ajusté	0,0004

Source : calcul à base des informations sur le logiciel STATA

Après avoir effectué une 1^{ère} régression logistique sur le modèle qui est présenté ci-dessus, le coefficient β qui représente l'effet du traitement est positif et significatif (0,231)

⁵⁰ *** représente la significativité à 1% ; ** à 5% et * à 10%. Les chiffres entre parenthèse () sont les écarts types

au seuil de 1%, ce qui signifie que les actifs haïtiens non-entrepreneurs manifestent bien des intentions de créer à court terme une entreprise dans leur propre département d'origine. Ce phénomène pourrait s'expliquer tout simplement par leur curiosité entrepreneuriale.

Tableau 47. Résultat de la régression naïve (intention de se lancer sur le MT)

Variable	Coefficients
Constante	0,276 ***(0,017) ⁵¹
Actifs N-E	0,452*** (0,06)
R2 ajusté	0,0007

Source : calcul à base des informations sur le logiciel STATA

Après avoir procédé à une 2^{ème} régression logistique sur le modèle qui est présenté ci-dessus, le coefficient β qui représente l'effet du traitement est positif et significatif (0, 452) au seuil de 1%, ce qui signifie que les actifs haïtiens non-entrepreneurs manifestent bien des intentions de se lancer sur le moyen terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine, ce qui pourrait s'expliquer par leur nécessité entrepreneuriale.

Tableau 48. Résultat de la régression naïve (intention de se lancer sur le LT)

Variable	Coefficients
Constante	0,166 ***(0,003) ⁵²
Actifs N-E	0,334*** (0,08)
R2 ajusté	0,0008

Source : calcul à base des informations sur le logiciel STATA

Après avoir effectué une 3^{ème} régression logistique sur le modèle qui est présenté ci-dessus, le coefficient β qui représente l'effet du traitement est positif et significatif (0, 334) au seuil de 1%, ce qui signifie que les actifs haïtiens non-entrepreneurs manifestent bien des intentions de se lancer sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial

⁵¹ *** Représente la significativité à 1% ; ** à 5% et * à 10%. Les chiffres entre parenthèse () sont les écarts-types

⁵² *** Représente la significativité à 1% ; ** à 5% et * à 10%. Les chiffres entre parenthèse () sont les écarts-types

dans leur propre département d'origine, ce qui pourrait s'expliquer par leur opportunité entrepreneuriale.

✓ ***Contrôle de biais de sélection***

Afin de contrôler le biais de sélection, nous ajoutons à l'équation précédente les caractéristiques observables individuelles (X_i).

Le modèle précédant devient : $Y_i = \alpha + \beta T_i + X_i$

Cas du court terme. Les résultats obtenus, à partir de la régression logistique, sont annexés au document (Tableau B1 en annexe N° 3)

Interprétation :

En ajoutant des variables observables au modèle précédant pour contrôler d'éventuel biais de sélection, le coefficient β passe de 0,23 à 0,21. L'effet de la typologie des actifs haïtiens traités sur leurs intentions de créer à court terme une entreprise dans leur propre département d'origine diminue lorsque l'on contrôle des caractéristiques individuelles. Ce qu'il faut comprendre, c'est que cette réduction s'explique par le fait que les variables socioculturelles sont défavorables quant à leurs intentions d'entreprendre. Autrement dit, ces mêmes intentions ne dépendent pas d'un ensemble de comportements socioculturels qui sont liés à ces actifs, à l'exception de la vision qu'ils ont pour le court terme (+0,30) et par le fait qu'ils ne sont pas réfractaires au changement (+0,43), c'est-à-dire qu'ils ne sont pas enfermés sur eux-mêmes (contraire de la variable « auto-retrait du monde »). Par exemple, la non dépendance des croyances magico-religieuses s'explique par le fait que cette variable est défavorable à l'intention de créer à court terme une entreprise pour la typologie d'actifs haïtiens qui sont traités (-0,59). Toutefois, elle est moins critique pour le groupe de contrôle.

Cas du moyen terme. Les résultats obtenus, à partir de la régression logistique, sont annexés au document (Tableau B2 en annexe N° 3)

Interprétation :

En prenant le soin d'ajouter des variables observables au modèle précédant pour contrôler d'éventuel biais de sélection, le coefficient β passe de 0,28 à 0,26. L'effet de la

typologie des actifs haïtiens traités sur leurs intentions de porter un projet entrep. sur le moyen terme une entreprise dans leur propre département d'origine diminue lorsque l'on contrôle des caractéristiques individuelles. En effet, nous constatons que ces intentions sont défavorables à un ensemble de comportements socioculturels qui sont des traits culturels et des valeurs propres aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale, à l'exception de la distance hiérarchique et du conformisme (+0,22) et de l'auto-retrait du monde (+0,32). Ici, le signe positif de l'auto-retrait est pris dans le sens que les répondants ne sont pas tous enfermés sur eux-mêmes. Nous constatons que les variables qui ne concordent pas à l'intention de se lancer sur le moyen terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans le département d'origine sont plus défavorables chez la typologie des actifs haïtiens qui sont traités que pour le groupe de contrôle.

Cas du long terme. Les résultats obtenus, à partir de la régression logistique, sont annexés au document (Tableau B3 en annexe N° 3)

Interprétation :

Lorsqu'on ajoute des variables observables au modèle précédant pour contrôler d'éventuel biais de sélection, le coefficient β passe de 0,33 à 0,29. L'effet de la typologie des actifs haïtiens traités sur leurs intentions de porter un projet entrepreneurial sur le long terme une entreprise dans leur propre département d'origine diminue lorsque l'on contrôle des caractéristiques individuelles. Effectivement, ces mêmes intentions ne dépendent pas d'un ensemble de comportements socioculturels et de valeurs qui sont liés à ces actifs traités, à l'exception de la distance hiérarchique et conformisme (+0,30), de l'auto-trait du monde (+0,27), de l'âge (+0,57), du sexe (+0,23), de l'engagement social, politique, économique et écologique (+0,23), de l'expérience professionnelle acquise (+0,17) et de la responsabilité familiale (+0,20). Ici, le signe positif de la distance hiérarchique et le conformisme signifie qu'ils ne sont pas tous conformistes et ne soumettent pas aux normes traditionnelles. Celui de l'auto-retrait signifie qu'ils ne sont pas réfractaires au changement, à l'innovation et à la créativité. Ces variables qui correspondent bien à l'intention de porter sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial chez la typologie des actifs haïtiens traités concordent encore mieux pour le groupe de contrôle. Alors que celles qui ne correspondent pas bien à l'intention de porter sur le long terme un

projet à caractère entrepreneurial chez la typologie des actifs haïtiens traités sont moins critiques pour le groupe de contrôle ou groupe non traité.

1.1.2. Estimateurs non-paramétriques

✓ Calcul du score de propension

La méthode utilisée pour réaliser l'appariement est de passer par le calcul du score de propension du contrefactuel des individus à l'aide des variables X_i retenues (voir les résultats dans le tableau B4 en annexe N° 3).

Interprétation :

À l'aide d'un modèle logistique, lorsque l'on régresse la variable du traitement (typologie des actifs haïtiens) sur les observables (facteurs socioculturels), nous en déduisons à travers les résultats obtenus que les comportements socioculturels affectent plus les actifs haïtiens non-entrepreneurs que ceux qui sont des entrepreneurs.

Les comportements socioculturels qui caractérisent la typologie des actifs haïtiens et qui sont significatifs au seuil de 5% sont :

- ⇒ D'une part, les croyances magico-religieuses (-0,65), la croyance à la futilité de la vie sur terre (-0,56), la perception de la réussite socio-économique (-0,48), l'attitude face à l'épargne et à l'investissement (-0,56), l'entraide (-0,63), l'attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude (-0,41), la position face à la concurrence (-0,52), la vision du court terme (+0,23), la distance hiérarchique et le conformisme (+0,19) et l'auto-retrait (+0,21).
- ⇒ D'autre part, l'âge (+0,76), le sexe (-0,51), la CSP des parents (-0,51), le niveau d'éducation (-0,34), l'expérience professionnelle acquise (-0,54), l'engagement politique, social, économique et écologique (-0,23), la situation financière (-0,45), le positionnement géographique (+0,32).

À partir de ces résultats, nous pouvons en déduire qu'il y a un effet plus important des facteurs socioculturels chez les actifs haïtiens non-entrepreneurs que ceux qui ont déjà des expériences dans l'entrepreneuriat.

✓ **Tableau du score**

Les scores varient entre 0,0002 pour le plus faible et 0,18 pour la plus grande valeur. La majorité des valeurs des scores est inférieure à 0,09 (plus de 90%). Ces valeurs sont faibles pour réaliser l'appariement avec des résultats robustes.

Tableau 49 : Les intervalles de score de propension

Intervalles de scores	Fréquence (%)
$0 < S < 0,09$	92,59
Plus de 0,09	7,41
Total	100

Source : calcul à partir du modèle logistique

1.1.3. Estimations de l'effet du traitement à l'aide des différents estimateurs par appariement, par plus proche voisin, par Caliper et par noyau de Kernel

C'est la troisième étape du cadre de Rubin. Après avoir sélectionné les variables observables et calculé les scores de propension, la dernière étape consiste à appairer les deux groupes afin d'estimer l'effet du traitement. Cet effet peut s'obtenir en faisant la différence des outcomes des deux groupes. Il existe plusieurs estimateurs pour le calcul de l'effet. Dans cette étude, nous nous restreignons à trois estimateurs :

- ❖ Estimateur du type « plus proche voisin » : consiste à matcher sur les individus les plus proches en termes de caractéristiques observables.
- ❖ Estimateur Caliper : consiste à appairer des individus témoins non trop loin des traités. Nous nous limitons à 5 qui sont plus proches.
- ❖ Estimateur kernel : La méthode Kernel consiste à pondérer les scores de propension de tous les non traités par leur distance aux bénéficiaires. Cette méthode est utile lorsque la distribution des scores entre traités et non traités ne suit pas une loi normale. Ce qui signifie que c'est possible pour notre étude.

Le tableau suivant résume les résultats des effets à partir de ces différents estimateurs auxquels nous ajoutons celui de l'estimateur naïf.

Tableau 50 : Résultats des régressions des différents estimateurs

Estimateurs		naïf	Plus proche voisin	Caliper (5 plus proches voisins)	Noyau de Kernel
Paramètres					
Δ		0,231 *** (0,03) ⁵³	0,0644*** (0,011)	0,0682*** (0,008)	0,0576 *** (0,007)
R ² ajusté		0,004	0,0435	0,0435	0,0435
Support commun	Traités	250	250	250	250
	Témoins	50	50	50	50
	Total	300	300	300	300

Source : construit à partir des résultats obtenus suivant les différents estimateurs

Δ est l'ATT⁵⁴ qui mesure l'effet du traitement.

Interprétation :

L'intérêt de l'utilisation des différents estimateurs est de mesurer la variabilité de l'ampleur de l'effet de traitement. On constate que cette ampleur est plus élevée par l'utilisation de l'estimateur naïf que les trois autres estimateurs par appariement. Si tous les estimateurs indiquent un effet positif de la typologie des actifs haïtiens qui sont traités sur leurs intentions entrepreneuriales. Cependant, il n'y a pas de différence significative entre les résultats de l'effet des différents estimateurs non-paramétriques. Ceci peut être lié à la forte proportion des traités par rapport aux individus témoins.

En résumé, les résultats de ces différentes estimations montrent globalement que les actifs non-entrepreneurs sont plus affectés négativement par leurs comportements socioculturels que les actifs entrepreneurs qui ont déjà l'habitude de créer. En effet, les comportements qui impactent négativement les intentions des non-entrepreneurs de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine sont dus à certaines mentalités et surtout à leur manque d'expérience. Dans le paragraphe qui suit, il s'agit de voir l'importance de ces facteurs socioculturels par département.

⁵³ *** représente la significativité à 1% ; ** à 5% et * à 10%. Les chiffres entre parenthèse () sont les écarts types

⁵⁴ ATT : Average Treatment on Treated

1.2. Analyse de l'importance des comportements socioculturels sur les intentions entrepreneuriales par département

L'analyse de l'importance des comportements socioculturels par département en Haïti a pour finalité d'identifier les variables socioculturelles qui représentent, d'une part, une source de blocage ou un frein à l'élan entrepreneurial et, d'autre part, une source de motivation à entreprendre. Pour ce faire, deux méthodes d'apprentissage non-supervisé sont utilisées : l'analyse factorielle par correspondance multiple (ACM) et la méthode de la classification automatique. En effet, la première permet de mettre en relation les variables socioculturelles qui motivent ou qui découragent l'élan entrepreneurial avec le département dans lequel les actifs entrepreneurs et non-entrepreneurs haïtiens souhaitent investir. Ici le rôle de l'ACM s'inscrit dans la perspective de construire une typologie entrepreneuriale pour les dix départements géographiques d'Haïti, en tenant compte des comportements socioculturels des actifs. La deuxième méthode permet de faire une classification hiérarchique par département qui ont une motivation entrepreneuriale et ceux qui démotivent au contraire à entreprendre.

Pour ainsi dire, l'ACM est une méthode statistique descriptive multidimensionnelle qui permet de traiter ou d'analyser des données de grande dimension grâce à la hiérarchisation de l'information en petites dimensions. Celles-ci sont sous forme de l'inertie du nuage de points ayant pour coordonnées les valeurs présentes sur les lignes du tableau des données. L'analyse factorielle par correspondance multiple est initiée par Jean-Paul Benzécri en 1960. Le principe de base de cette méthode est de choisir les pourcentages d'inertie des différentes dimensions, les coordonnées des modalités et leurs contributions à l'inertie, le graphique de l'ensemble des modalités selon les deux premières dimensions (généralement) et l'interprétation. Et la classification automatique est une catégorisation algorithmique d'objets qui consiste à attribuer une classe ou catégorie à chaque objet (ou individus) à classer, en se basant sur des données statistiques.

Pour ce qui concerne notre étude, nous faisons une première ACM sur la relation entre les variables qui sont liées aux traits culturels qui motivent et qui découragent l'entrepreneuriat par département et une seconde ACM qui tient compte de la relation entre les variables qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale et le département dans lequel les actifs entrepreneurs et non-entrepreneurs

souhaitent investir. En dernier lieu, nous faisons une classification hiérarchique qui permet de regrouper en classes homogènes des départements.

1.2.1. Analyse factorielle par correspondance multiple (ACM) : cas des variables liées aux traits culturels

Pour faire une ACM, il faut que le nombre de variables soit inférieur à celui des individus. Tout est bien respecté dans ce cas-ci, car nous avons 300 individus ($n = 300$) et 3 groupes de variables qui caractérisent les traits culturels qui motivent à entreprendre (groupe de variables 1), les traits culturels qui démotivent à entreprendre et les départements dans lesquels les actifs entrepreneurs (groupe de variables 2) et non-entrepreneurs souhaitent investir (groupe de variables 3). La première catégorie contient 12 variables (ou modalités). La deuxième catégorie a également 12 variables (modalités) et la troisième n'en a que 10. Nous précisons que les variables caractérisant chaque groupe jouent portent aussi le nom de modalités dans le cadre de l'ACM.

Groupe variables 1 = {croyances_magico (motiv), croyance_futilité (motiv), vision_court_terme (motiv), conformisme (motiv), attitudes_épargne_investissement (motiv), perception_réussite (motiv), attitudes_risque_incertitude (motiv), entraide (motiv), auto_retrait (motiv), aversion_concurrence (motiv), esprit_communautaire (motiv), ni l'un ni l'autre (motiv)}

Groupe variables 2 = {croyances_magico (démotiv), croyance_futilité (démotiv), vision_court_terme (démotiv), conformisme (démotiv), attitudes_épargne_investissement (démotiv), perception_réussite (démotiv), attitudes_risque_incertitude (démotiv), entraide (démotiv), auto_retrait (démotiv), aversion_concurrence (démotiv), esprit_communautaire (démotiv), ni l'un ni l'autre (démotiv)}

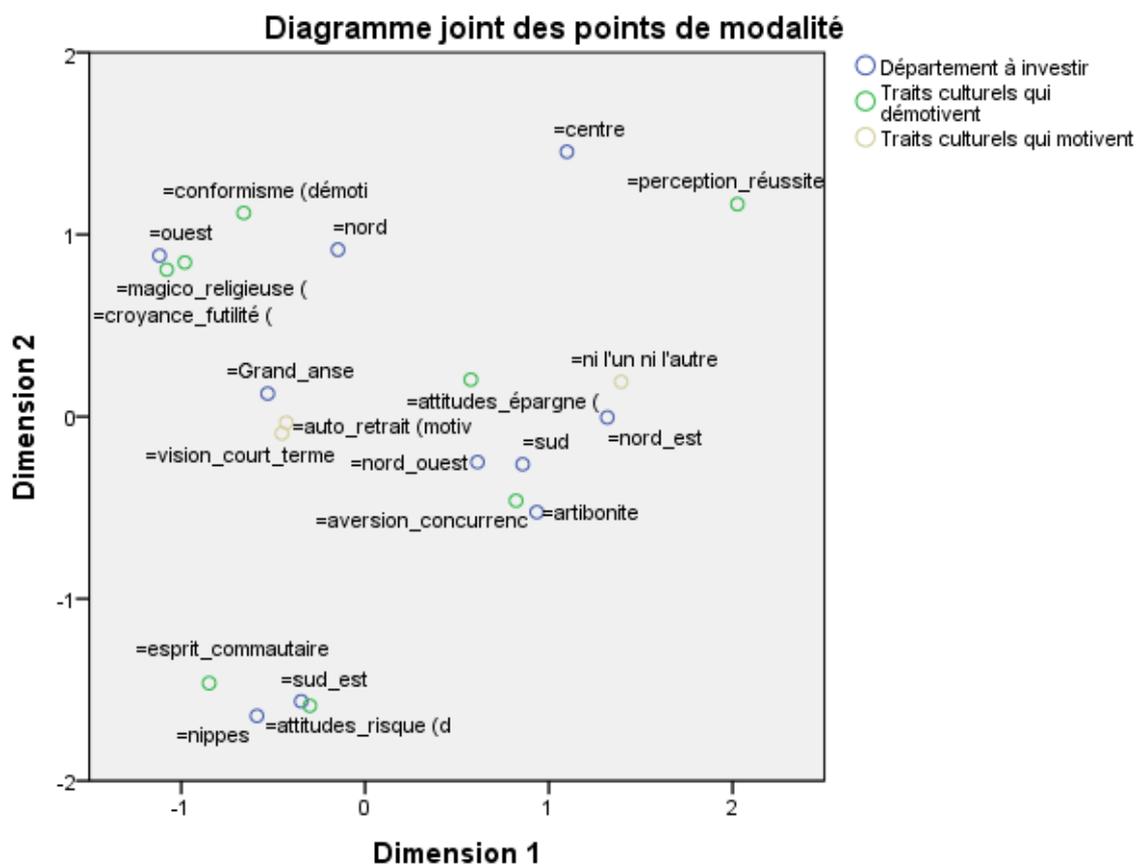
Groupe variables 3 = {Ouest, Nord, Nord-est, Nord-ouest, Sud, Sud-est, Grand'Anse, Nippes, Centre, Artibonite}

1.2.1.1. Choix du nombre d'axes factoriels

Le choix du nombre d'axes factoriels permet de considérer les dimensions (axes factoriels) ayant participé à la majorité de l'information qui est contenue dans le tableau des données. Les dimensions s'expriment en pourcentage. Dans la littérature, on privilégie

souvent deux axes qui contiennent la majorité de l'information. En effet, l'intérêt dans le choix du nombre d'axes factoriels est de consister à synthétiser l'ensemble des variables par un petit nombre de facteurs. Chaque facteur représente un groupe de variables liées entre elles : chaque groupe de variables caractérise un groupe d'individus et chaque groupe d'individus rassemble les individus types d'un groupe de variables (Escofier et Pagès, 2008). Dans ce cas-ci, nous limitons notre ACM à deux axes factoriels, car ceux-ci correspondent à 71,96% de l'inertie (dispersion).

1.2.1.2. Analyse et interprétation des résultats



L'interprétation de ces deux facteurs (dimensions) nécessite de procéder en deux étapes. Dans un premier temps, nous analysons la contribution des variables (modalités) aux facteurs à travers leur valeur-test : une (variable) modalité est d'autant plus significative sur un axe que sa valeur-test⁵⁵ est grande. Puis dans un second temps, nous

⁵⁵ Une valeur-test supérieure à 2 en valeur absolue indique que la modalité correspondante est significativement différente du centre de gravité

nous appuyons sur la position des variables (modalités) sur le graphique afin de définir la liaison qui y existe.

En tenant compte de la première étape, la dimension 1 oppose (à gauche et à droite) les traits culturels qui motivent à entreprendre à ceux qui démotivent à l'entrepreneuriat. Parmi les variables qui s'opposent et qui contribuent fortement à la première dimension, nous retrouvons l'auto-retrait du monde (22%), la vision du court terme (13%), attitudes face à l'épargne et à l'investissement (près de 12%), l'aversion face à la concurrence (11%) et ni l'un ni l'autre (à peu près de 11%). La dimension 2 permet de caractériser les départements dans lesquels les actifs entrepreneurs et non-entrepreneurs haïtiens souhaitent investir. Les variables (modalités) qui contribuent fortement à la formation de cette dimension sont les départements du Nord (21%), de l'Ouest (17%), du Sud-est (12%) et de Nippes (près de 10%). Toutefois, cette même dimension oppose les départements du Nord et de l'Ouest (en haut) aux départements du Sud-est et des Nippes (en bas).

En ce qui a trait à la deuxième étape, les actifs entrepreneurs et non-entrepreneurs haïtiens qui sont nés dans les départements du Nord et de l'Ouest ne sont pas tous démotivés par la variable conformisme pour pouvoir entreprendre chez eux, comparativement aux autres départements. La majorité des actifs qui sont nés dans le département de la Grand'Anse sont plutôt découragés par leurs croyances magico-religieuses et leur croyance à la futilité de la vie terrestre pour créer à court terme ou pour porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial chez eux. De même que les actifs qui sont nés dans les départements du Sud-est et des Nippes se laissent guider pour la plupart par leur esprit communautaire et leur attitude face au risque, au lieu de manifester leur volonté pour entreprendre chez eux. Les actifs nés dans le département de l'Artibonite sont très averses à la concurrence. En dépit de leurs attitudes à l'épargne et à l'investissement, les actifs nés dans les départements du Sud, du Nord-est, du Nord-ouest ont par contre une vision du court terme et ne sont pas tous réfractaires au changement, à l'innovation et à la créativité. Enfin, les actifs qui sont nés dans le département du Centre ont pour la plupart une mauvaise perception de la réussite socio-économique, quant à l'intention de créer ou d'investir chez eux.

1.2.2. Analyse factorielle par correspondance multiple (ACM) : cas des variables liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale

Pour ce cas-ci, nous avons aussi considéré les mêmes individus ($n = 300$). Cette fois-ci, nous avons deux nouvelles catégories de variables qui entrent en jeu, en complément de celle qui regroupe les dix départements géographiques du pays. Une catégorie qui regroupe 10 variables (modalités) et qui représente les caractéristiques personnelles et l'appartenance sociale qui motivent les actifs à entreprendre dans leur propre département d'origine. Une autre catégorie qui regroupe ces mêmes variables (modalités), mais plutôt elles sont prises dans un contexte de démotivation à entreprendre. La troisième catégorie contient 10 variables (modalités) qui sont les départements dans lesquels les actifs entrepreneurs et non-entrepreneurs souhaitent investir.

Groupe variables 1 = {âge (motiv), sexe (motiv), CSP (motiv), niveau d'éducation (motiv), expériences professionnelles acquises (motiv), engagement social, politique, économique et écologique (motiv), responsabilité familiale ou être chefs de ménage (motiv), situation financière ou patrimoine légué en héritage (motiv), positionnement géographique ou milieu résidentiel (motiv), ni l'un ni l'autre (motiv)}

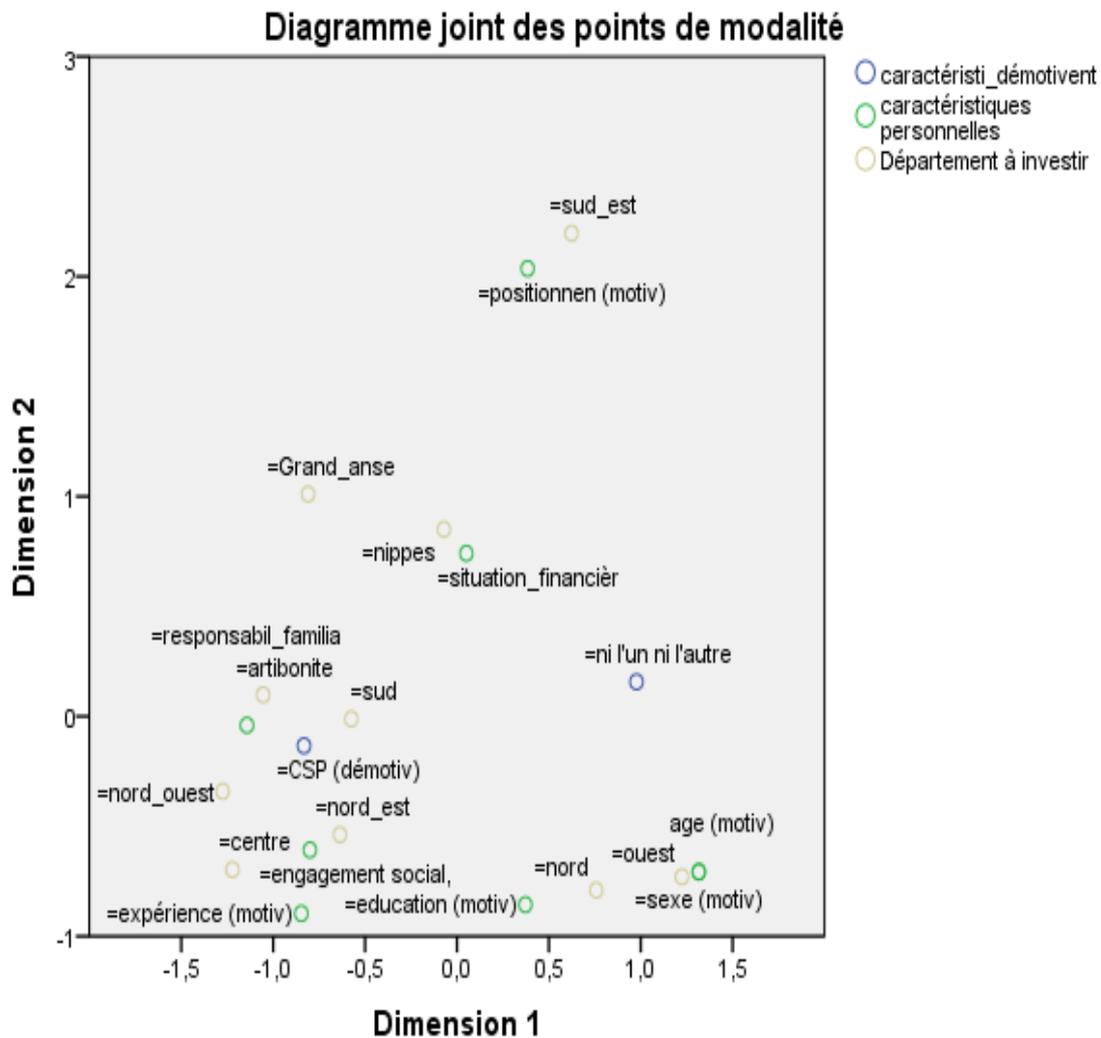
Groupe variables 1 = {âge (démotiv), sexe (démotiv), CSP (démotiv), niveau d'éducation (démotiv), expériences professionnelles acquises (démotiv), engagement social, politique, économique et écologique (démotiv), responsabilité familiale ou être chefs de ménage (démotiv), situation financière ou patrimoine légué en héritage (démotiv), positionnement géographique ou milieu résidentiel (démotiv), ni l'un ni l'autre (démotiv)}

Groupe variables 3 = {Ouest, Nord, Nord-est, Nord-ouest, Sud, Sud-est, Grand'Anse, Nippes, Centre, Artibonite}

1.2.2.1. Choix du nombre d'axes factoriels

Nous interpréterons seulement les deux premières dimensions, car celles-ci représentent à elles-seules 65,23% de l'information contenue dans le tableau des données en termes de variance. Nous analysons d'abord les variables (modalités) ayant des contributions importantes aux axes et de regarder ensuite leur positionnement sur le graphique pour pouvoir définir les liaisons qui y existent.

1.2.2.2. Analyse et interprétation des résultats



Normalisation principale de la variable.

La première dimension (axe) peut être interprétée comme l'axe des caractéristiques personnelles et l'appartenance sociale des actifs entrepreneurs et non-entrepreneurs haïtiens. Cette dimension est constituée par la forte contribution des variables (ou modalités) : niveau d'éducation (pratiquement 20%), expériences professionnelles acquises (près de 18%), CSP ou profil des parents (un peu plus de 11%) et l'âge ou le sexe (13,6% et 10% respectivement). En revanche, cette dimension oppose (à droite et à gauche) les caractéristiques personnelles et l'appartenance sociale qui motivent les actifs haïtiens à entreprendre dans leur propre département d'origine à celles qui les découragent à agir. Par ailleurs, la dimension 2 (axe) peut être interprétée comme l'axe des départements dans lesquels les actifs souhaitent investir, comme ce fut le cas dans la première ACM. Parmi les

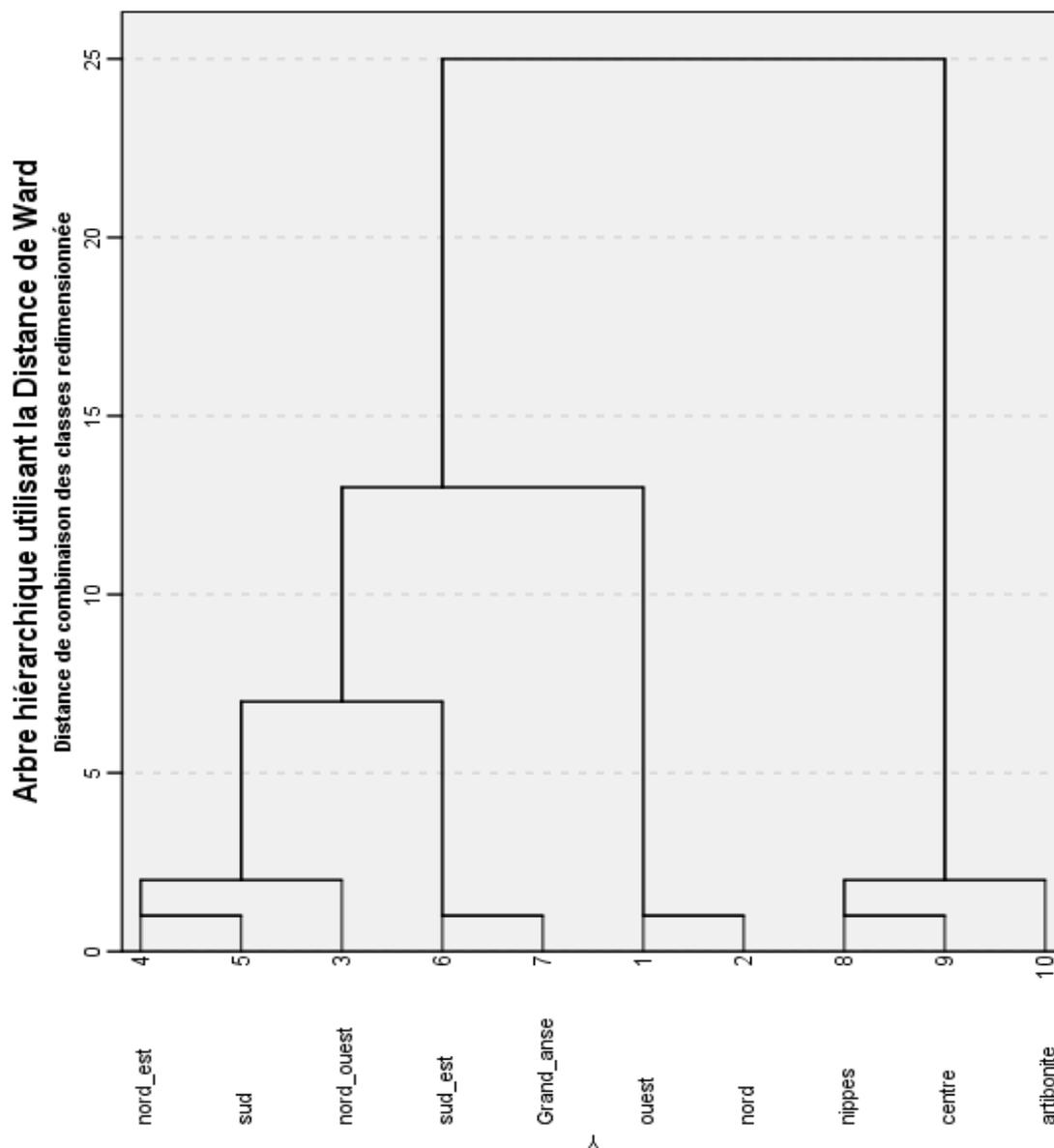
départements qui ont contribué fortement à la deuxième dimension, nous retenons les départements du Nord (15%), de l'Ouest (18%), du Sud-est (16%), de la Grand'Anse (11%) et des Nippes (10%). Ces mêmes variables (modalités) s'opposent sur l'axe 2, avec les départements du Nord et de l'Ouest (en bas) et ceux du Sud-est, de la Grand'Anse et des Nippes (en haut).

