

## **Impact perçu de la pandémie du coronavirus sur la performance commerciale des Très petites entreprises artisanales de contact**

## **Perceived impact of the coronavirus pandemic on the commercial performance of very small artisanal contact enterprises**

**ADANKANHOUNDE Thierry Mahougnon**

Enseignante chercheur

Ecole Normale Supérieure de l'Enseignement Technique de LOKOSSA

Université des sciences Technologie Ingénierie et mathématique d'Abomey- Bénin

Laboratoire de Recherche Pluridisciplinaire de l'Enseignement Technique (LARPET)

Laboratoire de Recherche en Marketing et Bien Etre du Consommateur LAREM-BEC

**desboiset@yahoo.fr**

**Date de soumission :** 03/02/2022

**Date d'acceptation :** 16/05/2022

**Pour citer cet article :**

ADANKANHOUNDE T. M. (2022) «Impact perçu de la pandémie du coronavirus sur la performance commerciale des Très petites entreprises artisanales de contact», Revue Française d'Economie et de Gestion «Volume 3 : Numéro 5» pp : 388 – 409.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License



## Résumé

Le monde s'est réveillé surpris à l'orée de l'année 2020 avec l'évènement de la pandémie de COVID 19. Une pandémie plus dévastatrice qui a déstabilisé le monde avec toutes les conséquences sur tous les plans et dans tous les secteurs. Les gouvernants s'évertuent à mettre en place des mesures barrières pour limiter la propagation du virus afin de sauver et préserver la vie des citoyens. Mais comme le stipulent des recherches, l'adoption d'un comportement, dans le cadre d'une crise sanitaire, est fortement corrélée avec la perception que l'individu a du risque qui le motive dans son comportement d'achat. Ce qui doit forcément avoir des conséquences sur la performance de l'entreprise.

Grace à des entretiens auprès de 60 propriétaire-dirigeants des entreprises artisanales dont l'activité exige un contact direct avec le client, il ressort que les mesures barrières préconisées n'ont pas pu être adoptées convenablement. Il ressort également que l'impact réel sur la performance des entreprises artisanales n'est pas ressenti par les propriétaires-dirigeants.

**Mots clés :** COVID 19 ; impact perçu ; performance commerciale ; entreprise artisanale ; contact.

## Abstract

The world woke up surprised at the dawn of the year 2020 with the event of the COVID 19 pandemic. A more devastating pandemic that destabilized the world with all the consequences on all levels and in all sectors. Governments are striving to put in place barrier measures to limit the spread of the virus in order to save and preserve the lives of citizens. Nevertheless, as research shows, the adoption of a behavior in the context of a health crisis is strongly correlated with the perception that the individual has of the risk that motivates him in his purchasing behavior. This must necessarily have consequences on the performance of the company.

Thanks to interviews with 60 owner-managers of craft businesses whose activity requires direct contact with the customer, it appears that the recommended barrier measures could not be adopted properly. It also appears that the owner-managers do not feel the real impact on the performance of craft businesses.

**Keywords:** COVID 19, perceived impact, business performance

## Introduction

Le monde s'est réveillé le 31 décembre 2019 avec l'alerte de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) avec la survenue de plusieurs cas de pneumonie d'origine inconnue dans la ville de Wuhan (Chine). Le 7 janvier 2020, les autorités chinoises ont déterminé que ces cas étaient provoqués par un nouveau coronavirus, temporairement appelé « 2019-nCoV ». Le nouveau virus a ensuite été baptisé « virus de la COVID-19 ». Trois mois plus tard, l'augmentation rapide du nombre de cas en dehors de la Chine a conduit le directeur général de l'OMS, à annoncer que la flambée pouvait être qualifiée de pandémie<sup>1</sup>. Cette pandémie très dévastatrice a provoqué des morts d'hommes dans tous les pays du monde. Elle est devenue une menace très grave non seulement pour le bien-être des populations mais également pour la santé de l'économie du monde entier (Habibi, et Guati, 2021). L'effet dévastatrice perçu a amené l'OMS à appelé le mercredi 18 mars, comme l'a écrit le journal le monde Afrique, le continent africain à « *se réveiller* » et à « *se préparer au pire* » face à la propagation de la pandémie. Cette crise qu'on peut considérer comme respectant la théorie du chaos (Ferrer, 2008) car, non linéaires, régis par des lois simples et déterministes dont le comportement, dans certaines conditions, a bouleversé toutes les habitudes de façon systématique. Pour lutter contre la maladie et amoindrir les risques de catastrophe mondiale plusieurs mesures ont été prises par les gouvernements pour empêcher la survenue de nouveau foyer de propagation afin de protéger les individus du risque imminent de mortalité. Il s'agit de responsabiliser les individus face aux effets collectifs de leurs conduites (Boubal, 2019) et de trouver des solutions pour ne pas arrêter l'économie. Le succès de ces mesures est particulièrement critique dans le cas de la COVID-19 en raison de sa transmission facile, et de son taux de mortalité (Anderson, et al, 2020), de l'absence de vaccin efficace et des différents variants. Chaque Etat définie, dans la foulée, ses mesures propres allant du confinement à l'imposition des gestes barrières en passant par les couvre-feux et l'instauration des cordons sanitaires en fonction de son expérience et de sa stratégie. Selon l'OMS (2020), « L'efficacité de chaque approche repose sur une analyse rigoureuse et rapide reposant sur des éléments factuels, des données relative à l'épidémie afin de concevoir une stratégie de riposte ». L'adoption et le respect des gestes barrières deviennent la solution idoine. Elle réside dans la volonté délibérée des individus, ce qui fait d'eux un maillon phare de l'irradiation du fléau. Bien que déterminant dans la résolution des crises, le comportement des

