
Survivance des petites et moyennes entreprises (PME) au Niger

Janvier Fokam*

&

Julio Cesar Martinez Espinosa

Résumé

Une rétrospective de la situation économique du Niger actuelle, laisse apparaître que l'implantation de grandes entreprises sur le territoire nigérien n'a guère connu une augmentation significative et que l'État nigérien demeure le seul pourvoyeur d'emploi. Les rares entreprises qui se créent ne connaissent guère une longue durée de vie compte tenu de contraintes multiples et multiformes ; d'où le problème de gestion pérenne des petites et moyennes entreprises (PME) au Niger. Toutefois, le taux d'entreprises qui se créent et perpétuent leurs activités dans la durée, reste une préoccupation majeure pour l'État et les collectivités publiques. Il est à remarquer que la conception de l'entrepreneuriat fait l'objet d'un regain d'intérêt assez marqué de la part de chercheurs.es de différentes disciplines. Il apparaît aussi que divers facteurs notamment économiques, sociaux, idéologiques, politiques, industriels et historiques, concourent à l'existence des entreprises aussi bien publiques, para publiques que privées. Il s'agira donc dans cette contribution, de faire ressortir les facteurs qui handicapent la non pérennisation de ces petites et moyennes entreprises (PME) nigériennes et de trouver des stratégies qui permettent leur gestion adéquate à partir des analyses de données de terrain.

Mots-clés : PME, pérennité, Niger, contribution, gestion.

Abstract

A retrospective of the current economic situation in Niger shows that the establishment of large companies in Niger has hardly seen a significant increase and that the Nigerian state remains the only source of employment. The few companies that are created hardly have a long lifespan due to multiple and multiform constraints; hence the problem of sustainable management of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Niger. However, the rate of firms setting up and continuing their activities over the long term remains a major concern for the State and public

* École Supérieure des Communications Électroniques et de la Poste (ESCEP) de Niamey (Niger) ; E-mail : janvierfokam66@yahoo.com

authorities. It should be noted that the concept of entrepreneurship is the subject of a rather marked revival of interest on the part of researchers from different disciplines. It also appears that various economic, social, ideological, political, industrial and historical factors contribute to the existence of public, para-public and private companies. The aim of this contribution will be to highlight the factors that hinder the unsustainability of these small and medium-sized enterprises (SMEs) in Niger and to find strategies that allow them to be properly managed based on field data analyses.

Keywords : SME, sustainability, Niger, contribution, management.

Introduction

Depuis la décennie 80, la création de nouvelles entreprises est devenue un moyen efficace de lutte contre le chômage et la réduction de la pauvreté dans les pays en développement. Pour Audretsch et al. (42) : « Les nouvelles entreprises permettent non seulement d'améliorer la compétitivité des entreprises anciennes, mais aussi, de mieux s'adapter aux changements économiques et aux mutations structurelles imposées par la mondialisation ». Les statistiques sur la création d'entreprises sont perçues comme un des indices les plus marquants du dynamisme économique d'une région ou d'un pays. Au Niger, les principes de la facilitation de la création de nouvelles entreprises est au centre des préoccupations des autorités qui ont fait de l'éclosion des PME/PMI un instrument central de leur stratégie de développement, tout cela contenu dans un document appelé : modèle d'équilibre général dynamique stochastique. Selon ce document :

Les petites et moyennes entreprises (PME) représentent plus de 95 % de l'ensemble des entreprises et 60 à 70 % de l'emploi ; ce sont elles qui créent une grande partie des nouveaux emplois dans les économies de l'Organisation pour la Coopération et le Développement Économique (OCDE) ; énergie & industries extractives (19,8%) ; l'agriculture (9,9%) ; la santé et population (8,4%) le transport (7,9%). (DSCE 21)

Malgré les efforts de ces autorités pour faciliter la création d'entreprises, très peu d'entreprises créées survivent. Ceci est relaté dans le quatrième Rapport de la Commission Européenne (Projet PME, Eurostat) qui relève qu'« environ 80% des entreprises nouvellement créées sont toujours en vie après la première année d'existence, alors qu'après trois ans, il n'en reste plus que 65%, et 50% après cinq ans » (Projet PME

et Eurostat 53). La moitié des entreprises nouvellement créées sont toujours présentes après cinq ans d'existence. Ainsi, si la création d'entreprises peut être un challenge en soi, sa pérennité se révèle être un combat de tous les jours. Ce qui nous incite à nous interroger sur ce qui peut expliquer qu'une entreprise survive ou résiste mieux qu'une autre.

Dans la littérature, divers travaux se sont intéressés à la problématique de la survie et de la pérennité des entreprises nouvellement créées et ont mis en exergue différents facteurs susceptibles de la favoriser. Il s'agit des facteurs de marché, des facteurs financiers, des facteurs liés au cycle de vie, les caractéristiques personnelles du créateur et de l'entreprise, l'accès au financement extérieur, les spécificités régionales et le capital social. Parmi ces différents facteurs, nous allons nous intéresser aux caractéristiques personnelles de l'entrepreneur. S'intéresser au portrait-robot de l'entrepreneur pourrait se justifier par le fait que dans la littérature entrepreneuriale, l'entrepreneur est considéré relativement comme l'unique unité d'analyse de la pérennité à travers ses caractéristiques. L'approche la plus solide qui est restée jusqu'aujourd'hui sans contestations est celle de Gassé (38). Sur un échantillon de 2000 entrepreneurs, il trouve dix caractéristiques principales qu'il classe en trois dimensions : « *la motivation, les aptitudes et les attitudes* » (Gassé 23-56). Il construit ainsi un modèle expliquant l'entrepreneuriat à travers cinq pôles : les antécédents (le passé de la personne et son histoire), les motivations (le besoin de réalisation, les défis et l'indépendance), les aptitudes (compétences latentes qui se développeraient à la création), les attitudes (prises de position conscientes ou non, influencées par les perceptions), et les comportements réels (savoir être). Malgré la richesse de ces approches développées par Gassé (50), nous allons dans le cadre de cette étude, caractériser le profil de l'entrepreneur à travers les facteurs déterminants identifiés par l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques de France (l'INSEE). Il s'agit des antécédents professionnels, du diplôme d'origine de l'entrepreneur, de la motivation et plus particulièrement l'obligation de créer un emploi, le genre et l'âge de l'entrepreneur. D'après Jacquet (44) : « réduire le profil de l'entrepreneur à ces simples caractéristiques serait réducteur », mais c'est souvent ce qui est retenu lorsqu'on tente une première approche de l'entrepreneuriat.

Compte tenu de ce quadrillage du concept de profil de l'entrepreneur, il importe dans la présente étude de s'interroger si le profil

des créateurs d'entreprise influence significativement la pérennité de leur entreprise au Niger.