En analysant la liaison entre les variables (modalités), nous avons remarqué que les actifs haïtiens qui sont nés dans les départements du Nord et de l'Ouest sont pour la majorité très motivés par leur âge, leur sexe et leur niveau d'éducation pour pouvoir investir chez eux, contrairement aux actifs nés dans le département du Nord-ouest qui sont très démotivés par le profil de leurs parents. À côté de leurs croyances magico-religieuses et à la futilité de la vie sur terre, la situation financière représente également l'une des contraintes pour la plupart des actifs nés dans les départements des Nippes et de la Grand'Anse à créer à court terme une entreprise ou à se lancer dans un projet à caractère entrepreneurial chez eux. La responsabilité familiale ou être chefs de ménage décourage à un certain moment les actifs artibonitiens à investir chez eux.

1.2.3. Classification hiérarchique

Après avoir effectué deux ACM, il convient de donner une classification hiérarchique. La classification apparaît comme un bon outil d'analyse qui permet d'avoir une vision plus claire. Cette technique propose de regrouper les éléments de la population étudiée qui se ressemblent et de séparer en classes distinctes les éléments dissemblables. Autrement dit, la classification hiérarchique a pour objectif de classer les individus en groupe ayant un comportement similaire sur un ensemble de variables.

Grâce au logiciel SPSS 17.0, la représentation du dendrogramme nous a permis de regrouper les individus qui se « ressemblent » le plus, compte tenu des variables de l'analyse et en a formé des groupes. Ainsi, quatre groupes se distinguent. En premier lieu, les départements du Nord et de l'Ouest apparaissent seuls dans un groupe. Dans un deuxième temps, nous avons un groupe constitué des départements du Sud, du Nord-est et du Nord-ouest. Le troisième groupe comprend les départements de la Grand'Anse et du Sud-est. Enfin, le quatrième groupe comprend les départements des Nippes, du Centre et de l'Artibonite.



Par cette analyse, il ressort que bon nombre de départements semblent avoir les mêmes caractéristiques. En effet, l'analyse menée sur le jeu de donnée a mis en évidence quatre groupes. Le premier groupe est constitué des départements de l'Ouest et du Nord, car ce sont les départements les plus avancés économiquement en Haïti (ou considérés comme les poumons économiques du pays). En dépit des influences négatives de certains comportements socioculturels sur les intentions entrepreneuriales des actifs, ces départements semblent les moins impactés par rapport aux autres. Toutefois, les plus impactés négativement sont les départements qui sont très éloignés du pays et qui sont surtout très précaires, faute des infrastructures de base, et plus généralement de la vulnérabilité des conditions de vie de leur population (IHSI, 2003).

1.3. Synthèse d'analyse de tous les résultats obtenus

Après avoir confirmé partiellement les travaux qui ont été réalisés antérieurement sur les traits culturels, les résultats obtenus via l'application des six premières méthodes de modélisation micro-économétrique montrent que la majorité des facteurs socioculturels impactent négativement les intentions entrepreneuriales des actifs haïtiens de créer une entreprise à court terme ou de porter sur le moyen ou long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine. Pour ce qui a trait à l'évaluation de l'effet causal de la typologie des initiatives entrepreneuriales, les résultats obtenus montrent que les facteurs socioculturels impactent plus les actifs haïtiens non-entrepreneurs que ceux qui ont déjà l'habitude d'entreprendre une activité génératrice de revenus en Haïti. Quant à l'importance des comportements socioculturels sur les intentions entrepreneuriales par département, les résultats obtenus montrent que les facteurs socioculturels impactent négativement plus les intentions des actifs haïtiens à entreprendre dans les départements du Nord-est, du Nord-Ouest, des Nippes et de la Grand'Anse. Car ces départements souffrent d'un ensemble de problèmes majeurs, comme les infrastructures de base (l'électricité, la santé, l'éducation, l'accès à l'eau potable, etc.), ce qui semble être à la base du sous-développement socio-économique du pays. En définitive, les résultats obtenus méritent une attention particulière, si bien qu'ils devraient susciter la conscience professionnelle de tous les acteurs ou les parties prenantes. Et, c'est la raison pour laquelle, nous nous efforçons à formuler des propositions qui sont liées à l'importance et la nécessité de la création d'entreprise en Haïti et au rôle de l'État en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles pour faire respecter les institutions et réguler le fonctionnement du marché du travail.

Section 2. Implications des résultats obtenus en termes d'incitations et de stratégies à la création d'entreprise en Haïti et importances du rôle de l'État haïtien en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles

Sur les résultats obtenus dans la thèse, nous abordons deux types d'implications. D'abord, une implication sur la nécessité et l'importance de la création d'entreprise en Haïti. Dans ce sens, nous présentons les différentes stratégies qui sont liées à l'incitation et à la vision d'entreprise (nous abordons ici le passage de l'intention entrepreneuriale à l'action entrepreneuriale). Ensuite, une autre implication sur le rôle de l'État en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles permet de faire ressortir tous les

dispositifs nécessaires pour pouvoir résoudre le problème institutionnel et réguler le fonctionnement du marché du travail en Haïti. En somme, de telles implications peuvent permettre de faire ressortir certaines notions clés, comme la performance globale et le développement socio-économique durable en Haïti.

2.1. En termes d'incitations et de stratégies à la création d'entreprise en Haïti

Pour inciter à créer une entreprise en Haïti et les stratégies à mettre en place pour favoriser la performance et le développement socio-économique, nous nous appuyons sur un ensemble de constats. Et, parmi ces constats, nous pouvons énumérer :

- ***La main-d'œuvre à bon marché.*** Avec un salaire minimum très concurrentiel (soit en moyenne de 300 gourdes⁵⁶ pour huit heures de travail par jour en 2017) par rapport aux autres pays de l'Amérique latine et de la Caraïbe (CEPALC, 2005), de nombreuses entreprises peuvent être créées en Haïti, plus particulièrement dans des filières où ce salaire est encore plus bas. Dans ce sens, des emplois durables peuvent être créés, ce qui peut limiter le nombre de chômeurs qui augmentent à un rythme vertigineux dans le pays. Le volume de production augmentera à son tour, ce qui peut aider à revaloriser la richesse nationale. Avec une croissance économique très importante qui pourrait être générée, des investissements publics peuvent être encouragés ainsi que de bonnes répartitions de la richesse nationale.
- ***Les niches de marché existants.*** Nous faisons référence ici à la non-saturation des marchés pour certains secteurs. Dans de nombreux domaines comme dans le commerce des marchandises en gros, il existe une situation de monopole dans le pays. Autrement dit, sur le marché des marchandises en gros, il y a une seule catégorie de personnes qui importent des produits à l'étranger et qui revendent en gros, parfois en détail, ces produits importés. Puisqu'ils sont seuls sur le marché, ils fixent leur prix, ce qui expliquerait en partie la persistance du phénomène d'inflation galopante en Haïti. Pour contourner de telles situations, de nouvelles entreprises peuvent être installées sur ce segment de marché pour leur faire de la concurrence. Selon

⁵⁶ 1 euro (€) = 75,7 gourdes (G) et 1 dollar américain = 63,9 gourdes (G) durant toute l'année 2016.

la CCIH (2012), il n'existe pas vraiment de barrières à l'entrée pour de nouvelles firmes. Dans ce sens, les tarifs douaniers sont très abordables.

- ***L'identification des secteurs porteurs.*** Nous entendons par secteurs porteurs des secteurs qui peuvent participer non seulement à la croissance économique, mais surtout au bien-être de la population. Il s'agit premièrement du marché immobilier qui n'existe pas vraiment en Haïti, puisque l'offre et la demande dans ce secteur ne sont pas visibles. S'il représente parfois plus de 15% du PIB dans certains pays développés et industrialisés (OFCE, 2013), ce secteur peut représenter une opportunité pour les investisseurs locaux et étrangers de profiter de ce marché pour attirer du profit en Haïti. Enfin, la création d'entreprise dans le secteur de l'immobilier peut faciliter en Haïti le développement du tourisme, de l'artisanat, de la peinture, de l'hôtellerie, de la restauration qui sont également cinq autres secteurs porteurs pour l'économie du pays. Il peut faciliter également le développement de la main-d'œuvre ou de la création d'emplois, la circulation des capitaux, grâce à l'accessibilité au crédit d'investissement et la stabilité du taux d'échange.
- ***La finance solidaire et la finance inclusive.*** Nous entendons par finance inclusive, une finance qui privilégie le financement des activités qui sont produites localement. Et nous entendons par finance solidaire, une finance qui est collaborative ou qui est coopérative ou qui est participative (c'est ce qu'on peut appeler en anglais le « crowdfunding »). En fait, pour créer des entreprises communautaires ou de petites entreprises (TPE), les gens n'ont pas besoin d'avoir toujours recours à la banque commerciale ou à une institution financière de grande envergure. Ils peuvent s'organiser entre eux, comme ils ont bien l'habitude de faire en tontines pour investir. De plus, les Haïtiens partagent l'esprit communautaire ou le collectivisme. Ce trait culturel qui peut parfois influencer négativement le comportement des Haïtiens dans un sens peut être agi positivement dans un autre sens. De par la finance solidaire ainsi que par la finance inclusive, les Haïtiens peuvent participer au développement économique dans leur famille, dans un territoire et plus généralement dans tout le pays. Nous notons que la finance

solidaire et la finance inclusive font partie de la grande famille de l'économie sociale et solidaire, qui est actuellement très développée même dans les pays occidentaux. Ainsi, de telles pratiques peuvent être révélées très profitables pour la revalorisation de la production locale, voire l'économie nationale.

- ***Les investissements dans des filières agricoles qui présentent des avantages concurrentiels sur le marché international et des retombées sur le marché local.*** Il s'agit particulièrement ici des filières mangue « notamment la mangue madame francisque » et le cacao. Grâce à la forte demande de la mangue « madame francisque » sur le marché extérieur, beaucoup plus d'entreprises peuvent être créées pour structurer davantage cette filière. En effet, les entreprises qui existent sont en quantités moindres pour pouvoir attirer plus de devises, étant donné le poids que cette production représente dans la croissance économique d'Haïti, soit plus de 3,7% du PIB (IHSI, 2007). De plus, avec cette filière, des entreprises agro-industrielles peuvent être créées et multipliées en vue de la transformation et de la commercialisation des mangues sous forme de jus « naturels », ce pour concurrencer d'autres jus importés sur le marché local. Quant à la filière cacao, elle a connu ces dix dernières années un essor considérable dans la production agricole haïtienne (BID, 2005). De nos jours, l'exportation de cette filière augmente sur le marché français (soit 2,5 tonnes en 2010), grâce à une coopération entre le Conseil Général des départements des Hauts-de-Seine et des Yvelines et la Fédération des Coopératives Cacaoyères du Nord (FECOCANO). Cette filière qui représente plus de 28% des exportations totales agricoles en 2011 montre que beaucoup plus d'entreprises peuvent être créées pour faciliter davantage son développement et sa capacité productive dans le pays (Jean, 2013). La création des entreprises agro-industrielles s'avère nécessaire pour la transformation et la commercialisation des produits à base du cacao sur le marché local. De plus, la capacité productive de la filière rizicole (230 063 tonnes métriques en 2011 pour 62 000 hectares) peut permettre à Haïti d'être concurrentiel non seulement sur le marché des pays de la Caraïbe,

mais aussi sur certains marchés des pays de l'Amérique latine et d'en tirer des avantages absolus et comparatifs (MARNDR/FAO, 2011).

- ***Les projets de création d'entreprise qui sont réalisables et finançables.*** Quelque soit le projet de création d'entreprise, celui-ci doit générer des profits. D'ailleurs, c'est ce qui attire souvent l'attention des institutions financières quand il s'agit de financer un projet quelconque. Toutefois, un bon projet de création d'entreprise doit passer d'abord par une étape de conceptualisation, d'élaboration ou de montage d'un plan d'affaires afin d'analyser les avantages et les inconvénients sur le plan juridique, managérial et environnemental et de ventiler les charges et les revenus sur le plan financier. C'est ce qui permet d'évaluer la performance économique et financière du projet. Présenté ensuite au stade du financement, ce projet pourrait être financé par une institution financière ou une société d'investissement. Il reste en dernier lieu de la mise en œuvre de ce projet qui est une tâche dépendant de la capacité du manager et les différentes parties prenantes. En résumé, dans tout projet de création d'entreprise, les caractéristiques personnelles du porteur sont très importantes pour incarner la confiance et la réussite.
- ***Participation de la classe moyenne dans le développement économique durable en Haïti.*** Aucun pays ne peut prétendre se développer durablement, seulement avec les grands investissements directs étrangers. C'est la raison pour laquelle dans la majorité des pays développés, il y a toujours une classe moyenne qui émerge économiquement. Dans le cas d'Haïti, Jean (2014) souhaite à ce que de jeunes entrepreneurs de la classe moyenne soient émergés pour participer durablement au développement économique par la création de TPE/PME, à côté du capital international qui commence à pénétrer le marché haïtien via les groupes Marriott, Oasis, Digicel, Natcom, etc.

2.2. Quelques éclairages nécessaires sur l'importance du rôle de l'État haïtien en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles

Il est vrai que pour créer une entreprise ou pour porter un bon projet à caractère entrepreneurial, l'État dans tous les pays du monde doit favoriser un environnement

stable. Et, pour le permettre, un ensemble de mesures et de dispositions légales, plus communément appelées politiques publiques structurelles et conjoncturelles, doivent être mises en application par l'État. C'est ainsi que l'État haïtien doit :

- ***Résoudre le problème institutionnel*** qui gangrène le pays depuis plusieurs années. En plus du problème de la forte concentration des administrations publiques à Port-au-Prince et dans certaines grandes villes, Haïti est le seul pays où la formation professionnelle à l'emploi dépend du Ministère de l'Éducation Nationale, au lieu du Ministère du Travail comme un organe légal permettant de réguler le fonctionnement du marché du travail dans tout pays développé. En effet, dans tout pays développé, le Ministère de l'Éducation Nationale s'occupe de tout ce qui est académique, c'est-à-dire l'enseignement primaire, secondaire et universitaire ou supérieur. Alors que le Ministère du Travail s'occupe en grande partie de la formation à l'emploi, du dialogue social (syndicalisation) et du marché du travail. Ce qui n'est pas le cas en Haïti. Il est vrai que, pendant que le Ministère du Travail s'occupe de la question des salaires, le Ministère de l'Éducation Nationale via l'Institut National de la Formation Professionnelle (INFP) aurait la prétention de s'occuper de la formation professionnelle. Et, ils ne sont pas les seuls Ministères à se retrouver dans cette situation (ou dilemme) d'incohérence en termes de compétences. Donc, il y a une certaine incompatibilité ou incohérence au niveau du management public en Haïti, ce qui ne permet pas d'aboutir à des performances efficaces tant souhaitées. Nous proposons que ce soit le Ministère du Travail qui s'occupe de la formation professionnelle et de la réglementation du fonctionnement du marché du travail (régulation, protections sociales, fixation des salaires, etc.) et qu'il change de nom et de compétences pour devenir Ministère du Travail, de l'emploi et de la solidarité sociale. Sous la tutelle dudit Ministère et de concert avec le corps syndical (patronat et salariat), un organe d'État lié à la formation professionnelle doit être créé pour bien faciliter le système d'apprentissage équilibré pour que ceux qui travaillent soient formés, ceux qui sont au chômage soient aussi formés pour faciliter leur retour à l'emploi et ceux qui

sont totalement hors du marché du travail soient formés afin de trouver également un emploi. Tout cela peut favoriser des investissements, donc la croissance avec des ressources humaines formées qui sont déjà sur place.

- **Disposer d'un cadre légal et réglementaire renforcé.** Même s'il en existe, il n'est pas suffisant ou il y a un manque de rigueur. Tout cela pour dire que le marché du travail n'est pas suffisamment bien contrôlé en Haïti, à cause du phénomène de l'économie informelle qui est y très développée et bien d'autres encore. Or, pour faciliter l'investissement dans le pays, des mesures et des dispositions légales doivent être entrées en vigueur, ce pour garantir la sécurité des vies et des biens. Nous notons qu'à travers ce cadre légal et réglementaire, l'État doit pouvoir agir normalement en matière d'impôts et de contrôle fiscal, ce qui pourrait être profitable non seulement pour les entrepreneurs, mais aussi pour ceux qui offrent de la main-d'œuvre sur le marché du travail.
- **Résoudre les problèmes des infrastructures de base et d'insécurité foncière et certains risques environnementaux.** En Haïti, le manque des infrastructures de base constitue l'un des obstacles majeurs au développement de l'entrepreneuriat. Pour résoudre ce handicap, l'État doit privilégier au bout de quelques années la privatisation de certains biens publics, comme le service d'adduction en eau potable (DINEPA), l'énergie électrique (EDH), etc., même s'il reste un actionnaire minoritaire. L'État haïtien doit réguler les services de télécommunication et de transport routier qui fonctionnent très mal dans le pays. Les entretiens, la réparation et la construction des infrastructures routières doivent être des tâches à la fois du secteur privé et du secteur public. En plus, l'État doit faciliter la construction de la route de desserte agricole afin de rendre possible toute exploitation agricole. De ce fait, un plan de réforme foncière doit être mis en place à travers un plan local d'urbanisme pour chaque département, voire pour chaque commune. Grâce à ces plans d'urbanisme, l'État pourra facilement identifier les zones de construction résidentielle, industrielle, urbaine, rurale, les zones de loisirs, de construction réservée, de protection et d'exploitation agricole et les zones d'aménagement concerté (ZAC).

- **Protéger les entreprises et leur assurer des aides au développement et à la compétitivité.** Grâce aux crédits d'impôts et des fonds du développement industriel (FDI), l'État peut faciliter la création de beaucoup plus d'entreprises privées en Haïti. En plus de l'éradication du phénomène de la dollarisation qui exerce une grande influence dans presque la majorité des transactions en Haïti, des réformes doivent être enclenchées au niveau des programmes de retraites, des comptes personnels de formation dans les entreprises, des assurance-chômage et maladie, etc. L'État doit faciliter la compétitivité de ces entreprises, ce qui peut leur permettre de faire face à la demande du marché interne et externe. De plus, l'État doit encourager la création des TPE/PME, voire les accompagner, parce que celles-ci peuvent représenter la force vive dans l'économie. Dans cette même lignée, même si les investisseurs directs étrangers (IDE) sont très nécessaires en Haïti, mais l'État doit aussi prendre des précautions en appliquant des mesures strictes, comme le protectionnisme contre toute dérive économique possible.
- **Faciliter la création dans chaque département d'au moins un incubateur ou un centre d'encadrement ou d'accompagnement à la création d'entreprise et à l'innovation.** Dans tous les pays développés, il existe actuellement des pépinières, des laboratoires scientifiques et des centres d'encadrement et d'accompagnement à la création d'entreprise et à l'innovation. Dans certains pays, on les appelle souvent des incubateurs ou centres d'incubation. C'est le cas de la Silicon Valley (Vallée du Silicium) à San Francisco en Californie (États-Unis d'Amérique) qui désigne le pôle des industries de pointe en technologie. De nos jours, la Silicon Valley permet le développement de plusieurs start-up et c'est ce qui constitue sa renommée mondiale et la richesse de la Californie en tant qu'une grande ville américaine. De tels projets peuvent être très importants pour faciliter le développement socio-économique durable en Haïti. Mais, pour ce faire, l'État doit mettre en place un programme de politiques publiques de concert avec les collectivités territoriales. Ce programme doit être basé sur la formation, l'encadrement ou l'accompagnement en vue de la relance de la production locale et de la création de la richesse nationale.

- **Permettre la création d'une Chambre de métiers et de l'artisanat à côté de la Chambre de commerce et d'industrie dans chaque département et permettre également la création d'une Chambre d'agriculture.** En Haïti, il existe seulement des Chambres de commerce et d'industrie (CCIH). En ayant pour mission la valorisation des métiers par la formation, les Chambres de métiers et de l'artisanat sont aussi nécessaires pour permettre de partager des tâches administratives et permettre plus de déconcentrations. Si les Chambres de commerce et d'industrie sont placées sous la tutelle du Ministère du commerce et d'industrie, alors les Chambres de métiers et de l'artisanat devraient être placées sous la tutelle du Ministère du tourisme et de l'artisanat. En effet, si les premières prennent en charge tout ce qui concerne les activités commerciales et industrielles, les secondes prennent en considération les artisans et d'autres métiers légalement reconnus par l'État. Une telle séparation de compétences peut aider à renforcer la rentabilité des institutions dans la performance économique du pays. De plus, des Chambres d'agriculture sont aussi nécessaires pour encadrer les agriculteurs et éleveurs (y compris associations et fédérations des planteurs et des éleveurs) dans leurs revendications et pour faciliter le développement de l'agro-alimentation par le biais de la transformation et de la commercialisation des produits cultivés.
- **Doter chaque administration communale d'un pôle emploi et de plus de compétences administratives.** En Haïti, toutes les collectivités territoriales sont dépourvues de compétences administratives, pendant que ce sont ces entités qui sont plus proches ou à proximité de leur population. Dans la littérature, les chercheurs, à l'instar de Paul et Charleston (2015) et de Deshommes (2004), ont montré que tout développement économique durable doit passer obligatoirement par les collectivités territoriales, et ceci par les processus de la décentralisation et de la déconcentration. Des réformes doivent être opérées en ce sens pour aider les communes haïtiennes à assumer dans l'intégralité leurs pleines compétences administratives. Par le biais du Ministère du Travail et des organes déconcentrés, des Pôles Emploi peuvent être installés dans chaque commune afin de comprendre le

fonctionnement de chaque territoire en matière de son attractivité à l'embauche et à la création d'entreprise.

- **Favoriser la promotion d'une industrie musicale productive et légale.** En Haïti, la musique représente l'une des parties importantes dans la distraction et le loisir. Elle est très appréciée tant en Haïti qu'ailleurs. Si elle représente une manne économique pour certains pays, alors aucune disposition légale en Haïti n'est jamais mise en place pour faire en sorte que ce secteur devienne une industrie capable de renflouer les caisses de l'État. De ce fait, l'État doit contrôler ce secteur par l'identification des entreprises qui sont spécialisées légalement dans la promotion de la musique haïtienne tant sur le marché local qu'à l'étranger. Dans le secteur de la musique en Haïti, plusieurs entreprises peuvent être créées. Le marché musical haïtien doit être organisé et structuré pour qu'il participe à la création d'emplois et pour qu'il soit bénéfique ou profitable à la croissance économique du pays. Pour cela, des mesures et dispositions légales doivent être mises en application.
- **Favoriser la reprise des entreprises longtemps abandonnées.** En Haïti, plusieurs entreprises qui ont l'habitude de fonctionner existent par leur nom ou par des maisons qui les logeaient, mais non pas par des activités qu'elles exercent actuellement. Or, elles étaient des mannes économiques pour le pays à un certain temps. C'est le cas notamment de l'usine sucrière de Darbone à Léogane, de la centrale sucrière Jean-Jacques Dessalines aux Cayes, du Facolef à Cavaillon, etc. L'usine sucrière de Darbone permettait à l'époque aux habitants de Léogane et des communes avoisinantes de s'adonner à la culture de la canne à sucre. Il en est de même que pour la centrale sucrière Jean-Jacques Dessalines des Cayes, à tel point que la canne à sucre était la principale production dans toute la plaine des Cayes et les communes avoisinantes. Le Facolef à Cavaillon était spécialisé dans la fabrication des pâtes de tomates et permettait aux habitants de la commune et les zones avoisinantes de s'adonner à la production de tomate. En matière de relance et de stabilité sur le plan économique, l'État peut faciliter la reprise de ces entreprises. En effet, avec la reprise de tels types

d'entreprises, l'État peut permettre un désenclavement de la capitale haïtienne et d'autres villes métropolitaines grâce à la création d'emploi.

- **Valoriser des sites touristiques et dynamiser la destination avec les produits et services du terroir et par la vulgarisation de bonnes informations touristiques.** Via les aéroports internationaux Toussaint Louverture à Port-au-Prince et Hugo Chavez au Cap-Haïtien et le Ministère du Tourisme, l'État peut favoriser la création des entreprises dans le secteur du tourisme en mettant en place des centres d'accueil touristique, ce pour permettre non seulement de vendre l'image du pays aux étrangers dès leur arrivée sur le sol haïtien, mais aussi de promouvoir la consommation des sites touristiques qui sont d'une quantité très importante en Haïti (voir les données du Ministère du Tourisme, 2013). Sur le plan macro-économique, les retombées permettent de valoriser la production nationale et de redorer l'image du pays, comme il a été, dans les années 80, la première destination touristique de la Caraïbe.
- **Repenser le financement de l'économie haïtienne, donc assainir les finances publiques.** En effet, pour permettre à l'économie haïtienne d'être efficace, c'est-à-dire d'être capable de faire face à tous défis interne et externe, l'État doit privilégier les investissements qui sont générateurs de revenus importants. Il doit éviter de faire des dépenses farfelues ou inutiles. Mis à part de tout cela, une bonne politique fiscale doit être menée, et ce par la gestion des frontières et le contrôle de l'économie informelle qui demande une régulation ou un cadre réglementaire très souple et intelligent. En dépit de toutes les critiques qu'on peut acculer à l'économie informelle en Haïti, celle-ci est très représentative dans l'économie nationale. Selon Schneider et al. (2010), l'économie informelle représente 54,8% du PIB en 1999 et 57,1% en 2007. Pour Aspilaire (2014), elle croît mieux que la croissance du PIB est moins bonne. Il convient cependant à l'État de prendre des dispositions pour qu'elle soit viable et prospère en termes de transparence et de contrôle.
- **Renforcer et réglementer le système financier non-bancaire, plus précisément les institutions microfinancières de type non coopératif d'épargne et de crédit et les sociétés d'assurance.** Étant donné que tout le système financier non-

bancaire n'est pas réglementé, tout cela a perturbé le bon développement des institutions bancaires en Haïti. L'État doit réglementer tout le système financier, ce qui peut permettre à toutes les entités de participer normalement à la mission qui leur a été confiée, c'est-à-dire de participer au développement par l'accessibilité des crédits à ceux qui n'ont pas accès au système bancaire traditionnel (non-bancarisés). Les institutions micro-financières peuvent permettre le développement de la création d'entreprise en Haïti, comme ce fut le cas de la Grameen Bank au Bangladesh avec Muhammad Yunus (Prix Nobel en Économie en 2006) en accordant des petits crédits aux femmes bangladaises. L'État haïtien doit faciliter le développement du microcrédit, un système d'assurances commerciales pour les sinistres en cas d'incendies, de pertes et de catastrophes naturelles.

- **Mettre en place un système de communication et d'information économique et statistique sur tout le territoire national.** Ce système de communication et d'information doit passer nécessairement par l'Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI), entité de l'État qui aurait pour mission de collecter et de diffuser toutes les informations économiques sous forme de données statistiques. Or, nous vivons de nos jours dans un village planétaire où tout le monde est interconnecté via la technologie de l'information et de la communication (TIC) pour intégrer pleinement le phénomène de la mondialisation de l'économie. C'est dire que l'économie fonctionne aujourd'hui avec des informations qui sont des signaux qui peuvent permettre de prendre une décision ou pas. Toutefois, il n'existe pas en Haïti un système de communication et d'information à la hauteur, c'est-à-dire qui est capable d'informer la population via des données statistiques publiques. Pourtant, l'IHSI est là comme une entité responsable. Faute de dispositions légales qui n'ont jamais été prises par les gouvernements et des chefs d'État qui se suivent, l'IHSI n'est pas une entité qui est décentralisée dans toutes les communes du territoire national pour pouvoir répondre convenablement à la mission qui lui a été confiée.
- **Mettre en place un plan d'éducation à la citoyenneté.** Les Haïtiens font face à un manque d'éducation civique ou de patriotisme, ce qui ne leur permet

pas de faire évoluer leurs mentalités, leurs façons de penser et de vivre. Or, la base de tout développement d'un pays commence à travers l'éducation civique ou l'éducation citoyenne ou le sentiment patriotique qu'un individu reçoit soit à l'école, soit à l'Université, soit dans la famille, soit dans une association, soit dans un centre d'incarcération ou soit dans un centre spécialisé (comme le service militaire pour certains pays). Dans ce sens, l'État haïtien doit favoriser des réformes au niveau du Ministère de l'Éducation Nationale et de la Formation Professionnelle (MENFP) pour que l'éducation civique ou le civisme devienne une matière obligatoire pour réussir les examens officiels. L'éducation civique doit être enseignée dès la maternelle jusqu'à l'Université. En plus dans la Presse parlée et écrite, elle doit être enseignée à l'Église qui est le principal lieu de rassemblement en Haïti. En somme, l'éducation civique ou l'éducation citoyenne ou plus fondamentalement la conscience patriotique représente une des meilleures voies pour faciliter le développement durable d'Haïti.