---

<sup>1</sup> <https://www.euro.who.int/fr/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov>

individus est imprévisible et constitue un enjeu décisif (Azeng, 2020). Des auteurs ont effectué des recherches sur le comportement du consommateur face au risque et ont abouti au résultat que face à des situations de menace, l'individu est sensé adopter des comportements protecteurs (Thomson, 2005 ; Jabour & Sbiti, 2013). Se préserver en cas de danger de la santé étant considéré comme instinctif, les écarts à ce comportement constituent des dissonances (Bajos, 1999). Ce comportement des individus ne manquera pas d'avoir de lourdes conséquences sur le fonctionnement des entreprises touchant inévitablement leur performance. C'est pour cette raison que Habibi, et Guati, (2021) affirmaient que la propagation du virus, ainsi que les efforts déployés pour l'endiguer, ont désormais un impact considérable sur nos entreprises. Le respect des mesures doit avoir un impact sur la performance des entreprises et surtout celles des Très Petites entreprises qui offrent des services de contact. Il peut en être ainsi car la perception du danger et la vulnérabilité perçue devraient contraindre les clients à remodeler leur comportement face à l'offre de service. Les entreprises artisanales face à cette épreuve, sont donc considérées comme l'entité la plus vulnérable, vue son organisation, son fonctionnement et le niveau de formation de ses propriétaires-dirigeants. C'est à cet égard que l'OIT (2020) propose qu'il faut parvenir à préserver l'économie informelle de cette crise sanitaire, économique et sociale associée à la COVID-19 et à en limiter les conséquences négatives immédiates, à moyen et long terme. Les entreprises artisanales de l'économie informelle jouant un rôle majeur pour la formation professionnelle représenté par les jeunes et les femmes, « il faut agir » conseille l'organisation. La performance étant l'un des objectifs principaux recherchés par les dirigeants quelle que soit sa taille et son statut il importe donc de se poser les questions suivantes : Les mesures de riposte contre la pandémie sont-elles respectées au niveau des très petites entreprises artisanales ? Quelle est l'impact perçu de cette pandémie sur leur performance commerciale ? L'objectif de cette recherche est de mesurer l'impact perçu de la pandémie du COVID-19 sur l'entreprise artisanale. Il s'agira spécifiquement, pour nous, d'abord de vérifier si les entreprises ont fait observer strictement toutes les mesures barrières annoncées par le gouvernement puis de mesurer l'impact perçu de la pandémie sur la performance commerciale de l'entreprise.

Pour atteindre les objectifs de cette recherche, nous avons présenté au premier point la revue de littérature sur le comportement des consommateurs en temps de crise sanitaire, la performance des entreprises et l'influence de la crise sur la performance globale des entreprises vue par les auteurs. Ce point est suivi du deuxième point où nous avons présenté la méthodologie adoptée

pour conduire cette recherche. Enfin, dans le troisième point nous avons présenté les différents résultats ainsi que leurs implications.

## **1. Revue de littérature**

### **1.1. Comportement du consommateur en cas de crise sanitaire**

« La santé avant tout » dit un adage populaire. Cette vieille expression montre qu'en face d'une menace de santé, il faut chercher des moyens, soit pour l'éviter, soit pour la rétablir. C'est dans cette optique que des programmes sont élaborés par les gouvernements et des organismes pour prévenir ou pour guérir une maladie. Pour disposer des citoyens valides et capables de travailler pour une économie prospère, des programmes de communication pour un changement de comportement et des mesures de ripostes sont élaborés ; ceci dans le but de réduire ou de prévenir l'exposition des individus aux facteurs ou comportements néfastes à leur santé, (Broc et Edjolo, 2017). Mais l'individu même, face à des situations de menace, est sensé adopter des comportements protecteurs sans raisonner pour autant. C'est pour cette raison que Thomson, (2005) informe que « la distinction entre les comportements protecteurs et les comportements à risque pour la santé est supposée être claire et indiscutable, pour les personnes raisonnables et bien informées ». Il ajoute que, « L'individu est sensé adopter un comportement protecteur, celui qui assure son bien-être lorsqu'il est en face d'un danger ». Chabrol et Diligeart, (2004) diront que « l'humain a la faculté d'adaptation lui permettant d'ajuster son comportement face aux normes établies relativement aux situations problématiques et atypiques qui peuvent se poser à lui. Mais certains auteurs comme Bajos (1999) en étudiant ce comportement dans le cas des risques sanitaires comme le VIH, informent qu'il dépend de la perception du risque de contamination. Dans les faits, la connaissance de l'occurrence d'un danger et des conséquences qu'il peut entraîner n'a jamais empêché les êtres humains de s'y exposer (Calvert et al. 2010), La réponse au risque ne dépend donc pas de sa seule perception mais aussi de l'attitude de l'individu. Trois types de représentations et perceptions (Weiss et al. (2011), sont susceptibles d'entraîner des biais, et par conséquent des comportements inadaptés. Il s'agit de : la représentation de l'environnement et du risque associé à cet environnement, la perception des capacités individuelles de faire face à ce risque, et la perception de l'autorité et de sa capacité à répondre aux demandes. Dans le contexte de crise sanitaire, des attitudes telles que le contrôle perçu, les antécédents de vie, de même que la vulnérabilité sont susceptibles de déterminer la façon dont les individus réagissent au risque. La perception des capacités individuelles de faire face à ce risque ainsi que le contrôle perçu renvoie, dans le cadre de santé, à une attitude qu'est la vulnérabilité perçue.

Pour Orobi, Djondo et Adikpeto (2021) en reprenant Muller & Spitz, (2012) montre que selon le modèle des croyances sur la santé (HBM), la perception d'une menace pour sa santé pousse l'individu à mettre en place de nouveaux comportements plus sains à condition que la personne soit motivée à rester en bonne santé et ait une culture médicale sur la façon de maintenir sa santé. Selon Bonono-Momnougui, (2020) « face à la pandémie du coronavirus, les noirs développent une perception d'invulnérabilité et cette perception repose sur trois facteurs principaux que sont : la croyance en la suprématie biologique de la race noire qui réactualise la tendance de revalorisation de la race noire bafouée par les Occidentaux ». Nonobstant cette considération, nombreuse sont ceux qui estiment avoir observé les mesures barrières prônées par le gouvernement.