Cette problématique n'est pas nouvelle dans la littérature entrepreneuriale de nombreux pays occidentaux Storey (45-74), Cressy (63-88) en Grande Bretagne ; Bonneau et Francoz (66-70), Moati et al. (p.65) et Turlai (47) en France ; Papadaki et Chami (95) au Canada ; et Brüderl et al. (12-25) en Allemagne;). Dans l'ensemble, ces études établissent un lien entre le profil du créateur d'entreprise et la pérennité de leur entreprise. A notre connaissance, aucune étude n'a spécialement traité du profil du créateur comme déterminant de la pérennité de leur entreprise au Niger. L'originalité de la présente étude est la prise en compte de la spécificité culturelle dans le processus entrepreneurial au Niger, qui semble être représentative de celle de la plupart des pays de l'Afrique subsaharienne francophone et qui n'est aucunement similaire à celui des pays développés. Compte tenu de cette spécificité, cette étude a pour objectif de vérifier l'existence d'un lien présumé entre les caractéristiques personnelles du créateur et la pérennité de leur entreprise.

Le présent article est organisé en trois parties. Nous présenterons d'abord le cadre théorique de l'étude et les hypothèses de la recherche, ensuite le cadre méthodologique et pour enfin nous pencher sur les analyses et discussions des principaux résultats obtenus.

1. Cadre théorique et hypothèses de la recherche

Il est question dans cette section d'analyser d'abord le concept de pérennité, ensuite présenter la théorie qui sous-tend la relation entre le profil du créateur d'entreprise et la pérennité de leur entreprise, et pour enfin faire une synthèse des résultats existant devant conduire à la déduction des hypothèses de la recherche. La pérennité : un concept à la sémantique floue et à la mesure ambiguë. Le concept de pérennité est souvent perçu comme un objet de recherche relativement complexe alors que de nos jours, son étude intéresse de plus en plus des chercheurs en Sciences de Gestion. La pérennité revêt un caractère multidimensionnel qui tient non seulement au nombre de variables susceptibles de l'expliquer, mais aussi aux interdépendances pouvant exister entre elles. En effet, il semble qu'au-delà de cette pluralité de dimensions, la pérennité symbolise la finalité même de la gestion d'une organisation (Mignon, 2000). Elle renvoie le plus souvent à la viabilité, à la longévité et à la durabilité de

l'entreprise. S'appuyant sur les travaux d'Abalo Kodjo (17) : «la pérennité est un thème transversal qui permet d'affiner les réflexions sur le succès, la performance et la rentabilité à long terme des entreprises »

Selon Marshall, le cycle de vie de l'entreprise se décompose en cinq phases : la création, le démarrage, l'adolescence, la maturité et le vieillissement. Les entreprises se situent dans des phases différentes selon que l'on traite de survie ou de pérennité. Cheriet et al. (55) précisent que : « les déterminants de survie des entreprises nouvellement créées sont différents des déterminants de pérennité des entreprises existantes sur le marché ». Il reviendrait à définir la pérennité comme une survie sur le long terme. A cette diversité conceptuelle et au flou sémantique autour de la pérennité, s'ajoutent d'autres obstacles comme la détermination des indicateurs de mesure.

L'essentiel des études recensées en entrepreneuriat se penchent sur la continuité et sur les risques de mortalité pour étudier la pérennité et la survie des entreprises. Certains auteurs comme Stévenot, Tchagang, se réfèrent à la performance durable sur un certain nombre d'années et d'autres, notamment Mignon, Dumez, Douzounet et Yogo, trouvent que l'analyse de la pérennité à l'aide d'indicateurs de performance est pertinente mais insuffisante et se réfèrent au nombre d'années d'activité de l'entreprise. Pour ce deuxième groupe d'auteurs, une entreprise peut être pérenne sans pour autant être performante puisque la performance n'est qu'un déterminant parmi tant d'autres de la pérennité. D'où l'intérêt d'Albouy (81-90) de s'interroger si l'objectif ultime de la firme est de devenir multi centenaire ou de créer la richesse pour ses actionnaires ?

1.1. La place de l'entrepreneur dans la théorie économique

L'école économique anglaise des 18^e et 19^e siècles qui a fondé la pensée économique n'a aucunement accordé du poids à l'entrepreneur dans les mécanismes économiques. Au fil de temps, les auteurs se sont éloignés de cette conception pour une approche centrée sur l'entrepreneur. En effet, l'un des premiers auteurs à s'intéresser à l'entrepreneur est Alfred Marshall au début du 20^e siècle. Il considère que le développement d'une entreprise passe par la mise en place de nouvelles méthodes destinées à réduire les coûts et pour cela, un accent particulier est mis sur le dirigeant pour déceler les opportunités d'offrir de nouveaux

biens destinés à satisfaire un besoin réel ou d'améliorer un processus de production existant.

Jean Baptiste Say dans les années 1830, d'après Drucker (56), présente l'entrepreneur comme celui qui casse les routines en déplaçant les ressources économiques d'un niveau de productivité et de rendement vers un niveau supérieur. Ce n'est qu'en 1934 que Schumpeter qualifie l'entrepreneur d'innovateur qui met en œuvre une technologie inédite. Pour lui, c'est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie. Ainsi, l'entrepreneur est comme celui qui maximise les opportunités. En 1975, on assiste à la naissance d'une nouvelle perception de l'entrepreneur considéré comme quelqu'un qui prend des décisions ou des initiatives, organise des mécanismes socio-économiques et en accepte le risque d'échec. L'entrepreneur devient donc, comme un processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaire, l'entrepreneur joue un rôle non négligeable dans le choix des stratégies de marché et des stratégies internes développées par leur entreprise.

Suite à l'évolution de cette importance accordée à l'entrepreneur depuis les travaux de Marshall, les théoriciens du courant de la littérature entrepreneuriale (Hisrich 22 ; Ardeni, 23) considèrent que l'entreprise n'est pas seulement une unité de fonctionnement économique, mais un espace socioculturel directement influencé par le profil et les valeurs de ses dirigeants. Il s'agit ici du profil lié aux facteurs psychologiques, sociodémographiques, économiques et contextuels de l'entrepreneur. Une place de choix est donc accordée au chef d'entreprise et à ses objectifs. Il est à la base du fondement de l'entreprise et la condition de son existence, de sa survie et de sa croissance. D'ailleurs, quelques études empiriques telles que présentées ci-dessous ont essayé de vérifier l'existence du lien entre le profil des créateurs d'entreprise et la pérennité de leur entreprise.