- **Faire adapter la culture haïtienne à certaines réalités économiques mondiales.** Dans les familles haïtiennes, certaines tâches sont restées pendant longtemps partagées entre le sexe, ce qui ne devrait pas être le cas. Par exemple, les filles font les tâches ménagères et les garçons font tout ce qui a rapport au jardin, au gardiennage des animaux. Ce qui crée une sorte de délaissement (ou de discrimination) de l'un par rapport à l'autre et qui met actuellement cette société dans une sorte de pétrin en termes d'apprentissage de certaines choses qui devraient être acquises à la base. Dans la littérature, Adler (1994) a cependant montré que la culture est dynamique, c'est-à-dire elle peut être adaptée à tout changement ou toute évolution, même si elle ne peut pas changer complètement une société, parce qu'elle reste intacte quand même chez un individu qui y habite. D'ailleurs, c'est la culture d'un individu qui le constitue, parce qu'elle représente un ensemble de valeurs, de comportements, de mœurs, de coutumes, de traditions qui lui sont propres. En dépit de tout, l'adaptation de la culture peut s'opérer de plusieurs façons en Haïti. Tout d'abord, en mettant toutes les conditions nécessaires en place pour permettre à la

population d'assurer sa survie. Grâce à ces conditions, un individu qui a un comportement avant va pouvoir l'adapter avec son mode de vie, sa façon de faire. Ensuite, tout trait culturel qui peut être négatif dans un sens peut être aussi positif dans un autre. C'est le cas, par exemple, de l'esprit communautaire qui est négatif, dans la mesure où il ne permet pas à un individu d'être responsable financièrement de toute sa famille par rapport à ce qu'il entreprend, mais il peut être positif dans le sens où il peut influencer la finance solidaire, l'économie réelle, participative ou collaborative. C'est le cas aussi du fatalisme et des croyances magico-religieuses qui encouragent la sorcellerie, la jalousie et la peur, mais elles peuvent être positives dans la mesure où elles peuvent favoriser le développement de la connaissance en médecine traditionnelle, en technologie, etc. En dernier lieu, on parle de nos jours de culture améliorée, de culture visionnée et plus généralement de culture moderne. Par exemple, c'est grâce à la culture que l'homme a pu transformer l'humanité durant des siècles. En résumé, Haïti peut innover avec sa culture, pourvu que cela puisse être adapté avec d'autres cultures dites développementistes. C'est le cas des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTICs) qui commencent à intégrer certaines dimensions dans les réalités culturelles haïtiennes.

- **Proposition d'un modèle entrepreneurial adapté à certaines réalités socioculturelles haïtiennes.** Pour faire suite à tous qui sont sus-mentionnés, nous proposons à ce que l'État implique le pays dans de grandes réformes économiques qui peuvent apporter des changements importants dans les modes de vie et dans la façon de faire des Haïtiens. En ce sens, l'État doit réduire les risques environnementaux qui représentent un phénomène culturel en Haïti, en plus des risques-pays, pour favoriser de grands projets d'investissement en matière du développement durable. Il doit contrôler tous les jeux du hasard (par exemple « borlettes ou loteries », etc.) sur tout le territoire national au profit de la croissance économique à partir d'un plan de pilotage et des mécanismes de régulation et de contrôle comme l'Association nationale des Tenanciers de borlette (ANTB). L'État haïtien peut faciliter l'économie informelle sous une autre forme, ce pour permettre

de la réduire et de l'améliorer au fur et à mesure dans l'intérêt et dans la protection de l'économie nationale. Mais, tout cela doit se faire avec beaucoup de souplesses et d'intelligences. L'État doit mettre en place des dispositions légales permettant de réglementer toutes les institutions financières en Haïti, comme les banques en général, les institutions micro-financières coopératives d'épargne et de crédit et les institutions micro-financières non coopératives, les sociétés d'assurance, les tontines et les vendeurs d'argent dans les rues. Une fois maîtrisé cet environnement, l'État doit chercher à identifier à travers des plans locaux d'urbanisme établis des zones à fortes potentialités⁵⁷ de main-d'œuvre et de capital en ressources naturelles ou matérielles pour développer des activités économiques durables. L'État peut envisager de développer aussi de grands pôles économiques adaptés à chaque région du pays, voire chaque département. Cependant, tout cela peut se faire dans la mesure où l'État représente un modèle en matière de transparence et de bonne gouvernance, un garant des institutions, de la sécurité et de la justice sociale. Donc, un État visionnaire qui agit dans l'intérêt général de la population. Enfin, le développement global d'Haïti doit avant tout manifester à travers le dynamisme des comportements (attitudes, mentalités, mœurs, etc.) de tous les Haïtiens, ce qui est généralement influencé par un ensemble systémique ou plus particulièrement par l'environnement socioculturel dans lequel ils évoluent.

⁵⁷ Nous citons quelques exemples signifiants : le département du Nord est très réputé pour ses belles plages à sables blancs (Labadee, etc.) et pour ses sites touristiques (Citadelle La Ferrière, Vertières, Bois-caïman, etc.). Le département de l'Artibonite, plus particulièrement la vallée de l'Artibonite, est riche en production rizicole et les communes de Gros-Morne et de Saint-Michel-de- l'Attalaye en production de mangues et de clairin distillé (Madame Francisque, madame Blanc, etc.). Le département du Sud représente la carte postale d'Haïti pour ses cotes, ses sables blancs, ses vues panoramiques (pic Macaya) et son île adjacente (Île-à-vache). Le département de la Grand'Anse est une zone de production agricole (café, cacao, le fruit à pain, etc.), comme c'est le cas des départements du Centre et du Nord-est. Le département du Nord-ouest est réputé pour ses richesses naturelles (l'or, cuivre, bauxite, mercure, etc.). Le département de l'Ouest est réputé pour son histoire et ses capacités pour attirer des capitaux local et étranger dans le domaine de la construction immobilière, des industries, des services, etc. Riche en iridium après l'Afrique du Sud, le département du Sud-est est attiré pour ses reliefs, ses traditions carnavalesques et ses proximités avec le département de l'Ouest. Très riche en ressources naturelles (comme la bauxite), le département des Nippes est apprécié parce qu'il est à la croisée des chemins des départements du Sud, de l'Ouest, du Sud-est et de la Grand'Anse. La majorité de ces informations est tirée du Bureau des Mines en Haïti (BDM, 2007).

CONCLUSION

Après avoir construit les variables de recherche, l'objectif de cette partie était surtout de porter une analyse sur l'influence des comportements socioculturels sur l'entrepreneuriat en Haïti à partir de plusieurs méthodes de modélisation micro-économétrique établie. Les résultats obtenus montrent que presque la majorité de ces traits culturels semblent influencer les intentions entrepreneuriales chez les Haïtiens. Même si les actifs nés dans les départements de l'Ouest et du Nord sont moins impactés par ces facteurs culturels, alors les résultats ont montré par ailleurs que les actifs non-entrepreneurs sont plus impactés que ceux qui ont déjà l'habitude d'entreprendre. De tels résultats ont suscité beaucoup d'intérêts pour que les Haïtiens s'engagent plus dans la création d'entreprise, ce qui permet de résoudre des problèmes socio-économiques qui augmentent de jour en jour dans le pays. Dans tout cela, l'intervention de l'État s'avère importante par le biais de grandes réformes en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles, ce qui permettrait le déblocage de certains facteurs socioculturels qui ruinent le développement socio-économique du peuple haïtien.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Rappelons que l'objectif principal que fixe notre thèse était de tenter de modéliser empiriquement les comportements socioculturels de l'entrepreneuriat haïtien. Dans ce sens, notre thèse cherchait à construire un modèle conceptuel théorique de référence qui peut nous permettre de vérifier statistiquement et économétriquement l'influence de certains facteurs socioculturels sur les intentions des actifs haïtiens de créer à court terme une entreprise ou de porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans leur propre département d'origine. Tout ceci nous a permis donc de porter une attention particulière sur la performance et le développement socio-économique d'Haïti.

Pour ce faire, nous avons parcouru la revue de littérature théorique et empirique sur l'entrepreneuriat. En plus des théories traditionnelles sur les approches économiques, des théories sur l'émergence des approches comportementales et des théories modernes de la firme, les théories du comportement planifié de Ajzen (1991) et de la formation de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) sont abordées afin de permettre de cerner notre modèle conceptuel théorique de référence. Les variables qui caractérisent les comportements socioculturels dans la société haïtienne sont également abordées grâce à deux grandes catégories de littérature. En effet, la première catégorie des variables est tirée des théories de la culture nationale de Hofstede (1987, 1991, 1994), de la vision eschatologique de Logossah (2007) et de la culture comme une structure dynamique chez Adler (1984, 1986, 1994). Alors que la deuxième catégorie des variables est en majeure partie basée sur la théorie du capital humain et sur les différentes notions qui caractérisent ou qui constituent les valeurs sociales dans une société (Moisset et Mérisier [2001], Beaudelot et Establet [1979], Bourdieu [1970, 1987, 1992], Bourdieu et Passeron [1970], Duru-Bellat [2003], Becker [1964], etc.).

Par l'intermédiaire d'un questionnaire d'enquête qui a été élaboré, nous avons utilisé une combinaison de méthodes d'échantillonnage, comme celle des quotas, de stratification et par grappe, afin de faciliter la collecte des données auprès de 300 individus qui sont tous issus aléatoirement de la population active haïtienne des dix départements géographiques du pays. Une fois collectées et dépouillées, les données ont été analysées sur la base de la statistique descriptive unidimensionnelle (fréquence, moyenne, etc.) et

bidimensionnelle (test de chi-deux), de la statistique exploratoire multidimensionnelle (l'analyse factorielle par correspondance multiple et la classification hiérarchique) et des différentes méthodes de modélisation micro-économétriques (l'estimateur de maximum de log-vraisemblance pour les modèles de régression Probit et Logit, le calcul des effets marginaux à partir des dérivées partielles, le calcul du score de propension à partir d'un modèle d'appariement, estimateur naïf, estimateurs des plus proches voisins, de Caliper et par noyau de Kernel).

L'analyse des résultats descriptifs unidimensionnels et bidimensionnels montre globalement que les comportements socioculturels des actifs haïtiens ne sont pas tous compatibles avec leurs intentions entrepreneuriales. L'analyse des résultats économétriques confirme par ailleurs que seulement huit variables liées aux traits culturels et quatre autres qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale influencent négativement et de manière significative la probabilité qu'un Haïtien qui travaille ou qui est au chômage ait l'intention de créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans son propre département d'origine. Rappelons que la probabilité liée à nos estimations est comprise entre 1% et 10% comme risque de nous tromper. Ces douze variables sont : croyances magico-religieuses et fatalisme, croyance à la futilité de la vie terrestre, aversion pour la concurrence, attentisme ou attitude vis-à-vis du risque et de l'incertitude, entraide ou assistanat ou la foi en l'aide des autres, communautarisme ou esprit communautaire, attitude face à l'épargne et à l'investissement, perception de la réussite socio-économique, CSP ou du profil des parents, niveau d'éducation, engagement ou responsabilité sociale, politique, économique et écologique et situation économique et financière ou patrimoine légué en héritage. Parmi les huit autres variables restantes (distance hiérarchique ou conformisme, vision du court terme, auto-retrait du monde, âge, sexe, expérience professionnelle acquise, responsabilité familiale, positionnement géographique), six confirment partiellement leur influence négative, alors que la seule qui semble influencer positivement le désir entrepreneurial chez certains de nos répondants est l'auto-retrait du monde. Elle est aussi la seule variable qui infirme notre hypothèse de départ. En tout cas, ce dernier résultat mentionné montre que les Haïtiens ne sont pas tous enfermés sur eux-mêmes comme on pouvait le croire. Ainsi, nous pouvons accepter en toute réserve qu'ils ne soient pas non plus réfractaires au changement, à l'innovation et à la créativité, même si

nous devons croire qu'il existe d'autres caractéristiques socioculturelles qui ruinent encore leur développement socio-économique. De plus, l'émergence des NTICs en Haïti est un exemple concret qui infirme l'hypothèse de l'auto-retrait du monde.

Rappelons aussi que notre thèse fixe d'autres objectifs spécifiques, en plus de la préoccupation fondamentale. Par l'intermédiaire des objectifs spécifiques qui sont fixés, il s'agit d'étendre notre analyse sur l'effet causal du traitement de la typologie des initiatives entrepreneuriales face à leurs comportements socioculturels. Quant à leurs intentions entrepreneuriales, les résultats de cette analyse montrent que les actifs haïtiens non-entrepreneurs sont plus impactés par des effets négatifs des facteurs socioculturels que ceux qui sont des entrepreneurs. Cela s'explique tout simplement par le fait que ceux qui se lancent déjà dans une activité entrepreneuriale ont des comportements moins réticents. De plus, notre thèse avait comme objectif spécifique de comparer et de regrouper les départements par rapport aux facteurs socioculturels qui peuvent favoriser l'élan entrepreneurial ou qui peuvent freiner son développement. Par rapport aux autres départements, les résultats montrent que les intentions entrepreneuriales des actifs nés des départements de l'Ouest et du Nord sont moins impactées par des effets négatifs des comportements socioculturels. Autrement dit, les actifs des départements de l'Ouest et du Nord se trouvent plus motivés à investir chez eux que ceux des autres départements. Dans le cas du département de l'Ouest, par exemple, nous pouvons expliquer cela par le fait que l'aire métropolitaine de Port-au-Prince reste jusqu'à présent le poumon (ou le bastion) économique du pays, malgré les effets dévastateurs du séisme du 12 janvier 2010.

De plus, grâce aux objectifs spécifiques poursuivis, nous avons analysé tout au préalable les données existantes sur les situations historico-politique, sociale, économique, géostratégique et géopolitique. Les résultats obtenus montrent globalement qu'il existe une précarité incessante en Haïti avec un taux de chômage très élevé (soit 27% en 2016), une balance commerciale déficitaire (-1,06 Milliard de dollars américains en 2015), un taux de croissance économique (1,4% en 2016) au ralenti et une population qui cherche à migrer ailleurs dans le but de trouver une vie meilleure. Eu égard aux données analysées, la population haïtienne vit dans des conditions difficiles, donc au-dessous du seuil de pauvreté. Tout cela semble à la base de leurs comportements, de leur vision, de leur façon de faire, de penser ou de comprendre les choses de la vie. Toutefois, un peuple qui naît doit

bouger et s'adapter avec l'évolution du temps. Et c'est ce qui a motivé en partie l'objet d'étude de notre thèse.

Dans ce sens, l'originalité de notre thèse se trouve dans les contributions qu'elle cherche à apporter sur le plan théorico-empirique, méthodologique et épistémologique, mais surtout sur le plan pratique. Sur le plan épistémologique d'abord, notre thèse part du prolongement de certains travaux empiriques dans le but de chercher à montrer l'importance ou du moins à faire ressortir les valeurs du caractère intrinsèque des facteurs socioculturels dans les prises de décisions entrepreneuriales qui sont très souvent négligés dans la littérature, voire dans la pratique, par rapport à la dominance très ancienne des facteurs économiques qui sont les seuls à prendre en compte lorsqu'il s'agit d'analyser et de comprendre un acte d'entreprendre. Sur le plan théorico-empirique ensuite, elle élabore et teste empiriquement plusieurs modèles micro-économétriques, via notre modèle conceptuel théorique de référence qui est élaboré, qui permettent plutôt de capter les intentions entrepreneuriales suivant un processus à la fois sur le court, moyen et long terme. Puis, sur le plan méthodologique, elle utilise des outils statistiques et des méthodes de modélisation micro-économétrique qui permettent de faire confronter les résultats obtenus. Enfin, sur le plan pratique, la contribution de notre thèse est plutôt double. Premièrement, elle permet d'extrapoler les résultats obtenus en faisant bien la distinction entre les variables socioculturelles qui sont considérées comme des obstacles ou des sources de blocage à toute initiative économique en Haïti, mais aussi celles qui peuvent être considérées comme une source de progrès ou de réussite socio-économique. Deuxièmement, elle propose un modèle entrepreneurial adapté à certaines réalités socioculturelles analysées, en se basant sur la vision dynamique de la culture chez Adler (1994). Ce modèle peut aider à rendre possible le développement socio-économique durable d'Haïti, dans la mesure où il peut contribuer à favoriser sa croissance économique, à réduire le taux de chômage, voire son état d'extrême pauvreté. Il peut lui permettre aussi d'être compétitif pour pouvoir faire face à la concurrence de la demande des marchés local et international et aux grands enjeux et défis mondiaux.

Par ailleurs, notre thèse ne représente qu'un début d'une réflexion sur le sujet abordé, à savoir « culture entrepreneuriale, performance socio-économique et modélisation des comportements socioculturels sur les intentions d'entreprendre en Haïti ». Dans ce

sens, nous avons identifié des limites qui peuvent constituer des perspectives de recherche pour des travaux futurs. En effet, les principales limites identifiées ont rapport à la collecte des données, étant donné que les réponses sont grandement basées sur les opinions, mais aussi sur les perceptions subjectives des répondants. De plus, les données recueillies sont des déclarations d'auto-perceptions et d'intentions, et non pas vraiment une observation de comportements effectifs, ce qui peut comporter par exemple un biais de désirabilité sociale (Amabile et al. 1994). En tout cas, même si les différentes approches méthodologiques utilisées ne permettent pas d'observer tous les attitudes et comportements affichés par les actifs haïtiens dans leurs prises de décisions entrepreneuriales, mais nous avons la prétention qu'elles nous ont permis de produire des connaissances utiles et pratiques, comme celles qui permettent de capter certaines perceptions qui sont généralement très subtiles chez les Haïtiens et d'ouvrir de nouvelles perspectives de recherche.

En effet, notre thèse ouvre la voie à des multiples recherches futures, vu qu'elle est le premier travail à avoir tenté de construire un modèle théorique conceptuel de référence qui nous a permis de vérifier statistiquement et économétriquement l'influence des comportements socioculturels chez les Haïtiens sur les intentions d'entreprendre en Haïti, et ceci suivant un processus à la fois de court, moyen et long terme. Pour une meilleure compréhension de la culture entrepreneuriale en Haïti, il serait intéressant de reprendre cette étude en utilisant la méthode scoring sur les données récoltées en séries temporelles. En effet, cette étude aura comme objectif de chercher à quantifier la culture entrepreneuriale en Haïti. Par ailleurs, il serait intéressant de généraliser cette étude sur tous les pays de l'Amérique latine et de la Caraïbe en utilisant la méthode scoring sur les données en panel. Cette étude aura pour finalité de voir la culture entrepreneuriale de chaque pays et d'établir la relation de cause à effet existant. Nous pourrions utiliser aussi la méthode de l'économie expérimentale pour traiter la culture entrepreneuriale en Haïti dans une perspective de recherche future. Nous rappelons que cette méthode consiste à expérimenter les comportements économiques individuels et/ou collectifs, et à analyser statistiquement les résultats. En plus de l'économétrie des modèles de durée (durée de vie d'une entreprise en Haïti), une étude de ce genre, en tenant compte de l'autocorrélation et l'hétérogénéité spatiales, s'avère *in fine* très importante via l'économétrie spatiale.

BIBLIOGRAPHIE

I. OUVRAGES

- [1] **Aristote, (2008)**: « *Catégories, De l'impredationne* », Organon I et II. Traduit par J. Tricot, Librairie philosophique, J. Virin, Paris.
- [2] **Arthus, W. W. (2017)** : « *Les grandes dates de l'Histoire diplomatique d'Haïti, De la période fondatrice à nos jours* », Éditions L'Harmattan, Paris, 2017.
- [3] **Barthélemy, G. (1989)**: « *Le Pays en dehors* », in Barthelémy G, Port-au-Prince, Haïti, 1989.
- [4] **Bastien, R. (1985)** : « *Le paysan haïtien et sa famille* », (Mexico 1951) traduit en français à Paris, Éd. Karthala.
- [5] **Bazile, C.M. (1979)** : « *L'Haïtien ne serait-il pas le propre handicap à son développement ?* », Ateliers Fardin, Port-au-Prince, 1979.
- [6] **Benoît, M., (1986)** : « *Dynamisme des cultures noires en Haïti, Spécificité et dynamique des cultures négro-africaines* », UNESCO, Paris, 1986.
- [7] **Berger, B. et al. (1993)**: « *Esprit d'Entreprise, Culture et Sociétés* », Éd. Maxima, Paris.
- [8] **Bouamrame, C. (1978)** : « *Le problème de la liberté humaine dans la pensée musulmane* », Librairie philosophique J. Virin, Paris.
- [9] **Boullier, F. (1986)** : « *Histoire de la philosophie cartésienne* », Delagrave, 3^{ème} Édition.
- [10] **Bourdieu, P. & Passeron, J. (1977)** : « *Reproduction in education, society and culture* », (London, Sage)
- [11] **Bréhier, E. (1829-1932)** : « *Histoire de la philosophie* », Tome II : la philosophie moderne, Édition Numérique, Cepeg de Chicoutini, Québec
- [12] **Cantillon, R. (1755)** : « *Essai sur la nature du commerce en général* », Londres, Chez Fletcher Gyles dans Holborn, 1755. Édition moderne, Paris, INED, 1952. Réed., 1997.

[13] Coase, R. H. (1937): « *The nature of the firm* », *Economica* N.S.G, novembre 1937, pp. 386-405.

[14] Conta, B. (1877) : « *La théorie du fatalisme* », Paris, Germer-baillièrre, Librairie 8, Place de l'odéon. En ligne :

<http://ia600302.us.archive.org/9/items/thoriedufatali00cont/thoriedufatali00contbw.pdf>

[15] Deshommes, F (2004) : « *Décentralisation et collectivités territoriales en Haïti: Un état des lieux* », Port-au-Prince, Éditions Cahiers Universitaires (Cahier no 1), 134 p.

[16] Doura, F. (2002) : « *Économie d'Haïti, dépendance, crises et développement* », Éditions DAMI, Montréal, 141 pages.

[17] Doye, M. (2006) : « *Cultures africaines : Défis et opportunités pour le développement* », in Barthélemy J-C et Coulibaly A., (dir) : *Culture et développement en Afrique*, Éditions L'Harmattan, Paris.

[18] Elis, S. et Fores, Y. (1995) : « *Entreprises et entrepreneurs africains* », Éditions Khartala-Orstom, Paris.

[19] Escofier B. et Pagès J. (2008) : « *Analyses factorielles simples et multiples : Objectifs, méthodes et interprétation* », Dunod, 4ème édition.

[20] Faget, J. (2009) : « *Sociologie de la délinquance juvénile et de la justice pénale* », Édition Ramonville Saint-Agne, 156 pages.

[21] Farenc, T. (2002) : « *Le courage dans la philosophie stoïcienne* ». Pour informations, consulter le site : http://biblio.domuni.eu/articlesphilo/cour_stoi/courstoi.pdf

[22] Jean, F. (2014) : « *Haïti, la fin d'une histoire économique* », Éditions Université d'État d'Haïti (UEH), Port-au-Prince, 278 pages.

[23] Gaillard, R. (1981) : « *Premier écrasement du Cacoïsme 1915* », Éditions Le Natal, Port-au-Prince.

[24] Hoffman, L. F. (1990): « *Haïti: Couleurs, Croyances, Créole ?* », Éd. CIDIHCA, Montréal

- [25] **Hugon, P. (1967)** : « *Les blocages socioculturels du développement en Afrique noire* », in : Tiers-Monde, Tome 8, N° 31, pp.699-709.
- [26] **Hurbon, L. (1970)** : « *Incidences culturelles et politiques du christianisme dans la masse haïtienne* », Pensée africaine, 74, pp. 98-110.
- [27] **Hurbon, L. (1987)** : « *Comprendre Haïti, essai sur l'État, la nation et la culture* », Éditions Henri Deschamps, Port-au-Prince, 174 pages
- [28] **Jacob, S. (2009)** : « *Pourquoi des agriculteurs rationnels sont-ils inefficients? Capital humain, efficience productive et stratégies paysannes en Haïti* », Paris Publibook.
- [29] **Kadec, A. (2006)**: « *La genèse : les miracles et les prédictions selon le spiritisme* », Encyclopédie Spirite –mars 2006.
- [30] **Kané, (2006)** : « *Culture africaine et participation à la mondialisation* », in Barthélemy J-C et Coulibaly A., (dir) : Culture et développement en Afrique, Éd. L'Harmattan, Paris.
- [31] **Kang, M.J., Hsu, M., Krajbich, I.M., Loewenstein, G., & al. (2009)**: « *The wick in the candle of learning: Epistemic curiosity activates reward circuitry and enhances memory*», *Psychological Science*, 20, 8, p 963-97
- [32] **Kahneman, D. et Tversky, A. (1979)**: « *Prospect theory: an analysis of decision under risk* », *Econometrica*, vol. 47, n° 2, pp. 263-290.
- [33] **Keza, J. (2005)** : « Valeurs culturelles et l'échec de l'aide au développement », Éd. L'Harmattan, Paris.
- [34] **Maitre, J. (1959)** : « *Religions populaires et populations religieuses*», cahiers internationaux de sociologie, Ch.VII, p 102-104-106-108.
- [35] **Malinowski, B. (1970)** : « *Les dynamiques de l'évolution culturelle* », Éd. Payot, Paris.
- [36] **Marx, K. (1843)**: « *La critique de la religion* », Éditions Sociales, Paris, 1960 pages.
- [37] **Mauger, G. (2009)** : « *La sociologie de la délinquance juvénile* », Collection Repères, Éditions La découverte.

- [38] Moisset, J. J. et Merisier, G. G. (2001) : « *Coût, financement et qualité de l'éducation en Haïti : Perspective comparative, école publique et école privée* » : Grafo Pub, Port-au-Prince, Haïti.
- [39] Montas, R. (2005) : « *La pauvreté en Haïti : situation, causes et politiques de sortie* », Port-au-Prince, CEPALC, LC/MEX/R.879, 62 pages.
- [40] Moral, P. (1961): « *Le paysan haïtien (étude sur la vie rurale en Haïti)* », Paris, Maisonneuve & Larose, Paris, 375 pages.
- [41] Mucchielli, A. (1986) : « *L'identité* », Paris, PUF, p. 49
- [42] Onana, J-B. (1997) : « *De la relation entre culture et développement : leçons asiatiques pour l'Afrique* », Politique africaine, Vol. 68, pp.3-92, Éd. Karthala, Paris.
- [43] Parkin, M. et Bade, R. (2005) : « *Introduction à la microéconomie moderne* », 3^{ème} Éd., ERPI, Montréal.
- [44] Pierre-Charles, G. (1967) : « *L'économie haïtienne et sa voie de développement* », Paris, Maisonneuve & Larose, Paris, 257 pages.
- [45] Ridding, S. G. (1992) : « *Culture et comportement entrepreneurial chez les chinois d'Outre-mer* », in Berger et al., (dir) : Esprit d'entreprise, Culture et Société, Maxima.
- [46] Thomas, A. (2000) : « *Econométrie des variables qualitatives* », Manuel et Exercices corrigés, Éd. Dunod, Paris, 2000.
- [47] Say, J-B. (1803) : « *Traité d'Economie politique* », Livre I : De la production des richesses, Éditions Electronique du Cépeg de Chicoutimy, Québec
- [48] Schumpeter, J. (1911): « *Théorie de l'évolution économique. Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle économique* », Éditions Electronique du Cépeg de Chicoutimy, Québec.
- [49] Schumpeter, J. (1942) : « *Capitalisme, Socialisme et démocratie* », Chapitre I à IV, Éditions Electronique du Cépeg de Chicoutimy, Québec.
- [50] Schulders, G. (2006) : « *Culture et Développement en Asie* », Éditions L'Harmattan, Paris, p 63-105

- [51] **Smith, A. (1776)**: « *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations* », Éditions électronique du Cépeg de Chicoutimy, Québec.
- [52] **Souffrant, C. (1991)** : « *Littérature et société en Haïti* », 2^{ème} Édition, Port-au-Prince, pp. 286.
- [53] **Souffrant, C. (1995)** : « *Sociologie prospective d'Haïti. Essai*», Les Éditions CIDIHCA (Centre International de Documentation et d'Information Haïtienne, Caribéenne et Afro-Canadienne), Montréal.
- [54] **Torres, O. (2000)** : « *L'entrepreneuriat face à la globalisation* », dans l'histoire d'entreprendre, Éd. ESM.
- [55] **Traoré, B. (1990)** : « *La dimension culturelle de l'acte d'entreprendre en Afrique* », L'Entrepreneur en Afrique francophone, Ed. AUPELF-UREF. John Libbey Eurotext, Paris, pp. 7-14.
- [56] **Tribou, G.(1995)** : « *L'entrepreneur musulman : L'islam et la rationalité de l'entreprise*», Éditions L'Harmattan, Paris.
- [57] **Trompenaars, F. (1993)** : « *L'entreprise multiculturelle* », Éditions Maxima, 1993.
- [58] **Turner, J. C. (1979)** : « *Comparaison sociale et identité sociale : quelques perspectives pour l'étude du comportement intergroupes* », p. 154 in W. Doise (1979) *Expériences entre groupes*, Paris, Mouton
- [59] **Van, Praag (2005)**: « *Successful Entrepreneurship: Confronting Economic Theory with Empirical Practice* », Edward Elgar Publishing, 182 pages
- [60] **Verstraete, T. (2000)** : « *Histoire d'entreprendre- les réalités de l'entrepreneuriat* », Editions Management et Société (EMS)
- [61] **Verstratete, T. (1999)** : « *Entrepreneuriat. Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes* », Éd. L'Harmattan (Économie et Innovation), Paris, 207 pages.
- [62] **Wang, G. (1998)** : « *Alliés et amis de la culture dans les relations en Asie Pacifique* », Éd. Alban, Paris.

[63] Weber, M. (1904-1905) : « *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme* », Éditions économique, « les classiques des sciences sociales », Cepeg de Chicoutimy, Québec.

[64] Weber, M. (1971) : « *Économie et société* », Plon, Paris.

[65] Williamson, O.E. (1985): « *Les Institutions de l'économie* », traduit de: *The Economic institutions of Capitalism* (1985), Inter Éditions, Paris, 1994.

[66] Williamson, O.E. (1998): « *Transaction Cost Economics: How It Works; Where it is Going* », *De Economist*, vol. 146, avril 1998, p. 23-58.

[67] Zady, Kessy M. (1998) : « *Culture africaine et gestion de l'entreprise moderne* », Éditions CEDA, Abidjan, 1998, ISBN : 2863942913.

II. ARTICLES

[1] Acevedo, (2008): « *Islamic Fatalism and the Clash of Civilizations: An appraisal of a Contentious and Dubious Theory* », *Social Forces*, Vol. 86, N° 4, June 2008, pp 1711-1752.

[2] Ajzen, I. (2002): « *Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior* », *Social Forces*, Vol. 86, N° 4, June 2008, pp.

[3] Ajzen, I. (1991): « *The Theory of Planned Behavior* », *Organizational behavior and human decision processes*, 50, pp.179-211.

[4] Amabile, T. M., Hill, K. G., Hennessey, B. A. et Tighe, E. (1994): « *The Work Preference Inventory: Assessing Intrinsic and Extrinsic Motivational Orientations* », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 66, n°5, pp.950-967.

[5] Anginer, D., Demirguc-Kunt, A., & Zhu, M. (2014): « *How does competition affect bank systemic risk?* », *J. Finan. Intermediation* 23 (2014) 1–26.

[6] Aoyama, Y. (2009): « *Entrepreneurship and Regional Culture: The case of Hamamatsu and Kyoto, Japan* », *Regional Studies Association*, Vol. 43.3, pp. 495-512, April 2009.

[7] Arthus, W. W. (2011) : « *L'aide internationale peut ne pas marcher : évaluation des relations américano-haïtiennes au regard de l'Alliance pour le progrès (1961-1963)* », in *journal of Haitian Studies*, Vol. 17, N° 1, 2011.