Au Bénin, dès l'apparition du premier cas, le gouvernement a pris des mesures barrières de riposte contre la maladie. Ces mesures ont porté sur les aspects ci-après (Balaro, Dossou 2021) :

- Dépistage systématique des voyageurs à leur arrivée aux frontières terrestres et aériennes
- Limitation stricte des entrées et des sorties par les frontières terrestres
- fermeture des bars et lieux de culte qui ne sont autorisés à ouvrir que le 02 Juin 2020
- Autorisation des transports en commun à circuler qu'à partir du 2 juin avec port de masque obligatoire pour les passagers et le respect de la distance d'un mètre au moins
- Maintien des mesures barrières
- le port obligatoire de masques en tous lieux ;
- le lavage systématique des mains à l'eau et au savon ;
- l'observance de la distance de sécurité sanitaire d'un mètre au minimum entre personnes ;
- l'interdiction des rassemblements de plus de 50 personnes
- la fermeture des discothèques et l'interdiction des cérémonies de réjouissance ;
- les plages restent interdites d'accès ;
- l'obligation de respecter une distance d'un mètre au minimum entre usagers de restaurants et maquis ;
- l'interdiction aux taxis-motos de transporter plus d'une personne à la fois ; la limitation du nombre de passagers à bord des taxis à trois au maximum pour les véhicules de 5 places et à 5 au maximum pour les véhicules de 7 places

- l'autorisation des rassemblements non festifs et des cérémonies d'inhumation ne regroupant pas plus de 50 personnes, lesquelles doivent respecter la distance d'un mètre minimum entre elles et le port de masque.

## **1.2. Concepts de performance et sa mesure**

Pour aborder le concept de la performance es entreprises (Zineb, 2017) informent que le concept de “performance“ est largement utilisé dans la littérature que dans les milieux organisationnels sans que sa définition et sa mesure ne fassent l'unanimité. Pour Djaigbe et al (2019), ce fait reflète la polysémie du mot dont les critères de mesure ou d'évaluation ne sont aussi pas toujours faciles à cerner (Bourguignon 1995) ce qui rend plus superflu la définition (Hounkou, 2008). En reprenant Zineb (2017, p.13), Djaigbe et al(2019) ont indiqué que « dans le champ de l'entreprise, le slogan est aujourd'hui très clair et bien ciselé : il faut performer afin de garantir la survie et la pérennité de son organisation, et accroître par ailleurs son avantage concurrentiel, en cette époque particulièrement caractérisée par l'intensification de la concurrence, la mondialisation et l'internationalisation des marchés. Le concept de performance peut être défini pour une entreprise, comme étant le niveau de réalisation des résultats par rapport aux efforts engagées et aux ressources consommées ». Pour Agbodan et Amoussouga (1995) cité par Djaigbe et al(2019), la performance est « à la fois croissance du chiffre d'affaires, de la part du marché, du bénéfice ; elle se manifeste aussi à travers les œuvres sociales, la satisfaction donnée au personnel. La performance est innovation, variation de la gamme des produits ; elle est une démultiplication des unités de production et du service pour la conquête et la fidélisation de la clientèle...» la performance est plurielle et touche chaque fonction de l'entreprise. Celle abordée dans le cadre de cette recherche est la performance commerciale. En effet, Selon Issor (2017), la performance commerciale est définie comme « la capacité de l'entreprise à satisfaire sa clientèle en offrant des produits et des services de qualité répondant aux attentes des consommateurs. Elle est appelée aussi la performance marketing, et est liée à la satisfaction des clients de l'entreprise. Elle est donc le socle de la vie de l'entreprise car « la satisfaction doit être même une préoccupation permanente des dirigeants du fait qu'elle constitue un pilier de la pérennité financière de l'entreprise (Sogbossi, 2010).

### **1.3. Synthèse des travaux par rapport à l'impact du covid-19 sur la performance des entreprises.**

#### **1.3.1. Impact de la covid sur les entreprises**

Etant donné le contexte sanitaire inhabituel actuel, les travaux qui étudient l'impact de la maladie sur la performance des entreprises sont rares. La crise actuelle qui sévit depuis trois ans a des répercussions importantes et le comportement des entreprises Habibi et Guati(2021) de même que celui des consommateurs ne sera probablement plus le même à l'avenir. Pour mesurer l'impact de la crise sanitaire sur l'entreprise, la plupart des études sont consacrées aux effets de la covid 19 sur les ménages et sur l'économie. Selon l'OCDE(2020) « La pandémie de maladie à coronavirus (COVID -19) a entraîné de graves perturbations dans l'économie et dans la vie des entreprises, qu'elles soient ou non en mesure de poursuivre leurs activités. Ces perturbations ont eu une grande variété de répercussions sur les entreprises et parmi ces dernières, nombreuses sont celles qui ont de grandes difficultés financières ». Pour être plus pragmatique

Habibi et Guati (2021) affirment que « L'activité économique avait démarré l'année normalement et c'est au deuxième trimestre que les entreprises de divers secteurs ont ressenti l'impact de la crise sanitaire. Baisse de ventes, baisse du Chiffre d'affaire, hausse des impayés...la performance des entreprises a pris un sérieux coup ». Selon Bennis et Oudda, (2021) « L'impact économique du coronavirus se caractérise par un double choc qui se manifeste tant par rapport à l'offre (arrêt des entreprises, effondrement des chaînes de production et de logistique), mais également par rapport à la demande (freinage de la consommation et de l'investissement) ».

Il est démontré selon l'OCDE 2020 « que l'activité des entreprises se heurte à des difficultés majeures, avec des interruptions des chaînes d'approvisionnement, des problèmes de trésorerie et une incapacité à respecter les délais de livraison ». Ceci s'explique par le recul de la confiance dans le monde des affaires qui aura aussi un impact considérable sur les entreprises.