1.2. Profil du créateur et pérennité de leur entreprise : une synthèse des résultats empiriques

Bon nombre d'études empiriques menées de par le monde mettent en avant l'existence d'une relation entre le profil du dirigeant et la pérennité ou sur la croissance des jeunes entreprises (Storey 31 ; Moati et al. 52 ; Papadaki et Chami, 25 ; Teurlai11 Kau tonen et al. 33 ; Munoz-Bullon et Cueto,12). Par exemple, en Grande-Bretagne, les résultats des

études de Storey (55) et de Cressy (74) auprès des échantillons d'entreprises britanniques mettent en évidence une influence positive du statut d'actif avant la création sur la croissance et la pérennité de la jeune entreprise. Le lien entre l'âge de l'entrepreneur et la survie de l'entreprise est également jugée positif dans cette étude comme dans celle de Lorrain et Laferte au Québec (44). En France, les études de Bonneau et Francoz (18), Moati et al. (20), à partir de données sur des cohortes de nouvelles entreprises interrogées au moment de la création puis à intervalles réguliers issues de l'enquête SINE (Système d'Information sur les Nouvelles Entreprises) de l'INSEE, font apparaître que le profil du créateur semble jouer un rôle très important pour expliquer les chances de survie ou de pérennité d'une entreprise, ou les risques de mortalité. Au Canada, l'étude réalisée par Papadaki et Chami (10) sur un échantillon de 1337 micro-entreprises fait ressortir une forte influence du niveau d'études sur la croissance de l'entreprise, alors que l'âge, le sexe et le statut d'immigrant du propriétaire ne semblent pas influencer sur la trajectoire de l'entreprise.

Par ailleurs, la détermination de l'entrepreneur et sa capacité à nouer des relations de partenariat ont plutôt une incidence favorable sur la pérennité des micro-entreprises. En Allemagne, Brüderl et al. (19), sur un échantillon d'entreprises allemandes font également ressortir une influence significative du profil du créateur sur la survie ou la pérennité de leur entreprise.

Au niveau du genre, plusieurs recherches en entrepreneuriat ont mis en évidence des différences notables entre les hommes et les femmes. Les femmes entrepreneurs auraient notamment plus de difficultés à accéder aux financements au moment de la création, et un taux de survie plus faible à celui des hommes. Ce résultat peut être également expliqué par un accès plus difficile à des fonds externes, ce qui incite les femmes à se lancer dans des activités moins capitalistiques. Enfin, les jeunes entreprises dirigées par des femmes semblent aussi plus vulnérables en raison d'un capital humain et d'un engagement plus faible, ainsi que leur moindre capacité à remédier à la détresse économique de leur entreprise.

En ce qui concerne le niveau d'études et les compétences des entrepreneurs (managériale, technique et commerciale), leur effet est généralement légèrement positif sur la pérennité de l'entreprise. Mais la littérature en entrepreneuriat s'est surtout intéressée aux entreprises innovantes. Pour ce type de firme, Marvel et Lumpkin (13) montrent que :

« plus le niveau d'éducation est élevé plus les chances de survie sont fortes ». Les connaissances en gestion, marketing ou ressources humaines portent atteinte à l'effet positif lié aux connaissances techniques provenant d'une formation universitaire.

Enfin, les motivations de l'entrepreneur à la création peuvent également influencer la pérennité de leur firme. La littérature, et en particulier Vesper (14), a identifié deux types de motivation ; les motivations push et les pulls.

On parle de « pull motivations » lorsque la création d'entreprise est considérée par la personne comme une source de profit (matérielle ou non). Ce sont des facteurs positifs, qui peuvent être, entre autres, le besoin d'indépendance, d'accomplissement personnel, le désir de richesse, la volonté de relever un défi, le pouvoir, ou encore les opportunités. Au contraire, les « push motivations » résulte d'un conflit entre la situation dans laquelle la personne se trouve et celle qu'elle cherche.

Ces motivations font référence à des expériences négatives, telles que des situations liées à l'emploi (exigences familiales, chômage, licenciement, impossibilité de trouver un emploi, ou encore insatisfaction au travail, etc.). Par conséquent suivant le type dominant de motivations qui est à l'origine de l'acte entrepreneurial, ses effets sur la pérennité de l'entreprise peuvent être variés.

Suite à l'ensemble des argumentaires sus-évoqués, nous pouvons déduire les hypothèses suivantes :

- Hypothèse 1 : l'âge de l'entrepreneur à la création a une influence significative sur la pérennité de leur entreprise.
- Hypothèse 2 : le genre du créateur a une influence significative sur la pérennité de leur entreprise.
- Hypothèse 3 : le niveau d'études de l'entrepreneur à la création a une influence significative sur la pérennité de leur entreprise.
- Hypothèse 4 : le type de formation de l'entrepreneur à la création a une influence significative sur la pérennité de leur entreprise.
- Hypothèse 5 : les antécédents professionnels à la création ont une influence significative sur la pérennité de leur entreprise.
- Hypothèse 6 : les motivations de l'entrepreneur à la création ont une influence significative sur la pérennité de leur entreprise.

Au regard des développements présentés ci-dessus, il est possible de conclure à l'existence d'une relation entre le profil de l'entrepreneur à la création et la pérennité de leur entreprise ; bien qu'il soit difficile d'arriver

à un consensus sur le sens de la relation. L'expérimentation sur un échantillon d'entreprises nigériennes créées entre 1990 et 2008 et survivantes en 2011 contribue à la vérification empirique des prédictions issues de cette littérature. Ceci fait l'objet du cadre méthodologique.

2. Cadre méthodologique

Cette section est essentiellement liée à la méthodologie. Nous allons tout d'abord présenter la procédure du choix de l'échantillon et de collecte des données ; ensuite, la construction du modèle théorique de la recherche et l'opérationnalisation des variables ; et enfin, la présentation des outils statistiques d'analyse des données.

2.1. Echantillon et méthodes de collecte des données

L'étude porte sur l'ensemble des entreprises formelles nigériennes créées entre 1990 et 2008 et survivantes en 2011, répertoriées par l'Institut National de la Statistique (INS). A la fin d'exercice 2011, cette institution a recensé dans les huit (08) régions plus de 1200 entreprises de cette catégorie opérant dans plusieurs branches d'activités, quels que soient leur taille et leurs statuts juridiques. Compte tenu des exigences de notre étude, nous avons procédé aux filtrations en vue de l'obtention de l'échantillon final pour la recherche. Pour atteindre cet objectif, nous allons effectuer une régression logistique sur les données de 304 entreprises nigériennes choisies parmi celles créées entre 1990-2008 et survivantes en 2011 (Source : INS, p.15), Les entreprises visées sont donc celles aux caractéristiques ci-après :

- Avoir été créée entre 1990 et 2008 et survivante en 2011 ;
- Avoir une date de création disponible ;
- ne pas appartenir au secteur public ou parapublic ;
- Avoir répondu à notre questionnaire.