- [8] **Aspilaire, R. (2014)** : « *Économie informelle en Haïti, mesures macroéconomiques et impacts sur le PIB* », Laboratoire ERUDITE, Université Paris-Est Créteil.
- [9] **Au, I. (2007)**: « *Pharmacists as Entrepreneurs or Employees: The Role of Locus of Control* », *Tropical Journal of Pharmaceutical Research*, 6 (3): 747-754.
- [10] **Audet, J. (2001)** : « *Une étude des aspirations entrepreneuriales d'étudiants universitaires québécois: seront-ils des entrepreneurs demain?* ». Trois-Rivières: Université du Québec à Trois-Rivières, Dép. des sciences de la gestion et de l'économie.
- [11] **Audretsch, B. D. (2003)**: « *Entrepreneurship A survey of the literature* », Office for Official Publications of the European Communities, ISBN 92-894-4898-9.
- [12] **Audretsch, B. D. (2008)**: « *Entrepreneurship capital and its impact on knowledge diffusion and economic performance* », *Journal of Business Venturing*, 23 (2008), pp. 687-698.
- [13] **Audretsch, B. et Thurik, R. (2004)**: « *A model of the Entrepreneurial Economy* », Discussion Papers on Entrepreneurship Growth and Public Policy.
- [14] **Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Ulfstedt, T. (1997)**: « *Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia* », Scandinavia and USA.
- [15] **BALIGH, H.H. (1994)**: « *Components of culture: nature, interconnections, and relevance to the decisions on the organization structure* », *Management science* 40(1): 14-27.
- [16] **Baumol, W. (1990)**: « *Entrepreneurship A survey of the literature* », *The American Economic Review*, Vol. 58, N° 2.
- [17] **Baumol, W. (1968)**: « *Entrepreneurship in Economic Theory* », *The American Economic Review*, Vol. 58, N° 2.
- [18] **Becker, G. S. (1962)**: « *Investment in human capital : A theoretical analysis* ». *Journal of political economy*, Vol. 70, N° 5, part 2, pp.9-49.
- [19] **Becker, G. S. (1964)**: « *Human capital, New York : National Bureau for Economic Research. The economic approach to human behavior* ». University of Chicago Press.

[20] Benredjem, R. (2009) : « *L'intention entrepreneuriale: l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu* »

[21] Bester, H. (1987): «*The Role of Collateral in Credit Markets with Imperfect Information* », European Economic Review, vol. 31, p. 889-899.

[22] Bester, H. (1994): «*The Role of Collateral in a Model of Debt Renegotiation* » Journal of Money, Credit and Banking 26, 72-86.

[23] Bidegain, G. (2013) : « *Les natifs natals qui sont partis. Combien sont-ils ? Où sont-ils ? Et les transferts ?* », Revue haïtienne de société et de culture (N^o 28-29 mars 2013), CRESFED (Centre de Recherche et de Formation Economique et Sociale pour le Développement), Université Quisqueya, Port-au-Prince.

[24] Birh, A. (2006) : « *Les origines du capitalisme selon Max Weber (suite et fin)* », ;Interrogation ?, revue pluridisciplinaire en sciences de l'homme et de la société, Numéro 3, L'oubli, Décembre 2006

[25] Boissin, J-P. (2007a) : « *Les étudiants et la création d'entreprise: une étude comparée France/États-Unis* », XVIème Conférence Internationale de Management stratégique, Montréal, 6-9, Juin 2007.

[26] Boissin, J-P (2007b) : « *Les croyances des étudiants en la création d'entreprise* », Revue française de gestion, 2007/11, N^o 180, pp. 25-43.

[27] Bonawitz, E., Shafto, P., Gweon, H., Goodman, N. D., Spelke, E., & Schulz, L. (2011): « *The Double-edged Sword of Pedagogy: Instruction limits spontaneous exploration and discovery* ». *Cognition*, 120(3), 322–330.

[28] Bourmont, M. (2013) : « *La résolution d'un problème de multicolinéarité au sein des études portant sur les déterminants d'une publication volontaire d'informations : proposition d'un algorithme de décision simplifié basé sur les indicateurs de Belsley, Kuh et Welsch* » (1980).<https://halshs.archives-ouvertes.fr/hal.../documen>

[29] Bourque, J., Poulin N. et Cleaver, A. F. (2006) : « *Évaluation de l'utilisation et de la présentation des résultats d'analyses factorielles et d'analyses en composantes principales en éducation* ». Revue des sciences de l'éducation, vol. 32, n^o 2, 2006, p. 325-344. Erudit

- [30] **Brander, J. A. et Lewis, T. R. (1986):** « *Oligopoly and Financial Structure : The limited Liability Effect* », *The American Economic Review*.
- [31] **Burkhardt, K. (2016):** « *Le rôle des sociétés à capital-risque dans la formation d'alliances stratégiques : une synthèse de littérature* », *Revue française de gouvernance des entreprises*, Institut français des Administrateurs.
- [32] **Cantner, U. et al. (2011):** « *Which Big-Five personality traits drive entrepreneurial failure in highly innovative industries?* », DIME Final Conference, 6-8 April 2011, Maastricht.
- [33] **Carree Martin A. et A. Roy Thurik (2003):** « *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth* »
- [34] **Carmeli, A., Gelbard, R., & David, G. (2010):** « *The importance of innovation leadership in cultivating strategic fit and enhancing firm performance* ». *The Leadership Quarterly*, 21, 339–349.
- [35] **Castells, M. et Portes, A. (1986):** « *The origins, the dynamics, and effects on the informal economy, World Underneath* », John Hopkins University Press.
- [36] **Chen, C. C. et al. (1998):** « *Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?* », *Journal of Business Venturing* 13, 295-316.
- [37] **Cheng, L. T.W., Leung, T.Y., & Yu, W. (2014):** « *Information arrival, changes in R-square and pricing asymmetry of corporate news* », *International Review of Economics and Finance* 33 (2014) 67–81.
- [38] **Chinn, M. et Fairlie, R. (2004):** « *The determinants of the global digital divide: a cross-country analysis of computer and internet penetration* ».
- [39] **Ciavarella, M.A. et al. (2004):** « *The big five and venture survival: is there a linkage?* », *Journal of Business Venturing* 19 (2004) 465-483.
- [40] **Churchill, G. A. Jr. (1979):** « *A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs* », *Journal of Marketing Research*, 16, p.64.

- [41] Clayton, C. (1997): « *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail* », Harvard Business School.
- [42] Colot, O. et al. (2007) : « *Influence des facteurs socioéconomiques et socioculturels sur l'entrepreneuriat* », Workingpaper, 2007/3, Centre de Recherche Warocque, Bruxelles.
- [43] Crombach, L. J. (1951): « *Coefficient Alpha and the internal structure of tests, psychometrika* », 16, 297-334.
- [44] Crowan, J. et al. (2002): « *What a difference a year makes: How immediate and anniversary media reports influence judgments about earthquakes* », Asian Journal of Social Psychology (2002) 5: 169-185.
- [45] Davidsson, P. (1995): « *Determinants of entrepreneurial intentions* ».
- [46] Dejardin, M. (2000): « *Entrepreneurship and Economic Growth: An obvious Conjunction?* », ISSN 00-8, JEL-classification: 012, J23.
- [47] Drury, J. et Reicher, S. (1999): « *The Intergroup Dynamics of Collective Empowerment: Substantiating the Social Identity Model of Crowd Behavior* ». Group Processes and Intergroup Relations, 2(4), 381-402.
- [48] Dzaka, T. et Milandou, M. (1994) : « *L'entrepreneuriat congolais à l'épreuve des pouvoirs magiques : une face cachée de la gestion culturelle du risque ?* », Politique Africaine, Vol. 56, pp. 108-118 (13réf.).
- [49] Emin, S. (2004) : « *Les facteurs déterminants de la création d'entreprise par les chercheurs* », Revue de l'entrepreneuriat, Vol. 3, N° 1.
- [50] Endres, A. et Woods, C. (2006): « *Modern Theories of Entrepreneurial Behavior: A Comparison and Appraisal*», Small Business Economics.
- [51] Evans, D. S. et Jovanovic, B. (1989): « *An estimated model of entrepreneurship choice under Liquidity Constraints* », Journal of Political Economy, Vol.97, n°4.
- [52] Facchini, F (2006) : « *De la transition vers le développement* », Reflets et perspectives de la vie économique, Editions De Boeck Supérieur, n° 44, pp. 61-76.

- [53] **Facchini, F (2007)** : « *Entrepreneur et croissance économique : développements récents* », Revue d'économie industrielle, Editions De Boeck Supérieur, n° 119, pp. 55-84.
- [54] **Facchini, F (2007)** : « *L'entrepreneur comme un homme prudent* », La Revue des Sciences de Gestion 2007/4 (n°226-227), p. 29-38
- [55] **Facchini, F (2008)** : « *Culture, diversité culturelle et développement économique : une mise en perspective des travaux récents* », Armand Colin, Revue du Tiers monde, N° 195
- [56] **Faye, Alioune Mawa (2004)** : « *Valeurs culturelles et pratiques de GRH en Afrique subsaharienne : au-delà du discours incantatoire* ».
- [57] **Fayolle, A. (2002)** : « *Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche* », 6^{ème} Congrès international francophone sur la PME, octobre 2002, HEC-Montréal.
- [58] **Fayolle, A. (2010)** : « *Organisation entrepreneuriale et orientation vers les opportunités* », Revue française de gestion, 2010/7, N° 206, pp.149-169.
- [59] **Fayolle, A. et Verstraete ,T. (2004)** : « *Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat* », CIFEPME, 7^{ème} Congrès, Montpellier, Oct. 2004.
- [60] **Fièvre, N. (2006)** : « *Intégration économique, régionale et développement humain: Défis et perspectives pour Haïti au début du nouveau millénaire* », Bulletin AHE, Volume 2, #1
- [61] **Fillion, L. J. (1997)** : « *Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances* », Revue internationale PME, Vol. 10, N° 2, 1997, pp. 130-172.
- [62] **Fillion, L. J. (1998)** : « *Deux types d'entrepreneurs : l'opérateur et le visionnaire, Conséquences pour l'éducation* », Cahier de recherche, N°. 1998-10, HEC, Montréal.
- [63] **Fillion, L. J. et al. (2006)** : « *Étude du processus de création d'entreprise structuré en quatre étapes* », CIFEPME, 8^{ème} Congrès du 25 au 27 oct. 2006, HEC Fribourg.
- [64] **Fritsch, M. et Rusakova, A. (2010)**: « *Personality Traits, Self Employment, and Professions* », SOEP, DIW Berlin, ISSN: 1864-6689.
- [65] **Gagné, C. et Godin, G. (1999)** : « *Les théories sociales cognitives : guide pour la mesure des variables et le développement de questionnaire* ». Groupe de recherche sur les aspects

psychosociaux de la santé École des sciences infirmières, Université Laval. http://www.godin.fsi.ulaval.ca/Fichiers/Rapp/Guide_mesure_variables.pdf

[66] Gartner, W. (1985): « *A Conceptual Framework for describing the Phenomenon of new Venture Creation* », The Academy of Management Review, Vol. 10, N^o 4, pp. 696-706.

[67] Glaeser, E. et al. (2010): « *Urban economics and entrepreneurship* », Journal of Urban Economics, 67 (2010) 1-14.

[68] Gueye, B. et Ogandaga, G. (2008) : « *Examen de la recherche en management dans les organisations africaines au sud du Sahara. Impact sur les pratiques* », Congrès Réseau des IAE, Lille, septembre 2008.

[69] Haehnsen, E. (2016) : « *L'entrepreneuriat made in the USA : comment et pourquoi ça marche ?* ».

[70] Hansmark, O.C. (1998): « *The effects of an entrepreneurship programs on need for achievement and locus of control of reinforcement* », Int Jnl of Entrepreneurial Behaviour & research, Vol. 4, N^o 1, 1998, pp. 28-50.

[71] Hearn, S. (2014): « *Sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France* ».

[72] Hisrich, R. et al. (2007): « *Entrepreneurship Research and Practice: A call to action for Psychology* », American Psychological Association, Vol. 62, N^o 6, pp. 576-589.

[73] Hofstede, G. (1983): « *The four dimensions of national A research-Based Theory of Culture Difference Among* », Jn. Siuidict of Man. I Or., Vol. 62, N^o 1-2, pp. 46-74.

[74] Holtz-Eakin Douglas and Chihwa Kao (2003): « *Entrepreneurship and Economic Growth: The Proof Is in the Productivity* », Syracuse University, Maxwell School, Center for Policy Research.

[75] Holtz-Eakin Douglas and Harvey S. Rosen (2003): « *Public policy and the economics of entrepreneurship* ».

[76] House, R.J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P.W., & Gupta, V. (2004): « *Culture, Leadership and Organizations* »: The GLOBE Study of 62 Societies. Sage.

- [77] Hurst, E. et Lusardi, A. (2004): « *Liquidity Constraints, Household Wealth, and Entrepreneurship* », *Journal of Political Economy*, Vol. 112, No. 2 (April 2004), pp. 319-347
- [78] Jacobson, C. (1999): « *Denominational and Racial and Ethnic Differences in Fatalism* », *Review of Religious Research*, Vol. 41, N° 1, pp. 46-74.
- [79] Jean, J. C. (2013) : « *La filière Cacao d'Haïti : Un exemple de succès d'échanges Sud-Sud et de partenariat Nord-Sud* », *Field Actions Science Reports* [Online], Special Issue 9 | 2014, Online since 27 December 2013, connection on 30 September 2016. URL : <http://factsreports.revues.org/2825>
- [80] Jones, M.L. (2007): « *Hofstede-Culturally questionable?* », *Oxford Business & Economics Conference UK*, 26-26, June 2007.
- [81] Khilstrom et Laffont (1979): « *A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion* », *Journal of Political Economy*.
- [82] Kirzner, I. (1999): « *Managerial Attitudes: A Three Culture Test* », *Journal of International Business Studies*, vol. 18, n° 2, pp. 17-31.
- [83] Kolvereid, L. (1996): « *Prediction of employment status choice intentions* ». Working paper series-Henley Management College HWP.
- [84] Krueger, N. F., Carsrud, A. L. (1993): « *Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior* ». *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- [85] Krueger, N. F., Reilly, M. D., Carsrud, A. L. (2000): « *Competing models of entrepreneurial intentions* ». *Journal of business venturing*, 15(5), 411-432.
- [86] Krueger, N. F. (1993): « *The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability* », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), pp. 5-21.
- [87] Krueger, N. F., (2007): « *What lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking*», pp. 1042-2587, Baylor University.
- [88] Kuran, T. (2008): « *Sous-développement économique au Moyen-Orient: le rôle historique de la culture, des institutions et de la religion* », *CAIRN*, 2008/2-N° 226, pp. 31-54.

- [89] Lalime, T. (2007) : « *Une industrie haïtienne dominée par la confection textile* », Journal Le Matin, Avril 2007.
- [90] Laroche, H. et Nioche, J.-P. (2006) : « *L'approche cognitive de la stratégie d'entreprise* », Revue française de gestion 2006/1 (no 160), p. 81-105. DOI 10.3166/rfg.160.81-108
- [91] Laurand, V. (2002) : « *Les stoïciens, collaborer avec le destin : un abandon de toute volonté ?* ». En ligne : http://www.philopsis.fr/IMG/pdf_stoiciens_volonte_laurand.pdf
- [92] Lazear, E.P. (2004): « *Balanced Skills and Entrepreneurship* », Papers and Proceedings of the American Economic Review, Vol.94, N° 2, May, 208-211.
- [93] Lee, S. et Peterson, S. (2000): « *Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness* », Journal of World Business, 35(4), 401-416.
- [94] Lefèvre, N., & Moreau, L. (2009) : « *Pratique de la statistique avec SPSS* » ; formation SMCS https://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/stat/documents/formation_SPSS.pdf
- [95] Léger-Jarniou, C. (2008) : « *Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes. Théorie(s) et pratique(s)* », Revue française de gestion 2008/5 (n° 185), p. 161-174. DOI 10.3166/rfg.185.161-174
- [96] Licata, L. (2007) : « *La théorie de l'identité sociale et la théorie de l'auto-catégorisation: le Soi, le groupe et le changement social* ». *Revue électronique de Psychologie Sociale*, 1, 19-33.
- [97] Loewenstein, G. (1994): « *The psychology of curiosity: A review and reinterpretation*». *Psychological Bulletin*, 116(1), 75–98.
- [98] Logossah, K. (2007): « *Ethique et trappe à sous-développement: le cas de l'Afrique subsaharienne*», les cahiers de CREGED 3 :56-73, Port-au-Prince, Haïti.
- [99] Logossah, K. (2013) : « *Traite négrière transatlantique : comment a été pérennisé la production du bien esclave ?* », Laboratoire de recherche CEREGMIA, Université des Antilles et de la Guyane (pôle Martinique).
- [100] Lucas, R. (1978) : « *Sur la répartition par taille des entreprises commerciales* », The Bell Journal of Economics, Vol.9; n°2.

- [101] Lucas, W. and Cooper, S.Y. (2004): « *Enhancing self-efficacy to enable entrepreneurship: The case of CMI's Connections* », MIT Sloan Working Paper 4489-04, May 2004.
- [102] Maldonado, C. (1995) : « *Entre l'illusion de la normalisation et le laisser-faire: vers la légalisation du secteur informel?* », Revue Internationale du Travail, 3 (134), 777-801.
- [103] Malhotra, S., Sivakumar, K., & Zhu, P. C. (2011): « *A comparative analysis of the role of national culture on foreign market acquisitions by U.S. firms and firms from emerging countries* », Journal of Business Research, 64, 714–722.
- [104] Markmana, G.D. et Baron, R.A. (2003): « *Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others* », Human resource management review, 13, 281-301.
- [105] Maslow, A. (1943): « *A Theory of Human Motivation* », Psychological Review, n° 80, 1943.
- [106] Mazur, A. and Rosa, E. (1977): « *An Empirical Test of McClelland's Achieving Society Theory*», Social Forces, Vol. 55, N° 3 (Mar., 1977), pp. 769-774.
- [107] Micoulaud-Franchi, J.-A., Coulange, M., Mayeux S., & Barthélémy A. (2013) : « *Validation préliminaire d'un auto-questionnaire de dépendance à la narcose* ». Preliminary validation of a self-administered questionnaire on narcosis dependence, Science & Sports, 28, 50-54.
- [108] Morgan, P.D. et al. (2008): « *Fatalism revisited* », Seminars in Oncology Nursing, Vol. 24, N° 4 (November), 2008, pp. 237-245.
- [109] Muller, A.S. and Tomas, S.L. (2000): « *Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness* », Journal of Business Venturing 16, 51-75.
- [110] Neill, J. (2006): « *What is Locus of Control?* », Publish on Dec. 2006. Consulter en ligne: <http://wilderdom.com/psycholog/loc/LocusOfControlWhatIs.html#Rotter1966>
- [111] Ngobo P. et Capiez A. (2004) : « *Structure du Capital & Performance de l'entreprise : Le Rôle Modérateur des Différences Culturelles Nationales* », 13e conférence de l'AIMS,

Normandie. Vallée de Seine 2, 3 et 4 juin 2004; [En ligne] ; <http://www.strategie-aims.com/Normandie04/sessions/Ngobo-Capiez.pdf>

[112] Noreck, J.P. (1996) : « Weber et la genèse de la modernité », Ecoflash , No 109, Juin 1996

[113] Parker, S. (2008): « *Entrepreneurship among married couples in the United States: A simultaneous probit approach* », Labour Economics, Elsevier, vol. 15 (3), pages 459-481, June

[114] Paul et Charleston (2015): « *Les collectivités territoriales: analyseurs du processus démocratique bloqué en Haïti* », Haïti Perspectives, volume 4, N° 3.

[115] Peretomode, V.F. (2012): « *Theories of management: Implications for educational administration* »: Benin City: Justice – Jeco Global Publishers and printers Ltd

[116] Pettersen, N. et Bordeleau Y. (1982) : « *Lieu de contrôle interne-externe et attribution de la causalité : vers une clarification théorique* », Revue Québécoise de Psychologie, Vol. 3, N° 2.

[117] Quinney, R. (1946): « *Political Conservatism, Alienation, and Fatalism: Contingencies of Social Status and Religious Fundamentalism* », Sociometry, Vol. 27, N° 3, pp. 372-381.

[118] Rabbie, J. M. et Horwitz, M. (1988): « *Categories versus groups as explanatory concepts in intergroup relations* ». *European Journal of Social Psychology*, 18, 117-123.

[119] Rakotomena, H. M. (2005): « *Une étude exploratoire sur les liens d'influence des dimensions de la compétence interculturelle individuelle. Cas de deux dirigeants étrangers à Madagascar. Approche par la cartographie cognitive* », Centre de Recherche en Gestion des Organisations (CREGOR), IAE, Université Montpellier II.

[120] Rainville, G (2001): « *An Analysis of Factors Related to Prosecutor Sentencing Preferences* ».

[121] Rauch, A. et Frese M. (2007): « *Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owner's personality traits, business creation, and success* », *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16 (4), pp. 353-385.

- [122] Reynolds, Paul D. (2010): « *Global Entrepreneurship: The Latest Research on Business Creation: Research Opportunities with the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics* » (PSED I, II): An Introduction , octobre 2010.
- [123] Richard, Y. (2009) : « *Intégration régionale, régionalisation, régionalisme - Les mots et les choses* »
- [124] Rotter, J.B. (1990): « *Internal versus external control of reinforcement* », The American Psychological Association, Vol. 45, N° 4, pp. 489-493.
- [125] Rotter, J.B. (1966): « *Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement* », Psychological Monographs (General & Applied), 80, 1-28.
- [126] Scarpetta *et al.* (2002): « *Growth, Technological Change, and ICT Diffusion: Recent Evidence from OECD Countries* ».
- [127] Schneider F., Buehn A. and Montenegro C. E. (2010): « *Shadow Economies All Over the World: New Estimates for 162 Countries from 1999 to 2007* ». World Bank Policy Research Working Paper Series, 5356, 54
- [128] Schwartz, S.H. (1999): « *A theory of cultural values and some implications for work* », Applied psychology: an international review, 1999, 48 (1), 2347.
- [129] Shane, S. et Venkataraman, S. (2000): « *The promise of entrepreneurship a field of research* », Academy of management review, Vol. 25, N° 1, 217-226.
- [130] Shen, L. *et al.* (2009): « *The Psychometric Property and Validation of a Fatalism Scale* », Psychol Health, 2009 June; 24 (5): 597-613.
- [131] Sidek, S. and Zainol F. (2011): « *Psychological Traits and Business Performance of Entrepreneurs in small Construction Industry in Malaysia* », International Business and Management, Vol. 2, N° 1, 2011, pp. 170-185
- [132] Sarron, R. (2012) : « *L'Allemagne : un modèle économique à l'origine de ses propres fragilités* ». En ligne : <http://www.coe-rexecode.fr/public/Rencontres-et-debats/Coe-Rexecode-dans-les-medias/Performances-et-fragilites-du-modele-economique-allemand>

- [133] Stahl, A. E. & Feigenson, L. (2015): « *Observing the unexpected enhances infants' learning and exploration* ». *Science*, 348(6230), 91-94.
- [134] Stiglitz, J. et Weiss, A. (1981): « *Credit Rationing in Markets Imperfect Information* », *The American Economic Review*, Volume 71, 393-410.
- [135] Tirole, J. (2001): « *Corporate Governance* », *Econometrics*, Vol. 69, No. 1. (Jan., 2001), pp. 1-35
- [136] Tounés, A. (2006) : « *L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français* ». *La revue des sciences de gestion*, 219(3), 57-65.
- [137] Tounes, A. (2006) : « *L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur* », Working-paper, N° 03-73, IAE de Rouen, CREGO.
- [138] Tounes, A. et Assala, K. (2007) : « *Influences culturelles sur les comportements managériaux des entrepreneurs algériens* », 5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat - Sherbrooke - Canada - Octobre 2007
- [139] Triandis, H.C. (1995): « *Individualism and Collectivism* », Boulder, CO: Westview Press.
- [140] Triandis, H.C. (1994): « *Culture and social behavior* », New York: McGrawHill.
- [141] Trompenaars, F. et Hampden- Turner C. (1993): « *The Seven Cultures of Capitalism* », Double- Day, New York
- [142] Vuillemin, J. (1996): « *Necessity Or Contingency : The master argument* », CSLI Publication, Stanford, California.
- [143] Verhelst, T. (1996) : « *Les fonctions sociales de la culture* », in *Culture & Développement*, No 24, Avril 1996, www.networkcultures.net/24/social_f.htm
- [144] Verot, O. (2009) : « *Les contrefaçons de logiciels en Chine* ». En ligne : <http://www.marketing-chine.com/analyse-marketing/la-contrefacon-en-chine>
- [145] Wang, M.-K., Kevin, P., & Hwang, S.-R. L. (2011): « *An empirical study of the relationships among employee's perceptions of HR practice, human capital, and department*

performance: A case of AT & T Subordinate telecoms company in Taiwan». *Expert Systems with Applications*, 38, 3777–3783.

[146] Wang, H. Tsui, A. S., & Xin K. R. (2011): « *CEO leadership behaviors, organizational performance, and employees' attitudes* ». *The Leadership Quarterly* 22, 92–105.

[147] Westwood, R. (1997): « *Harmony and patriarchy: The cultural basis for « paternalistic headship » among the overseas Chinese* », *Organization Studies*, 18(3), pp445-480

[148] Williamson, O.E. (1979): « *Transaction-cost economics: The governance of contractual relations* », *Journal of Law and Economics*, vol. 22, octobre 1979a, p. 3-61.

[149] Wilson, F. et al. (2007): « *Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education* », 1042-2587 (2007), Baylor University.

[150] Wu, S. (2005): « *Fatalistic Tendencies: An Explanation of why People don't save* », *Journals in Economic Analysis & Policy*, Vol. 4, Issue 1.

[151] Wu et Shapiro (2010): « *Fatalism and Savings* », consulter en ligne : <http://mpa.ubuni-muenchen.de/24852/>

[152] Yoneyama, Etsuo (2008) : « *Culture et gestion au Japon : harmonie, sérénité et rigueur* », dans Eduardo Davel, Jean-Pierre Dupuis et Jean-François Chanlat (dir.), *Gestion en contexte interculturel : approches, problématiques, pratiques et plongées*, Québec, Presses de l'Université Laval et Télé-université (UQAM).

[153] Xu Huang, Simon C. H. Chan et Min Wu (2012): « *The influencing mechanisms of paternalistic leadership in Mainland China* », *Asia Pacific Business Review*, Vol 18, n°4, October, pp631-648.

[154] Yu, T. (1998): « *Adaptive Entrepreneurship and the Economic Development of Hong Kong* », *World Development*, Vol. 26, N° 5, pp. 897-911, 1998.

[155] Yu, T. et al. (2005): « *Adaptive Entrepreneurship and the Economic Development of Hong Kong* », En ligne: <http://dspace.lib.fcu.edu.tw/bitstream/2377/4323/1/acb010501001.pdf>

[156] Zimmerman, B.J. (2000): « *Self-Efficacy: An Essential Motive to learn* », Contemporary Educational Psychology 25, 82-91, (2000).

II. THÈSES ET MÉMOIRES

[1] Bassirou, L. (2011) : « *Fatalisme et entrepreneuriat : une étude empirique dans le contexte mauritanien* », Mémoire de Master II, Université des Antilles et de la Guyane (UAG)

[2] Bourguiba, M. (2007) : « *De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès des TPE françaises et tunisiennes* », (Doctoral dissertation, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Nancy 2).

[3] Bruyat, C. (1993) : « *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation* », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II.

[4] Diakité, B. (2004) : « *Facteurs socioculturels et création d'entreprise en Guinée : Étude exploratoire des ethnies peule et sousou* », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Laval, Canada.

[5] Doré, G. (2010) : « *Politique de formation professionnelle et d'emploi en Haïti : le cas du secteur du tourisme (1980-2010)* », Thèse de doctorat en Sciences de l'Éducation, Université Paris-Est Créteil.

[6] Fortéus, M. (2010) : « *Déterminants culturels de la pauvreté en Haïti : cas de la commune de Cavaillon* », Mémoire de Master 2, Université des Antilles et de la Guyane, UAG

[7] François, P.-E. (2009) : « *Système éducatif et abandon social en Haïti : le cas des enfants et des jeunes de la rue* », Thèse de doctorat en Sciences de l'Éducation, Université Paris X, Nanterre

[8] Jaghfir, A. (2008) : « *Utilisation des TIC et performance des entreprises : cas des TIC en Haïti* », Mémoire de Master 2, IFGCAR, Septembre 2008.

[9] Jeune, M. (2008): « *La culture comme frein à la création d'entreprise en Haïti* », Mémoire de Master 2 soutenu à l'Institut de la Francophonie pour la gestion dans la Caraïbe (AUF-IFGCAR), Prix CEDIMES, 2010.

- [10] Lamaute-Brisson, N. (2000) : « *L'économie informelle en Haïti : le cas de l'aire métropolitaine de Port-au-Prince* », Thèse de doctorat en Sciences économiques, Université Paris X Nanterre.
- [11] Lecerf, M. (2006): « *Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation* », Thèse de doctorat en Sciences économiques, Université Panthéon Sorbonne.
- [12] Makpotche, M. (2009): « *Sensibilité des politiques de financement aux caractéristiques de l'entreprise et de son environnement : une analyse empirique dans le contexte actuel d'Haïti* », Mémoire de Master II, IFGCAR, Port-au-Prince.
- [13] Monast, B. (1996): « *Le déterminisme et les fondements de la responsabilité morale: perspectives ouvertes par Peter F. Strawson* », Mémoire de Maîtrise, Université D'Ottawa.
- [14] Nguyen, V. H. (2010) : « *La gestion des ressources humaines dans les petites et moyennes entreprises : une approche appliquée au Vietnam* », Thèse de Doctorat.
- [15] Pacombe, J. (2013) : « *Diagnostic technico-économique de la filière mangue madame francisque dans la commune de Mirebalais* », mémoire de fin d'études en sciences agronomiques, diplôme d'Ingénieur-agronome, Université Episcopale d'Haïti.
- [16] Paul, B. (2011) : « *Le capital institutionnel dans l'analyse du changement économique et social : application au secteur de la microfinance en Haïti* », Thèse de doctorat en Sciences économiques, Université de Montpellier 1.
- [17] Paul, E. (2016) : « *La performance des entreprises et l'impact de la culture nationale : une illustration dans le contexte socio-économique haïtien* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université des Antilles.
- [18] Proietti, C. (2008) : « *Le problème des futurs contingents et le paradoxe de Fitch. Une étude commune de deux problèmes en logique modale* », Thèse de Doctorat, Paris 1.
- [19] Thomas, W. (2016) : « *Motivation au travail dans les institutions publiques et l'effet des facteurs culturels : une illustration dans le contexte haïtien* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université des Antilles.
- [20] Tesse, E. (2011) : « *Influence des facteurs culturels sur l'intention d'implanter la méthode du « Juste-à-Temps » à la production des entreprises industrielles haïtiennes* »,

Mémoire de Master 2 soutenu publiquement sous la direction du Professeur Fred CELIMENE, Université des Antilles et de la Guyane (UAG), Faculté de Droit et d'Économie de Martinique.

[21] Tesse, E. (2013) : « *La microfinance via le microcrédit : quel impact sur le développement ? Une étude statistique et économétrique sur les conditions de vie des ménages sociétaires en Haïti* », Mémoire de Master 2 réalisé sous la direction du Professeur Alain MAURIN, Université des Antilles et de la Guyane (UAG), Faculté des Sciences juridiques et économiques de Guadeloupe.

[22] Tesse, E. (2016) : « *Essai de contribution à la modélisation empirique de l'intention entrepreneuriale* », Mémoire de Master 2 réalisé sous la direction du Professeur Jean BONNET, Université de Caen Normandie, Faculté des Sciences économiques, de Gestion, de Géographie et d'Aménagement du Territoire (SEGGAT).

[23] Trompenaars, F. (1985): « *The organization of meaning and the meaning of organization* », Ph.D. Dissertation, Wharton School, University of Pennsylvania, Intercultural Publishers, Amstelveen, The Netherlands

IV. RAPPORTS, DOCUMENTS DE TRAVAIL, DOCUMENTS D'ÉTUDES

[1] Anglade, G. (1982) : « *Atlas Critique d'Haïti* », Groupe d'Études et de Recherches Critiques d'Espace, Département de Géographie, Université du Québec à Montréal. Centre de Recherches Caraïbes de l'Université de Montréal, 1982, 79 pages.