L'étude de **Balaro et Dossou (2021)** expose que les entreprises des secteurs de l'UITA, qui regroupent au Bénin plusieurs entreprises, relevant aussi bien de l'économie formelle « ont été très vulnérables à la crise sanitaire de la COVID-19 du fait de leur fragilité structurelle et ont été fortement impactés. Pour la plupart, ils se sont effondrés, foudroyés par la crise et les mesures qu'elle charrie. Cette vulnérabilité a pris plusieurs dimensions qui se sont traduites par : une baisse importante des capacités de production, ou parfois un arrêt de la production du fait des mesures, la baisse de la productivité, la rupture dans

*l'approvisionnement, l'insuffisance de la demande et un accès limité au marché, le licenciement, la perte d'emploi et une mise au chômage technique des travailleurs, l'érosion des marges de trésorerie et celle de la capacité d'investissement. S'agissant des entreprises informelles les pertes de capacité ont affecté 69,6% des entreprises dans l'industrie, 58,3% dans le secteur du tourisme-hôtellerie-restauration, 57,4% dans les autres services, 36,3% sont en arrêt de travail ».* A titre d'exemple, les auteurs avancent quelques statistiques :

- d'importantes pertes de capacités productives, 69,6% des entreprises dans l'industrie, 58,3% dans le secteur du tourisme-hôtellerie-restauration, 57,4% dans les autres services, et 36,3% sont en arrêt de travail
- une baisse considérable de la productivité dans l'industrie (67,9%), dans l'hôtellerie restauration (62,1%) et dans les autres services (50,2%)
- des pertes massives d'emploi dans les secteurs du tourisme- hôtellerie-restauration (20%), dans l'industrie (16,95%), suivi des autres services (2,8%). La mise au chômage technique a frappé 20,8% des entreprises des secteurs du premier au second trimestre 2020.
- des contraintes de débouchés et un accès limité au marché qui frappent 62,1% des entreprises de l'industrie, 52,4% des entreprises du tourisme-hôtellerie-restauration et 51,3% des entreprises relevant d'activités des autres services.
- d'importantes pertes de trésorerie et de capacité d'investissement s'élevant à 63,8% dans l'industrie, à 68,9% dans le tourisme-hôtellerie-restauration, et à 58,9% dans les autres services.
- une baisse importante de salaire des travailleurs des entreprises des secteurs de l'Agriculture, l'élevage et la transformation agricole (9,09%) de l'artisanat (13,46%), de l'Hôtellerie-Restauration (18,18%) puis ensuite des autres services (25,62%);
- une réduction significative des avantages acquis des travailleurs dans l'Agriculture, l'élevage et la transformation agricole (27,27%), dans l'artisanat (37,50%), dans l'Hôtellerie-Restauration (40,91%) puis ensuite dans les autres services (57,02%);
- une baisse de la proportion de masse horaire ouvrée pendant le confinement de 90,91% à 63,64% dans l'agriculture, l'élevage et la transformation agricole, puis de 61,54% à 56,73% dans l'artisanat, et de 54,55% à 50,9% dans le secteur de l'hôtellerie-restauration.
- L'impact socioéconomique de la pandémie s'est avéré catastrophique sur l'économie, l'emploi, les entreprises, les ménages, le secteur informel, les groupes vulnérables.

- Cette crise a provoqué une baisse considérable de la production, de la valeur ajoutée des branches par l'arrêt voire la réduction du temps de travail qui a provoqué une chute importante de la productivité horaire, qui s'est répercutée sur les capacités de production.

Le rapport d'impact covid19 au Benin nous informe que 95% des ménages connaissent au moins quatre gestes barrières et que 90% des ménages savent qu'il faut changer de comportement en adoptant des gestes barrières à savoir éviter les déplacements et les voyages et les lieux de grands rassemblement, 80% des ménages ont fait annulés puis réduits la fréquentations des lieux publics tels que les marchés et les magasins d'alimentation, baisse d'activité due à la réduction de la clientèle.

Ces différentes statistiques montrent bien, à priori, l'ampleur de l'impact que la pandémie a sur l'économie non seulement dans le monde mais bien évidemment au Benin. Il est donc évident que la crise sanitaire due à la covid va influencer directement ou indirectement la performance des entreprises en général et celle des entreprises artisanales en particulier.

### **1.3.2. Influence de la covid sur la performance des entreprises**

Plusieurs auteurs ont cherché à comprendre l'influence que la crise sanitaire de la covid peut avoir sur la performance des entreprises. Selon Nafzaoui et al. (2020), les dépenses inhérentes à la mise en place des stratégies de lutte contre la Covid-19 relèvent du domaine des investissements socialement responsables (ISR) et de la performance sociale qui influencent la performance contrairement à Fadil (2020). Pesqueux (2020) trouve, quant à lui, des aspects positifs de la Covid-19 en montrant que les investissements y relatifs ont un impact positif sur l'environnement de l'entreprise ce qui lui permet d'accroître sa performance. Ngoungo Kengni et Fomo (2021) informent qu'en raison de la psychose de la pandémie de Covid-19 les perceptions, les préférences des clients peuvent changer de même que leurs habitudes de consommation sans nous dire si ce changement est positif ou négatif. À cela on peut ajouter pressions sociales induites qui peuvent influencer la performance des entreprises. Abodohoui, (2020) nous informe que « la propagation du virus et les mesures susceptibles de le contrer, notamment la limitation des déplacements peuvent impacter négativement des activités génératrices de revenus ». A titre d'exemple, la fermeture des débits de boissons et des restaurants sont susceptibles d'aggraver le niveau de pauvreté et maintenir cette masse de population dans la précarité totale. (Abodohoui, 2020).