Sur le strict respect des trois premières conditions, nous avons retenu 703 entreprises. En ce qui concerne la collecte des données, leur exploitation au regard des objectifs poursuivis par notre étude a permis à la fin de retenir 304 entreprises constituant ainsi notre échantillon. L'exclusion de certaines entreprises auxquelles nous avons administré le questionnaire est surtout dû au manque de sérieux de certains dirigeants manifesté par certaines réponses manquantes sur le questionnaire, mais pourtant utiles à la conduite de l'étude.

2.2. Modèle théorique de l'étude et opérationnalisation des variables

L'examen de la littérature nous a conduits à établir un lien entre le profil du créateur d'entreprise et la pérennité de leur entreprise. Pour la modélisation de cette relation, nous nous sommes appuyés sur une démarche hypothético-déductive pour la simple raison que celle-ci consiste à expliquer, à tester et à vérifier un certain nombre d'hypothèses émises à partir de la littérature. Le positionnement épistémologique épouse le positivisme qui semble approprié pour mieux expliquer cette relation. Les exigences d'une telle approche impliquent la construction d'un modèle théorique de recherche défini au préalable à partir de la littérature. Ce modèle théorique repose sur des modèles économétriques que l'on devra tester à partir des données recueillies pour réfuter ou valider empiriquement les prédictions de la théorie. Ainsi, dans le cadre de cette étude, le modèle économétrique que nous proposons pour mettre en évidence ce lien se présente comme suit :

$$PEREN = \varphi_0 + \sum_{i=1}^n \varphi_i X_i + u \quad (1)$$

Avec X_i , les variables explicatives ;

φ_0 , le terme constant ;

φ_i , les coefficients de la régression et

u , le terme d'erreur.

La forme empirique complète du modèle est alors :

$$\begin{aligned} PEREN = & \varphi_0 + \varphi_1 AGE + \varphi_2 NIVETUD \quad (2) \\ & + \varphi_3 TYPFORM + \varphi_4 ANTPROF \\ & + \varphi_5 MOTIV + \varphi_6 GENRE + u \end{aligned}$$

Dans le contexte de cette étude, nous avons jugé important d'observer le comportement de la pérennité selon qu'elle soit de moins de 5 ans (PEREN1), de 5 à 10 ans (PEREN2) et de plus de 10 ans (PEREN3). Ceci a donné lieu aux trois sous-modèles ci-dessous :

$$\begin{aligned} PEREN1 = & \varphi_0 + \varphi_1 AGE + \varphi_2 NIVETUD \quad (2.1) \\ & + \varphi_3 TYPFORM + \varphi_4 ANTPROF \\ & + \varphi_5 MOTIV + \varphi_6 GENRE + u \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} PEREN2 &= \varphi_0 + \varphi_1 AGE + \varphi_2 NIVETUD \quad (2.2) \\ &+ \varphi_3 TYPFORM + \varphi_4 ANTPROF \\ &+ \varphi_5 MOTIV + \varphi_6 GENRE + u \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} PEREN3 &= \varphi_0 + \varphi_1 AGE + \varphi_2 NIVETUD \quad (2.3) \\ &+ \varphi_3 TYPFORM + \varphi_4 ANTPROF \\ &+ \varphi_5 MOTIV + \varphi_6 GENRE + u \end{aligned}$$

En ce qui concerne l'opérationnalisation des variables de ces différents modèles, nous avons considéré respectivement la pérennité (PEREN1, PEREN2 et PEREN3) comme variable dépendante et les caractéristiques de l'entrepreneur comme variables indépendantes.

PEREN1, PEREN2 et PEREN3 sont des variables binaires et désignent les pérennités de l'entreprise selon différents modèles. Elles sont mesurées par le nombre d'années d'existence de l'entreprise. Elles prennent respectivement la valeur 1 si l'entreprise a vécu moins de 5 ans (modèle 2.1), si elle a vécu entre 5 et 10 ans (modèle 2.2) et si elle a vécu au-delà de 10 ans (modèle 2.3) ; et 0 sinon. Bon nombre d'auteurs (Teurlai 19; Dumez 22; Douzounet Mallaye et Yogo, 16) l'ont utilisé dans leurs travaux. AGE est une variable nominale et désigne l'âge de l'entrepreneur lors de la création de son entreprise. Elle prend la valeur 1 si l'entrepreneur a moins de 30 ans, 2 s'il a entre 30 et 40 ans, 3 s'il a entre 40 et 50 ans et 4 s'il a plus de 50 ans. NIVETUD est une variable nominale et désigne le niveau d'études de l'entrepreneur lors de la création de son entreprise. Elle prend la valeur 1 si l'entrepreneur a le niveau du primaire, 2 s'il a le niveau du secondaire et 3 s'il a atteint le niveau du supérieur. TYPFORM est une variable nominale désignant le type de formation de l'entrepreneur lors de la création de l'entreprise. Il prend la valeur 1 si l'entrepreneur a reçu une formation en Economie et Gestion, 2 s'il a reçu une formation technique et 3 pour toutes autres formations. ANTPROF est une variable nominale et désigne les antécédents professionnels du créateur. Elle prend la valeur 1 si l'entrepreneur était indépendant (travaille à son propre compte), 2 s'il était étudiant ou élève, 3 s'il était apprenti ou stagiaire, 4 s'il était chef d'entreprise (dirigeant salarié), 5 s'il est sans activité par convenance, et 6 s'il était chômeur. MOTIV est une variable nominale et désigne les motivations de l'entrepreneur à la création de l'entreprise. Elle prend la valeur 1 si c'est juste pour le goût d'entreprendre, 2 parce qu'une

opportunité s'est présentée, 3 si c'est pour avoir un emploi et 4 si c'est pour son désir d'indépendance. GENRE est une variable dichotomique et désignant le genre du créateur. Elle prend la valeur 1 si le créateur est un homme et 0 si c'est une femme.

2.3. Outils statistiques d'analyse des données

Nous avons utilisé en ce qui concerne les analyses descriptives, les tris à plat et les tris croisés. Pour les analyses explicatives, nous avons utilisé les tests de corrélation et la régression logistique. La régression logistique permet en effet d'expliquer une variable dépendante et de nature binaire (PEREN), en fonction de plusieurs autres variables dites explicatives. L'avantage de cette analyse est qu'elle prend en compte les interrelations pouvant exister entre l'ensemble des variables explicatives. De même, elle est très souvent utilisée pour mettre en évidence les facteurs déterminants la survie ou la pérennité d'une entreprise.

