

UNIVERSITE DE DROIT, D'ECONOMIE ET DES SCIENCES D'AIX MARSEILLE
UNIVERSITE PAUL CEZANNE
INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES

CENTRE D'ETUDES ET DE RECHERCHE
EN GESTION D'AIX MARSEILLE

**PERCEPTIONS ET COMPORTEMENTS ETHIQUES
DES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES
DANS LES PAYS EN DEVELOPPEMENT :
L'IMPACT DU CARACTERE INFORMEL
DE L'ACTIVITE**

*Bertrand SOGBOSSI**
*Dwight MERUNKA***

W.P. n° 864

Octobre 2009

**Maître Assistant, Université d'Abomey-Calavi, Bénin*

***Professeur, CERGAM-IAE d'Aix-en-Provence, Université Paul Cézanne Aix Marseille III, Clos Guiot, Chemin de la Quille, CS 30063, 13540 PUYRICARD Cedex*

Toute reproduction interdite

L'institut n'entend donner aucune approbation, ni improbation aux opinions émises dans ces publications : ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

Institut d'Administration des Entreprises, Clos Guiot, Puyricard, CS 30063
13089 Aix-en-Provence Cedex 2, France
Tel. : 04 42 28 08 08.- Fax : 04 42 28 08 00

Perceptions et Comportements Éthiques des Dirigeants d'Entreprises dans les Pays en Développement : l'Impact du Caractère Informel de l'Activité

Résumé

Les attitudes et comportements éthiques sont de plus en plus considérés comme nécessaire au fonctionnement et au développement des entreprises. Cependant, ces considérations peuvent varier selon la taille des entreprises, la culture ou les caractéristiques propres des dirigeants. Nous proposons que le caractère informel de l'économie au sein de laquelle est située l'entreprise influence l'importance que les dirigeants peuvent accorder à l'éthique dans les affaires. En particulier, nous pensons que les particularités de la gestion comptable, du financement, de la gestion du personnel, des clients et de l'environnement des entreprises du secteur informel influencent les attitudes et comportements éthiques de leurs dirigeants. Cet article essentiellement conceptuel, tente de faire l'état des lieux des problèmes d'ordre éthique dans le secteur informel des pays en développement et émet une série de propositions de recherche à tester dans le futur.

Mots-clés : éthique, secteur informel, pays en développement, petites entreprises.

Abstract

Ethical attitudes and behaviors are considered as essential for companies' reputation and development. However, these depend on their size, their culture or the characteristics of their business leaders. We propose that the very nature of informal economies as they are to be found in developing countries influences the importance of business ethics as perceived by managers or business owners. In particular, we propose that the specificities of the accounting systems (or lack thereof), of financing sources, of informal jobs and associated human resource management, of clients and of the business environment influence ethical attitudes and behaviors of business owners in the informal system. We formulate a series of research propositions linked to ethical behaviors within informal economies.

Keywords: business ethics, developing countries, informal economy, small enterprises.

Introduction

De nombreux scandales liés à des pratiques commerciales ou managériales répréhensibles ont agité et continuent d'agiter le monde économique : falsification de documents financiers à l'instar de la conduite des Entreprises Enron et Arthur Anderson, actes de corruption dans les passations de marché d'Etat ou dans le domaine fiscal, publicités mensongères, mise en marché consciente de produits dangereux à la consommation, etc. Ces scandales ont progressivement légitimé les débats sur la nécessité d'une morale et le rôle de la vertu dans le monde des affaires. La remise en cause de l'intégrité des marchés défiée par plusieurs pratiques malsaines conduit à une situation généralisée de perte de confiance entre les différentes parties prenantes du jeu capitaliste. Cette perte de confiance met ainsi en évidence le coût élevé du comportement non éthique¹ pour les Entreprises, leurs employés et leurs investisseurs (Conroy et Emerson, 2004) et la dégradation des relations d'échange entre l'Entreprise, ses fournisseurs et ses clients (Angelidis et Ibrahim, 2004). La justification morale des activités du monde marchand a alors pris de l'importance aussi bien dans les entreprises privées que publiques. Préoccupation des pouvoirs publics (avec des prescriptions et conduites à tenir dictées aux entreprises) et de différents organismes professionnels, l'éthique constitue même une arme utilisée par les entreprises des pays développés pour obtenir de meilleurs résultats.

Impliquant la responsabilité sociale de l'entreprise ou sa citoyenneté (Valentine et Fleischman, 2008 ; Ramasamy et Ting, 2004), l'éthique apparaît comme une stratégie compétitive (Maxfield, 2008) qui peut influencer la performance (Saulquin et Schier, 2007). En exemple, Garric et al. (2007) soulignent que le Groupe Total a dû utiliser son engagement éthique comme instrument de légitimation et de communication, ce qui lui a permis de moderniser son image et de changer de dénomination aisément. A travers une étude sur l'Espagne, la Turquie, le Royaume Uni et les Etats-Unis, Vitell et Paolillo

¹ Considérée comme la représentation que l'on se fait de la hiérarchie des intérêts et de leur légitimité (Courrent, 2003), l'éthique est un concept utilisé dans plusieurs domaines de la vie en société. C'est pourquoi Tenbrunsel (2008) et Wines (2008) la définissent comme l'application cognitive, analytique, systématique et réfléchie des principes moraux dans n'importe quelle situation, qu'elle soit complexe, conflictuelle ou ambiguë.