#### **1.4.Hypothèse de recherche**

Des travaux de Thomson, (2005) et de Chabrol et Diligeart, (2004) Orobi, Djondo et Adikpeto (2021) il ressort que chaque individu doit dans une situation de vulnérabilité face à une crise doit pouvoir distinguer le comportement protecteur du comportement à risque pour pouvoir s'assurer son propre bien-être lorsqu'il est en face d'un danger ». Il doit donc pouvoir s'ajuster et mettre en place un nouveau comportement plus sain car doté d'une capacité d'adaptation aux normes établies. Mais comme le démontrent Weiss et al. (2011), la réponse au risque dépend de l'attitude de l'individu comme au niveau des noirs qui se sentent invulnérables face à la pandémie du coronavirus Bonono-Momnougui, (2020) de ce constat nous formulons l'hypothèse **H1** : les acteurs des entreprises artisanales adoptent faiblement les mesures de ripostent contre la COVID-19

Les recherches récentes sur l'influence de la crise sanitaire du coronavirus sur les entreprises montrent des résultats divergents. Au moment où Pesqueux (2020) trouve des points positifs liés à la covid 19 par rapport à l'environnement ce qui influence positivement la performance de l'entreprise, Abodohoui, (2020) quant à lui trouve plutôt des impacts négatifs sur la performance. Mais Nafzaoui et al. (2020), Fadil (2020), Ngoungo Kengni et Fomo (2021), informent de l'existence certaine d'une influence de la pandémie sur la performance des entreprises sans préciser si cette influence est négative ou positive. En analyse aussi les recherches les auteurs n'ont pas catégorisé le type de performance mis en exergue. A cet effet nous posons l'hypothèse **H2** : la pandémie du coronavirus n'a pas un impact significatif sur la performance commerciale des très petites entreprises artisanales de contact

### **2. Choix des variables et Méthodologie de la recherche**

#### **2.1. Choix des variables**

La variable expliquée de cette recherche est la performance commerciale. Sa mesure s'inspire des résultats des recherches de Furrer et Sudharshan, (2003). En effet, Furrer et Sudharshan, (2003) ont montré qu'il existe les critères quantitatifs comme le chiffre d'affaires, le profit, et la part de marché et des critères qualitatifs comme que la capacité à innover pour le client, la satisfaction des consommateurs, leur fidélité, leur perception de la qualité et de la réputation de l'entreprise pour mesurer la performance commerciale des entreprises. Dans le cadre de cette recherche nous allons retenir les critères quantitatifs qui sont : la part de marché et le chiffre d'affaire et les critères fidélité. En effet, la qualité étant un outil de satisfaction qui elle-même mesure la fidélité, nous n'allons prendre en compte que la fidélité comme critère. Il s'agira de voir si les entreprises ont vu leur chiffre d'affaire et le nombre de client changé à cause de la

covid 19, Ou si du fait de la covid, les clients ont adopté un comportement de volatilité.

La variable explicative est l'application de la mesure de riposte. La mesure de cette variable s'inspire des mesures du gouvernement pour la riposte de la pandémie du covid 19. Les dimensions de ces variables sont les différentes mesures de riposte à la COVID 19. Il s'agit notamment de : « Lavage des mains », « Ports de cache-nez », « Distanciation sociale », « Désinfection », « Se couvrir la bouche et le nez avec le pli du coude ou avec un mouchoir en cas de toux ou d'éternuement », le contrôle du Pass vaccinal sanitaire, l'adoption d'un cordon sanitaire. L'adoption de toutes ces mesures devraient impliquer une baisse d'activité impactant ainsi la performance commerciale au niveau des TPE artisanales. A cet égard nous posons l'hypothèse suivante : *la crise sanitaire due à la covid-19 a une influence négative sur la performance commerciale des TPE artisanales.*

## **2.2 Démarche méthodologique**

### **2.2.1. Méthode de collecte des données**

Cette recherche s'appuie sur une démarche méthodologique en deux étapes : au cours de la démarche documentaire nous avons procédé à une collecte d'informations secondaires qui nous a permis d'avoir une connaissance théorique les concepts liés à la COVI-19, le comportement face à la crise, les mesures barrières imposées par le gouvernement pour juguler la pandémie et éviter la propagation d'une part des notions de la performance commerciale et sa mesure d'autres parts. Nous avons privilégié la phase qualitative compte tenu du fait que les TPE artisanales ne disposent pas d'une comptabilité réelle permettant d'avoir des données chiffrées sur l'évolution du chiffre d'affaires courant la période. Elle est conduite par un guide d'entretien auprès du dirigeant des TPE artisanales qui ont des lieux fixes d'exercice de leur activité et dont le contact et la proximité avec les clients sont plus élevés. Il s'agit des entreprises artisanales de la coiffure, de la couture, de la mécanique, des débits de boisson et de la restauration. Elle a consisté en des entretiens directifs avec 60 propriétaires dirigeants en adoptant la méthode de saturation. En effet, Selon Pires (1997), le seuil de saturation est celui à partir duquel les réponses fournies à l'intérieur d'une catégorie sociale ne varient plus. Ces entretiens ont duré en moyenne de trente minutes. Ils portaient sur l'adoption des mesures de riposte, et l'impact perçu de la crise sanitaire sur leur chiffre d'affaire et la variation de leur clientèle depuis janvier 2020. L'encadré suivant présente le contenu du guide d'entretien

**Figure1 : Guide d'entretien**

|           |                                               |     |         |           |      |           |
|-----------|-----------------------------------------------|-----|---------|-----------|------|-----------|
| Thème     | 1 :                                           | Les | mesures | barrières | dans | l'atelier |
| Thème 2 : | La situation des recettes depuis janvier 2020 |     |         |           |      |           |
| Thème 3 : | La situation des clients depuis janvier 2020  |     |         |           |      |           |

### **2.2.2. Méthode de traitement des données**

L'étude est purement qualitative l'analyse de contenu est la principale méthode de traitement de nos données. Elle repose sur le principe que la répétition d'unités d'analyse de discours signale les préoccupations, les centres d'intérêt des auteurs du discours. Elle nous a permis de dépouiller, de classer, d'analyser les informations contenues dans nos entretiens semi directifs afin de faire ressortir les thèmes jugés pertinents. Les principaux résultats de notre enquête sont rapportés dans la section suivante

## **3. Résultats de la recherche**

Dans cette section, sont présentés les différents résultats issus du traitement des données collectées.