[2] Bonnet, J. (2017) : « *Notes de cours sur la microéconomie de la création d'entreprise* », Document disponible sur le site de l'Université Caen Normandie, Unicaen Zimbra, Portail Etudiant.

[3] Centre Latino-Américain de Démographie (CELADE, 2012) : « *Recensement des Haïtiens à l'extérieur* ».

[4] Comité Interministériel d'Aménagement du Territoire en Haïti (CIAT, 2013) : « *Lois et règlements d'Urbanisme : synthèse des textes législatifs et règlements de l'Urbanisme en vigueur en Haïti* ».

- [5] **Centre de facilitation des investissements (CFI, 2016)** : « *Les flux commerciaux entre Haïti et la République Dominicaine : Opportunités pour accroître la production haïtienne* ». Document à consulter en ligne : <http://www.haitilibre.com/docs/flux2.pdf>
- [6] **Dialla, B.E. (2004)** : « *Les fondements de l'entrepreneuriat au Burkina-Faso* », Série documents de travail : DT-CAPES, N° 2004-16, Décembre 2004
- [7] **Dehaene, S. (2015)** : « *L'engagement actif, la curiosité, et la correction des erreurs* ». Cours du Collège de France, 3 février 2015, Paris.
- [8] **Durand, C. (2003)** : « *L'analyse factorielle et l'analyse de fidélité* », notes de cours et exemples, Université de Montréal
- [9] **Galiègue, X. et Madjimbaye, N. (2006)** : « *Le management africain, entre contraintes économiques et contingences culturelles : Résultats d'une enquête à N'Djaména, Tchad* », Laboratoire d'Économie d'Orléans (LEO), France, Document de recherche N° 2006-26.
- [10] **Groupe de Travail sur la Compétitivité d'Haïti (GTC, 2009)** : « *Vision partagée pour une Haïti inclusive et prospère* », Rapport préliminaire
- [11] **Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI, 2014, 2015)** : « *Enquête sur la population et l'habitat* ».
- [12] **Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI, 2003)** : « *Enquête sur les conditions de vie en Haïti (ECVH)* ».
- [13] **Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI, 2009)** : « *Population totale, population de 18 ans et plus ménages et densités estimées en 2009* ».
- [14] **Marcou, G. (1999)**: « *La régionalisation en Europe* », Rapport du Parlement Européen, Groupement de Recherches sur l'Administration Locale en Europe.
- [15] **Odia, Ngoyo Y.F., Ebene A. J. et Tegnorowicz J. (2006)** : « *Religion, Capital social et réduction de la pauvreté au Cameroun : Le cas de la ville de Yaoundé* », Document de travail, Université de Yaoundé
- [16] **United States Agency for International Development (UNICEF, 2013)** : « *Mission de l'UNICEF en Haïti* ». En ligne: http://www.unicef.org/haiti/french/overview_8831.htm

[17] **Maftai, M. (2003)** : «*Options stratégiques pour le développement et la promotion des exportations des huiles essentielles d'Haïti*», Centre de commerce international CNUCED/OMC

[18] **Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR, 2011)** : « *Politique de développement agricole en Haïti, 2010-2025* ».

[19] **Ministère de l'Économie et des Finances (MEF, 2003)** : « *la pauvreté en Haïti, la parole des Haïtiens* », enquête sur la perception de la pauvreté.

[20] **Ministère de l'Économie et des Finances et Ministère de la Planification et de la Coopération Externe (MEF et MPCE, 2005)** : « *la pauvreté en Haïti, profil de la pauvreté à partir des données de l'ECVH* ».

[21] **Ministère de la Planification et de la Coopération Externe (MPCE, 2007)** : « *Documents de stratégie nationale pour la croissance et la réduction de la pauvreté* », Editions Henri Deschamps, Port-au-Prince.

[22] **Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE, 2005)** : « *Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat* »

[23] **Organisation Mondiale du Commerce (OMC, 2003)** : « *Organisation Mondiale du Commerce ; Analyse des politiques commerciales en Haïti - Politique et pratiques commerciales par mesure* »; Rapport du Secrétariat 2003.

[24] **Riverin, N. (2008)** : « Centre de vigie et de recherche sur la culture entrepreneuriale. Fondation de l'entrepreneurship, Conférence « Mobilisez le potentiel entrepreneuriale de votre collectivité », 2008

[25] **Paul, E. (2016)** : « *Culture et accumulation du capital : une étude empirique dans le contexte social haïtien* », Document de travail, Université des Antilles.

[26] **Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD, 2007)** : « *Rapport sur le Développement Humain* »

[27] **Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD, 2005)** : « *Rapport sur le Développement Humain* ».

[28] **Seok-Kyeong Hong-Mercier (2006)** : « *Les études culturelles et le phénomène de Hallyu (Korean Wave) en Asie de l'Est* », Document de travail.

[29] **Tesse, E. (2013)** : « *Caractéristiques de l'emploi dans les départements français : unité ou diversité ?* », document réalisé sous la direction du Professeur Alain Maurin dans le cadre d'un travail académique, Université des Antilles (UA).

[30] **Tesse, E., Christie, R., Caillon, J.-B. et Maurin, A (2013)** : « *L'économie sociale et solidaire: une monographie des territoires des caisses locales de la banque Crédit Agricole Mutuel de Guadeloupe* », document réalisé pour le compte du Crédit Agricole Mutuel de Guadeloupe.

[31] **Tesse, E., Diallo, W. et Diallo, A. (2015)** : « *Evaluer la formation professionnelle sur le retour à l'emploi des chômeurs en France, à l'aide des méthodes Matching ou appariement* », document réalisé sous la direction du Professeur Marc FERRACCI dans le cadre d'un travail académique, Université de Nantes.

[32] **Tesse, E., Christie, R. et Maurin, A (2013)** : « *L'économie sociale et solidaire en Guadeloupe : sur les réalités, enjeux et perspectives* », document présenté dans le cadre d'une conférence organisée par la Chambre Régionale de l'Économie Sociale et Solidaire de Guadeloupe (CRESS) et le Laboratoire d'Économie Appliquée au Développement (LEAD) de l'Université des Antilles à la médiathèque du Lamentin.

[33] **Tesse, E. (2015)** : « *Migration et développement : quelles leçons tirées des comportements entrepreneuriaux des Haïtiens qui migrent en France métropolitaine ?* », document présenté dans le cadre de plusieurs conférences et colloques à Paris, Bruxelles et Lausanne.

[34] **Zammar, R. (2016)** : « *Initiation à l'entrepreneuriat* », Document présenté dans le cadre d'une conférence organisée à l'Université Mohammed V de Rabat (Maroc).

ANNEXES

Annexe 1a.



Questionnaire d'enquête

N°: _____

Ce présent questionnaire vise à trouver les réponses appropriées dans le cadre d'une étude doctorale portant sur la culture entrepreneuriale dans le contexte haïtien. Nous vous prions de remplir ce questionnaire en cochant les cases qui vous permettent de donner les réponses les plus appropriées et qui vous conviennent le mieux possible. Il convient de souligner que vous pouvez répondre à toutes les questions en 30 minutes.

Nous vous donnons la garantie que toutes les informations recueillies seront gardées confidentielles ; elles ne seront publiées que dans le cadre de cette étude. D'ailleurs, c'est la raison pour laquelle ni votre Nom et prénom, ni votre adresse, ni non plus votre numéro de téléphone ne sont pas demandés.

Nous vous serions gré de nous faire parvenir le questionnaire avec vos réponses le plus tôt possible. Nous apprécierons aussi vos suggestions. Vous pouvez nous écrire à l'adresse suivante : ernesttesse@yahoo.fr ou nous appeler au 3 737 79 41 (Haïti) ou 06 34 35 12 30 (France).

I. Caractéristiques personnelles et informations qui sont véhiculées selon l'appartenance sociale

Q1. Quel est votre sexe ? Masculin Féminin

Q2. Vous faites parti de quelle catégorie d'âge ?

[20-24] ans [25-29] ans [30-39] ans [40-49] ans 50 ans et plus

Q3. Vous êtes né dans quel département d'Haïti ?

<input type="checkbox"/> Sud	<input type="checkbox"/> Nord
<input type="checkbox"/> Ouest	<input type="checkbox"/> Sud-est
<input type="checkbox"/> Nord-ouest	<input type="checkbox"/> Nord-est
<input type="checkbox"/> Artibonite	<input type="checkbox"/> Centre
<input type="checkbox"/> Grand'Anse	<input type="checkbox"/> Nippes

Q4. Où habitez-vous en Haïti ? En ville Section communale

Q5. Votre état civil : Célibataire Marié Divorcé
Veuf Concubinage Séparé

Q6. Avez-vous quel niveau d'études ?

- Non scolarisé Études secondaires Études universitaires (Diplôme de Licence)
 Études primaires Études professionnelles Maîtrise et plus

Q7. Votre religion:

- Aucune Catholique Protestante
 Musulman Vaudou Autre, (SVP spécifiez) _____

Q8. Combien de frères avez-vous ?

- [0] [1-3] [3-6] [6-9] [9 et plus]

Q9. Vous avez combien de sœurs ?

- [0] [1-3] [3-6] [6-9] [9 et plus]

Q10. Combien d'enfants avez-vous ?

- [0] [1-3] [3-6] [6-9] [9 et plus]

Q11. Vos parents sont-ils encore vivants ? Oui Non

Q12. Habitez-vous actuellement chez vos parents ? Oui Non

Q13. Quelle est votre occupation actuelle ?

- Sans emploi, donc au chômage
 Employé dans l'administration publique
 Employé dans une entreprise privée
 Employé à mon propre compte (patron travailleur)
 Autre (SVP, précisez) _____

Q14. Si vous avez actuellement un emploi, vous êtes affecté dans quel département d'Haïti ?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sud | <input type="checkbox"/> Nord |
| <input type="checkbox"/> Ouest | <input type="checkbox"/> Sud-est |
| <input type="checkbox"/> Nord-ouest | <input type="checkbox"/> Nord-est |
| <input type="checkbox"/> Artibonite | <input type="checkbox"/> Centre |
| <input type="checkbox"/> Grand'Anse | <input type="checkbox"/> Nippes |

Q15. Si vous êtes sans emploi, dites combien de temps que vous restez sans travailler ?

- Un à six mois Un à deux ans Quatre à six ans
 Six mois à un an Deux à quatre ans Six ans et plus

Q16. À votre âge, vous n'avez jamais eu un emploi dans votre vie active ? Oui Non

Q17. Si non, à quel âge avez-vous décroché votre première embauche?

[20-24] ans [25-29] ans [30-39] ans [40-49] ans 50 ans et plus

Q18. Avez-vous déjà fait au moins une expérience professionnelle ? Oui Non

Q19. Si oui, sentez-vous en acquérir suffisamment dans votre travail ? Oui Non

Q20. Avez-vous vos parents (soit votre papa ou votre maman) qui sont :

- Cadres dans une entreprise privée ou dans une administration publique ? Oui Non
- Chefs d'entreprises ? Oui Non
- Artisans ou commerçants ? Oui Non
- Professions intellectuelles supérieures ? Oui Non
- Professions intermédiaires ? Oui Non
- Agriculteurs ? Oui Non
- Autres ? Oui Non

Q21. Avez-vous une responsabilité sociale, politique, économique et écologique où vous habitez?

Oui Non

Q22. Avez-vous déjà hérité d'un bien, d'un patrimoine ou d'une entreprise ou de l'argent de vos parents ou de vos proches ?

Oui Non

Q23. Avez-vous des enfants ou des parents ou des proches qui sont placés financièrement sous votre responsabilité ?

Oui Non

II. Informations sur la motivation à la création d'entreprise ou sur l'intention d'entreprendre

Q24. Quelle est votre formation ?

Aucune Droit, Économie, Gestion Sciences ou Techniques
 Lettres/ Arts Autre (Précisez SVP) _____

Q25. Connaissez-vous ce qu'est une entreprise, les compétences et les ressources qu'elle exige?

Oui, tout à fait Pas vraiment Non, pas du tout

Q26. Avez-vous, au cours des dernières années, participé à des activités de formation susceptibles de vous aider à créer votre entreprise ?

Oui Non

Q27. Avez-vous déjà créé une entreprise ? Oui Non Si oui, quel département ? _____

Q28. Êtes-vous motivé à créer à court terme une entreprise dans votre département de naissance ?

Oui Non Si oui, dans quel département ? _____

Q29. Si oui, dans quel secteur souhaiteriez-vous créer une entreprise ?

<input type="checkbox"/> Transport	<input type="checkbox"/> TIC	<input type="checkbox"/> Microcrédit
<input type="checkbox"/> Restauration		<input type="checkbox"/> Commerce de détail
<input type="checkbox"/> Manufacture		<input type="checkbox"/> Commerce de gros
<input type="checkbox"/> Construction		<input type="checkbox"/> Tourisme
<input type="checkbox"/> Education		<input type="checkbox"/> Autre (Précisez SVP) _____

Q30. Sinon, pourquoi ?

C'est trop de travail, et la vie est trop courte pour se donner autant de peine
 Vous craignez la jalousie des autres et la sorcellerie
 Il n'y a pas de traditions d'entrepreneur dans votre famille
 Vous avez peur de vous engager dans l'incertitude
 Autre (Précisez SVP) _____

Q31. Sinon, êtes-vous plutôt motivé par la nécessité ou par l'opportunité à :

- Porter sur le moyen terme un projet à caractère entrepreneurial dans votre département de naissance ? Oui Non Si oui, dans quel département ? _____
- Sinon porter sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial dans votre département de naissance ? Oui Non Si oui, dans quel département ? _____

Q32. Sentez-vous prêt à élaborer un projet qui soit susceptible d'être financé ? Oui Non

Q33. Estimez-vous que beaucoup de gens, au sein de votre famille, auraient souhaité créer leur propre entreprise?

Tout le monde La majorité des gens Plusieurs personnes
 Peu de gens Aucun

Q34. Estimez-vous que beaucoup de gens, parmi vos amis, auraient souhaité créer leur propre entreprise?

Tout le monde La majorité des gens Plusieurs personnes
 Peu de gens Aucun

Q35. Pensez-vous qu'il existe suffisamment d'entreprises en Haïti ?

Pas assez d'entreprises Beaucoup d'entreprises
 Suffisamment d'entreprises Ne sait pas

Q36. Selon vous, qu'est-ce qui motivent les gens à créer une entreprise en Haïti ? Veuillez classer vos réponses, 1 étant la raison la plus importante, 2 la 2^{ème} raison importante, ainsi de suite.

	Rang
La recherche du profit (bénéfices)	
Se donner du travail et donner du travail à son entourage	
Avoir toujours plus de richesse	
Subvenir aux besoins quotidiens de la famille	
Conquérir de nouveaux marchés	
La présence d'opportunités économiques (occasion de répondre à une nouvelle demande sur le marché)	
Sortir de la pauvreté	
Devenir son propre patron	
Le besoin de créer de nouveaux produits	
Être respecté et influent	
Être autonome et indépendant	
Autre (Précisez, SVP)	

Q37. Selon vous, qu'est-ce qui empêche les gens à créer des entreprises en Haïti ? Veuillez classer vos réponses, 1 étant la raison la plus importante, 2 la 2^{ème} raison importante, ainsi de suite.

	Rang
À cause de la difficulté d'accès aux matières premières	
L'effort personnel que cela suppose (trop dur, trop de travail)	
Le manque de ressources financières (on ne trouve pas l'argent qu'il faut)	
Les matériels et outils nécessaires à la production ne sont pas disponibles sur place	
Le manque d'infrastructures dans le pays (Électricité, Eau, Routes, etc.)	
Les travailleurs ne sont pas qualifiés	
Le manque de soutien de l'État (financier, assistance, incitation, etc.)	
Le manque de soutien de la famille	
La peur de la jalousie des autres et la sorcellerie	
La peur de la concurrence	
La faiblesse du pouvoir d'achat des consommateurs (les gens n'ont pas d'argent pour acheter de nouveaux produits)	
Le manque d'éducation et d'expérience	
Autre (Précisez, SVP)	

Q38. Est-ce qu'un membre de votre famille ou de votre entourage possède ou avait possédé sa propre entreprise ? Oui Non

Q39. Si oui, qui sont-ils ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mère | <input type="checkbox"/> Cousin |
| <input type="checkbox"/> Père | <input type="checkbox"/> Cousine |
| <input type="checkbox"/> Époux (Épouse) | <input type="checkbox"/> beau-frère |
| <input type="checkbox"/> Sœur | <input type="checkbox"/> Belle-sœur |
| <input type="checkbox"/> Frère | <input type="checkbox"/> Autre (Spécifiez SVP)_____ |

Q40. Si vous êtes entrepreneur et que vous devez embaucher, quels seront vos critères de choix: (classer par ordre d'importance selon la même échelle ; 1 étant le plus important, etc.)

	Rang
Des membres de votre famille	
Des gens qui partagent la même religion que vous	
Des ressources humaines qualifiées (diplômées)	
Des gens ayant une expérience dans le domaine	
Des membres de votre cercle d'amis	
Autres, SVP spécifiez :	

III. Informations sur les variables caractérisant les traits culturels. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun des énoncés présentés. Entourez le chiffre 7 si vous êtes tout à fait d'accord ou pour extrêmement important, le chiffre 1 si vous êtes tout à fait en désaccord ou absolument non important dans certains cas. Vous pouvez aussi choisir l'un des chiffres intermédiaires si votre opinion n'est pas clairement départagée. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Tout ce qui nous intéresse est le chiffre traduisant le mieux votre opinion à l'égard de chaque énoncé.

Q41. Facteurs motivationnels

Absolument non important	Non important	Plutôt non important	Ne sait pas	Plutôt important	Important	Extrêmement important					
1	2	3	4	5	6	7					
1.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le Moyen terme ou sur le LT un projet est nécessaire pour ma satisfaction et mes réalisations personnelles »				1	2	3	4	5	6	7
2.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le Moyen terme ou sur le LT dans un projet permet d'être un innovateur et <i>in fine</i> à la pointe des technologies »				1	2	3	4	5	6	7
3.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le Moyen terme ou sur le LT dans un projet à caractère entrepreneurial est un besoin d'accomplissement personnel »				1	2	3	4	5	6	7
4.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un projet d'entreprise permet de prouver que je peux réussir dans une entreprise »				1	2	3	4	5	6	7
5.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le moyen terme ou sur le LT me permet de continuer à apprendre »				1	2	3	4	5	6	7
6.	« Créer à CT une entreprise me permet de réaliser une				1	2	3	4	5	6	7

	ambition »	
7.	« Créer à CT une entreprise ou porter à MT ou sur le LT un projet me permet de prouver ma capacité de développer une nouvelle idée »	1 2 3 4 5 6 7
8.	« Créer à CT une entreprise un projet me permet d'avoir plus d'autonomie et de latitude dans ma vie personnelle »	1 2 3 4 5 6 7
9.	« Créer à CT une entreprise ou porter un projet d'entreprise permet d'avoir l'opportunité de diriger au lieu d'être dirigé »	1 2 3 4 5 6 7
10.	« Créer à CT une entreprise ou porter un projet entrepreneurial me permet d'avoir le contrôle de ma vie et de mon avenir »	1 2 3 4 5 6 7
11.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet entrepreneurial est nécessaire pour ma réussite professionnelle et ma prospérité »	1 2 3 4 5 6 7
12.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer un projet d'entreprise permet d'avoir plus d'influence dans le milieu où j'habite »	1 2 3 4 5 6 7
13.	« Créer à CT une entreprise ou porter un projet entrepreneurial permet d'atteindre un niveau plus élevé dans la société »	1 2 3 4 5 6 7
14.	« Créer à CT une entreprise ou porter un projet en Haïti permet d'être respecté et admiré par la famille, les amis et la société »	1 2 3 4 5 6 7
15.	« Créer à CT une entreprise ravive l'estime de soi »	1 2 3 4 5 6 7
16.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un projet d'entreprise c'est pouvoir choisir les gens avec qui je peux travailler »	1 2 3 4 5 6 7

Q42. Les croyances magico-religieuses

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord
1	2	3	4	5	6	7
1.	« Si on ne peut pas s'attirer la chance à travers le maraboutisme et les prières de Dieu, on ne peut pas créer à CT une entreprise, voir se lancer sur le MT ou sur le LT dans un bon projet de création d'entreprise, car elle ne marchera pas »			1 2 3 4 5 6 7		
2.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est dangereux si on ne peut pas se protéger contre la sorcellerie »			1 2 3 4 5 6 7		
3.	« La faillite d'une entreprise ou d'un projet de création d'entreprise est souvent liée à un mauvais sort »			1 2 3 4 5 6 7		
4.	« La prière à Dieu peut protéger l'entreprise ou le projet contre la faillite »			1 2 3 4 5 6 7		
5.	« Seul Dieu peut protéger l'entreprise ou un projet de création d'entreprise contre la faillite »			1 2 3 4 5 6 7		
6.	« Les mauvaises langues peuvent nous empêcher de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut prier Dieu et se munir de gris-gris pour s'en protéger »			1 2 3 4 5 6 7		

7.	«Les bénéfiques d'une entreprise ou de tout projet économique que l'on entreprendra dépendent toujours de Dieu »	1	2	3	4	5	6	7
8.	« Avant de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou LT dans un projet entrepreneurial, il est nécessaire de faire des aumônes ou des offrandes pour que notre affaire marche »	1	2	3	4	5	6	7
9.	« Grâce à la prière de Dieu, on peut réussir tout ce qu'on entreprend de licite dans notre vie »	1	2	3	4	5	6	7
10.	« Grâce au pouvoir magique, certaines personnes peuvent faire du mal à l'entreprise ou à un projet de création à distance »	1	2	3	4	5	6	7
11.	« En Haïti, tous les grands hommes d'affaires réussissent parce qu'ils ont de grands marabouts qui leur font un travail occulte »	1	2	3	4	5	6	7

Q43. Croyances à la futilité de la vie sur terre

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord				
1	2	3	4	5	6	7				
1.	« La vie sur cette terre ne vaut rien, il faut œuvrer pour l'au-delà »			1	2	3	4	5	6	7
2.	« La vraie récompense, ce n'est pas la réussite d'ici-bas mais l'accession au paradis »			1	2	3	4	5	6	7
3.	« Il ne sert à rien de créer une entreprise, voire se lancer dans un projet de création d'entreprise, il faut plutôt œuvrer pour aller au paradis »			1	2	3	4	5	6	7
4.	« On ne va pas emporter la richesse après la mort, à quoi bon de se battre, avoir le minimum suffit »			1	2	3	4	5	6	7
5.	« Il ne faut pas s'attarder aux choses de la vie, vu que notre demeure n'est pas d'ici-bas »			1	2	3	4	5	6	7
6.	« Notre vie sur cette terre ne représente rien par rapport à celle dans l'au-delà »			1	2	3	4	5	6	7

44. Communautarisme ou l'esprit communautaire

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord				
1	2	3	4	5	6	7				
1.	« Il est nécessaire de prendre soin de ma famille »			1	2	3	4	5	6	7
2.	« L'homme ne peut s'épanouir qu'au sein de sa famille »			1	2	3	4	5	6	7
3.	« Il est important de remplir d'abord les devoirs et obligations envers la famille »			1	2	3	4	5	6	7
4.	« Dans la vie, la famille est plus importante que les projets d'entreprise »			1	2	3	4	5	6	7
5.	« Il faut toujours se dévouer pour les autres »			1	2	3	4	5	6	7
6.	« Il me serait difficile d'être solidaire envers une personne ne provenant pas de ma famille »			1	2	3	4	5	6	7
7.	« Il est mieux d'être solidaire avec ceux qui ont les mêmes »			1	2	3	4	5	6	7

	buts que nous, même quand ils ne sont pas de la famille »	
--	---	--

Q45. Vision du temps

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord				
1	2	3	4	5	6	7				
1.	« Créer une entreprise chez moi est justifiée seulement si cela me permet d'être riche immédiatement »			1	2	3	4	5	6	7
2.	« Créer une entreprise chez moi n'est pas justifiée s'il faut attendre longtemps avant de devenir riche »			1	2	3	4	5	6	7
3.	« Créer une entreprise chez moi n'est pas justifiée, car les procédures administratives sont trop lourdes et trop longues »			1	2	3	4	5	6	7
4.	« Quand on a de l'argent, il vaut mieux le consommer petit à petit plutôt que vouloir créer à CT une entreprise ou porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet à caractère entrepreneurial »			1	2	3	4	5	6	7
5.	« Créer à CT une entreprise, voire porter sur le MT ou sur le LT un projet d'entreprise n'est pas justifié, car la vie est trop courte »			1	2	3	4	5	6	7
6.	« Créer à CT une entreprise, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise n'est pas justifié, car l'homme n'est pas éternel sur la terre »			1	2	3	4	5	6	7
7.	« Il ne faut jamais remettre à demain, ce qu'on peut faire aujourd'hui »			1	2	3	4	5	6	7
8.	« Dans l'incertitude de la vie, il faut vivre chaque jour comme si c'était le dernier et ne pas préoccuper du lendemain »			1	2	3	4	5	6	7
9.	« Créer à court terme une entreprise n'est pas nécessaire, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise, car nous n'avons besoin que de trouver ce que nous mangeons aujourd'hui »			1	2	3	4	5	6	7
10.	Créer à court terme une entreprise n'est pas nécessaire, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise, car il suffit juste de trouver ce dont nous avons besoin aujourd'hui »			1	2	3	4	5	6	7

Q46. Aversion pour la concurrence

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord				
1	2	3	4	5	6	7				
1.	« Depi nan ginen nèg rayi nèg » ⁵⁸			1	2	3	4	5	6	7
2.	« Personne n'a de pire ennemi que son frère »			1	2	3	4	5	6	7
3.	« Créer à CT une entreprise, voire se lancer sur le MT ou sur le			1	2	3	4	5	6	7

⁵⁸Adage créole signifiant que « Depuis la nuit des temps, les nègres détestent leurs semblables ».

	LT dans un projet d'entreprise peut susciter de la jalousie des gens de mon quartier, de mes amis, de ma famille et de la société en général »	
4.	« La réussite est indissociable à l'esprit de compétition »	1 2 3 4 5 6 7
5.	« Vouloir toujours dépasser les autres est une mauvaise chose »	1 2 3 4 5 6 7
6.	« Vouloir dépasser les autres est à l'origine de tous les problèmes que nous avons en Haïti »	1 2 3 4 5 6 7
7.	« Il faut éviter dans la vie de vouloir dépasser les autres »	1 2 3 4 5 6 7
8.	« Vouloir dépasser les autres, c'est l'esprit du diable »	1 2 3 4 5 6 7
9.	« Il faut toujours chercher à dépasser les autres »	1 2 3 4 5 6 7
10.	« Viser la conquête des marchés étrangers lorsqu'on crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise en Haïti est un objectif raisonnable »	1 2 3 4 5 6 7
11.	« Vouloir faire comme les grands groupes européens, américains, japonais quand on crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise en Haïti est une idée parfaitement raisonnable »	1 2 3 4 5 6 7
12.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial nécessite toujours de se battre contre d'autres personnes, ce qui est une bonne chose »	1 2 3 4 5 6 7
13.	« Pour créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut le faire dans le même secteur (ou la même activité) que les autres »	1 2 3 4 5 6 7
14.	« Pour créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut choisir un secteur où il n'y a pas d'entreprise »	1 2 3 4 5 6 7
15.	« L'esprit de compétition est la source de discordes et de violences »	1 2 3 4 5 6 7
16.	« La fortune va de pair avec la jalousie et la solitude »	1 2 3 4 5 6 7

Q47. Perception de la réussite socio-économique

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord
1	2	3	4	5	6	7
1.	« La fortune sourit aux audacieux »				1 2 3 4 5 6 7	
2.	« Toute réussite est à celui qui a de la chance »				1 2 3 4 5 6 7	
3.	« La chance aide parfois, le travail toujours »				1 2 3 4 5 6 7	
4.	« L'argent confère la puissance et le respect »				1 2 3 4 5 6 7	
5.	« L'enrichissement est un signe de salut »				1 2 3 4 5 6 7	
6.	« L'envie de s'enrichir est la plus motivation humaine »				1 2 3 4 5 6 7	
7.	« L'envie de s'enrichir est une mauvaise chose »				1 2 3 4 5 6 7	
8.	« Ce qui compte, ce n'est pas la richesse mais c'est de trouver ce dont nous avons besoin aujourd'hui »				1 2 3 4 5 6 7	
9.	« L'homme ne va nulle part avec la richesse »				1 2 3 4 5 6 7	

10.	« On ne peut s'enrichir en travaillant pour les autres »	1	2	3	4	5	6	7
11.	« Les riches restent riches et les pauvres demeurent pauvres »	1	2	3	4	5	6	7
12.	« La meilleure façon de réussir dans la vie, c'est de créer sa propre entreprise ou de se lancer dans un bon projet sur le LT »	1	2	3	4	5	6	7
13.	« L'objectif premier de la création d'une entreprise ou du lancement d'un bon projet est la recherche du profit »	1	2	3	4	5	6	7
14.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT est nécessaire si on veut accumuler de la richesse »	1	2	3	4	5	6	7
15.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car il est plus facile de réussir dans un pays étranger qu'en Haïti »	1	2	3	4	5	6	7
16.	« Créer à CT une entreprise ou porter un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, mieux vaut rechercher les richesses du ciel que les biens matériels »	1	2	3	4	5	6	7
17.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car tout ce qui se produit dans notre vie est la volonté de Dieu »	1	2	3	4	5	6	7
18.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car Dieu aidera chacun à avoir le nécessaire »	1	2	3	4	5	6	7
19.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car c'est Dieu seul qui donne la richesse »	1	2	3	4	5	6	7
20.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le M et LT n'est pas nécessaire, car la réussite économique ne dépend que de Dieu »	1	2	3	4	5	6	7
21.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car Dieu nous donnera chaque jour ce dont nous avons besoin »	1	2	3	4	5	6	7

Q48. Attitude face à l'épargne et à l'investissement

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord				
1	2	3	4	5	6	7				
1.	« La fortune est le produit d'une longue accumulation de l'épargne »			1	2	3	4	5	6	7
2.	« Investir à CT dans une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise rapporte mieux que l'épargne »			1	2	3	4	5	6	7
3.	« Qui n'épargne pas un sou, n'en aura jamais deux »			1	2	3	4	5	6	7
4.	« L'épargne et la consommation sont plus rassurantes que de créer à CT une entreprise, voire de porter sur le MT ou sur le LT un projet entrepreneurial quelconque »			1	2	3	4	5	6	7

5.	« Créer une entreprise permet de creuser les puits aujourd'hui pour étancher les soifs de demain »	1	2	3	4	5	6	7
6.	« L'argent ne fait pas le bonheur »	1	2	3	4	5	6	7
7.	« L'argent est fait pour être dépensé »	1	2	3	4	5	6	7

Q49. Attitude vis-à-vis du risque

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord				
1	2	3	4	5	6	7				
1.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est dangereux, car c'est se lancer dans l'inconnu et dans l'aventure »			1	2	3	4	5	6	7
2.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas nécessaire, si on risque de ne pas réussir »			1	2	3	4	5	6	7
3.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas justifié, car on peut perdre tout son argent »			1	2	3	4	5	6	7
4.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le M et LT un projet de création d'entreprise est nécessaire, car qui ne risque pas n'aura rien »			1	2	3	4	5	6	7
5.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise en Haïti n'est pas nécessaire face aux problèmes politiques et à l'insécurité »			1	2	3	4	5	6	7
6.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas nécessaire si on ne possède pas les moyens et ressources pour affronter les concurrents potentiels »			1	2	3	4	5	6	7
7.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise, c'est d'avoir une grande confiance en soi, en ses capacités et ses ressources »			1	2	3	4	5	6	7
8.	« Le travail procure plus de sécurité que la création d'une entreprise, voire de se lancer dans un projet entrepreneurial »			1	2	3	4	5	6	7
9.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas raisonnable, car on ne peut dépenser son argent sans rien espérer de retour »			1	2	3	4	5	6	7
10.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est risqué, si on n'a pas d'assurance commerciale protégeant ses actifs »			1	2	3	4	5	6	7
11.	« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise en Haïti n'est pas nécessaire face au manque de soutien institutionnel, financier et technique »			1	2	3	4	5	6	7
12.	« Il est plus prudent de rechercher une stabilité professionnelle que de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou			1	2	3	4	5	6	7

	sur le LT dans un projet à caractère entrepreneurial »	
13.	« Il est préférable d'avoir un poste dans l'administration publique, même avec un bas revenu que de se lancer dans un projet de création d'entreprise »	1 2 3 4 5 6 7
14.	« Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial est nécessaire, car avoir le courage d'entreprendre est l'un des principaux facteurs de succès »	1 2 3 4 5 6 7

Q50. Distance hiérarchique et conformisme

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord
1	2	3	4	5	6	7
1.	« Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut toujours chercher à faire comme mes prédécesseurs »			1 2 3 4 5 6 7		
2.	« Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le M T ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez n'est pas nécessaire, car il faut toujours chercher à faire comme on a l'habitude de faire »			1 2 3 4 5 6 7		
3.	« Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut faire exactement comme les autres »			1 2 3 4 5 6 7		
4.	« Il est préférable de conserver toujours les mêmes habitudes que mes grands parents, au lieu de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi pour subsister à mes besoins»			1 2 3 4 5 6 7		

Q51. Entraide

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord
1	2	3	4	5	6	7
1.	« On crée à CT une entreprise ou on se lance sur le M et LT dans un projet entrepreneurial chez moi, c'est parce qu'il faut aider les plus faibles »			1 2 3 4 5 6 7		
2.	«On crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car dans la famille les aînés doivent prendre soins des plus jeunes »			1 2 3 4 5 6 7		
3.	« Chez moi les plus jeunes doivent compter sur les plus âgés, et ceci dans tout»			1 2 3 4 5 6 7		
4.	« Chez moi, celui qui travaille doit occuper les autres et cherche à les intégrer dans la vie professionnelle»			1 2 3 4 5 6 7		
5.	« La solidarité au sein de la famille est obligatoire, c'est pour cela je veux créer mon entreprise le plus rapidement possible »			1 2 3 4 5 6 7		

Q52.L'auto-retrait du monde

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en accord	En accord	Tout à fait en accord
1	2	3	4	5	6	7
1.	« Il ne sert à rien de créer à CT une entreprise ou se de lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car on vit dans ce monde, mais on n'est pas de ce monde »			1 2 3 4 5 6 7		
2.	« Il ne sert à rien de créer à CT une entreprise ou se de lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car il ne faut pas s'intéresser à ce que font les autres »			1 2 3 4 5 6 7		
3.	« On doit éviter à tout prix de participer à la vie active »			1 2 3 4 5 6 7		
4.	« La vie est trop compliquée, on laisse faire le destin »			1 2 3 4 5 6 7		
5.	« Il ne faut pas suivre les autres dans leurs initiatives entrepreneuriales »			1 2 3 4 5 6 7		

Q53. Informations fermées dichotomiques sur les variables liées à l'appartenance sociale

1. Par rapport à votre âge, êtes-vous intéressé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans votre département de naissance ?