3. Résultats et discussions

Nous allons en premier lieu présenter les résultats des analyses descriptives et en second lieu les résultats des analyses explicatives.

3.1. Résultats de l'analyse descriptive

Ces résultats mettent en évidence les caractéristiques des entreprises créées, le profil des créateurs et la probabilité qu'une entreprise créée reste pérenne.

Concernant les caractéristiques des entreprises de l'échantillon, nous notons que sur la période 1990-2008, les créations de ces entreprises ont touché près de 31 branches d'activités. Seulement cinq d'entre-elles affichent une hausse notable du nombre de créations (60%). C'est notamment le cas des activités agroalimentaires, de commerce de gros et de détail (26,7%), financières (8,9%), de transports et communications (8,6%), de constructions (7,8%) et de service aux entreprises (7,7%). Ces entreprises sont localisées à plus de 68% dans la ville de Niamey, 22,8% à Maradi, 1,9% à Diffa, 1,1% à Tahoua, 5,6% à Agadès et plus faiblement dans les autres régions. Plus de 39% d'entre elles n'avaient pas de salariés ; 53% avaient au plus 10 salariés et seulement 7,8% avaient au-delà de 10 salariés. Dans l'ensemble, ces salariés étaient constitués à plus de 80% des employés et manœuvrés, 12% de techniciens et agents de maîtrise, 6% de

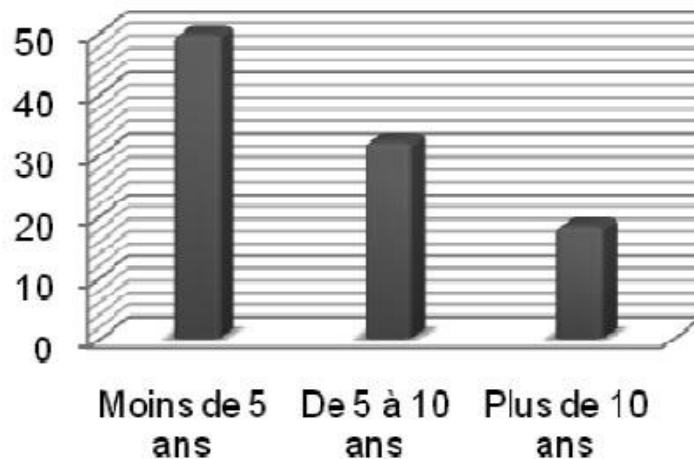
techniciens supérieurs et 2% de cadres supérieurs. À la fin de l'année 2011, 62,15% des entreprises de l'échantillon avaient un chiffre d'affaires de moins de 100 millions FCFA et 37,85%, 100 millions FCFA et plus. Si l'on s'en tient à la catégorisation des entreprises selon le système comptable OHADA en fonction du chiffre d'affaires, on noterait une prépondérance des PME (entreprises ayant moins de 100 millions FCFA de chiffre d'affaires) par rapport aux grandes entreprises. Les résultats selon ce critère justifient les prédictions selon lesquelles le tissu économique nigérien serait caractérisé par la prédominance des PME familiales. Les indicateurs de performance selon le critère de la rentabilité des capitaux propres montrent que ces entreprises sont à 32,6% sous performantes, 21,82% faiblement performante, 8,01% moyennement performantes et 37,57% hautement performantes. D'après le critère de la rentabilité économique, on observe pratiquement la même tendance pour les entreprises sous performantes (32,32%), 45,3% faiblement performantes, 11,05% moyennement performantes et 11,6% hautement performantes.

Pour ce qui est du profil des créateurs d'entreprises au Niger sur la période 1990-2008, l'étude révèle que ceux-ci sont à 65,1% des hommes contre 34,9% de femmes. 19,4% d'entre eux avaient moins de 30 ans, 27,9% entre 30 et 40 ans, 51,6% entre 40 et 50 ans, contre seulement 1,2% qui avaient plus de 50 ans. 5,9% avaient le niveau du primaire, 39,1% le niveau du secondaire, contre 54,9% ayant fait des études universitaires. 33,3% ont une formation en économie et gestion des entreprises, 40,7% une formation technique et 26% pour les autres types de formations (littéraire, scientifique, juridique, ...). 12,8% travaillaient pour leur propre compte (indépendants), 39,9% étaient des étudiants ou élèves, 32,2% constitués des salariés, apprentis ou stagiaires, 11,6% des dirigeants salariés, contre 3,1% de chômeurs et 0,4% des sans activité par convenance. Les mobiles ayant motivés la création de leur entreprise sont entre autres le goût d'entreprendre (1,2%), l'opportunité de création (25,2%), retrouver un emploi (35,3%) et le désir d'indépendance (38,4%).

Concernant la probabilité qu'une entreprise créée entre 1990 et 2008 soit pérenne, l'étude montre que celle-ci est plutôt hétérogène en fonction de la longévité des entreprises. D'après les analyses, on remarque que pour une entreprise créée à cette période, la chance qu'elle soit pérenne avant son cinquième anniversaire est de 0,496, entre le cinquième et le dixième

anniversaire est de 0,321 et au-delà du dixième anniversaire est de 0,183. Le graphique ci-après illustre ces différentes chances.

Graphique 2



3.2. Résultats des analyses explicatives

L'examen de la littérature à montrer que le profil des entrepreneurs influe sur les chances de réussite de l'entreprise. Plusieurs éléments ont été pris en compte : l'âge, le sexe, la situation professionnelle, le niveau d'études, le type de formation et la motivation à la base de la création d'entreprise. Il s'agit pour nous, de vérifier l'existence d'un éventuel lien entre ces caractéristiques de l'entrepreneur juste avant le démarrage de son entreprise et la pérennité de celle-ci. A cet effet, nous nous sommes appropriés des techniques de la corrélation et de la régression logistique.

Le but des analyses de la corrélation est d'examiner les relations univariées entre la variable dépendante et les variables indépendantes et de déceler l'existence de tout problème de multi colinéarité entre les variables indépendantes. Le tableau 1 ci-dessous présente la matrice de corrélation entre les différentes variables de l'étude. Compte tenu de la nature des variables retenues, cette matrice de corrélation est établie selon la méthode du rho de Pearson.