(2004) ont montré que les dirigeants reconnaissent que les conditions de production, la conformité aux normes, le respect des promesses publicitaires, ... constituent de nouveaux avantages concurrentiels et d'importants arguments de vente. De même, Lopez et al. (2005) aux Etats-Unis ont montré que la duperie, la fraude, le trafic d'influence et la seule recherche de l'intérêt de l'entreprise sont des comportements qui font perdre la confiance que le consommateur fait à l'entreprise. Amara et Zghal (2008) soulignent à cet effet que la confiance est devenue une variable médiatrice des échanges, qui est d'autant plus consolidée, que le partenaire manifeste un certain comportement éthique. Ces exemples montrent bien que le comportement éthique s'impose de nos jours comme un déterminant pour la survie et le développement de l'entreprise en ce sens qu'il constitue un avantage concurrentiel et un levier important de création de valeur pour le client (Pinard-Legris, 1999). Au-delà de cet avantage, l'éthique est même admise comme un capital social de l'entreprise (Pastoriza et al., 2008), quelle que soit sa taille (Das, 2005). C'est pourquoi, plus de la moitié des grandes entreprises européennes et 95% des grandes entreprises américaines se sont mises à formaliser l'éthique et à l'intégrer dans leur politique générale (Noel, 2006).

Cependant, l'éthique des affaires ne semble pas être une préoccupation forte dans les pays en développement. Par exemple, dans une étude comparative, Marta et Singhapakdi (2005) ont montré que les hommes d'affaires thaïlandais banalisent les conséquences du comportement non éthique et ont des valeurs morales² plus faibles comparativement aux entreprises américaines. On observe généralement dans les pays en développement l'absence de règles de conduite éthique dictées par la puissance publique, le manque de sensibilisation des dirigeants d'entreprise et l'absence de législation répréhensive (Hung, 2007 ; Priem et al., 2000). De plus, les règles, si elles existent, ne sont pas rigoureusement appliquées à cause des actes de corruption entre les agents du secteur public et les dirigeants d'entreprises privées. De plus, ces règles sont sans doute beaucoup plus difficiles à appliquer compte tenu d'un paysage

² L'éthique, la morale et la déontologie sont des mots qui se confondent pratiquement surtout dans la littérature américaine avec la notion d' « ethics ». Au plan étymologique, « éthique » vient du mot grec « ethos » qui signifie les mœurs, les manières d'agir ; la « morale » vient du latin « mores » qui signifie le caractère. De ce point de vue étymologique, Gauthier (2000) indique qu'il n'existe pas de différence entre l'éthique et la morale du fait que les deux notions évoquent à leur manière les questions du rapport de l'individu à la loi, en fonction de sa propre tradition, de ses propres repères culturels et du respect des règles tenant aux institutions de la société dans laquelle il vit.

économique dominé par des entreprises du secteur informel (Pelletier et Bligh, 2006). Bain (2002) définit ce secteur comme étant l'ensemble des activités économiques qui se réalisent en marge de législation pénale, sociale et fiscale. Ces activités échappent à la comptabilité nationale et donc à tout contrôle de l'Etat. Résultat d'une large exclusion d'importantes catégories sociales (Develtere et Van Durme, 2000), ce secteur s'est développé en raison de l'incapacité de l'Etat³ à répondre aux besoins fondamentaux de la population dans les domaines de l'emploi, de la santé, du logement et de l'éducation (Charmes, 2003). Il occupe selon les pays, entre 15 et 60% de l'emploi total (Charmes, 2001) et est à l'origine de plus de 93% des nouveaux emplois créés au cours des années 1990 (Kanté, 2002). Ce dernier souligne que progressivement, ce secteur est parvenu à occuper près des trois quarts de la population active en Afrique subsaharienne, et représente entre le quart et la moitié du PIB dans les pays de l'UEMOA⁴ en 1990 et entre 45 et 75% en 1998. Cette tendance s'observe de manière continue (ONU, 2007), en raison de la baisse sans cesse croissante du pouvoir des salariés du secteur formel et qui amène certains à rechercher des revenus complémentaires dans le secteur informel pour pouvoir faire face au fonctionnement de la famille (Bain, 2002). L'importance du secteur en terme de résolution des problèmes d'emploi est telle que la Banque Mondiale et le FMI essaient depuis quelques années de l'organiser et de l'encourager dans les économies des pays en développement.