Oui Non

2. Par rapport à votre sexe, sentez-vous prêt à créer à CT une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans votre département d'origine ?

Oui Non

3. Vu mon niveau d'études, êtes-vous intéressé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans votre département d'origine ?

Oui Non

4. En tenant compte du profil de vos parents, êtes-vous motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans votre département d'origine ?

Oui Non

5. En tenant compte de votre milieu résidentiel, êtes-vous motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans votre département d'origine ?

Oui Non

6. En sachant que vous avez un engagement économique, politique, social et écologique, êtes-vous motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans votre département d'origine ?

Oui Non

7. En sachant que vous êtes chefs de ménage, êtes-vous motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans votre département d'origine ?

Oui Non

8. En sachant que vous avez hérité d'un bien quelconque de vos parents ou de vos proches, êtes-vous motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans votre département d'origine ?

Oui Non

9. En sachant que vous acquérez de l'expérience professionnelle, êtes-vous motivé à créer à court terme une entreprise ou à se lancer sur le moyen terme ou sur le long terme dans un projet à caractère entrepreneurial dans votre département d'origine ?

Oui Non

10. Parmi tous les traits culturels mentionnés plus haut, lesquels peuvent vous décourager ou vous motiver à créer à court terme une entreprise ou à porter sur le moyen terme ou sur le long terme un projet d'entreprise dans votre département d'origine?

Traits culturels qui vous découragent (au moins trois) _____

Traits culturels qui vous motivent (au moins trois) _____

Ni l'un ni l'autre _____

Caractéristiques personnelles ou appartenance sociale qui vous découragent (au moins trois) ____

Caractéristiques personnelles ou appartenance sociale qui vous motivent (au moins trois) ____

Département d'origine en question _____

Annexe 1B.



Kesyonè dankèt

N^o: _____

Kesyonè sa a rantre nan kad yon etid doktoral. Li gen pou objektif reyalize yon ankèt sou kilti antrepreneryal nan kontèks pèp ayisyen. Nap mande pou ou ranpli kesyonè sa a, pandan ouap kotche kaz ki parèt pi enpòtan pou ou. Nap souliye ke ou ka reponnn ak tout kesyon ki nan kesyonè a pandan 30 minit.

Nou ba ou tout garanti ke enfòmasyon nou rive rekeyi yo ap rete konfidansyèl epi yap pibliye sèlman nan kad etid sa a. Se pou sa nou pa mande ou ni prenon ou, ni non ou ak ni telefòn ou. Tou senpleman, nap mande ou pou ou reponn ak kesyon sa yo nan yon titan ki pa trò long. Nap di ou ke nou apresye sijesyon ou tou. Ou ka ekri nou sou adrès sila : ernesttesse@yahoo.fr ou byen ou ka telefònen nou sou nimewo sa yo: 3 737 7941 (nan peyi dayiti) oubyen 06 34351230 (nan peyi lafrans).

I. Karakteristik pèsonèl epi enfòmasyon ki veyikile selon apatenans sosyal ou.

Q1. Ki sèks ou ? Gason Fanm

Q2. Ou fè pati de kèl kategori laj ?

[20-24] lane [25-29] lane [30-39] lane [40-49] lane 50 lane e plis

Q3. Ou fèt nan ki depatman an Ayiti ?

<input type="checkbox"/> Sid	<input type="checkbox"/> Nò
<input type="checkbox"/> Lwès	<input type="checkbox"/> Sidès
<input type="checkbox"/> Nòdwès	<input type="checkbox"/> Nòdès
<input type="checkbox"/> Latibonit	<input type="checkbox"/> Sant
<input type="checkbox"/> Grandans	<input type="checkbox"/> Nip

Q4. Ki zòn ou abite an Ayiti ? Nan vil Andeyò

Q5. Ki eta sivil ou : Selibatè Marye Divòse
Vèf plase Separe

Q6. Ki nivo étid ou ?

- Ou pa fè lekòl Etid segondè Etid inivèsitè (Diplòm de Lisans)
 Etid primè Etid profesyonèl Metriz epi plis

Q7. Relijyon ou ?

- Ou pa genyen Katolik Pwotestan
 Misilman Vodou Lòt, (SVP, presize) _____

Q8. Konbyen frè ou genyen ?

- [0] [1-3] [3-6] [6-9] [9 et plis]

Q9. Konbyen sè ou genyen ?

- [0] [1-3] [3-6] [6-9] [9 et plis]

Q10. Konbyen timoun ou genyen ?

- [0] [1-3] [3-6] [6-9] [9 et plis]

Q11. Paran ou yo vivan ? Oui Non

Q12. Ouap viv toujou kay paran ou? Oui Non

Q13. Kisa ouap fè kounye a ?

- San anplwa, nan chomaj
 Anplwaye nan administrasyon piblik
 Anplwaye nan antrepriz privé
 Anplwaye a pwòp kont (patwon travayè)
 Lòt (SVP, presize) _____

Q14. Si ou genyen aktyèlman yon anplwa, ou afekte nan ki departman ?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sid | <input type="checkbox"/> Nò |
| <input type="checkbox"/> Lwès | <input type="checkbox"/> Sidès |
| <input type="checkbox"/> Nodwès | <input type="checkbox"/> Nòdès |
| <input type="checkbox"/> Latibonit | <input type="checkbox"/> Sant |
| <input type="checkbox"/> Grandans | <input type="checkbox"/> Nip |

Q15. Si ou pa genyen okenn anplwa, di konbyen tan konsa ou rete san ou pap travay ?

- Youn a si mwa Youn a de zan Kat a si zan
 Si mwa a you lane De a kat lanne Si lanne epi plis

Q16. Ou pa janmè travay nan laj ou? Oui Non

Q17. Si non, nan ki laj ou koumanse premye travay ou?

[20-24] lane [25-29] lane [30-39] lane [40-49] lane 50 lane e plis

Q18. Eske ou fè déjà yon eksperyans profesyonèl? Wi Non

Q19. Si wi, eske ou santi w akeri sifizaman eksperyans nan travay ou? Wi Non

Q20. Eske ou genyen paran ou (swa papa ou manman ou) ki :

- Kad nan antrepriz privè oubyen nan administrasyon piblik? Wi Non
- Chèf antrepriz? Wi Non
- Atizan ou komèsan? Wi Non
- Pwofesyon entèlektiyèl sipéryè? Wi Non
- Pwofesyon entèmedyè? Wi Non
- Agrikiltè? Wi Non
- Lòt Wi Non

Q21. Kote ou abite a ou genyon yon responsabiltè ekonomik, politik, sosyal ak ekolojik?

Wi Non

Q22. Eske ou deja erite yon byen, lajan oubyen yon patrimwan ke yon pwòch mouri kite pou ou?

Wi Non

Q23. Eske ou genyen timoun, paran oubyen yon pwòch kap viv sou responsabiltè ou pou bay manje, okipe, elatrye?

Wi Non

II. Enfòmasyon sou kreyasyon antrepriz ak entansyon pou antreprann

Q24. Ki fòmasyon ou genyen?

Ankenn Dwa, Ekonomi, Gesyon Syans oubyen Teknik
 Lòt/A Lòt (Presize, SVP) _____

Q25. Eske ou konnen sa ki rele antrepriz la, konpetans ak resous li egzije?

Wi, toutafè Pa vrèman Non, pa ditou

Q26. Nan dènye ane sa yo, ou daja patisipe nan aktivite fòmasyon kap pèmèt ou kreye antrepriz ou?

Wi Non

Q27. Ou kreye deja yon antrepriz? Wi Non Si wi, nan ki departman? _____

Q28. Eske ou santi ou motive pou kreye yon antrepriz nan departman ou fèt la?

Wi Non Si wi, nan ki departman ? _____

Q29. Si wi, nan ki sektè ou swete kreye antrepriz la ?

Transpò TIC Mikwokredi
 Restorasyon Komès an detay
 Manifakti Komès an gwo
 Konstriksyon Touris
 Edikasyon Lòt bagay (Presize, SVP) _____

Q30. Si ou di non, pou kisa ?

Se twòp travay epi lavi a trò kou pou ou bat tèt ou pou sa
 Ou pè jalouzi oubyen pou yo pa voye mò sou ou
 Pagen moun nan fanmiy ki deja kreye yon antrepriz
 Ou pè riske vi ou
 Kilòt bagay ou ka di (Presize, SVP) _____

Q31. Sinon, eske ou plito motive pa nesesite ou pa opòtinite pou :

- Pòte sou mwayen tèms you pwojè ki gen karaktè antreprenaryal nan pwòp departman ou fèt la ? Wi Non Si wi, nan ki departman nan peyi a ? _____
- Pòte sou lon tèms you pwojè ki gen karaktè antreprenaryal nan pwòp departman ou fèt la ?
Wi Non Si wi, nan ki departman nan peyi a ? _____

Q32. Eske ou santi ou prè pou monte yon projè ki kapab jwenn finansman ? Wi Non

Q33. Eske ou kwè ke genyen anpil moun nan fanmiy ou ki ta swete kreye pwòp antrepriz yo?

Tout moun majorite ladan yo Anpil moun
 Pa genyen anpil Pa genyen ditou

Q33. Eske ou kwè ke genyen anpil moun nan zanmi ou yo ki ta swete kreye pwòp antrepriz yo?

Tout moun Majorite ladan yo Anpil moun
 Pa genyen anpil Pa genyen ditou

Q35. Eske ou panse ke genyen twòp antrepriz nan peyi a ?

Pa genyen ase Gen anpil
 Genyen ase Ou pa ka di anyen

Q36. Daprè ou menm, kiyès ki motive moun kreye antrepriz andidan peyi a ? Klase repons ou yo konsa : 1 se premye rezon ki pi enpòtan, 2 se dezyèm rezon ki enpòtan, elatriye.

	Ran
Rechèch pwofi (benefis)	
Bay tèt ou travay ou bay moun nan antouraj ou travay	
Genyen plis lajan	
Pou pran swen fanmiy chak jou bondye mete	
Pou mwen kapab dekouvri lòt mache	
Gen avantaj ekonomik (se lokazyon pou reponn ak nouvèl demand sou mache a)	
Sòti nan povrete	
Pou mwen vini patron	
Mwen bezwen kreye lòt pwodwi	
Pou mwen fè yo respekte epi pou mwen trè enfliyan nan zòn mwen ou bò lakay mwen	
Pou mwen otonòm epi plis endepandan	
Lòt (Presize, SVP)	

Q37. Daprè ou menm, kiyès ki anpeche moun kreye antrepriz andidan peyi a ? Klase repons ou yo konsa : 1 se premye rezon ki pi enpòtan, 2 se dezyèm rezon ki enpòtan, elatriye.

	Ran
Akoz difikilte pou jwenn matyè premyè	
Efò pèsònèl ke sa mande (twò di, twòp travay)	
Manke resous finansyè (pa genyen lajan nou bezwen)	
Materyèl ak zouti ki kapab fè pwodiksyon pa disponib sou plas	
Manke anfrastrikti nan peyi a (elektrisite, dlo, wout, elatriye)	
Moun ki gen pou travay yo pa kalifye	
Manke soutyen leta (finansye, asistans, ensitasyon, elatriye)	
Ou pa jwenn soutyen nan fanmiy ou	
Ou pè jalouzi epi ou pè pou yo pa voye mò sou ou	
Ou pè rantre nan konkirans ak lòt moun	
Moun kap konsome yo pa gen lajan pou yo achete an kantite (yo pa genyen lajan pou yo achete nouvo pwodwi yo)	
Manke edikasyon ak eksperyans	
Lòt bagay (Presize, SVP)	

Q38. Eske ou you manm nan fanmiy oubyen antouraj ou ki genyen yon antrepriz kap fonksyone?

Oui

Non

Q39. Si wi, kilès yo ye ?

Manman

Kouzen

Papa

Kouzin

Epou (Epouz)

Bòfrè

Sè

Bèl sò

Frè

Lòt (Espesifye, SVP)_____

Q40. Si ou vin antreprèn epi ou dwe anboche, kiyès ouap prefere chwazi : (Klase pa òd enpòtan selon menm echèl ; 1 se pli enpòtan, elatriye)

	Ran
Manm nan fanmiy ou	
Moun ki nan menm relijyon ak ou	
Moun ki kalifye (diplòm)	
Moun ki genyen eksperyans nan domèn nan	
Moun ki genyen lyen ak ou oubyen zanmi ou yo	
Lòt bagay, SVP espesifye:	

III. Enfòmasyon sou varyab ki genyen awè ak trè kiltirèl. Endike nivo dakò ak chak enonse ki prezante. Antoure chif 7 si ou toutafè dakò ou pou ekstrèmman enpòtan, chif 1 si ou toutafè an dezakò oubyen absoliman non enpòtan nan sèten ka. Ou kapab chwazi youn nan chif entèmedyè si opinyon ou pata klèman depataje. Pa genyen bòn oubyen movèz kesyon. Sa ki enterese nou se chif qui tradwi mye opinyon ou a chak enonse.

Q41. Faktè motivasyonèl

Absoliman pa enpòtan	Pa enpòtan	Plito pa enpòtan	endiferan	Plito enpòtan	Enpòtan	Ekstrèmman enpòtan					
1	2	3	4	5	6	7					
1.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè nesèsè pou satisfaksyon mwen et pou tout reyalizasyon mwen fè»				1	2	3	4	5	6	7
2.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè pèmèt inovè epi ala pwent de nouvel teknoloji»				1	2	3	4	5	6	7
3.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè ki gen karaktè antreprèneryal se yon bezwen dakonplisman pèsònèl »				1	2	3	4	5	6	7
4.	«Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè antrepriz pèmèt mwen pwouve mwen ke mwen kapab reyisi»				1	2	3	4	5	6	7
5.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè ap pèmèt kontinye a apwann»				1	2	3	4	5	6	7
6.	«Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi				1	2	3	4	5	6	7

	lon tèm yon pwojè ap pèmèt reyalize anbisyon mwen »	
7.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè ap pèmèt mwen pwouve kapasite mwen pou mwen devlope nouvèl ide»	1 2 3 4 5 6 7
8.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè ap pèmèt genyen plis otonomi et latitud nan vi pèsònèl mwen»	1 2 3 4 5 6 7
9.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè ap pèmèt mwen gen plis kapasite pou mwen dirije olye ke se moun ki dirije »	1 2 3 4 5 6 7
10.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè antreprèneryal ap pèmèt mwen genyen kontwòl vi mwen epi avni mwen»	1 2 3 4 5 6 7
11.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè antreprèneryal nesèsè pou reyisit pèsònèl mwen epi pou pwosperite mwen»	1 2 3 4 5 6 7
12.	«Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi sou lon tèm yon pwojè antreprèneryal ap pèmèt mwen genyen plis enflyans nan katye mwen abite »	1 2 3 4 5 6 7
13.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè antreprèneryal ap pèmèt mwen atenn yon nivo pli o nan sosyete a»	1 2 3 4 5 6 7
14.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè nan peyi a ap pèmèt mwen respekte epi admire pa tout fanmiy mwen, zanmi mwen yo et sosyete a»	1 2 3 4 5 6 7
15.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè nan peyi mwen se you gwo estim pou mwen»	1 2 3 4 5 6 7
16.	« Kreye yon antrepriz a koutèm oubyen pote sou mwayen epi lon tèm yon pwojè nan peyi mwen se gen kapasite pou chwazi moun mwen kapab »	1 2 3 4 5 6 7

Q42. Kwayans nan maji ak relijyon

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò
1	2	3	4	5	6	7
1.	« Si ou paka atire chans sou ou pa marabou oubyen pa lapriyè, ou pa ka kreye touswit you antrepriz, oubyen pote sou mwayen ak lon tèm yon bon pwojè antreprèneryal an Ayiti, paske li pap mache »			1 2 3 4 5 6 7		
2.	« Kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou mwayen tèm oubyen sou lon tèm yon pwojè antreprèneryal nan peyi Dayiti trè danjere si ou paka pwoteje ou kont kout poud »			1 2 3 4 5 6 7		
3.	« Fayit yon antrepriz oubyen yon pwojè antreprèneryal li souvan lye a yon movè sò »			1 2 3 4 5 6 7		

4.	« Priye Bondye paka pwoteje antrepriz la oubyen yon pwojè antrepreryal kont fayit »	1 2 3 4 5 6 7
5.	« Sèl Bondye ki kapab pwoteje antrepriz la oubyen yon pwojè antrepreryal kont fayit »	1 2 3 4 5 6 7
6.	« Movèz lang kapab anpeche ou kreye yon antrepriz touswit oubyen pote yon pwojè antrepreryal nan peyi a, fòk ou priye Bondye oubyen ou pwoteje ou kont tout grigri »	1 2 3 4 5 6 7
7.	« Benefis yon antrepriz oubyen tout pwojè ekonomik ke ou antreprann depan toujou de Bondye »	1 2 3 4 5 6 7
8.	« Avan ou kreye yon antrepriz touswit oubyen pote yon pwojè antrepreryal nan peyi a, li nesèsè pou fè omon oubyen fè ofrann pou ke afè ou ka mache byen »	1 2 3 4 5 6 7
9.	« Gras ak lapriyè Bondye, ou kapab reyisi tout sa ou ka antreprann de lisit nan vi ou »	1 2 3 4 5 6 7
10.	« Gras a pouvwa majik, plizyè moun kapab fè mal nan antrepriz oubyen yon pwojè antrepreryal a distans »	1 2 3 4 5 6 7
11.	« Nan peyi dayiti, tout gran òm dafè reyisi paske yo genyen marabou »	1 2 3 4 5 6 7

Q43. Kwayans a fitilite nan lavi sou tè a

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò
1	2	3	4	5	6	7
1.	« La vi sou latè pa itil mwen ayen, plito mwen travay pou male nan syèl la »			1	2 3 4 5 6 7	
2.	« Vrè rekonpans lan se pa reyisi isiba, men se lòske ou nan paradi »			1	2 3 4 5 6 7	
3.	« Sa pa vo anyen si ou kreye yon antrepriz oubyen pote yon pwojè antrepriz, men dwe lite plito pou ale nan paradi »			1	2 3 4 5 6 7	
4.	« Ou pa prale ak richès lè ou fin mouri, se pou sa ou pa bezwen bat tèt ou pou kreye yon antrepriz, genyen yon ti bagay pou viv sa sifi »			1	2 3 4 5 6 7	
5.	« Ou pa dwe atache ak choz sou latè, paske kay ou pa isi ba »			1	2 3 4 5 6 7	
6.	« Vi nou genyen sou tè a diferan de sa ki nan syèl la »			1	2 3 4 5 6 7	

44. Espri Kominotè

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò
1	2	3	4	5	6	7
1.	« Li nesèsè pou pran swen fanmiy mwen »			1	2 3 4 5 6 7	
2.	« Yon moun santi li byen lè li nan fanmiy li »			1	2 3 4 5 6 7	
3.	« Li enpòtan pou ranpli devwa ak obligasyon anvè fanmiy ou »			1	2 3 4 5 6 7	
4.	« Nan lavi, fanmiy pi enpòtan ke yon pwojè antrepriz »			1	2 3 4 5 6 7	

5.	« Fòk ou efòse pou lòt yo »	1	2	3	4	5	6	7
6.	« Li ta difisil pou mwen solidarize ak yon moun ki pafè pati fanmiy mwen »	1	2	3	4	5	6	7
7.	« Li mye pou mwen solidarize ak moun ki genyen menm objektif mwen, menm si li pa fè pati de fanmiy mwen »	1	2	3	4	5	6	7

Q45. Vizyon sou tan

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò				
1	2	3	4	5	6	7				
1.	« Li enpòtan pou mwen kreye yon antrepriz lakay mwen si lap pèmèt mwen rich touswit »			1	2	3	4	5	6	7
2.	« Li pa enpòtan pou mwen kreye yon antrepriz lakay mwen paske map pran anpil tan pou mwen vin rich »			1	2	3	4	5	6	7
3.	« Li pa enpòtan pou mwen kreye yon antrepriz lakay mwen paske demach administrativ pran twòp tan »			1	2	3	4	5	6	7
4.	« Lòske ou genyen lajan, li mye si ou konsome li olye ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou anpil tan yon pwojè antrepreneryal nan peyi a »			1	2	3	4	5	6	7
5.	« Li pa enpòtan pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou anpil tan yon pwojè antrepreneryal nan peyi a paske lavi a kout sou latè »			1	2	3	4	5	6	7
6.	« Li pa enpòtan pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou anpil tan yon pwojè antrepreneryal paske moun pap rete lontan sou tè sa a »			1	2	3	4	5	6	7
7.	« Pa remèt a demen maten sa ou ka fè jodi a »			1	2	3	4	5	6	7
8.	« Fòk ou viv chak jou kòm si sete dènye tan, pa okipe ou de landemen »			1	2	3	4	5	6	7
9.	« kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou anpil tan yon pwojè antrepreneryal pa twò nesèsè, li sifi nou jwenn sa nou bezwen a manje jodi a »			1	2	3	4	5	6	7
10.	« kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou anpil tan yon pwojè antrepreneryal pa twò nesèsè, li sifi de twouve tout sa nou bezwen jodia »			1	2	3	4	5	6	7

Q46. Avèsyon sou la konkirans

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò				
1	2	3	4	5	6	7				
1.	« Depi nan ginen nèg rayi nèg »			1	2	3	4	5	6	7
2.	« Yon moun pa genyen pi anmi ke frè li »			1	2	3	4	5	6	7
3.	« kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou anpil tan yon pwojè antrepreneryal kapab kreye »			1	2	3	4	5	6	7

	jalouzi a tout moun ki nan katye mwen, zanmi mwen yo, famiy mwen et tout sosyete a »	
4.	« Reyisit pa janmè detachè ak lespri de konpetisyon »	1 2 3 4 5 6 7
5.	« Lòske ou vle depase lòt moun se yon movèz choz »	1 2 3 4 5 6 7
6.	« Lòske youn vle depase lòt se pi gwo pwoblèm peyi dayiti »	1 2 3 4 5 6 7
7.	« Fòk evite fè plis efò ke lòt yo »	1 2 3 4 5 6 7
8.	« Lòske ou vle fè plis efò ke lòt la, se lespri du dyab »	1 2 3 4 5 6 7
9.	« Fòk ou toujou fè plis efò ke tout moun »	1 2 3 4 5 6 7
10.	« Vize mache etranje lòske ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal se yon objektif rezonab »	1 2 3 4 5 6 7
11.	« Fè kòm gran gwoup ewopeyen, ameriken, japonè lòske ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal se yon li ki pafètman rezonab »	1 2 3 4 5 6 7
12.	« kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal, li mande ou pou goumen kont tout lòt moun, sak ta reprezante yon bòn choz »	1 2 3 4 5 6 7
13.	« Pou ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan ou sou bon tan yon pwojè antrepreneryal, fòk ou tal fèl nan menm sektè daktivite ke lòt yo »	1 2 3 4 5 6 7
14.	« Pou ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan ou sou bon tan yon pwojè antrepreneryal, fòk ou ta fèl nan yon sektè ki pa genyen antrepriz »	1 2 3 4 5 6 7
15.	« Espri ki pèmèt ou rantre nan konpetisyon se sous diskòd ak vyolans »	1 2 3 4 5 6 7
16.	« La fòtin ale de pè ak lajalouzi epi la solitud »	1 2 3 4 5 6 7

Q47. Pèsepsyon de reyisit sosyo-ekonomik

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò
1	2	3	4	5	6	7
1.	« La fòtin souri bay moun ki gen odas »				1	2 3 4 5 6 7
2.	« Tout moun ki reyisi se moun ki genyen chans »				1	2 3 4 5 6 7
3.	« Chans ede moun pafwa, men travay se toujou »				1	2 3 4 5 6 7
4.	« Lòske ou genyen lajan ou genyen pisans ak respè »				1	2 3 4 5 6 7
5.	« Anrichisman se yon siy de sali »				1	2 3 4 5 6 7
6.	« Anvi pou gen anpil lajan se yon motivasyon ou jwenn lakay tout moun »				1	2 3 4 5 6 7
7.	« Anvi pou genyen anpil lajan se yon bòn choz »				1	2 3 4 5 6 7
8.	« Sa ki konte se pa anpil lajan, men se jwenn sa ou bezwen jodiya »				1	2 3 4 5 6 7
9.	« Moun pa prale ak richès lè li mouri »				1	2 3 4 5 6 7
10.	« Ou pa gen anpil lajan si ouap travay pou moun sèlman »				1	2 3 4 5 6 7

11.	« Rich ap toujou rete rich, pòv ap rete pòv »	1	2	3	4	5	6	7
12.	« Meyè fason pou yon moun reyisi se kreye antrepriz li ou byen pote yon pwojè antreprenaryal lakay ou »	1	2	3	4	5	6	7
13.	« Premye objektif lòske ou kreye yon antrepriz se ale chèche pwofi »	1	2	3	4	5	6	7
14.	« Si ou vle gen plis richès, li nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal »	1	2	3	4	5	6	7
15.	« Li pa twò nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske li pli fasil pou reyisi nan peyi letranje ke lakay ou »	1	2	3	4	5	6	7
16.	« Li pa twò nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, li mye ke ou chèche richès syèl ke byen materyèl »	1	2	3	4	5	6	7
17.	« Li pa twò nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske tout sa ki pwodui nan vi nou se volonte bondye »	1	2	3	4	5	6	7
18.	« Li pa twò nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske Bondye bay tout pitit li lepen kotidyen »	1	2	3	4	5	6	7
19.	« Li pa twò nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske se sèl Bondye ki bay la richès »	1	2	3	4	5	6	7
20.	« Li pa twò nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske tout moun ki reyisi sou plan ekonomik depan de Bondye ki nan syèl la »	1	2	3	4	5	6	7
21.	« Li pa twò nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske Bondye toujou kase met nan men tout pitit li yo »	1	2	3	4	5	6	7

Q48. Atitud fas a lepay ak envestisman

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò				
1	2	3	4	5	6	7				
1.	« Richès se pwodwi de lon akimilasyon epay »			1	2	3	4	5	6	7
2.	« Envisti touswit nan kreyasyon yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal ap rapòte plis ke ou mete lajan nan bank »			1	2	3	4	5	6	7

3.	« Yon moun ki pa epaye yon sou, pap genyen de sou demen »	1	2	3	4	5	6	7
4.	« Epay ak konsome yo pli asiran ke lòske ou pran desisyon pou ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen sou yon bon tan yon pwojè antreprenaryal kelkonk »	1	2	3	4	5	6	7
5.	« Kreye yon antrepriz ap pèmèt ou satisfè jodiya ak demen maten »	1	2	3	4	5	6	7
6.	« Lajan pa fè bonè moun »	1	2	3	4	5	6	7
7.	« Lajan fèt pou depanse »	1	2	3	4	5	6	7

Q49. Atitud fas risk ou ensètitud

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò
1	2	3	4	5	6	7
1.	« Li danjere pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske se lanse nan enkonu oubyen nan avanti »			1 2 3 4 5 6 7		
2.	«Li nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske si ou pa riske ou pap reyisi »			1 2 3 4 5 6 7		
3.	« Li nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske se pèdi tout lajan ou »			1 2 3 4 5 6 7		
4.	« Li nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske si ou pa riske ou pap genyen »			1 2 3 4 5 6 7		
5.	« Li pa nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske li pa pèmèt ou fè fas nan pwoblèm politik ak ensekirite »			1 2 3 4 5 6 7		
6.	« Li pa nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a si ou pa posede mwayen ak resous pou kapab afwonte konkuran potansyèl yo »			1 2 3 4 5 6 7		
7.	« kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, se gen konfyans nan ou, nan kapasite ou epi nan resous ou »			1 2 3 4 5 6 7		
8.	« Travay bay plis sekirite ke kreye yon antrepriz oubyen lanse ou nan yon pwojè antreprenaryal »			1 2 3 4 5 6 7		
9.	« Li pa rezonab pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal nan peyi a, paske ou pa depanse lajan ou san ou pa espere genyen anyen nan retou »			1 2 3 4 5 6 7		
10.	« kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan »			1 2 3 4 5 6 7		

	oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal se trè riske nan peyi a, paske pa genyen asirans komèsyal ki kapab pwoteje aktif ou yo »	
11.	« Li pa nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal nan peyi a, paske pa genyen soutyen finansye, enstitisyonèl ak teknik »	1 2 3 4 5 6 7
12.	« Li pi pridan pou chèche yon estabilite pwofesyonèl ke ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal nan peyi a »	1 2 3 4 5 6 7
13.	« Li preferab pou genyen yon pòs nan administrasyon piblik menm avèk yon nivo revni ki ba ke ou lanse nan yon pwojè kreyasyon yon antrepriz »	1 2 3 4 5 6 7
14.	« kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal nan peyi a, paske gen kouraj pou antreprann se youn nan prensipal faktè de siksè »	1 2 3 4 5 6 7

Q50. Distans yerachik oubyen konfòmizm

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò
1	2	3	4	5	6	7
1.	« Li pa nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal nan peyi a, paske fòk ou toujou chache fè kòm lòt moun yo te fè anvan »			1 2 3 4 5 6 7		
2.	« Li pa nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal nan peyi a, paske fòk ou toujou fè kòm ou gen abitud fè »			1 2 3 4 5 6 7		
3.	« Li pa nesèsè pou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal lakay ou, paske fòk fè kòm lòt yo »			1 2 3 4 5 6 7		
4.	« Li preferab pou konsève menm abitud ke gran paran ou yo, olye ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal lakay ou pou kapab satisfè bezwen ou »			1 2 3 4 5 6 7		

Q51. Antrèd

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò
1	2	3	4	5	6	7
1.	« Ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal lakay ou, paske ou dwe ede lòt yo »			1 2 3 4 5 6 7		
2.	«Ou kreye touswit yon antrepriz oubyen pote sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antrepreneryal lakay ou,			1 2 3 4 5 6 7		

	paske nan fanmiy mwen pigwan dwe ede pi piti »	
3.	« Lakay mwen, pi piti a dwe konte sou pigwan an nan tout bagay »	1 2 3 4 5 6 7
4.	« Lakay mwen, sa kap travay la dwe okipe sa ki pap travay epi tou chache mete li nan lavi pwofesyonèl »	1 2 3 4 5 6 7
5.	« Solidarite nan famiy obligatwa an Ayiti, se pou sa mwen vle kreye touswit yon antrepriz »	1 2 3 4 5 6 7

Q52. Oto retrè di mond

Toutafè an dezakò	An dezakò	Plito an dezakò	Ni an akò ni an dezakò	Plito an akò	An akò	Toutafè an akò
1	2	3	4	5	6	7
1.	« Sa pa vo anyen si ou kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal lakay ou, paske ouap viv nan yon mond kip a pou ou »			1 2 3 4 5 6 7		
2.	«Sa pa vo anyen si ou kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse sou yon titan oubyen yon bon tan yon pwojè antreprenaryal lakay ou, paske ou pa dwe enterese ak sa lòt yo ap fè »			1 2 3 4 5 6 7		
3.	« Ou dwe fè tout sa ou konnen pou pa travay oubyen pou pa kreye yon biznis »			1 2 3 4 5 6 7		
4.	« Vi a trè konplike nan peyi a, se pou sa ou kite desten aji »			1 2 3 4 5 6 7		
5.	« Fòk ou pa swiv pèsòn moun ki gen lide antreprann yon aktivite »			1 2 3 4 5 6 7		

Q53. Kesyon fème sou varyab ki gen a ouè ak apatenan sosyal

1. Pa rapò ak laj ou, eske ou enterese kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Oui Non

2. Pa rapò ak sèks ou, eske ou enterese kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Oui Non

3. Pa rapò ak nivo etid ou, eske ou enterese kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Oui Non

4. Pa rapò ak pwofil paran ou, eske ou enterese kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Oui Non

5. Pa rapò ak kote ou abite a, eske ou enterese kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Oui Non

6. Pa rapò ak angajman ekonomik ou, sosyal ou, politik ou oubyen ekolojik ou, eske ou enterese kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Oui Non

7. Pa rapò ak responsabilite fanmiy ou, eske ou enterese kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Oui Non

8. Piske ou pa eritye okenn byen ak richès de paran ou oubyen yon pwòch ou, eske ou enterese kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Oui Non

9. Piske ou pa gen okenn eksperyans pwofesyonèl, eske ou enterese kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Oui Non

10. Pami tout trè kiltirèl ki mansyone pi o a, kiyès ladan yo ki plis motive ou oubyen ki plis dekouraje ou pran yon desizyon pou kreye touswit yon antrepriz oubyen lanse ou sou yon titan oubyen sou yon bon tan nan yon pwojè antreprenaryal nan depatman kote ou fèt la ?