Tableau n°1 : Matrice de corrélations entre les variables

	ANTPROF	MOTIV	GENRE	AGE	NIVETUD	TYPFORM	PEREN 1	PEREN 2	PEREN 3
ANTPROF	1								
MOTIV	0,010	1							
GENRE	-0,050	-0,067	1						
AGE	-0,140*	-0,106	0,020	1					
NIVETUD	-0,051	-0,071	0,128*	-,070	1				
TYPFORM	-0,063	-0,074	0,049	-,071	-0,043	1			
PEREN 1	0,023	0,041	0,131*	-,330**	0,072	0,064	1		
PEREN 2	-0,126*	-0,038	-0,104	,137*	0,031	-0,034	-0,655**	1	
PEREN 3	0,116	-0,008	-0,043	,253**	-0,126*	-0,040	-0,491**	-0,337**	1

** ; * : Significatif au seuil respectif de 1% et 5%.

A la lecture de ce tableau, on constate qu'il existe d'une part, certaines relations significatives entre les variables relatives au profil de l'entrepreneur et d'autre part des relations significatives entre ces différentes variables et la pérennité de l'entreprise.

En ce qui concerne les corrélations entre les variables relatives au profil de l'entrepreneur et la pérennité de leur entreprise, on remarque que le profil du dirigeant, et plus particulièrement son antécédent professionnels, son genre, son âge et son niveau d'études ont un lien significatif avec la pérennité de leur entreprise. Par ailleurs, la motivation à l'origine de la création et le type de formation du dirigeant ont des liens plutôt non significatifs avec la pérennité. Dans l'ensemble, les tests de corrélation montrent que l'influence des caractéristiques personnelles d'un créateur sur les chances de pérennité de son entreprise est confirmée dans de nombreuses études empiriques, mais, ne permettent pas de discriminer les entrepreneurs à succès de ceux à échec. Ces résultats confortent néanmoins les hypothèses H1, H2, H3 et H6 que nous avons formulées.

Pour ce qui concerne l'auto corrélation entre les différentes variables explicatives, nous constatons par exemple que le genre du dirigeant a un lien significatif avec son niveau d'études. Que l'âge du dirigeant est corrélé négativement avec ces antécédents professionnels. Bien qu'il existe des autocorrélations entre certaines variables explicatives, aucun problème sévère de multi colinéarité entre ces différentes variables indépendantes n'est décelé dans la mesure où les coefficients de corrélation sont relativement faibles (généralement inférieurs à 0,6).

Dans le but d’approfondir les résultats ci-dessus, il a été nécessaire de procéder aux tests de régression logistique. Les variables dépendantes notées « PEREN1, PEREN2 et PEREN3 » sont binaires et tiennent compte du nombre d’années d’activité ou d’existence de chaque entreprise de l’échantillon. Le tableau 2 ci-dessous restitue la synthèse des résultats de l’estimation des différents modèles.

Les résultats de l’estimation de ces différents modèles révèlent en ce qui concerne la variable représentant les facteurs non spécifiés (Constante), une valeur positive et non significative pour le modèle 2.1 et des valeurs négatives et significatives au seuil de 1% pour les modèles 2.2 et 2.3. Bien plus, la statistique de Khi-deux attestant la spécification du modèle est significatif au seuil de 1% quel que soit le modèle. On en conclut selon le R-deux de Nagelkerke que les caractéristiques personnelles du créateur d’entreprise expliquent à 28% la pérennité à moins de 5 ans, à 21,4% la pérennité entre 5 et 10 ans et à 22,6% la pérennité à plus de 10 ans de leur entreprise. On note également trois variables significatives en ce qui concerne le modèle 2.1 et 2.2 ; et pour le modèle 2.3, seulement deux variables sont significatives. Pour discriminer les entrepreneurs à succès de ceux à échec, il serait intéressant d’interpréter les variables explicatives en tenant compte du signe des coefficients des facteurs et non des variables.

Nous allons à présent vérifier si les caractéristiques sociodémographiques de l’entrepreneur (c’est-à-dire son âge, son niveau d’études, ses antécédents professionnels, son type de formation, son genre) et psychologique (ses motivations à la création) peuvent avoir un impact sur la probabilité que son entreprise soit pérenne.

A la lecture du tableau 2 ci-dessous, il ressort qu’être en activité au moment de la création améliore les chances de réussite. Les antécédents professionnels du promoteur (ANTPROF) ont donc une incidence sur la pérennité de leur entreprise. Contrairement aux étudiants, aux chômeurs, aux stagiaires et aux apprentis qui ont moins de chance de voir leur entreprise survivre, ce résultat suggère que les entreprises qui durent le plus longtemps sont celles créées par des promoteurs qui avaient un emploi au moment de la création. La probabilité que ces entreprises soient pérennes à moins de 5 ans et entre 5 et 10 ans est forte si le promoteur, avant la création de son entreprise, était dirigeant salarié dans une autre entreprise. Ceci s’explique par leur expérience dans la gestion d’une

entreprise. Le statut d'indépendant de l'entrepreneur (anciens entrepreneurs, artisans ou commerçants) avant la création améliore également les chances que son entreprise soit pérenne entre 5 et 10 ans. Ce résultat va dans le même sens que ceux trouvés par Turlai (11) ou encore Boyer et Blazy (669-683) et confirme notre hypothèse H₅ (les antécédents professionnels à la création ont une influence significative sur la pérennité de leur entreprise).

Tableau n°2 : Profil du créateur et pérennité de son entreprise

	Pérennité de l'entreprise		
	Moins de 5 ans (PEREN1)	Entre 5 et 10 ans (PEREN2)	Plus de 10 ans (PEREN3)
ANTPROF			
<i>Indépendant ou à votre compte</i>	-0,935	1,972*	-1,153
<i>Etudiant ou scolaire</i>	-0,849	1,681	-0,746
<i>Salarié, apprenti ou stagiaire</i>	-0,696	0,791	0,062
<i>Dirigeant salarié</i>	1,923**	2,240*	-0,144
<i>Sans activité par convenance</i>	-21,638	-19,75	-22,93
<i>Au chômage</i>	Réf	Réf	réf
MOTIV			
<i>Goût d'entreprendre</i>	0,183	-0,113	-18,482
<i>Opportunité de création</i>	-0,177	0,061	-0,001
<i>Retrouver un emploi</i>	0,038	-0,090	-0,048
<i>Désir d'indépendance</i>	Réf	Réf	réf
GENRE (Masculin)	-0,726**	0,622*	0,213
AGE***			
<i>Moins de 30 ans</i>	-22,36	-20,99	-20,27
<i>30 à 40 ans</i>	2,085***	0,972*	2,104**
<i>40 à 50 ans</i>	0,162	0,849**	0,820*
<i>Plus de 50 ans</i>	Réf	Réf	réf
NIVETUD			
<i>Primaire</i>	-0,371	0,096	0,502
<i>Secondaire</i>	-0,521	-0,258	1,053**
<i>Supérieur</i>	Réf	Réf	réf
TYPFORM			
<i>Gestion/économie</i>	-0,373	0,263	0,102
<i>Technique</i>	0,031	0,174	-0,344
<i>Autres</i>	Réf	Réf	réf
Constante	1,255	-3,007	-7,752
-2log-vraisemblance	294,761	276,939	219,404
R-deux de Cox & Snell	0,216	0,152	0,143
R-deux de Nagelkerke	0,288	0,214	0,226
Khi-deux	63,764***	42,549***	39,909***