### **3.1. Mesures de ripostes adoptés dans les ateliers**

Comme le soutiennent certains courants de pensées, la perception du risque est un déterminant important de comportement dans un contexte de risque. Cette perception doit amener des acteurs de l'entreprise à suivre scrupuleusement les indications sur les mesures préconisées par le gouvernement afin de lutter contre la maladie. Dans ce contexte de COVID 19, nous présentons ici les mesures qui ont cours dans les ateliers des entreprises artisanales. Il ressort des entretiens que la mesure la plus identifiée est le dispositif de lavage de main. En effet, au début de la maladie, ce dispositif perçu comme alternatif efficace de lutte contre la pandémie a été donné par des ONGs, les associations corporatistes, les mairies et autres. La facilité aussi dans la confection de ce dispositif a permis à ces propriétaires dirigeants d'avoir à disposition ce dispositif de lavage de main. Néanmoins, l'utilisation n'est pas systématique et s'est abandonnée dans le temps. *« Au départ nous conseillons à nos clients de laver leur mains à l'entrée. Mais au fil du temps c'est devenu contraignant car il faut toutes les fois mettre de l'eau et des savons. Le matériel aussi se gâte très vite et nous n'avons pas assez de moyens pour acheter. Ce que nous même nous fabriquons n'est pas efficace »* nous expliquait une couturière. *« Au départ on faisait du lavage de main systématique. Mais Nous avons commencé par douter de l'existence de la maladie chez nous. Car l'ampleur qu'on nous dit que la maladie prend en*

*occident ce n'est pas chez nous » nous a confié un mécanicien auto. Certains artisans ont déjà dans leur habitude d'utiliser de l'alcool comme les coiffeurs et coiffeuses. Ceux-là ne trouvent pas utile encore d'exiger un dispositif de lavage systématique de main. Ils pouvaient l'exiger aux clients mais le défaut de contact avec leur main les persuade qu'ils ne peuvent pas se faire contaminer par ce canal « On ne serre pas la main aux clients ici, on porte des gants d'habitude ou on utilise souvent de l'alcool dans notre atelier de coiffure. Pourquoi l'obliger à se laver la main. On a dit soit l'eau ou soit l'alcool ou gel alcoolisé » un coiffeur. « En quoi laver la main est une mesure à imposer dans mon activité, on ne touche personne on sert de boisson » un gérant de bar.*

En ce qui concerne le port du cache-nez, il semble une mesure relativement adoptée. « Si ce n'était pas le contrôle policier et l'accès interdit dans les services pour le défaut de port du masque peut-être les gens ne le porteraient pas » explique un mécanicien. En effet le gouvernement a rendu le port de masque obligatoire en tous lieux sur toute l'étendue du territoire national pour compter du mardi 28 avril 2020. Le contrôle de cette mesure n'est systématique que dans les services publics comme les banques, institutions et autre administrations, etc. Le constat fait aussi est que les citoyens ont du mal à bien ajuster leur masque comme indiqués. Même si plusieurs communications tentent de faire changer les comportements, les cache-nez ne sont bien portés que dans les administrations. Dans les ateliers, il n'est pas systématiquement prescrit. Le fait que la maladie ne fait pas assez de mort autour d'eux fait que beaucoup n'y croient pas. Comme le renseignent les interventions suivantes. « C'est une maladie qui ne fait même pas de ravage chez-nous. Comment on peut respirer toute une journée avec cache-nez. Si quelqu'un peut mettre cache-nez il met mais je n'oblige personne pour une maladie inventée ». Une autre coiffeuse nous expliquait. « Même si tu obliges les clients à porter un cache-nez ça ne va servir à rien car ils vont l'enlever avant de manger ? Celui avec qui il est venu manger, ils vont parler en mangeant » un restaurateur. « Est-ce que vous voyez les cache-nez. Et si on parle dedans cela laisse la salive moi je ne peux pas obliger quelqu'un à porter ; si tu le fais les clients vont te fuir. Tu ne pourras pas trouver de quoi nourrir ta famille. Une restauratrice. « On peut mettre de cache-nez mais les clients doivent enlever les leurs pour pouvoir boire. C'est pour cela qu'on ne l'impose pas. Et si tu insistes le client va partir ». Expose un gérant d'un bar.

La distanciation est l'une des méthodes de barrières pour la lutte contre la maladie. Elle consiste à rester à plus de un mètre de distance l'un de l'autre. Mais vue le caractère des services à rendre, il serait impossible de respecter cette mesure. « Comment on peut adopter une distanciation d'un mètre et coiffer la personne. Ce n'est pas possible. Vaut mieux fermer l'atelier », rétorque une coiffeuse. La distanciation n'est possible que dans les cas où on peut

fournir le service sans aller en contact rapproché avec les clients. Si elle est possible dans certains corps de métiers comme la soudure, la plomberie etc., elle n'est pas possible chez les coiffeurs (euse) s et couturier (ere) s. « *comment je peux prendre la mesure du client si je dois rester à une distance de un mètre ? Est-ce possible dans notre métier ?* » questionne une couturière.

Ces différents comportement observés sont contraires à la plupart des recherches en comportement qui montrent que les individus sont plus susceptibles de se soucier des informations relatives à leur santé (De Guise, 1995) et de suivre les recommandations normatives correspondantes quand ils se sentent vulnérables à une maladie. Les individus sont informés que la maladie existe et est mortelle. Croient-ils vraiment ? Perçoivent-ils le risque ? Même si les réponses sont oui, Malecki et al, (2020) expliquent que des facteurs socio-culturels et le contrôle personnel peuvent façonner la perception et la réponse à la mesure des risques. Il s'ensuit donc que malgré la perception du risque faut-il que les individus se sentent vulnérable à ce risque avant d'imaginer une quelconque protection. C'est pour cette raison que Muller et Spitz, (2012) concluent que la perception de sa propre vulnérabilité à la maladie ou à un risque est un fort déterminant de l'adoption de comportements sains. Etant subjective, (Astou, 2006) informe que la perception du risque oriente les choix comportementaux des individus lorsqu'ils sont confrontés aux risques et sur la diversité de leurs réactions (Kouabenan, 2006). Alors que normalement, en face d'un danger, l'individu est sensé adopter un comportement protecteur, celui qui assure son bien-être (Chabrol & Diligeart, 2004), dans la situation du coronavirus, le comportement dans les ateliers confirme la thèse selon laquelle, la race noire croit en sa suprématie biologique qui lui permet de développer une perception d'invulnérabilité (Bonono-Momnougui, 2020). Elle se traduit par les verbatim suivants : « *La maladie, même si elle existe, ne tue que les blancs. Ils sont plus fragiles à une simple grippe. Ils meurent par millier alors que depuis cette maladie combien sont décédés au Bénin* ». S'exclame un coiffeur. « *On nous dit que ce sont les personnes âgées ou atteints d'une comorbidité qui sont les plus exposés, pourquoi nous devons cesser nos activités et mourir de faim* ». Un gérant de restaurant. « *Chez nous, il y a des tisanes, et nos conditions de vie nous confèrent une immunité contre cette maladie. Voyez comment fonctionnent les marchés mais combien de décès avez-vous enregistré sur la période alors que chez les blancs où ils ont tout fermé ils meurent beaucoup* ». Explique Un mécanicien. Ce comportement traduit bien le courant de Calvert et al. (2010), qui stipule que la connaissance de l'occurrence d'un danger et des conséquences qu'il peut entraîner n'a jamais empêché les êtres humains de s'y exposer. C'est pour cette raison que les individus