Les entreprises de ce secteur informel présentent des caractéristiques particulières de gestion qui permettent de mettre en doute l'intérêt que leurs dirigeants pourraient accorder à l'éthique : non enregistrement légal des entreprises qui échappent à tout contrôle de l'Etat, absence de contrats dans l'exécution des marchés, relation de travail sans code du travail avec une soumission des employés aux décisions unilatérales du seul employeur, dirigeants généralement de faible niveau d'éducation ou illettrés, etc.

³ La crise économique qui a marqué les pays du continent africain dans les années 1980 a entraîné leur mise sous administration du FMI et de la Banque Mondiale. Les politiques d'ajustement structurel ont entraîné la diminution des salaires, la réduction de l'effectif du personnel de la Fonction Publique, la privatisation des entreprises d'Etat, l'interdiction de recrutements de nouveaux agents, etc. Face donc à l'accroissement du chômage urbain, le défi de survie des populations exclues par le secteur formel et celles des diplômés sans espoir a permis l'éclosion d'un nouveau secteur appelé le secteur informel. Implicite dans les années 70, son émergence spectaculaire fait qu'il concurrence même à son avantage, le secteur formel. Chaque activité dite « en règle » a une réplique. Ce dédoublement du secteur formel en secteur informel s'observe même dans le domaine financier avec des banques ambulantes appelées « tontines ».

⁴ L'UEMOA (Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine) est composée de huit pays : Bénin, Burkina Fasso, Côte d'Ivoire, Guinée Bissau, Mali, Niger, Sénégal, Togo).

Nous pouvons également citer l'absence de comptabilité créant une asymétrie d'information entre ces entreprises et les Institutions de Micro-Finance (IMF) spécialisées dans leur financement. Cette situation a pour conséquence parfois l'utilisation des crédits obtenus auprès des IMF à d'autres fins que celles déclarées. Ces entreprises sont aussi caractérisées par l'absence d'organisations professionnelles pouvant contrôler la qualité des produits et le comportement de leurs dirigeants.

Par ailleurs, l'importance de l'éthique dans les affaires dépend aussi de la prise de conscience des consommateurs (Vitell et Muncy, 2005). Or les entreprises informelles proposent des produits à une cible majoritairement pauvre et peu sensibilisée aux normes de qualité. En milieu industriel, les entreprises clientes appartiennent elles-mêmes souvent au secteur de l'informel. Finalement, les clients sont plus à la recherche d'un produit à faible prix que d'un produit de qualité ou dont la qualité est contrôlée. Il semblerait donc qu'au-delà de la petite entreprise du secteur informel en elle-même, ce soit tout le réseau des parties prenantes ou « stakeholders » (fournisseurs, clients, état, collectivités) qui soit très peu sensibilisé aux problèmes de l'éthique et à l'importance des comportements éthiques dans les affaires.

Si l'environnement ne semble pas très favorable au développement d'une attitude ou de comportements éthiques par les entreprises du secteur informel, il y a nécessairement d'importantes variations au niveau individuel. Dans un même contexte économique, les attitudes des dirigeants par rapport à l'éthique peuvent varier (Pastoriza et al., 2007). En particulier, la perception des individus est inséparable de leurs caractéristiques personnelles. L'attitude éthique varie alors selon les individus et leur éducation (Hunt et Vitell, 1986). La tolérance même pour un comportement immoral dépend essentiellement de l'éducation de l'individu (Lopez et alii., 2005). Les dirigeants des entreprises informelles sont différents en terme d'âge, de niveau de scolarité, d'expérience, etc. Dès lors, il est probable que les caractéristiques socio-démographiques des dirigeants des entreprises informelles aient une influence sur leur attitude par rapport à l'éthique dans les affaires.

L'objectif de cet article est de mettre en lumière les caractéristiques des entreprises du secteur informel et de leur environnement législatif et économique qui peuvent avoir une influence sur les attitudes et les comportements éthiques de leurs dirigeants. Cette

description des dimensions de l'économie informelle susceptibles d'influencer les comportements éthiques nous permettent de formuler des propositions de recherche.

Terme générique, l'informel recouvre des aspects très divers du marché de l'emploi (emplois dans les petites entreprises individuelles, emplois externalisés, temporaires ou précaires) mais aussi des formes de production cachées, illégales ou tout simplement invisibles parce que non mesurées (Charmes, 2003). Dans ses travaux de base sur l'informel, Hugon (1980) le définit comme « l'ensemble des activités non domestiques, non étatiques et non capitalistiques ou comme l'ensemble des activités monétarisées à petites échelles où le salariat permanent est limité et le capital avancé est faible ». Pour le Bureau International du Travail (BIT)⁵ en 2002, « le secteur informel est un ensemble d'unités produisant des biens et services en vue principalement de créer des emplois et des revenus pour les personnes concernées ». Le secteur des entreprises informelles est un monde assez complexe compte tenu de la diversité des catégories d'entreprise qu'on y retrouve : les entreprises « modernes informelles » (qui restent dans l'illégalité pour éviter de payer des impôts), les entreprises « villageoises traditionnelles », les marchands ambulants, les producteurs (à la limite de la survie) et les petits métiers avec peu de capital et de possibilités d'accumulation.