*** ; ** ; * : Significatif au seuil respectif de 1% ; 5% et 10%

L'âge de l'entrepreneur (AGE) est l'un des facteurs prédictifs de son expérience. L'étude révèle que l'âge de l'entrepreneur lors de la création de son entreprise influence significativement sa pérennité. D'après ces résultats, les jeunes créateurs ont plus de difficulté à pérenniser leur activité que ceux de tranches d'âge supérieures. On note que les entreprises créées par les entrepreneurs âgés de moins de 30 ans ont de très faibles chances de survie, alors que celles créées par les entrepreneurs dont l'âge varie entre 30 et 50 ans ont une forte probabilité de voir leur entreprise perdurer. A cette tranche d'âge, l'appréciation psychologique est dans leur grande majorité supérieure à la moyenne ; ce qui conduit ceux-ci à donner plus de satisfaction quant à la réalisation de l'objectif de pérennisation de leur entreprise. L'âge peut s'interpréter comme un indicateur du capital humain reflétant l'expérience et les acquis du créateur. Ce résultat va dans le même sens que ceux trouvés par Turlai (11) et Kautonen et al. (33). Il confirme par conséquent notre hypothèse H₁ (l'âge de l'entrepreneur à la création a une influence significative sur la pérennité de leur entreprise).

En ce qui concerne le genre de l'entrepreneur (GENRE), l'étude montre qu'il a une incidence négative et/ou positive sur la pérennité de l'entreprise selon que la pérennité soit à moins de 5 ans ou entre 5 et 10 ans. Ce résultat met en évidence une forte propension qu'une entreprise créée par un homme meurt avant son cinquième anniversaire contrairement à celle créée par une femme. Une fois traversé ce cap, la tendance s'inverse et on a plus de chance de voir une entreprise créée par un homme résistée entre 5 et 10 ans par rapport à celle créée par une femme.

Au Niger particulièrement, l'entrepreneuriat des femmes souffre à cause des croyances et culture. Les hommes ne voudraient pas que leurs femmes exercent certaines activités dans lesquelles elles se sentent marginalisées.

La divergence des résultats pourrait être justifiée par le secteur d'activité de l'entreprise, et son degré d'innovation. D'ailleurs, le rapport de la banque mondiale (p.4) confirme cette conclusion en insinuant que le sexe du promoteur interagit avec le secteur d'activité. D'après ce rapport, dans les secteurs de l'agriculture, du tissage et de l'habillement, les projets des femmes restent en activité dans 74,4% de cas plus longtemps tandis que la durée de vie des projets des hommes ne l'est qu'à 12,5 % de cas. Inversement, pour le secteur « autres métiers », les projets initiés par les

femmes sont plus fragiles que ceux créés par les hommes. L'étude de Boyer et Blazy (669-683) sur les entreprises innovantes en France montre d'ailleurs une survie plus forte pour les firmes créées par des hommes. Le cap à 5 ans est sûrement plus difficile à franchir pour les entreprises innovantes, mais leur assure une plus longue pérennité une fois qu'il est dépassé. Ce résultat nous permet de confirmer notre hypothèse H₂ (le genre du créateur a une influence significative sur la pérennité de leur entreprise), mais il serait intéressant d'approfondir cette étude en intégrant le secteur ainsi que le degré d'innovation pour en préciser le sens et fournir des explications plus développées.

Quant-au niveau d'études (NIVETUD), cette étude révèle que les entreprises ayant la chance d'aller au-delà de leur dixième anniversaire sont celles dont les entrepreneurs ont le niveau du secondaire (Cap/BEPC, Probatoire et BAC). Ce résultat est plutôt surprenant dans la mesure où la plupart des études empiriques (Turlai ; Banque mondiale,) évoquent que les entreprises créées par les diplômés de l'enseignement supérieur affichent les taux de pérennité les plus élevés. Donc les travaux de Norman Smith (27) qui soutiennent que « *l'entrepreneur plus instruit est capable de développer son entreprise sont remis en cause* ». Malgré son caractère contradictoire, ce résultat se justifie dans le contexte nigérien. D'après ce dernier, de nombreux hommes d'affaires nigériens sont autodidactes. Un autre argument serait que les entreprises gérées par les diplômés du supérieur sont plus innovantes ou abordent des marchés plus risqués, alors que les autres entreprises gérées par des entrepreneurs moins diplômés se situant sur des marchés moins risqués, moins novateurs. Ce résultat confirme notre hypothèse H₃ (le niveau d'études de l'entrepreneur à la création a une influence significative sur la pérennité de leur entreprise).

La motivation (MOTIV) et le type de formation de l'entrepreneur (TYPFORM) n'ont pas produit des relations statistiquement significatives. D'où le rejet de notre hypothèse H₄ (le type de formation de l'entrepreneur à la création a une influence significative sur la pérennité de leur entreprise) et H₆ (les motivations de l'entrepreneur à la création ont une influence significative sur la pérennité de leur entreprise).

Globalement, ces résultats montrent que la pérennité des entreprises nigériennes peut être expliquée en partie par les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur.

Conclusion

La pérennité de l'entreprise revêt une importance capitale aussi bien pour la pérennité des emplois que pour la compétitivité générale de l'économie. La présente étude avait pour ambition de vérifier s'il existe un lien empirique entre le profil du créateur d'entreprise et la pérennité de leur entreprise au Niger. Nous avons à cet effet capté la pérennité d'une entreprise par son nombre d'années d'activité et le profil de l'entrepreneur par ses caractéristiques personnelles (âge, genre, niveau d'études, type de formation, antécédents professionnels, motivation).

L'exploitation de la base de données 2011 de l'Institut National de la Statistique (INS) sur l'ensemble des entreprises opérant au Niger, créées entre 1990-2008 et survivantes en 2011 nous a permis de collecter les informations sur un échantillon de 304 entreprises répondant aux exigences de notre étude. L'analyse des données ainsi recueillies à partir de la régression logistique nous a permis d'aboutir à un certain nombre de résultats. Avant d'y parvenir, quelques faits stylisés ont été préalablement présentés de manière à mettre en évidence les tests de corrélations entre les caractéristiques de l'entrepreneur et la pérennité de leur entreprise.