Trè kiltirèl ki dekouraje ou (pi piti twa) _____

Trè kiltirèl ki motive (pi piti twa) _____

Ni youn ni lòt _____

Karakteristik pèsonèl ou apatenans sosyal ki dekouraje ou (pi piti twa) _____

Karakteristik pèsonèl ou apatenans sosyal ki motive ou (pi piti twa) _____

Nan ki depatman _____

**ANNEXE 2. OPINION DES RÉPONDANTS SUR LES ITEMS FORMANT LES
VARIABLES DE RECHERCHE**

AI. Opinion des répondants sur les items formant la variable « croyances magico-religieuses et le fatalisme »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	en accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« Si on ne peut pas s'attirer la chance à travers le maraboutisme et les prières de Dieu, on ne peut pas créer à CT une entreprise, voir se lancer sur le MT ou sur le LT dans un bon projet de création d'entreprise, car elle ne marchera pas ».	27,20%	3,00%	2,00%	4,70%	5,00%	10,00%	48,10%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est dangereux si on ne peut pas se protéger contre la sorcellerie ».	0,00%	0,00%	31,00%	0,00%	50,00%	10,00%	9,00%	100%
« La faillite d'une entreprise ou d'un projet de création d'entreprise est souvent liée à un mauvais sort ».	33,00%	0,00%	0,00%	0,00%	15,30%	0,00%	51,70%	100%
« La prière à Dieu peut protéger l'entreprise ou le projet contre la faillite ».	16,78%	4,78%	6,34%	12,50%	12,34%	4,7%	42,56%	100%
« Seul Dieu peut protéger l'entreprise ou un projet de création d'entreprise contre la faillite ».	25,00%	3,00%	6,00%	20,45%	5,70%	8,00%	31,85%	100%
« Les mauvaises langues peuvent nous empêcher de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut prier Dieu et se munir de gris-gris pour s'en protéger ».	10,56%	17,89%	6,34%	4,50%	35,12%	14,34%	11,25%	100%
« Les bénéfices d'une entreprise ou de tout projet économique que l'on entreprendra dépendent toujours de Dieu ».	15,67%	0,00%	0,82%	0,00%	25,50%	23,45%	34,56%	100%
« Avant de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il est nécessaire de faire des aumônes ou des offrandes pour que notre affaire marche ».	45,78%	13,56%	8,45%	19,43%	0,78%	7,00%	5,00%	100%
« Grâce à la prière de Dieu, on peut réussir tout ce qu'on entreprend de licite dans notre vie ».	1,21%	0,00%	2,00%	4,00%	12,56%	23,45%	56,78%	100%
« Grâce au pouvoir magique, certaines personnes peuvent faire du mal à l'entreprise ou à un projet de création à distance ».	17,67%	3,00%	8,70%	12,34%	10,43%	12,08%	35,78%	100%
« En Haïti, tous les grands hommes d'affaires réussissent parce qu'ils ont de grands marabouts qui leur font un travail occulte ».	30,20%	0,00%	0,00%	19,00%	0,40%	0,00%	50,40%	100%

A2. Opinion des répondants sur les items formant la variable « croyance à la futilité de la vie sur terre »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« La vie sur cette terre ne vaut rien, il faut œuvrer pour l'au-delà ».	1,00%	10,54%	17,10%	20,56%	38,80%	9,00%	3,00%	100%
« La vraie récompense, ce n'est pas la réussite d'ici-bas mais l'accession au paradis ».	5,40%	0,00%	0,00%	28,00%	0,00%	0,00%	66,60%	100%
« Il ne sert à rien de créer une entreprise, voire se lancer dans un projet de création d'entreprise, il faut plutôt œuvrer pour aller au paradis ».	40,00%	2,00%	5,22%	23,78%	27,00%	1,00%	1,00%	100%
« On ne va pas emporter la richesse après la mort, à quoi bon de se battre, avoir le minimum suffit ».	2,00%	2,00%	24,00%	15,34%	42,60%	9,06%	5,00%	100%
« Il ne faut pas s'attarder aux choses de la vie, vu que notre demeure n'est pas d'ici-bas ».	0,00%	0,00%	25,60%	13,27%	46,60%	10,53%	4,00%	100%
« Notre vie sur cette terre ne représente rien par rapport à celle dans l'au-delà ».	1,20%	18,60%	10,34%	7,45%	57,40%	4,21%	0,80%	100%

A3. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Communautarisme ou l'esprit communautaire »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« Il est nécessaire de prendre soin de ma famille ».	2,00%	2,00%	13,50%	10,45%	56,50%	10,55%	5,00%	100%
« L'homme ne peut s'épanouir qu'au sein de sa famille ».	1,00%	12,57%	10,45%	10,34%	52,13%	9,51%	4,00%	100%
« Il est important de remplir d'abord les devoirs et obligations envers la famille ».	1,00%	5,00%	10,83%	10,60%	34,45%	25,23%	12,89%	100%
« Dans la vie, la famille est plus importante que les projets d'entreprise ».	0,00%	9,45%	20,56%	25,00%	35,67%	0,76%	8,56%	100%
« Il faut toujours se dévouer pour les autres ».	21,10%	3,00%	2,00%	19,34%	5,00%	3,80%	45,76%	100%
« Il me serait difficile d'être solidaire envers une personne ne provenant pas de ma famille ».	19,67%	20,56%	15,45%	34,67%	0,65%	5,00%	4,00%	100%
« Il est mieux d'être solidaire avec ceux qui ont les mêmes buts que nous, même quand ils ne sont pas de la famille ».	3,85%	4,00%	6,00%	34,67%	20,45%	18,71%	12,32%	100%

A4. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Vision du court terme »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« Créer une entreprise chez moi est justifiée seulement si cela me permet d'être riche immédiatement ».	0,00%	6,66%	60,40%	10,34%	22,60%	0,00%	0,00%	100%
« Créer une entreprise chez moi n'est pas justifiée s'il faut attendre longtemps avant de devenir riche ».	12,34%	7,03%	25,78%	34,56%	6,29%	7,00%	7,00%	100%
« Créer une entreprise chez moi n'est pas justifiée, car les procédures administratives sont trop lourdes et trop longues ».	10,00%	11,87%	8,89%	45,67%	12,45%	10,56%	9,45%	100%
« Quand on a de l'argent, il vaut mieux le consommer petit à petit plutôt que vouloir créer à CT une entreprise ou porter sur le moyen terme ou sur le LT un projet à caractère entrepreneurial ».	24,67%	19,56%	18,67%	32,22%	2,88%	1,80%	0,20%	100%
« Créer à CT une entreprise, voire porter sur le MT ou LT un projet d'entreprise n'est pas justifié, car la vie est trop courte ».	0,00%	0,6%	4,20%	93,40%	1,8%	0,00%	0,00%	100%
« Créer à CT une entreprise, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise n'est pas justifiée, car l'homme n'est pas éternel sur la terre ».	27,78%	0,12%	5,20%	30,89%	17,89%	12,32%	4,80%	100%
« Il ne faut jamais remettre à demain, ce qu'on peut faire aujourd'hui ».	4,56%	8,85%	7,00%	14,67%	34,35%	12,67%	17,90%	100%
« Dans l'incertitude de la vie, il faut vivre chaque jour comme si c'était le dernier et ne pas préoccuper du lendemain ».	0,00%	0,00%	52,90%	12,09%	33,00%	2,01%	0,00%	100%
« Créer à court terme une entreprise n'est pas nécessaire, voire se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise, car nous n'avons besoin que de trouver ce que nous mangeons aujourd'hui ».	12,56%	0,00%	0,66%	86,78%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
« Créer à court terme une entreprise n'est pas nécessaire, voire se lancer sur le MT ou sur LT dans un projet d'entreprise, car il suffit juste de trouver ce dont nous avons besoin aujourd'hui ».	9,45%	1,00%	0,90%	88,56%	0,00%	0,00%	0,00%	100%

A5. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Aversion pour la concurrence »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« Depi nan ginen nèg rayi nèg ».	3,40%	5,60%	10,86%	0,00%	11,02%	12,34%	56,78%	100%
« Personne n'a de pire ennemi que son frère ».	20,56%	15,78%	0,21%	34,67%	17,89%	7,89%	3,00%	100%
« Créer à CT une entreprise, voire se lancer sur le M et LT dans un projet d'entreprise peut susciter la jalousie des gens de mon quartier, de mes amis, de ma famille et de la société en général ».	3,75%	6,12%	14,67%	45,78%	16,78%	8,90%	4,00%	100%
« La réussite est indissociable à l'esprit de compétition ».	9,76%	9,78%	11,34%	17,66%	23,45%	15,67%	12,34%	100%
« Vouloir toujours dépasser les autres est une mauvaise chose ».	56,89%	0,00%	0,00%	40,89%	2,22%	0,00%	0,00%	100%
« Vouloir dépasser les autres est à l'origine de tous les problèmes que nous avons en Haïti ».	0,00%	41,78%	0,00%	56,78%	1,22%	0,22%	0,00%	100%
« Il faut éviter dans la vie de vouloir dépasser les autres ».	45,56%	2,00%	5,00%	45,89%	0,55%	1,00%	0,00%	100%
« Vouloir dépasser les autres c'est l'esprit du diable »	35,67%	22,67%	24,89%	10,31%	1,78%	2,90%	1,78%	100%
« Il faut toujours chercher à dépasser les autres ».	2,00%	1,00%	19,80%	12,45%	60,30%	3,45%	1,00%	100%
« Viser la conquête des marchés étrangers lorsqu'on crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise en Haïti est un objectif raisonnable ».	0,00%	3,32%	0,43%	5,45%	85,8%	5,00%	0,00%	100%
« Vouloir faire comme les grands groupes européens, américains, japonais quand on crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise en Haïti est une idée parfaitement raisonnable ».	5,00%	11,00%	15,43%	34,56%	5,56%	12,56%	15,89%	100%
« Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial nécessite toujours de se battre contre d'autres personnes, ce qui est une bonne chose ».	5,00%	5,00%	35,9%	0,70%	43,40%	5,00%	5,00%	100%
« Pour créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou LT dans un projet entrepreneurial, il faut le faire dans le même secteur (ou la même activité) que les autres ».	3,00%	10,67%	21,00%	12,45%	36,80%	11,56%	4,52%	100%
« Pour créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial, il faut choisir un secteur où il n'y a pas d'entreprise ».	10,67%	17,78%	12,56%	9,01%	36,80%	9,18%	4,00%	100%
« L'esprit de compétition est la source de discordes et de violences ».	3,71%	10,00%	23,56%	56,78%	4,59%	1,22%	0,14%	100%
« La fortune va de pair avec la jalousie et la solitude ».	12,09%	0,00%	0,24%	86,67%	1,00%	0,00%	0,00%	100%

A6. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Perception de la réussite socio-économique »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« La fortune sourit aux audacieux ».	0,00%	0,00%	50,0%	0,00%	50,0%	0,00%	0,00%	100%
« Tout réussit à celui qui a de la chance ».	1,00%	12,56%	23,4%	2,00%	48,2%	12,3%	0,54%	100%
« La chance aide parfois, le travail toujours ».	0,00%	10,45%	34,8%	0,00%	49,1%	6,5%	0,85%	100%
« L'argent confère la puissance et le respect ».	0,00%	0,00%	50,0%	0,50%	49,5%	0,00%	0,00%	100%
« L'enrichissement est un signe de salut ».	9,89%	8,90%	12,3%	0,21%	49,7%	10,0%	9,00%	100%
« L'envie de s'enrichir est plus la motivation humaine ».	1,45%	5,89%	15,5%	0,86%	49,3%	20,0%	7,00%	100%
« L'envie de s'enrichir est une mauvaise chose ».	88,78%	0,00%	0,00%	1,78%	10,0%	1,0%	0,00%	100%
« Ce qui compte, ce n'est pas la richesse mais c'est de trouver ce dont nous avons besoin aujourd'hui ».	34,67%	12,67%	10,8%	20,78%	11,0%	5,00%	5,08%	100%
« L'homme ne va nulle part avec la richesse ».	0,00%	2,50%	2,00%	0,00%	2,00%	14,6%	78,9%	100%
« On ne peut s'enrichir en travaillant pour les autres ».	6,63%	8,09%	12,9%	45,78%	14,8%	7,8%	4,00%	100%
« Les riches restent riches et les pauvres demeurent pauvres ».	98,12%	0,00%	0,00%	1,88%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
« La meilleure façon de réussir dans la vie, c'est de créer sa propre entreprise ou de se lancer dans un bon projet sur le LT ».	29,78%	17,98%	9,09%	12,89%	7,96%	12,3%	10,0%	100%
« L'objectif premier de la création d'une entreprise ou du lancement d'un bon projet est la recherche du profit ».	12,67%	7,89%	0,90%	0,04%	11,0%	11,0%	56,5%	100%
« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT est nécessaire si on veut accumuler de la richesse ».	0,00%	9,11%	12,1%	56,89%	11,9%	10,0%	0,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT n'est pas nécessaire, car il est plus facile de réussir dans un pays étranger qu'en Haïti ».	3,00%	3,60%	3,40%	10,20%	10,8%	12,3%	56,7%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter un bon projet sur le LT n'est pas nécessaire, mieux vaut rechercher les richesses du ciel que les biens matériels ».	12,56%	0,16%	5,00%	32,78%	15,0%	10,0%	23,5%	100%
« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car tout ce qui se produit dans notre vie est la volonté de Dieu ».	5,00%	5,00%	6,3%	10,00%	14,8%	24,8%	34,1%	100%
« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car Dieu aidera chacun à avoir le nécessaire ».	0,00%	4,51%	12,8%	56,89%	15,8%	5,00%	5,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car c'est Dieu seul qui donne la richesse ».	5,00%	5,00%	1,84%	46,76%	11,0%	6,7%	23,7%	100%
« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car la réussite économique ne dépend que de Dieu ».	5,00%	5,00%	4,00%	10,90%	21,8%	23,5%	29,8%	100%
« Créer à CT une entreprise ou se lancer dans un bon projet sur le MT ou sur le LT n'est pas nécessaire, car Dieu nous donnera chaque jour ce dont nous avons besoin ».	10,00%	5,00%	5,00%	10,60%	26,9%	21,9%	20,6%	100%

A7. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Attitudes face à l'épargne et à l'investissement »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« La fortune est le produit d'une longue accumulation de l'épargne ».	7,00%	10,00%	44,50%	34,56%	0,94%	2,00%	1,00%	100%
« Investir à CT dans une entreprise ou se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet d'entreprise rapporte mieux que l'épargne ».	4,00%	4,00%	2,20%	34,78%	45,02%	3,20%	6,80%	100%
« Qui n'épargne pas un sou, n'en aura jamais deux ».	0,00%	0,00%	0,11%	1,00%	67,90%	23,09%	7,90%	100%
« L'épargne et la consommation sont plus rassurantes que de créer à CT une entreprise, voire de porter sur le MT ou LT un projet entrepreneurial quelconque ».	24,89%	20,78%	23,87%	20,46%	4,00%	10,00%	6,00%	100%
« Créer une entreprise permet de creuser les puits aujourd'hui pour étancher les soifs de demain »	12,67%	24,89%	12,67%	45,89%	0,88%	2,00%	1,00%	100%
« L'argent ne fait pas le bonheur ».	1,20%	0,80%	1,44%	67,78%	12,56%	7,90%	8,32%	100%
« L'argent est fait pour être dépensé ».	2,45%	3,56%	1,45%	0,00%	88,20%	4,34%	0,00%	100%

A8. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Attentisme, attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le M et LT un projet de création d'entreprise est dangereux, car c'est se lancer dans l'inconnu et dans l'aventure ».	1,00%	1,00%	36,40%	10,30%	45,30%	4,00%	2,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas nécessaire si on risque de ne pas réussir ».	1,00%	1,00%	2,00%	4,57%	67,98%	12,67%	10,78%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas justifié, car on peut perdre tout son argent »	7,77%	10,67%	24,90%	2,00%	34,57%	12,09%	8,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est nécessaire, car risque n'a rien ».	4,00%	0,13%	12,90%	67,89%	9,08%	6,00%	0,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise en Haïti n'est pas nécessaire face aux problèmes politiques et à l'insécurité ».	0,00%	1,00%	23,60%	10,80%	56,60%	4,00%	4,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas nécessaire si on ne possède pas les moyens et ressources pour affronter les concurrents potentiels ».	0,00%	0,05%	1,20%	0,00%	98,70%	0,05%	0,00%	100%

« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise c'est d'avoir une grande confiance en soi, en ses capacités et ses ressources ».	2,50%	2,50%	5,32%	24,78%	45,41%	14,49%	5,00%	100%
« Le travail procure plus de sécurité que la création d'une entreprise, voire de se lancer dans un projet entrepreneurial ».	10,00%	3,09%	8,89%	45,67%	12,35%	10,00%	10,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise n'est pas raisonnable, car on ne peut dépenser son argent sans rien espérer de retour ».	0,97%	1,89%	5,67%	89,10%	2,34%	0,10%	0,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise est risqué, car on n'a pas d'assurance commerciale protégeant ses actifs ».	0,00%	1,00%	23,60%	10,80%	56,60%	4,00%	4,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou porter sur le MT ou sur le LT un projet de création d'entreprise en Haïti n'est pas nécessaire face au manque de soutien institutionnel, financier et technique ».	2,00%	1,87%	12,34%	39,99%	37,80%	3,40%	2,60%	100%
« Il est plus prudent de rechercher une stabilité professionnelle que de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet à caractère entrepreneurial ».	5,00%	0,97%	12,45%	56,78%	19,80%	2,00%	3,00%	100%
« Il est préférable d'avoir un poste dans l'administration publique, même avec un bas revenu que de se lancer dans un projet de création d'entreprise ».	1,00%	1,99%	24,67%	24,56%	23,89%	13,89%	10,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial est nécessaire, car avoir le courage d'entreprendre est l'un des principaux facteurs de succès ».	6,00%	7,15%	6,89%	67,90%	3,90%	6,50%	1,66%	100%

A9. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Distance hiérarchique et conformisme »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« Créer à CT une entreprise ou se lancer sur le MT et LT dans un projet à caractère entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut toujours chercher à faire comme mes prédécesseurs ».	2,00%	0,03%	70,9%	12,50%	8,9%	4,67%	1,00%	100%
« Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut toujours chercher à faire comme on a l'habitude de faire ».	20,0%	20,9%	35,9%	34,89%	8,7%	5,51%	10,0%	100%
« Créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi n'est pas nécessaire, car il faut faire exactement comme les autres ».	0,00%	0,00%	12,9%	78,90%	3,9%	2,6%	1,70%	100%
« Il est préférable de conserver toujours les mêmes habitudes que mes grands parents, au lieu de créer à CT une entreprise ou de se lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi pour subsister à mes besoins ».	1,00%	0,41%	6,78%	89,11%	0,7%	2,00%	0,00%	100%

A10. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Entraide »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« On crée à CT une entreprise ou on se lance sur le MT ou sur LT dans un projet entrepreneurial chez moi, c'est parce qu'il faut aider les plus faibles ».	6,89%	7,89%	14,7%	40,4%	13,9%	12,45%	3,77%	100%
«On crée à CT une entreprise ou se lance sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car dans la famille les aînés doivent prendre soins des plus jeunes ».	0,00%	0,00%	2,82%	20,78%	76,4%	0,00%	0,00%	100%
« Chez moi les plus jeunes doivent compter sur les plus âgés, et ceci dans tout ».	10,00%	10,00%	10,00%	3,18%	34,67%	12,45%	19,7%	100%
« Chez moi, celui qui travaille doit occuper les autres et cherche à les intégrer dans la vie professionnelle ».	2,00%	8,00%	5,00%	0,93%	34,5%	27,67%	21,9%	100%
« La solidarité au sein de la famille est obligatoire, c'est pour cela je veux créer mon entreprise le plus rapidement possible ».	0,00%	2,93%	24,67%	27,6%	37,8%	7,0%	0,00%	100%

A11. Opinion des répondants sur les items formant la variable «Auto-retrait du monde »

Items	Tout à fait en désaccord	Plutôt en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Plutôt en accord	Tout à fait en accord	Total
« Cela sert à rien de créer à CT une entreprise ou se de lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car on vit dans ce monde mais, on n'est pas de ce monde ».	56,78%	0,00%	2,16%	39,06%	2,00%	0,00%	0,00%	100%
«Cela sert à rien de créer à CT une entreprise ou se de lancer sur le MT ou sur le LT dans un projet entrepreneurial chez moi, car il ne faut pas s'intéresser à ce que font les autres ».	10,02%	1,00%	10,78%	75,90%	1,89%	0,4%	0,01%	100%
« On doit éviter à tout prix de participer à la vie active ».	92,00%	0,00%	0,00%	6,50%	1,5%	0,00%	0,00%	100%
« La vie est trop compliquée, on laisse faire le destin ».	1,00%	3,00%	12,34%	10,86%	67,8%	4,00%	1,00%	100%
« Il ne faut pas suivre les autres dans leurs initiatives entrepreneuriales ».	10,34%	1,00%	12,78%	67,90%	7,89%	0,4%	0,01%	100%

**ANNEXE 3. QUELQUES RÉSULTATS ÉCONOMÉTRIQUES ET
APPRENTISSAGE STATISTIQUE NON-SUPERVISÉ À L'AIDE DES
LOGICIELS STATA ET SPSS 17.0**

B1. Régression pour contrôler le biais de sélection (cas de court terme)

Logistic regression					Number of obs :	300
Log Likelihood: - 245,456721					LR Chi 2 (20) :	267,456789
					Prob. > Chi2 :	0,000000
					Pseudo-R ² :	0, 697823
INCT	Coef.	Std-error	z	Prob. > z	[95%conf -Interval]	
Actifs N-E	,214554	,234897	0,913396	0,000127	,234137	,126789
CM	-,591255	,127864	-4,624093	0,016782	-,124590	-,118765
FTV	-,125689	,326789	-0,384618	0,000876	-,156802	-,103422
CEC	-,237689	-2,097543	0,113318	0,003467	-,005671	,067542
VCT	,301276	,125678	2,397206	0,005689	-,007654	,127856
CDH	,045673	-,675438	-0,067620	0,000123	,187650	-,654389
AVC	,007834	-,546899	-0,014324	0,024578	,001236	-,104532
PRSE	,128976	-1,908765	-0,067570	0,000287	,342167	-,128700
AEI	-2,000867	2,000567	-1,000150	0,012560	-,346552	-,006754
ENT	-1,523009	-2,126789	0,716107	0,002678	-,123786	-,324560
ARM	,432128	-,098765	-4,375315	0,000897	-,123689	-,237890
AVRI	-,121235	,456789	-0,265407	0,000456	-,678543	-0,56432
CSP	-,128975	-,098764	1,305890	0,001267	-,128976	-,098632
AGE	-,234555	,124567	-1,882963	0,000235	,453211	,112226
SEXE	-1,008965	-2,123568	0,475127	0,056701	-,1267896	-,456321
EDUC	-2,987653	-2,078654	1,437302	0,011145	-,111004	-228765
EXP	-,034267	-,654443	0,052361	0,008672	-,126789	-,342116
CHEF	-,124589	,076552	-1,627508	0,000121	-,453211	-,231118
PATR	-,124567	,237893	-0,523626	0,011890	-,127869	-,231111
ESPE	-,321567	,342189	-0,939735	0,07001	-,123890	-2,125677
POS	-1,342111	-2,453211	0,547083	0,046791	-1,231188	1,233786
Cste	1,455552	1,098765	1,324716	0,000123	-2,12003	-1,11008

B2. Régression pour contrôler le biais de sélection (cas de moyen terme)

Logistic regression					Number of obs :	300
Log Likelihood: - 200,433724					LR Chi 2 (20) :	266,156369
					Prob. > Chi2 :	0,000000
					Pseudo-R ² :	0, 710079
INMT	Coef.	Std-error	z	Prob. > z	[95%conf -Interval]	
Actifs N-E	,260034	,156067	1,666169	0,010238	,453212	,126709
CM	-1,344421	-1,003421	1,339837	0,015689	-,123888	-,008763
FTV	-,021338	,088762	-,240396	0,001245	-,654322	,054432
CEC	-,123765	1,234211	-,100279	0,031262	,290865	-,143204
VCT	-2,198456	-2,009211	1,094189	0,000123	-,056432	-,099876
CDH	,224532	-,134228	-1,672766	0,023455	-,043211	,123789
AVC	-,233045	-,677231	0,344114	0,046531	,453217	-,045443
PRSE	-,231453	1,015674	-0,227881	0,034561	-,321110	-,342121
AEI	-,231009	-2,432211	0,094980	0,000567	-,157643	-,007654
ENT	-2,321123	1,321009	1,757083	0,072311	-,123765	,123765
ARM	,321456	,237680	1,352474	0,000564	,345211	-,124333
AVRI	-,132809	-,564332	0,235338	0,045672	-,009875	-,987654
CSP	-,098766	2,007643	-0,049195	0,001543	-,128977	-,056743
AGE	-2,176400	-1,346009	1,616928	0,002178	-,123448	-,675432
SEXE	-1,009832	1,234009	0,818334	0,000123	-,234566	-,123566
EDUC	-2,007865	2,001232	-1,003314	0,002111	,3299045	1,234441
EXP	-,009882	-1,009851	0,009786	0,560011	-1,324677	-2,127865
CHEF	-,007652	1,009832	-,007577	0,009234	,909043	-,078654
PATR	-2,114576	2,786511	-0,758862	0,022113	-2,156783	-1,127666
ESPE	-,000345	,007861	-0,043888	0,017654	-1,560098	2,004532
POS	-1,876521	-1,009321	1,859191	0,000034	,196548	-,432118
Cste	3,00985	1,432219	2,101529	0,108921	-2,126779	-1,004332

B3. Régression pour contrôler le biais de sélection (cas de long terme)

Logistic regression					Number of obs :	300
Log Likelihood: - 157,000321					LR Chi 2 (20) :	157,008974
					Prob. > Chi2 :	0,000000
					Pseudo-R ² :	0,621163
INLT	Coef.	Std-error	z	Prob. > z	[95%conf -Interval]	
Actifs N-E	,291228	,324567	0,897282	0,006723	,1234567	-,123347
CM	-2,009865	2,156655	0,931936	0,004675	-2,00675	-,896540
FTV	-,1347899	-2,987612	0,045116	0,003129	-,125666	1,009873
CEC	-2,334126	-1,121432	2,081380	0,001289	-,346781	-2,786541
VCT	-,987654	-2,909922	0,339409	0,000026	-2,008743	-,009875
CDH	,300027	-,718764	-0,417759	0,002356	,267890	-,007854
AVC	-,098881	-2,009855	0,049198	0,001278	-,128765	-,234444
PRSE	-1,222267	1,122543	-1,088838	0,000237	-,006754	,234566
AEI	-,988801	-2,114567	0,467614	0,001267	-,345568	-2,897655
ENT	-2,233367	-1,124545	1,986022	0,056743	-2,008765	,098664
ARM	,278021	1,009876	0,275302	0,021472	,345334	-,123677
AVRI	-1,157770	1,000234	-1,157499	0,003456	-1,001233	,008965
CSP	-,987654	-1,099923	0,897930	0,001276	-,123566	-,345666
AGE	,577634	-2,786438	0,207302	0,000123	-,123677	-,567854
SEXE	,235670	1,675433	0,140662	0,002311	,326755	,346537
EDUC	-,035678	-,156789	0,227554	0,046788	-,088976	-,256788
EXP	,170098	2,235687	0,076083	0,009764	,345677	,238765
CHEF	,200896	-1,765231	-0,113807	0,001280	-,453298	-3,456321
PATR	-,237888	-,234009	1,016576	0,078954	-1,234567	-2,000911
ESPE	,235640	-,764321	-0,308300	0,044321	,342221	,125677
POS	-2,233670	-1,000976	2,231492	0,002367	-1,123566	-2,876542
Cste	-1,127590	1,004578	-1,122451	0,000012	-1,009786	-1,004533