Toutes les entreprises du secteur informel obéissent à des règles de gestion et de décision particulières. Nous allons examiner dans les paragraphes suivants les particularités de la gestion de ces entreprises susceptibles d'avoir une influence sur les attitudes et comportements éthiques de leurs dirigeants. Nous étudions tout d'abord les caractéristiques particulières de leur gestion comptable et financière, suivi de leur gestion des ressources humaines. Nous examinons dans une troisième partie la gestion des relations des partenaires : les consommateurs et l'Etat. Nous montrons comment ces caractéristiques sont susceptibles d'avoir une influence sur les comportements éthiques de leurs dirigeants. Nous concluons cet article en proposant des voies de recherche.

La gestion comptable dans les entreprises informelles

⁵ Le BIT est l'institution qui s'est le plus intéressée au secteur informel en raison de son importance en terme de création d'emplois.

Bien qu'elle traduise une vision conventionnelle de l'entreprise qui peut être plus ou moins éloignée de la réalité, la comptabilité joue une fonction sociale en ce sens qu'elle assure la confiance que recherchent les acteurs économiques. Si la comptabilité a pour fonction principale d'informer les différents partenaires économiques et sociaux (clients, fournisseurs, banquiers, Etat, actionnaires...) sur les résultats obtenus et l'état de santé de l'entreprise, comment l'informel gère-il la relation de confiance avec ses partenaires et les autorités ? En l'absence d'obligations vis-à-vis des banquiers et de l'Etat, ces entreprises accordent très peu d'importance au système comptable. Même si ce système comptable existe, il est simple et s'appuie sur des instruments rudimentaires comme des cahiers de recettes et de dépenses, des fiches de stock de marchandises etc. L'absence de comptabilité formalisée dans ces entreprises s'explique aussi par le faible niveau de formation de la plupart des promoteurs et la relative complexité du système comptable qui n'est pas adapté aux particularités de ces entreprises (manque de personnel qualifié, manque de formation des dirigeants). Par ailleurs, l'entrepreneur s'intéresse plus aux flux de trésorerie générés par son entreprise qu'aux résultats tels que rapportés dans un bilan ou un compte de résultats. Autrement dit, le meilleur indicateur pour lui dans sa santé financière est le contenu de sa caisse ou de sa poche (Wamba, 2003). En outre, la majorité de ces entreprises informelles préfère régler leurs transactions en espèces, ce qui rend difficile ou exclut naturellement l'enregistrement des transactions.

De même, lorsque l'activité génère de bénéfice, le promoteur préfère investir dans d'autres affaires au lieu d'accumuler du capital au sein de la même activité. Ainsi, même en cas de d'accumulation capitalistique et pour des raisons de choix stratégiques, certaines entreprises informelles préfèrent ne pas dépasser un certain seuil de développement pour rester de petite taille et maintenir le style de gestion habituel. Il préfère éventuellement constituer une sorte de microgroupe constitué de plusieurs micro-structures plutôt que développer une véritable entreprise telle une PME soumise à d'autres règles de fonctionnement (Hernandez, 1999). En demeurant au sein de l'économie parallèle, ces entreprises arrivent à mieux faire face à la concurrence et n'ont pas à faire face aux procédures et aux contraintes de gestion, de coordination et de contrôle décrites par Paché (1990). Au-delà de cet esprit d'entreprise marqué par des efforts de diversification pour diminuer les risques, ce comportement qui consiste à maintenir des structures de petite taille au sein d'une économie informelle procède

probablement de la volonté de se soustraire à la fiscalité et au coût de la légalité. Cette volonté pose un problème éthique du point de vue du promoteur de l'activité.

Ce développement mène à la proposition suivante :

Proposition 1

Le manque de formalisation des procédures comptables dans l'économie informelle favorise les attitudes et comportements non éthiques de la part des dirigeants

La finance informelle

La crise économique décrite comme étant à l'origine du développement de l'informel, a eu également pour conséquence la quasi faillite du système bancaire dans la majorité des pays africains subsahariens. En effet, les politiques mises en œuvre dans les années 70 ont engendré un fort taux d'endettement des banques avec l'accumulation des créances douteuses et des impayés. L'assainissement financier initié par le FMI et la Banque Mondiale, ont rendu plus rigides les conditions d'accès au crédit pour les entreprises en général. Les entreprises du secteur informel sont d'office exclues du système financier classique du fait qu'elles ne peuvent pas remplir les conditions formelles comme les garanties matérielles à mettre en gage, les informations comptables fiables à travers un bilan certifié, etc. Le secteur financier informel est né pour répondre aux besoins des populations exclues du réseau institutionnel classique. Avec la finance informelle, la distinction est désormais faite entre « l'argent chaud » informel liée à la proximité et aux relations sociales personnalisées et « l'argent froid » anonyme provenant d'organismes bancaires