Ces différents faits stylisés montrent d'une part que l'âge de l'entrepreneur, son niveau d'études, ses antécédents professionnels et son genre influencent significativement la longévité de l'entreprise. Comme les tests de corrélations, les résultats de l'estimation économétrique fournissent l'évidence d'un effet significatif du profil de l'entrepreneur sur la pérennité de leur entreprise au Niger. La probabilité de pérennité est d'autant plus grande lorsque l'entrepreneur occupait déjà un poste de dirigeant salarié avant la création de son entreprise, lorsqu'il est âgé entre 30 et 50 ans ou lorsqu'il a le niveau du secondaire ; et d'autant plus défavorable dans les cinq premières années si l'entrepreneur est du sexe masculin.

Etant donné le fait que les variables prises en compte dans le modèle n'expliquent qu'à 24% en moyenne la pérennité des entreprises nigériennes, il serait souhaitable dans les recherches futures, de tester ce modèle à partir des caractéristiques de l'entrepreneur telles que définies par Gassé (52) ou tout au plus, intégrer d'autres variables telles que les caractéristiques de l'entreprise, en particulier son degré d'innovation (Cader et Leatherman,29), l'accès aux financements extérieurs, la structure

du capital initial, ou encore le capital social de l'entrepreneur (Hormiga et al.26; Rédis et al.36).

Travaux cités

- Abalo, Kodjo. "Pérennité et succès des institutions de micro finance au Togo." Working in Progress, AERC, 2010, p. 17.
- Albouy, Michel. "Théories, applications et limites de la mesure de la création de valeur." Revue Française de Gestion, no. 122, 1999, pp. 81-90.
- Ardenti, Robert. "Les PMI et leurs dirigeants : stratégie de marché et stratégies internes." Ed. Centre d'étude d'emplois, Paris, 2000, p. 23.
- Audretsch, David, et al. "Explaining entrepreneurship and the role of policy: a framework." Handbook of entrepreneurship research policy, edited by Audretsch, David B., Grilo I., & Thurik A.R., Edward Elgar Publishing Limited, 2007, p. 42.
- Bonneau, Jacques, et al. "Profil du créateur et survie de l'entreprise." Insee Première, no. 372, avril 1995, pp. 18-70.
- Boyer, Tritan, Blazy, Regis. "Born to be alive: the survival of innovative and non-innovative French micro-start-ups." Small Business Economics, vol. 42, no. 4, 2014, pp. 669-683.
- Cader, Hanas, Leatherman, John. "Small business survival and sample selection bias." Small Business Economics, no. 37, 2011, p. 29.
- Cheriet, Foued, et al. "Quels liens entre performances et pérennité des entreprises? Cas des entreprises agroalimentaires en Languedoc-Roussillon." Communication aux XXIème conférences de l'AIMS, 2012, p. 55.
- Cressy, Robert. "Are Business Startups Debt-Rationed?" Economic Journal, vol. 106, no. 438, 1996, pp. 63-88.
- Cueto, Begoña, Mato, Javier. "An analysis of self-employment subsidies with duration models." Applied Economics, vol. 38, no. 1, 2006, p. 12.
- Douzounet, Mallaye, Yogo, Thierry. "Capital Social et Survie des Entreprises au Cameroun." Rapport de Recherche du FR-CIEA No 26/12, Juin, 2012, p. 16.
- Drucker, Peter. "Innovation and entrepreneurship: practice and principles." Ed. Harper & Row, Business & Economics, 1985, p. 56.

- Dumez, Hervé. "Identité. Performance et pérennité organisationnelle." *Revue Française de Gestion*, vol. 35, no. 192, Mars, 2009, p. 22.
- Document de Stratégie pour le Croissance et l'Emploi. Ministère de l'Economie, de la Planification et de l'Aménagement du territoire, (DSCE), Yaoundé, 2009, p. 21.
- Gassé, Yvon. "Sensibilisation à l'entrepreneuriat : construction et validation d'un outil pratique." *Faculté des sciences de l'administration de l'Université Laval au Québec*, 2001, pp. 23-56.
- Hisrich, Robert. "The Woman Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a Successful New Business." *The Free Press*, 1er septembre, 1985, p. 22.
- Hormiga, Esther, et al. "The Impact of Relational Capital on the Success of New Business Start-Ups." *Journal of Small Business Management*, vol. 49, no. 4, 2011, p. 26.
- Kautonen, Teemu, et al. "Influence of work history on entrepreneurial intentions in 'prime age' and 'third age': A preliminary study." *International Small Business Journal*, vol. 28, 2010, p. 33.
- Lorrain, Jean, Laferte, Sylvie. "Support needs of the young entrepreneur." *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 2006, p. 44.
- Marvel, Matthew, Lumpkin, Tom. "Technology entrepreneurs' human capital and its effects on innovation radicalness." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2007, p. 13.
- Mignon, Sophie. "La pérennité des entreprises familiales : un modèle alternatif à la création de valeur pour l'actionnaire ?" *Finance Contrôle Stratégie*, vol. 3, no. 1, 2000, pp. 169-196.
- Moati, Philippe, Pouquet, Laurent. "L'évolution de l'emploi dans l'industrie manufacturière : les déterminants sectoriels et micro-économiques." *Cahier de recherche du CRÉDOC*, no. 92, juin 1996, p.52.
- Munoz-Bullon, et al. "The sustainability of start-up firms among formerly wage employed workers". *International Small Business Journal*, vol. 29, 2011, p. 12.
- Norman Smith, Robert. "The entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company". *East Lansing Michigan, Michigan State University*, 1967, p. 27.

- Papadaki, Evangelia, Chami, Bassima. "Les facteurs déterminants de la croissance des micro-entreprises au Canada". Document de travail, juillet 2002, pp. 10-95.
- Rédis, Jean, et al. "Caractéristiques des entrepreneurs et conception de leur business plans : le cas des lauréats de Réseau Entreprendre Paris". *Gestion* 2000, no 6, 2012, p. 36.
- Storey, David J. "New Firm Growth and Bank Financing". *Small Business Economics*, vol. 6, 1994, pp. 31-74.
- Tchagang, Emmanuel. "Pérennité des entreprises nouvellement créées (ENC)". In *Création, développement, gestion de la petite entreprise Africaine*, édité par Victor Tsapi, 463-490.
- Teurlai, Jena-Christophe. "Comment modéliser les déterminants de la survie et de la croissance des jeunes entreprises ?". *Cahier de Recherche N 197 du Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie*, février 2004, p. 11.
- Vesper, Karl H. *New Ventures Strategies*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 1980, p. 14.

Comment citer cet article :

MLA : Fokam, Janvier et Espinosa, Julio Cesar Martinez. « Survivance des petites et moyennes entreprises (PME) au Niger ». *Uirtus* 3.2 (août 2023) : 83-105.