ont de réticences à adopter les mesures de riposte contre la pandémie. La peur de mourir devient moindre face à la peur du gendarme. Cette situation est renforcée par les réseaux sociaux qui montrent l'évolution des décès dus à la covid en occident par rapport aux statistiques de décès en Afrique et au Bénin alors que l'OMS avertissait l'Afrique sur le pire. La maladie est-elle plus occidentale ?

### 3.2. Impact perçu du covid 19 sur le chiffre d'affaire

Les résultats issus des entretiens concernant l'impact perçu du covid sur le chiffre d'affaire nous ont permis de comprendre le degré de l'impact réel de la pandémie sur cette types d'entreprises.

Il ressort des entretiens que l'impact est mitigé. La majorité des propriétaires dirigeants n'ont pas perçu un impact ni positif, ni négatif. Les résultats sont dus au fait que les services demandés par les clients n'ont pas été interrompus sur la période. *« Pendant la période nous avons continué à travailler normalement, nous n'avons pas fermé le restaurant. Nous avons juste diminué le nombre de chaise autour des tables au cas où les policiers viendraient. Et nous avons mis une appâtâmes dehors »* Explique un restaurateur. Le gouvernement du Benin a pris l'option de ne pas adopter certaines mesures comme les mesures de restriction de circulation, voire de confinement ou, les couvre-feux qui affectent à la fois la demande, mais aussi l'accès aux matières premières.

La majorité de ceux qui ont constaté la hausse de leur chiffre d'affaire sont des couturiers qui ont eu des marchés de fabrication des cache-nez au profit des organismes et de ceux qui les ont confectionnés pour la vente. *« Avant la crise sanitaire nous ne savions pas qu'on peut confectionner un cache-nez pour vendre mais quand les policiers ont commencé par contrôler les cache-nez, on nous a fait rapidement une petite formation et nous nous sommes mis au travail »* un couturier. *« C'est vrai qu'avec l'interdiction des manifestations les clients ne choisissent plus de nouveaux pagnes à coudre comme avant ce qui a chuté un peu nos chiffres d'affaire au début »*. Une couturière. *« Le gouvernement a imposé un cordon sanitaire avec une restriction de passage. Ce qui fait que les véhicules de taxis sont stationnés. Ceux qui viennent vers nous et qui sont dans la même ville sont des particuliers mais quand ils viennent nous ne pouvons plus exiger le montant normal du service à cause de la chute des activités ce qui a diminué un peu nos recettes »*. Un mécanicien auto.

La majorité de ceux qui n'ont perçu aucun impact sur leur chiffre d'affaire sont les restaurateurs, les coiffeuses et les gérants de bar. En effet le gouvernement béninois n'a pas jugé utile de faire des copies-collés des mesures adoptés par les autres pays comme le Sénégal et le Togo etc.

Même si la circulation est règlementée avec les cordons sanitaires, les administrations, les écoles, les marchés et même les églises n'ont pas été fermés. C'est le nombre pour constituer un regroupement qui est instauré à 50. Les citoyens peuvent donc en nombre restreint aller manger dans des restaurants. Cette situation a fait que ces entreprises artisanales n'ont pas senti véritablement l'effet de la covid sur leur chiffre d'affaires. « *Les soirs après le travail on peut aller prendre facilement et comme d'habitude notre bière* ». Nous confie un cadre de l'administration rencontré dans une buvette.

Si les propriétaires-dirigeant ont constaté par endroit un impact non significatif sur leur chiffre d'affaire autours de la période allant de 2020 à 2021, avec une accentuation dans la période. Ces résultats sont en déphasage avec la plupart des études qui confirment un impact négative sur les entreprises. En effet, Bennis et Oudda, (2021) exposent que, « concernant le confinement général, qui ont permis d'atteindre des résultats favorables sur la propagation de la pandémie, mais elles ont générés des répercussions négatives et ont touché gravement le fonctionnement de l'économie marocaine dans sa globalité et le secteur privé en particulier notamment les TPE et les PME qui représentent 93% du tissu économique,». Les mêmes auteurs citent l'automobile, l'industrie, et le textile, la restauration qui serait fortement impactés par les fermetures des frontières au niveau mondial. Il ressort de cette précision que l'impact négatif serait lié aux types de mesure adoptée qui ont pour conséquence l'arrêt des activités de production.

## **Conclusion**

La pandémie du coronavirus de par sa propagation rapide et son taux de morbidité, n'a laissé indifférente aucun gouvernement qui s'est évertuer à trouver des mesures adéquate au développement économique afin de limiter la propagation du virus, de de sauver et préserver la vie des citoyens. Ces actions de prévention qui visent à réduire l'exposition des individus aux facteurs ou comportements néfastes à leur santé (Broc et Edjolo, 2017), ne sont pas sans conséquences sur la vie des entreprises.