Ainsi, en l'absence de garanties formelles et d'informations comptables fiables, les entreprises informelles n'ont pas accès au crédit bancaire classique. Elles recourent au financement des tontines et IMF qui réussissent à les financer même en l'absence de garanties (Oudin, 1990). Les tontines constituent la forme la plus connue et la plus répandue de finance informelle. Il s'agit d'une association d'épargne et de crédit. L'épargne collectée au niveau de tous les membres du groupe est remise de façon rotative à chaque membre selon une période retenue et valable jusqu'à ce que chaque membre en bénéficie.

Fondée sur l'entraide et la solidarité, ces tontines s'appuient sur des mécanismes tels que la coopération sociale, la confiance ou l'honnêteté comme critères de minimisation du risque (Haudeville, 1992). Cependant, la finance informelle est aussi caractérisée par des cas de déviance. C'est le cas du taux de crédit exorbitant dépassant le taux officiel et absorbant l'essentiel du bénéfice que pouvait tirer l'emprunteur de son activité, poussant certains dans un cercle vicieux où c'est le crédit pris ailleurs qui règle le premier crédit contracté dans une autre IMF.

En ce qui concerne l'affectation des ressources financières, il existe une situation d'asymétrie d'information qui peut amener l'entrepreneur de l'informel à utiliser un prêt d'une Institution de Micro Finance (IMF) pour l'utiliser à faire autre chose que ce qui a été avancé comme objet du prêt (par exemple : se marier). Cette pratique courante est dénoncée par Chaze et Traoré (2000) où des crédits spécifiques alloués à des femmes, des jeunes ou des artisans d'un bidonville de Dakar, Grand Yoff pour des activités économiques précises ont été en fait détournés de leurs destination première pour servir à de multiples investissements sociaux ou pour satisfaire des besoins familiaux. Ceci est par essence un comportement frauduleux contraire au contrat de prêt ou au moins au contrat moral entre les parties. Ce détournement entraîne aussi souvent le non respect des échéances ou l'existence d'impayés. Un tel comportement lié à l'asymétrie d'information entre l'IMF et l'entrepreneur pose un problème d'ordre éthique (le mensonge et l'usage des crédits à d'autres fins).

D'où nos propositions :

Proposition 2

L'asymétrie de l'information entre les institutions de micro finance et l'entrepreneur de l'économie informelle favorise les attitudes et comportements non éthiques de la part des dirigeants des entreprises.

Proposition 3

L'asymétrie de l'information entre les institutions de micro finance (les tontines) et l'entrepreneur de l'économie informelle favorise les attitudes et comportements non éthiques de la part des prêteurs.

Le système organisationnel et la gestion des ressources humaines dans les entreprises informelles

L'informel est caractérisé par une gestion particulière des ressources humaines échappant à tout code de travail avec des rapports employeurs-employés qui ne relèvent pas d'une relation de travail mais plutôt d'une relation sociale. En effet, la gestion de ressources humaines est basée principalement sur un recrutement des membres proches de la famille, de l'ethnie, de la région ou des amis pour la plupart considérés comme des apprentis. Il y a très peu de salariés surtout dans le but d'éviter des coûts d'agence qui impliqueraient selon Marchesnay (1997), des coûts de contrôle et de coordination. Si le code du travail fixe non seulement les salaires mais aussi les obligations de l'employeur vis-à-vis de la sécurité sociale, l'entrepreneur informel a peu ou pas de salariés déclarés. Il applique donc ses propres règles avec ses apprentis (Camilleri, 1996) : pas de déclaration du personnel, contentieux réglé par une médiation traditionnelle (aide de la grande famille, des anciens, du voisinage ou des amis). Hernandez (1997) souligne que les relations de travail sont peu ou pas standardisées, les obligations et les droits des travailleurs ne sont pas définis, etc.

Par ailleurs, les relations de proximité avec le personnel crée moins de problèmes à gérer pour l'entrepreneur. Les conflits éventuels ne sont pas traités devant l'inspecteur du travail mais devant les membres de la famille ou de l'ethnie, les instances coutumières. Au cas où les relations d'emploi existent, elles se limitent à des emplois occasionnels et ces relations reposent essentiellement sur des liens de parenté (au sens large) ou sur les relations personnelles et sociales plutôt que sur des accords contractuels comportant des garanties en bonne et due forme. Enfin, la prise unilatérale des décisions par le chef d'entreprise le met dans des attitudes managériales qui ressemblent à celles de l'autocratie pour le chef d'entreprise et à celles de la soumission pour le personnel.