B4. Probabilité d'être traité

Logistic regression					Number of obs :	300
Log Likelihood: - 138,765123					LR Chi 2 (20) :	149,012378
					Prob. > Chi2 :	0,000000
					Pseudo-R ² :	0,593211
Actifs N-E	Coef.	Std-error	z	Prob. > z	[95%conf -Interval]	
CM	-,651109	2,003421	-0,324999	0,020078	-,432109	1,009453
FTV	-,561234	-,566790	0,990197	0,002367	-2,009834	,211100
CEC	-,123467	1,000321	-0,123427	0,005671	2,899001	-,123876
VCT	,235678	,675432	0,348929	0,035677	,128765	,345690
CDH	,190045	-,433789	-0,438105	0,006543	-,143265	,675433
AVC	-,523345	-2,670788	0,195952	0,042675	-1,007651	-1,876540
PRSE	-,489086	-3,126789	0,156418	0,000456	-1,009876	-1,800222
AEI	-,567843	-,321678	1,765253	0,001134	-,098652	,564321
ENT	-,632117	,435123	-1,452732	0,001455	-,786500	-,123566
ARM	,215632	,100578	2,143921	0,001766	,127865	,543218
AVRI	-,412365	-2,900002	0,142195	0,047890	-1,009856	-,008934
CSP	-,515689	-,988833	0,521513	0,011766	-,321119	,675432
AGE	,760089	-2,006754	-0,256977	0,007891	-,564321	-1,005644
SEXE	-,517007	,789077	-0,655205	0,008765	-,453211	-,154333
EDUC	-,342367	-1,007651	0,339767	0,000066	-,987700	,543221
EXP	-,543679	,976531	-0,556745	0,005672	-,000231	-2,187653
CHEF	-,346771	-1,114312	0,311197	0,000127	,564322	-1,007866
PATR	-,452111	-1,999320	0,226132	0,031129	-,987655	-,987600
ESPE	-,233678	-2,432111	0,096080	0,026777	-2,009812	-1,009845
POS	,321457	-,367009	-0,875883	0,008943	,675420	-,126788
Cste	,653219	-,967543	-0,675132	0,009876	,679087	-,156433

B5. Test de moyenne sur les scores de propension

Group	Obs	Mean	Std. Err	Std. Dev	[95%conf –Interval]	
Actifs Non-traités	50	,050015	,0000955	,0270716	,0498278	,0502022
Actifs Traités	250	,0652888	,0003829	,0251017	,0645381	,0660396
Combined	300	,0507908	,0000935	,0271825	,0506076	,0509739
Diff.		,0152738	,0004224		,0161017	,014446
Diff = mean (Actifs traités) – mean (Actifs non-traités)				t= 36,1618		
H0 : diff = 0				degrees of freedom = 18		
Ha: diff < 0		Ha: diff != 0		Ha: diff > 0		
Prob (T<t) = 0,0000		Prob. (T > t) = 0,0000		Prob. (T > t) = 1,0000		

C1. Présentation des valeurs propres (ACM traits culturels)

Numéro	Valeur propre	Pourcentage	Pourcentage cumulé
1	0,4301	40,76%	40,76%
2	0,3100	30,20%	71,96%
3	0,2427	12,40%	84,36%
4	0,1568	08,60%	92,96%
5	0,1388	04,01%	96,97%

C2. Présentation des valeurs propres (ACM appartenance sociale)

Numéro	Valeur propre	Pourcentage	Pourcentage cumulé
1	0,4301	38,34%	38,34%
2	0,3100	26,89%	65,23%
3	0,2427	15,67%	80,90%
4	0,1568	07,89%	88,79%
5	0,1388	06,89%	95,68%

C3. Contribution des modalités à l'inertie de chacun de ces axes (ACM traits culturels)

	Dimension 1	Dimension 2		Dimension 1	Dimension 2
Croyances magico-religieuses et fatalisme (motiv)	0,068761	0,001211	Croyances magico-religieuses et fatalisme (démotiv)	0,004521	0,000003
Croyance à la futilité de la vie sur terre (motiv)	0,080451	0,001251	Croyance à la futilité de la vie sur terre (démotiv)	0,003461	0,001230
Vision du court terme (motiv)	0,133211	0,001230	Vision du court terme (démotiv)	0,097543	0,000123
Distance hiérarchique et conformisme (motiv)	0,056721	0,012333	Distance hiérarchique et conformisme (démotiv)	0,080032	0,000120
Attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude (motiv)	0,063421	0,000231	Attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude (démotiv)	0,092311	0,001231
Aversion pour la concurrence (motiv)	0,113421	0,000001	Aversion pour la concurrence (démotiv)	0,083241	0,000211
Attitudes face à l'épargne et à l'investissement (motiv)	0,22435	0,000023	Attitudes face à l'épargne et à l'investissement (démotiv)	0,067321	0,002001
Entraide (motiv)	0,045632	0,000005	Entraide (démotiv)	0,087643	0,001231
Auto-retrait du monde (motiv)	0,121109	0,010456	Auto-retrait du monde (démotiv)	0,094431	0,001200
Perception de la réussite socio-économique (motiv)	0,091230	0,000023	Perception de la réussite socio-économique (démotiv)	0,101234	0,001432
Esprit communautaire (motiv)	0,092110	0,001123	Esprit communautaire (démotiv)	0,123489	0,002111
Ni l'un ni l'autre (motiv)	0,110233	0,001124	Ni l'un ni l'autre (démotiv)	0,213564	0,000211

C4. Contribution des modalités à l'inertie de chacun de ces axes (ACM appartenance sociale)

	Dimension 1	Dimension 2		Dimension 1	Dimension 2
Age (motiv)	0,136211	0,00190	Age (démotiv)	0,087721	0,001233
Sexe (motiv)	0,104221	0,001233	Sexe (démotiv)	0,0732121	0,001231
Niveau d'éducation (motiv)	0,201123	0,00123	Niveau d'éducation (démotiv)	0,097654	0,000002
Expériences professionnelles (motiv)	0,112356	0,00031	Expériences professionnelles (démotiv)	0,086754	0,000231
CSP (motiv)	0,001231	0,001230	CSP (démotiv)	0,075643	0,001207
Engagement social, politique, économique et écologique (motiv)	0,085678	0,001241	Engagement social, politique, économique et écologique (démotiv)	0,865431	0,000043
Responsabilité familiale (motiv)	0,065432	0,123001	Responsabilité familiale (démotiv)	0,056742	0,002313
Situation financière (motiv)	0,007564	0,003211	Situation financière (démotiv)	0,063211	0,002311
Positionnement géographique (motiv)	0,067862	0,002134	Positionnement géographique (démotiv)	0,021113	0,000011
Ni l'un ni l'autre (motiv)	0,047861	0,000003	Ni l'un ni l'autre (démotiv)	0,032111	0,000003

TABLE DES MATIÈRES

DÉDICACES.....	3
REMERCIEMENTS.....	4
RÉSUMÉ.....	7
ABSTRACT.....	11
AVANT-PROPOS.....	14
LISTE DES TABLEAUX.....	19
LISTE DES FIGURES.....	23
LISTE DES ACRONYMES.....	26
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	30
PARTIE 1. QUELQUES FAITS STYLISÉS SUR LES MOTIVATIONS DE L'OBJET D'ÉTUDE.....	43
INTRODUCTION.....	44
CHAPITRE 1. PRÉSENTATION DE L'ESPACE D'ÉTUDE : DIMENSIONS HISTORICO-POLITIQUE, SOCIOCULTURELLE, ÉCONOMIQUE, GÉOPOLITIQUE ET GÉOSTRATÉGIQUE	45
Section 1. Panorama sur l'évolution de la situation d'Haïti à partir de ses contextes historico-politique, socioculturel et économique, durant la période esclavagiste à nos jours.....	45
1.1. Panorama sur l'évolution de la situation historico-politique d'Haïti.....	46
1.2. Panorama sur l'évolution de la situation socioculturelle d'Haïti.....	49
A. Le problème de la délinquance juvénile.....	51
B. L'accès à l'éducation pour tous.....	52
C. L'accès aux soins de santé.....	54
D. L'accès au logement et aux infrastructures de base.....	55
E. L'héritage d'une culture diversifiée en Haïti pendant la période esclavagiste.....	57
F. Conséquences et influences du type de colonisation dont Haïti a subi avant son indépendance : une remise en cause.....	58
1.3. Panorama sur l'évolution de la situation économique d'Haïti.....	58
A. Évolution du taux de croissance annuelle du PIB réel (en %).....	59

B. Évolution du taux de croissance annuelle du PIB en parité du pouvoir d'achat (%).....	60
C. Évolution annuelle de l'indice des prix à la consommation (2010=100).....	60
D. Évolution annuelle du taux d'inflation (%).....	61
E. Évolution annuelle du taux de chômage (%).....	62
F. Évolution annuelle du taux d'épargne domestique brute (%) (à partir du montant constant en dollars américains).....	62
G. Évolution du taux de dépenses de consommation finale des ménages (%).....	63
H. Évolution annuelle du taux de formation brute de capital fixe (%).....	64
I. Évolution annuelle du taux de change de la monnaie locale en dollars américains.....	65
J. Évolution annuelle du taux d'intérêt réel (%).....	65
K. Évolution de la balance commerciale (en milliards de dollars américains).....	66
L. Évolution de la balance des comptes courants (en millions dollars américains).....	66
M. Évolution de la dette publique (% du PIB).....	67
N. Inégalités des revenus.....	68

Section 2. Panorama sur l'évolution de la situation d'Haïti en tenant compte de ses aspects géopolitique et géostratégique.....69

2.1. Évolution de la situation d'Haïti sur le plan géopolitique via les relations et les coopérations diplomatiques bilatérales.....70

2.1.1. La relation entre Haïti et les Etats-Unis : un état des lieux qui suscite une remise en question.....70

2.1.2. La relation entre Haïti et le Canada : axée surtout sur la migration éclairée pour l'un et l'aide publique au développement pour l'autre?.....72

2.1.3. La relation entre Haïti et l'Union Européenne et la particularité de la France.....74

2.1.4. La relation entre Haïti et la République Dominicaine : axée particulièrement sur une complexité historico-politique.....75

2.2. Évolution de la situation d'Haïti sur le plan géostratégique via les accords multilatéraux ou collectifs ou multipartites.....77

2.2.1. Stratégies d'Haïti face aux différents accords signés avec les bailleurs de fonds internationaux, en particulier les institutions de Bretton Woods et du PNUD dans la lutte contre la pauvreté.....77

2.2.2. Stratégies d'Haïti face à la ratification de différents accords sur la protection de l'environnement, et plus particulièrement contre le réchauffement climatique.....80

CHAPITRE 2. PRÉSENTATION DE L'OBJET D'ÉTUDE : FAITS CONSTATÉS ET QUELQUES ÉLÉMENTS ANALYTIQUES DE MOTIVATION.....83

Section 1. État des lieux sur l'évolution de la situation de l'activité entrepreneuriale en Haïti.....	83
1.1. État des lieux sur les caractéristiques de l'entrepreneur et des entreprises en Haïti.....	83
1.1.1. Entrepreneur, évolution historique, procédures fiscales et démarches administratives de la création d'entreprise en Haïti.....	83
1.1.2. État des lieux sur les caractéristiques des firmes industrielles en Haïti : évolution des catégories par branche, filière et domaine d'activité.....	85
A. Le secteur manufacturier.....	86
B. Le secteur agro-industriel.....	88
a) Le café.....	91
b) La mangue.....	92
c) Les huiles essentielles et le cacao.....	92
d) Le riz.....	92
1.1.3. Les entreprises exportatrices et les principaux marchés pour les exportations haïtiennes.....	95
1.2. Politiques et stratégies commerciales haïtiennes.....	96
1.2.1. Les objectifs de la politique commerciale.....	97
1.2.2. L'intégration internationale d'Haïti et le processus de la libéralisation de son économie.....	98
1.2.3. L'intégration régionale d'Haïti.....	100
1.2.4. Les initiatives commerciales multilatérales et bilatérales.....	101
Section 2. Principaux inconvénients et avantages habituellement évoqués sur le développement de l'entrepreneuriat haïtien.....	102
2.1. Principaux obstacles liés au développement de l'entrepreneuriat en Haïti.....	102
2.1.1. Sur le plan économique.....	102
2.1.2. Sur le plan financier.....	103
2.1.3. Sur le plan politique, institutionnel et environnemental.....	105
2.1.4. Sur le plan socio-éducatif.....	106
2.2. Opportunités ou atouts liés au développement de l'entrepreneuriat en Haïti.....	106
2.2.1. Main-d'œuvre à bon marché.....	106
2.2.2. Marché non saturé ou de nouvelles niches de marché à exploiter.....	107

2.2.3. Le tourisme : un secteur porteur autrefois et peut être aujourd’hui.....	107
2.2.4. La position géographique d’Haïti et ses richesses naturelles.....	108
CONCLUSION.....	111
PARTIE 2. FONDEMENTS DE L’ENTREPRENEURIAT FACE AUX RÉALITÉS SOCIALES ET CULTURELLES	112
INTRODUCTION.....	113
CHAPITRE 1. L’ENTREPRENEURIAT : UN CHAMP D’ÉTUDES TRÈS CONTROVERSÉ DANS LA LITTÉRATURE	114
Section 1. Théories traditionnelles sur les approches économiques de l’entrepreneuriat.....	115
1.1. L’émergence de l’entrepreneur individuel.....	115
1.2. L’approche managériale ou la fin de l’entrepreneur individuel au sens de Schumpeter.....	118
Section 2. Théories sur l’émergence des approches comportementales de l’entrepreneuriat.....	120
2.1. L’approche des behavioristes et l’apprentissage par l’approche cognitive-comportementale...121	
2.2. L’approche processuelle.....	124
Section 3. Rôle et comportements de l’entrepreneur dans des théories modernes de la firme, dans le développement économique et face au phénomène de la mondialisation.....	127
3.1. Compétences entrepreneuriales.....	127
3.1.1. Capacités managériales des individus.....	127
3.1.2. Allocation du capital humain.....	132
3.2. L’aversion au risque.....	134
3.3. Les contraintes financières.....	137
3.3.1. Aléa moral, sélection adverse, rationnement de crédit et capital-risque.....	138
3.3.2. Théories sur les coûts de transaction.....	142
3.3.3. La concurrence ou la rivalité des firmes sur les marchés financiers.....	145
3.4. L’entrepreneur dans le développement économique.....	147
3.5. L’entrepreneur face au phénomène de la mondialisation.....	149
Section 4. Synthèse des théories sur l’entrepreneuriat selon les différentes écoles de pensée et leurs principaux auteurs.....	150
4.1. Synthèse des théories sur l’entrepreneuriat selon les différentes écoles de pensée.....	150
4.2. Synthèse des théories sur l’entrepreneuriat selon les principaux auteurs.....	151

CHAPITRE 2. LES RÉALITÉS SOCIALES ET CULTURELLES ET LEURS LIENS THÉORICO-EMPIRIQUES AVEC L'ENTREPRENEURIAT155

Section 1. Aspects théoriques sur les réalités sociales et culturelles et quelques facteurs explicatifs dans leurs relations avec l'entrepreneuriat.....155

1.1. Les fondements des réalités sociales et culturelles.....155

1.1.1. Le concept de culture : éléments de définition et caractéristiques des réalités culturelles.....155

1.1.2. Appartenance sociale ou origine sociale : quelques éléments de définition et ses composantes.....159

1.1.2.1. L'identité sociale.....159

1.1.2.2. Le sentiment d'appartenance.....160

1.1.2.3. Le besoin d'appartenance.....161

1.2. Leurs liens avec l'entrepreneuriat.....162

1.2.1. Liens entre la culture et l'entrepreneuriat.....162

1.2.1.1. Les dimensions culturelles des affaires à partir des travaux de Hofstede (1991)....162

1.2.1.2. Les dimensions culturelles dynamiques de Adler (1994) ou les visions culturelles dynamiques chez Adler (1994) dans les décisions entrepreneuriales.....165

1.2.1.2.1. Les valeurs.....166

1.2.1.2.2. Les attitudes.....167

1.2.1.2.3. Le comportement.....169

1.2.1.3. Les fondements religieux de la culture des affaires.....170

1.2.1.3.1. Max Weber et la genèse du capitalisme.....171

1.2.1.3.2. Gary Tribou et l'influence de l'Islam.....175

1.2.2. Liens entre l'appartenance sociale et l'entrepreneuriat.....176

Section 2. Entrepreneur culturel : quelques leçons tirées des pratiques de certains pays asiatiques, européens, américains, de l'Afrique subsaharienne et en général ceux qui ont hérité de la culture négro-africaine.....181

2.1. Pratiques culturelles des entrepreneurs de certains pays asiatiques.....181

2.2. Pratiques culturelles dans les affaires de certains pays européens.....183

2.3. Pratiques culturelles des entrepreneurs dans les affaires des pays de l'Amérique du Nord.....185

2.4. Pratiques culturelles des entrepreneurs dans les affaires des pays de l'Afrique subsaharienne et en général ceux qui ont hérité de la culture négro-africaine.....186

Section 3. Présentation de la structure de base des modèles psychologiques d'intention entrepreneuriale et conceptualisation d'un modèle théorique de référence basé sur le processus de court, moyen et long terme...189

3.1. Les modèles intentionnels de Azjen (1991), de Shapero et Sokol (1982) et de Kruger (1993)...	189
3.1.1. La théorie du comportement planifié de Ajzen (1991).....	190
3.1.1.1. Les attitudes associées au comportement.....	190
3.1.1.2. Les normes subjectives.....	191
3.1.1.3. Les perceptions du contrôle comportemental.....	191
3.1.2. La formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982).....	191
3.1.2.1. Les déplacements négatifs.....	192
3.1.2.2. Les déplacements positifs.....	193
3.1.2.3. Les situations intermédiaires.....	193
3.1.2.4. La perception de la faisabilité.....	193
3.1.2.5. La perception de la désirabilité.....	194
3.2. Conceptualisation d'un modèle théorique de référence basé sur le processus de court, moyen et long terme.....	196
3.2.1. La curiosité entrepreneuriale	198
3.2.2. La nécessité entrepreneuriale.....	199
3.2.3. L'opportunité entrepreneuriale.....	199
CONCLUSION.....	202
PARTIE 3. POSITIONNEMENTS ÉPISTÉMOLOGIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE DE L'ENTREPRENEURIAT FACE AUX RÉALITÉS SOCIALES ET CULTURELLES HAÏTIENNES.....	203
INTRODUCTION.....	204
CHAPITRE 1. DÉFINITION D'UN CADRE D'ANALYSE SUR LES RÉALITÉS SOCIOCULTURELLES DANS LA FAÇON D'ENTREPRENDRE EN HAÏTI	205
Section 1. Quelques explications préliminaires sur les résultats des faces cachées dans les pratiques culturelles des affaires en Haïti, formulation des hypothèses de recherche et cadre d'analyse retenu	205
1.1. Quelques explications préliminaires sur les résultats des faces cachées dans les pratiques culturelles des affaires en Haïti.....	205
1.2. Formulation des hypothèses de recherche.....	209

1.2.1. Les variables qui sont liées aux traits culturels et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien	209
1.2.1.1. La distance hiérarchique et le conformisme.....	210
1.2.1.2. Position face à la concurrence.....	211
1.2.1.3. Les croyances magico-religieuses et le fatalisme.....	212
1.2.1.4. L'entraide ou l'assistanat ou la foi en l'aide des autres.....	214
1.2.1.5. La futilité de la vie terrestre.....	215
1.2.1.6. L'auto-retrait du monde.....	216
1.2.1.7. Attitudes par rapport au temps ou vision du court terme ou la vie dans l'instant présent.....	217
1.2.1.8. L'attentisme, l'attitude face au risque et à l'incertitude.....	218
1.2.1.9. Attitude face à l'épargne et à l'investissement.....	219
1.2.1.10. Perception de la réussite socio-économique.....	219
1.2.1.11. Le communautarisme ou l'esprit communautaire.....	220
1.2.2. Les variables qui sont liées aux bagages personnels et à l'appartenance sociale et qui sont susceptibles d'influencer l'entrepreneuriat haïtien	221
1.2.2.1. L'âge.....	221
1.2.2.2. Le sexe.....	222
1.2.2.3. Le niveau d'éducation.....	223
1.2.2.4. L'expérience professionnelle acquise.....	224
1.2.2.5. La CSP ou le profil des parents.....	226
1.2.2.6. L'engagement ou la responsabilité sociale, politique, économique et écologique.....	226
1.2.2.7. La situation financière ou le patrimoine légué en héritage.....	227
1.2.2.8. La responsabilité familiale ou être chefs de ménage.....	228
1.2.2.9. Positionnement géographique ou milieu rural ou urbain.....	228
1.3. Cadre d'analyse retenu.....	232
Section 2. Approches méthodologiques utilisées dans le cadre de notre travail de recherche.....	233
2.1. La construction du questionnaire d'enquête.....	233
2.2. Définition de la population de recherche, choix de l'échantillon et méthodes d'échantillonnage.....	236
2.3. Le déroulement de l'enquête.....	240

2.4. Traitement des données et outils d'analyse.....	245
CHAPITRE 2. ÉTUDES STATISTIQUES DESCRIPTIVES.....	248
Section 1. Analyse descriptive univariée et bi-variée sur les variables de recherche qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale et sur celles qui sont liées aux motivations entrepreneuriales constituant notre échantillon.....	248
1.1. Les résultats descriptifs des variables de recherche liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale des répondants.....	248
1.1.1. Analyse des résultats descriptifs du sexe.....	250
1.1.2. Analyse des résultats descriptifs de l'âge.....	250
1.1.3. Analyse des résultats descriptifs du niveau d'éducation.....	251
1.1.4. Analyse des résultats descriptifs de la CSP ou du profil des parents.....	251
1.1.5. Analyse des résultats descriptifs de l'expérience professionnelle acquise.....	252
1.1.6. Analyse des résultats descriptifs de l'engagement social, politique, économique et écologique.....	252
1.1.7. Analyse des résultats descriptifs de la responsabilité familiale ou être chefs de ménage.....	253
1.1.8. Analyse des résultats descriptifs de la situation financière ou le patrimoine légué en héritage.....	253
1.1.9. Analyse des résultats descriptifs du positionnement géographique.....	253
1.2. Les résultats descriptifs des variables liées aux motivations entrepreneuriales des répondants constituant notre échantillon.....	254
1.2.1. Analyse des résultats descriptifs des caractéristiques de la situation entrepreneuriale de nos répondants.....	256
1.2.2. Analyse des résultats descriptifs des secteurs d'activité dans lesquels souhaiteraient investir nos répondants.....	256
1.2.3. Analyse des résultats descriptifs des principales motivations à la création d'entreprise selon nos répondants.....	257
1.2.4. Analyse des résultats descriptifs des principaux obstacles à la création d'entreprise selon nos répondants.....	258
1.2.5. Relation entre la connaissance du milieu des affaires et la motivation à créer tout de suite une entreprise.....	259
Section 2. Analyse descriptive uni-variée sur les items des variables de recherche liées aux traits culturels...260	260
2.1. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Croyances magico-religieuses et le fatalisme ».....	260

2.2. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « croyance à la futilité de la vie sur terre ».....	261
2.3. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Communautarisme ou l'esprit communautaire ».....	262
2.4. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Vision du court terme ».....	263
2.5. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Aversion pour la concurrence ».....	264
2.6. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Perception de la réussite socio-économique ».....	265
2.7. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Attitudes face à l'épargne et à l'investissement ».....	266
2.8. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Attentisme, Attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude ».....	267
2.9. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Distance hiérarchique et conformisme ».....	268
2.10. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Entraide ».....	268
2.11. Analyse des résultats descriptifs des items formant la variable « Auto-retrait du monde »...	269
2.12. Analyse des moyennes et de l'écart-type des variables liées aux traits culturels à partir des moyennes et de l'écart-type des items.....	269
CONCLUSION.....	271
PARTIE 4. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIOCULTURELS SUR LES INTENTIONS D'ENTREPRENDRE EN HAÏTI	272
INTRODUCTION.....	273
CHAPITRE 1. PRÉSENTATION DES DÉMARCHES MÉTHODOLOGIQUES EN CONFORMITÉ A LA MODÉLISATION MICRO-ÉCONOMÉTRIQUE UTILISÉE, ESTIMATIONS ET ANALYSES.....	274
Section 1. Construction des variables de recherche et tests de validation.....	274
1.1. Test du coefficient Alpha de Cronbach.....	275
1.1.1. Les items éliminés pour les variables indépendantes caractérisant les traits culturels.....	275
1.1.2. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable « croyances magico-religieuses et fatalisme ».....	277
1.1.3. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «croyance à la futilité de la vie terrestre».....	277

1.1.4. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «communautarisme ou l'esprit communautaire ».....	278
1.1.5. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «vision du court terme ».....	278
1.1.6. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «Aversion pour la concurrence ».....	279
1.1.7. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «Perception sur la réussite socio-économique ».....	279
1.1.8. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «Attitudes face à l'épargne et à l'investissement ».....	280
1.1.9. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable « Attentisme, attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude ».....	281
1.1.10. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable « Distance hiérarchique et confirme ».....	281
1.1.11. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable « Entraide ».....	282
1.1.12. Test du coefficient Alpha de Cronbach sur la variable «Auto-retrait du monde »..	282
1.2. Test de multicolinéarité	283
1.2.1. Facteur d'Inflation de la Variance.....	283
1.2.2. Matrice de corrélation des variables.....	284
1.3. Test d'homoscédasticité : important mais pas trop nécessaire dans notre thèse ?.....	284
Section 2. Spécifications des modèles économétriques, estimations, analyses et discussions des résultats.....	286
2.1. Spécifications des modèles économétriques.....	286
2.1.1. Importance des variables qualitatives en économétrie.....	286
2.1.2. Choix d'un modèle dichotomique.....	287
2.1.3. Choix des modèles PROBIT et LOGIT.....	291
2.1.4. Estimation par la méthode du maximum de log-vraisemblance.....	292
2.1.5. Calcul des effets marginaux.....	292
2.1.6. Les tests d'appréciation des modèles.....	293
2.1.6.1. Le R ² de MacFadden.....	293
2.1.6.2. Le test de Hosmer-Lemeshow.....	293

2.1.6.3. Les critères d'informations.....	293
2.2. Résultats de l'estimation des modèles : Analyses, discussions et interprétations.....	294
2.2.1. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du premier modèle.....	294
2.2.2. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du deuxième modèle.....	297
2.2.3. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du troisième modèle.....	300
2.2.4. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du 4 ^{ème} modèle.....	303
2.2.5. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du 5 ^{ème} modèle.....	305
2.2.6. Analyses et interprétations des résultats de l'estimation du 6 ^{ème} modèle.....	307
2.2.7. Discussions et comparaisons des résultats obtenus.....	309
CHAPITRE 2. COMPLÉMENTS D'ANALYSES MICRO-ÉCONOMÉTRIQUE ET STATISTIQUE : APPLICATIONS DES MÉTHODES D'APPRENTISSAGE SUPERVISÉ ET NON-SUPERVISÉ SUR LES DONNÉES ET LEURS IMPLICATIONS.....	315
Section 1. Apprentissage supervisé et non-supervisé sur les données collectées	315
1.1. Évaluation de l'effet causal de la typologie des actifs haïtiens sur leurs intentions entrepreneuriales.....	315
1.1.1. Estimateur naïf.....	317
1.1.2. Estimateurs non-paramétriques.....	321
1.1.3. Estimations de l'effet du traitement à l'aide des différents estimateurs par appariement, par plus proches voisins, par Caliper et par noyau de Kernel.....	322
1.2. Analyse de l'importance des comportements socioculturels sur les intentions entrepreneuriales par département.....	324
1.2.1. Analyse factorielle par correspondance mutiple (ACM): cas des variables qui sont liées aux traits culturels.....	325
1.2.1.1. Choix du nombre d'axes factoriels.....	325
1.2.1.2. Analyse et interprétation des résultats.....	326
1.2.2. Analyse factorielle par correspondance multiple (ACM): cas des variables qui sont liées aux caractéristiques personnelles et à l'appartenance sociale.....	328
1.2.2.1. Choix du nombre d'axes factoriels.....	328
1.2.2.2. Analyse et interprétation des résultats.....	329
1.2.3. Classification hiérarchique.....	330
1.3. Synthèse d'analyse de tous les résultats obtenus.....	332
Section 2. Implications des résultats en termes d'incitations et de stratégies à la création d'entreprise en Haïti et importance du rôle de l'État haïtien en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles....	332
2.1. En termes d'incitations et de stratégies à la création d'entreprise en Haïti.....	333

2.2. Quelques éclairages nécessaires sur l'importance du rôle de l'État haïtien en matière de politiques publiques structurelles et conjoncturelles.....	336
CONCLUSION.....	347
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	348
BIBLIOGRAPHIE.....	353
ANNEXES.....	378
Annexe 1a. Questionnaire d'enquête (en français).....	379
Annexe 1b. Questionnaire d'enquête (en créole).....	394
Annexe 2. Opinion des répondants sur les items formant les variables de recherche	409
A1. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Croyances magico-religieuses et le fatalisme ».....	410
A2. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Croyance à la futilité de la vie sur terre ».....	411
A3. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Communautarisme ou esprit communautaire ».....	411
A4. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Vision du court terme ».....	412
A5. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Aversion pour la concurrence ».....	413
A6. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Perception de la réussite socio-économique ».....	414
A7. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Attitudes face à l'épargne et à l'investissement ».....	415
A8. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Attentisme, attitudes vis-à-vis du risque et de l'incertitude ».....	415
A9. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Distance hiérarchique et conformisme ».....	416
A10. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Entraide ou la foi en l'aide des autres ».....	417
A11. Opinion des répondants sur les items formant la variable « Auto-retrait du monde ».....	417
Annexe 3. Tableaux de quelques résultats économétriques et apprentissage statistique non-supervisé à l'aide des logiciels STATA et SPSS 17.0.....	418
B1. Régression pour contrôler le biais de sélection (cas de court terme).....	419
B2. Régression pour contrôler le biais de sélection (cas de moyen terme).....	419
B3. Régression pour contrôler le biais de sélection (cas de long terme).....	420

B4. La probabilité d'être traité.....	420
B5. Test de moyenne sur les scores de propension.....	421
C1. Présentation des valeurs propres (ACM traits culturels).....	421
C2. Présentation des valeurs propres (appartenance sociale).....	421
C3. Contribution des modalités à l'inertie de chacun de chacun de ces axes (traits culturels).....	422
C4. Contribution des modalités à l'inertie de chacun de chacun de ces axes (appartenance sociale).....	422
TABLE DES MATIÈRES.....	423