Même s'il est relevé que ce mode de fonctionnement de l'informel facilite l'intégration des membres de la famille dans la société de travail, une étude de l'UEMOA (2003) et une enquête de Busso (2008) montrent qu'il est parfois source d'abus : les normes légales régissant la durée du travail ne sont jamais observés, les apprentis ne sont pas rémunérés, les quelques salariés ne sont pas payés selon les règles

légales, etc. Cette situation est source d'abus. Autrement dit, dans le secteur informel où aucun code du travail n'est appliqué ou respecté, n'y a-t-il pas une tendance à l'arbitraire de l'entrepreneur, d'où des comportements non éthiques ? Ceci mène à la proposition suivante :

Proposition 4

L'absence de gestion formalisée et réglementaire du personnel et l'asymétrie de pouvoir entre l'entrepreneur et le personnel dans les entreprises du secteur informel favorise les attitudes et comportements non éthiques de la part des entrepreneurs.

La gestion par l'informel des relations avec les consommateurs

Le secteur informel s'adresse prioritairement au marché des pauvres, populations à pouvoir d'achat très limité, donc a priori sans exigences quant au contrôle de la qualité (par exemple, dans l'agroalimentaire, les populations très sensibles au prix recherchent les produits les moins chers possibles, ce qui fait que la qualité des produits est souvent inférieure à celle du marché formel). Ce secteur offre alors des biens et services peu coûteux et adaptés au pouvoir d'achat des populations. Cependant, on peut se demander si cette offre est faite dans l'intérêt sanitaire des populations consommatrices. Le marché des produits de l'informel n'est pas réglementé par des normes (Mamboundou, 2003), ni contrôlé par des organismes de contrôle de la qualité. Si la qualité est une arme concurrentielle évidente dans de nombreux marchés, le secteur informel mise beaucoup plus sur les prix (Arellano, 1994 ; Hernandez, 1995). Wamba (2003) explique que leurs produits ne sont pas recherchés pour leur qualité, mais pour leur prix. La multiplication des médicaments de contrefaçon vendue par le secteur de l'économie informelle est une bonne illustration de ce phénomène. Non seulement les principes actifs sont généralement sévèrement diminués mais parfois il n'existe pas du tout, ce qui aboutit non seulement au manque d'efficacité mais aussi à l'aggravation de la maladie des acheteurs pouvant conduire à la mort. Ces médicaments peuvent être achetés au coin de rue ou sur les marchés, sans ordonnance comme n'importe quel produit de consommation (Bignandi, 2005). De plus, dans la plupart des grandes villes africaines au sud du Sahara, ce phénomène semble se structurer autour de filières d'approvisionnement et de distribution soigneusement organisées.

Dans ces conditions, les entrepreneurs ont-ils un comportement éthique en terme de recherche de qualité des produits ?

Enfin, la divisibilité des produits et leur demande évolutive en raison de la faiblesse du pouvoir d'achat des consommateurs est un facteur qui renforce les relations de proximité dans le couple vendeur/acheteur. Cette relation au-delà de sa fonction économique, favorise une convivialité absente dans le secteur formel où les prix donnent lieu à des négociations limitées ou à l'absence de négociation. Dans l'économie informelle, la détermination des prix des produits passe généralement par le marchandage dont l'aboutissement dépend entre autres de la proximité familiale et de la langue parlée par le client (Sogbossi, 2009). Comment peut-on qualifier le comportement de ces marchands qui augmentent le prix exagérément dès qu'ils identifient à travers la langue, un étranger ? Autrement dit, si l'aboutissement du marchandage dépend entre autres de la proximité socioculturelle des deux parties, le comportement d'augmentation du prix par un entrepreneur en cas de distance culturelle identifiée est-il éthique ? Ceci résulte en la proposition suivante :

Proposition 5

Le faible pouvoir et la faible éducation des consommateurs du secteur de l'informel favorisent les attitudes et comportements non éthiques de la part des entrepreneurs.

La gestion des relations avec l'Etat

Il n'y a peu de possibilité de contrôle des activités du secteur informel par l'Etat car les Etats dans lesquels les économies informelles sont importantes manquent eux-mêmes de structure, de personnel et de procédures de contrôle. Par ailleurs, l'importance de l'économie informelle dans l'économie, l'emploi et la lutte contre la pauvreté ne favorise pas le développement de ces contrôles. Par conséquent, le secteur informel échappe largement à l'emprise de l'Etat avec par exemple une non maîtrise des comportements de vente de produits contrefaits notamment dans les domaines alimentaire et pharmaceutique. Seulement, par moment, l'Etat arrive à opérer quelques contrôles notamment pendant les périodes de fête de fin d'année. Ces contrôles aboutissent souvent à des saisies des produits (tels que boissons frelatées, denrées

alimentaires avariées) mais ne remettent pas en cause l'organisation de l'économie informelle et ses modes de fonctionnement.

Cette absence de pouvoir de l'Etat limite la perception des impôts pour les entreprises du secteur informel. L'absence de déclaration officielle d'existence de ces entreprises traduit un certain refus de participer au financement du développement du pays. D'où notre proposition :

Proposition 6

Le faible pouvoir de l'Etat et le manque de procédures ou de volonté de contrôle sur l'économie informelle favorisent les attitudes et comportements non éthiques de la part des entrepreneurs.

Conclusion

Souvent qualifié de « spontané », de « souterrain », de « non structuré » ou « d'activité de débrouille », le secteur informel est reconnu pour son rôle important dans l'économie des pays en développement. Les caractéristiques essentielles de ces entreprises informelles sont : l'inexistence de règles de gestion, le travail en famille, le non respect du nombre d'heures légales de travail, l'absence de crédit formel, le bas niveau de scolarité, la limitation des moyens de production, la faible qualité des produits, l'inexistence de contrôles de qualité, etc. Leurs décisions ne sont soumises à aucun filtre de déontologies professionnelles (Courrent, 2003). Par rapport à ces caractéristiques, des interrogations existent sur l'intérêt que leurs dirigeants accordent aux considérations éthiques. Ainsi, face aux exigences morales des affaires, quelle importance les dirigeants du secteur informel accordent-ils à l'éthique dans leur gestion ? En attendant de répondre à cette question à travers une étude empirique, cet article tente de mettre en évidence le contexte de fonctionnement de ces entreprises qui pose la problématique de l'éthique. Nous formulons 6 propositions de recherche qui demandent maintenant à être affinées et testées. Ces propositions sont larges et peuvent aboutir à des questions de recherche plus précises nécessitant le développement de modèles, d'outils de mesure et de tests empiriques. Par delà les résultats de ces tests qui résultent d'une situation de fait, nous proposons aussi qu'avec son influence sur la réalisation des performances (Pleshko, 2007), l'éthique s'impose aux entreprises

comme un choix stratégique (Liedtka, 2008). Par conséquent, nous pensons aussi que les entreprises du secteur informel ont intérêt à faire de l'éthique une arme de croissance et que les comportements éthiques ne peuvent que favoriser leur développement et leur survie.

BIBLIOGRAPHIE

- Angelidis J. et Ibrahim N. (2004), An exploratory study of the impact of degree of religiousness Upon an Individual's corporate social responsiveness orientation, *Journal of Business Ethics*, 51, 119-128.
- Amara A. et Zghal M. (2009), L'impact de la relation "éthique-confiance" sur l'intention d'achat du consommateur : cas des produits respectueux de l'environnement, *La Revue des Sciences de Gestion*, 234, 53-64.
- Arellano R. (1994): « Informal underground retailers in Less-Developed countries : an exploratory research from a marketing point of view », *Journal of Marketing*, vol. 14, n°2, pp. 21-35.
- Bain O. (2002), Economie informelle et tontines, *Afrique Histoire*, 6, 12-33.
- Bigandi A., « le marché illicite du médicament », *Thèse de doctorat en pharmacie*, Université du TOGO, 2005
- BIT (2002), Travail décent et économie informelle, conférence internationale du Travail, 90^e session, Genève, 14p.
- Busso M. (2008), L'organisation des travailleurs informels, *Revue Chronique internationale de l'IRES*, 113, 3-11.
- Camilleri J. L. (1996), *La petite entreprise africaine : mort ou résurrection ? Etude socio-économique en Afrique de l'Ouest*, Editions L'Harmattan, Paris, 301 p.
- Charmes J. (2003), Nouveaux développements dans la mesure de l'économie informelle, *TFD*, 24-35.
- Charmes J. (2001), Procedures for compiling data on informal sector employment and informal employment from various sources in developing countries, ILO/WIEGO Latin American Workshop on informal sector statistics, Santiago do Chile, 16-18.
- Chaze C. et Traoré F. (2000), *Les défis de la petite entreprise en Afrique*, Editions Charles Léopold Mayer, Paris, 119 p.
- Conroy S. et Emerson T. (2004), Business Ethics and Religion : Religiosity as a predictor of ethical awareness among students, *Journal of Business Ethics*, 50, 383-396.
- Courrent J-M. (2003), Ethique et petite entreprise, *Revue Française de Gestion*, 29, 144, 139-152.
- Das K. (2005), How Strong are the Ethical Preferences of Senior Business Executives?, *Journal of Business Ethics*, 56, 69-80.

- Develtere P. et Van D. (2000), Exclusion sociale, secteur informel et économie sociale, courrier ACP-UE, 178, Janvier, Katholieke Universiteit Leuven, 68-70.
- Garric N., Leglise I. et Point S. (2007), Le rapport RSE, outil de légitimité ? Le cas Total à la lumière d'une analyse de discours, *Revue de l'Organisation Responsable*, 1, 2, 5-19.
- Haudeville B. (1992), Logique économique et logique sociale : la double rationalité de l'entreprise informelle et ses implications en matière de financement, *Revue Internationale PME*, 5, 3/4, 13-20.
- Hernandez E-M (1999), Aspects financiers et comptables de l'entreprise informelle africaine, *Revue Gestion*, 24, 1, printemps, 68-76.
- Hernandez E-M (1997), *le management des entreprises africaines*, Edition L'Harmattan, Paris, 296p.
- Hernandez E.-M. (1995), L'entrepreneur informel africain et la démarche marketing, *Revue Française du Marketing*, 3, 47-61.
- Hugon P. (1980) : « Secteur informel et petite production marchande dans les villes du Tiers Monde », *Revue Tiers Monde*, Vol XXI, n° 82, 2-14.
- Hung H. (2008), Normalized collective corruption in a transitional economy : small treasuries in large Chinese enterprises, *Journal of Business Ethics*, 79, 69-83.
- Kanté S. (2002), Le secteur informel en Afrique Subsaharienne francophone : vers la promotion d'un travail récent, BIT, Genève, 70p.
- Liedtka J. (2008), Strategy Making and the Search for Authenticity, *Journal of Business Ethics*, 80, 237-248.
- Lopez Y., Rechner P. et Olsm-Buchanan J. (2005), Shaping Ethical Perceptions : An empirical assessment of the influence of business education, culture, and demographic factors, *Journal of Business Ethics*, 60, 341-358.
- Mamboundoun J-P (2003) : « Profil du Propriétaire-dirigeant et performance de la PME africaine : une illustration à travers le cas gabonais », *Revue Gestion* 2000, mai-juin, 35-54.
- Manouk V. (2009), Blanchiment d'argent : décalage du discours bancaire et de la réalité financière, *La revue du Financier*, 176, 67-80.
- Marta J. et Singhapakdi A. (2005), Comparing Thai and US businesspeople Perceived intensity of unethical marketing practices, corporate ethical values, and perceived importance of ethics, *International Marketing Review*, 22, 5, 562-577.

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

Noël C. (2006), l'entreprise entre « nous collectif » et conflit de rationalités : l'éthique comme condition d'existence de l'entreprise, *Revue Management et Avenir*, 7, 1, 11-22.

ONU (2007), Etude sur la mesure du secteur informel et de l'emploi informel en Afrique, Commission Economique pour l'Afrique, 57p.

Paché G. (1990), Stratégies d'adaptation de la petite entreprise, *Revue Française de gestion*, Mars-Avril-Mai, 52-60.

Partoriza D., Arino M. et Ricart J. (2007), Ethical Managerial Behaviour as an antecedent of organizational social capital, *Journal of Business Ethics*, 78, 329-341.

Pinard-Legris J. (1999), Quand valeur rime avec client, *Revue du financier*, 120,27-35.

Pelletier K. et Bligh M. (2006), Rebounding from corruption : perceptions of ethics program effectiveness in a public sector organization, *Journal of Business Ethics*, 67, 359-374.

Pleshko L. (2007), Strategic orientation, organisational structure, and the associated effects on performance. *Journal of Financial Services Marketing*, 12, 1, 53-64.

Priem R., Love L. et Schaffer M. (2000), Industrialization and values evolution : the case of Hong Kong and Guangzhou, China, *Asia Pacific Journal of Management*, 17, 473-492.

Oudin X. (1990), Dynamique de l'investissement dans le secteur informel : une étude de cas au Niger in *l'Entrepreneuriat en Afrique francophone*, Ed Aupelf-Uref, Paris, 145-155.

Saulquin J-Y. et Schier G. (2007), Responsabilité sociale des entreprises et performance : complémentarité ou substitualité ? *Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion*, 223, 57-65.

Sogbossi B. (2009), les dimensions socioculturelles du comportement commercial des Petites Entreprises en Afrique. *Revue Marketing et Communication*, n° spécial sur le marketing en Afrique (A paraître).

UEMOA (2003), Le secteur informel dans les principales agglomérations de sept Etats membres de l'UEMOA : performances, insertion, perspectives, AFRISTAT & DIAL, 8p.

Vitell S. et Paolillo J. (2004), A cross-cultural study of the antecedents of the perceived role of ethics and social responsibility, *Business Ethics, A European Review*, 185-198.

Valentine S. et Fleishman G. (2008). Ethics Programs, Perceived Corporate Social Responsibility and Job Satisfaction, *Journal of Business Ethics*, 77, 159-172.

Vitell S. & Muncy J. (2005), The Muncy-Vitell Consumer Ethics Scale: A Modification and Application, *Journal of Business Ethics*, 62, 267-275.

Wamba H. (2003), Analyse diachronique du système de gestion des micro-entreprises informelles en milieu urbain africain : le cas du Cameroun, *Revue Gestion 2000*, septembre-octobre, 101-122.