L'analyse de l'impact réel de la covid-19 sur la performance des entreprises en en temps de la covid-19 est indispensable pour mesurer réellement les conséquences afin de réorienter l'organisation au cours des crises. L'étude sur très petites entreprises artisanales dont la fourniture des services nécessite le contact direct avec les clients est encore plus nécessaire car permet d'évaluer les mesures prises dans chaque pays. La présence étude qui s'est basée sur des entretiens avec les propriétaires dirigeants nous a permis d'abord de clarifier les mesures de ripostes adoptées de part et d'autres, ensuite elle nous renseigne sur le comportement des

individus en cas de crise sanitaire et enfin elle nous a permis de savoir l'impact que cette maladie a sur l'économie. Après analyse du contenu des entretiens, il ressort que dans les entreprises artisanales au Bénin, les mesures barrières n'ont pas pu être appliquées rigoureusement. Ce résultat traduit non seulement l'incapacité à les adopter mais aussi et surtout une faible perception de risque par les individus. Il ressort aussi des entretiens que les propriétaires-dirigeant n'ont pas perçu un impact significatif sur leurs chiffres d'affaires et sur leur clientèle.. Ceci est rendu favorable par l'option faite par le gouvernement d'axer ses actions sur la sensibilisation de l'adoption des mesures barrières et la mise en place par moment d'un cordon sanitaire que sur le confinement le couvre-feu qui limitent la circulation. C'est donc surtout ce cordon sanitaire instauré et la fermeture des bars, églises et la limitation du nombre dans les regroupements qui auraient entraîné ces impacts non significatifs

Du point de vue théorique, cette recherche vient enrichir le débat sur l'impact réel de la pandémie sur les entreprises artisanales au Bénin. Si plusieurs études ont abordé l'impact sur les entreprises, peu se sont appesanties sur l'impact de la pandémie sur la performance commerciale des TPE artisanales. En s'y consacrant, cette étude vient prendre le contre-pied de plusieurs études et considérations qui affirment l'impact négatif systématique sur les toutes les entreprises. En effet, les propriétaires-dirigeants ne trouvent aucun impact significatif sur la performance commerciale de leur atelier. Il se dégage donc que le type de mesure adopté par le gouvernement est à la base de ce résultat.

Sur le plan pratique, cette étude révèle que malgré les cas de décès annoncés çà et là, le gouvernement a pris des mesures qui n'ont pas pour effet l'arrêt de l'économie. Il importe donc que face à des cas de crise sanitaire des études plus accentuées soient faites pour adapter de façon successive, les mesures de ripostes en fonction de l'évolution et de l'ampleur de la crise. Cette étude peut donc aider à identifier les éléments sur lesquels devraient se baser les actions de persuasions. Elle permet également aux autorités de catégoriser les mesures d'accompagnement pour juguler les crises sanitaires. En effet, le gouvernement a mis en place un appui financier pour cause de covid-19. Lesdits fonds sont envoyés via les réseaux mobiles aux artisans qui se sont précédemment enregistré sans mesurer vraiment l'impact réel sur leurs activités

Nonobstant ces apports cette étude comporte des limites. En effet le caractère purement qualitatif de l'étude qui ne prend en compte que l'impact perçu sur la performance est insuffisant pour mesurer l'impact réel de cette maladie sur la performance. Il est donc important

d'étendre l'étude vers les autres métiers et/ou secteurs d'activité. L'autre limité de cette étude réside dans l'échantillonnage.

Slovic(1992) indique que «le risque n'existe pas indépendamment de notre esprit et de notre culture». C'est pour cela que les recherches futures sont bien avisées d'envisager d'étendre nos recherches vers les PME d'autres secteurs pour évaluer l'impact de la pandémie sur leur performance commerciale et probablement technique. Aujourd'hui avec l'annonce des vaccins pour lutter contre la covid, il existe aussi bien dans le monde intellectuel qu'analphabète une résistance car les rumeurs dans les réseaux sociaux ne rassurent pas les citoyens. Les réseaux sociaux sont-elles une influence sur le comportement de vaccination contre la covid 19. Cette étude nous permettra de savoir si les gens sont réfractaires a la vaccination du fait des informations non vérifiables qui circulent dans les réseaux ou du fait de la sensibilisation à outrance du gouvernement laissant croire à un, intérêt particulier. Assez de rumeur indiquent le caractère nuisible voir mortel des vaccins, alors une autre piste de recherche pourrait nous amener à nous intéresser à l'efficacité des vaccins chez les personnes déjà vaccinés.

### Références Bibliographiques

1. Agbodan, M. M. et Amoussouga, F. G. (1995) (Coord.), Les facteurs de performance de l'entreprise. Journées Scientifiques du réseau "Entreprenariat : financement et mobilisation de l'épargne" de l'Aupelf-Uref, éd. John Libbey Eurotext, Paris, 243 pages.
2. Alexis, A. (2020), La digitalisation de l'Afrique après Covid-19 : quels rôles/opportunités pour les entreprises québécoises/canadiennes. Resaerchgate, p2-4
3. Anderson, E. L., Turnham, P., Griffin, J. R., & Clarke, C. C. (2020), Consideration of the aerosol transmission for COVID-19 and public health. Risk Analysis, 40(5), 902-907.
4. Azeng T. F. (2020), risque sanitaire et rationalité des agents économiques: cas de la COVID-19. Épidémiologie de l'économie et confinement de l'organisation COVID-19, 35.
5. Balaro, G. Dossou S. T. (2021) Etude de l'impact socio-économique de la covid-19 dans les secteurs de l'UITA au Bénin <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/benin/17417.pdf>
6. Bennis, L. et Oudda , Y. 2021, Impact de la crise économique du Covid-19 sur les Entreprises Marocaines . Revue Française d'Economie et de Gestion. 2, 3 (mars 2021).

7. Bonono-Momnougui, C. R. (2020), Grande palabre croisée de la pandémie : une COVID-19 en cache d'autres élaborations socio-culturelles. *Épidémiologie de l'économie et confinement de l'organisation COVID-19*, 21.
8. Boubal, C. (2019). L'art de ne pas gouverner les conduites. *Revue française de sociologie*, 60(3), 457-481.
9. Broc, G., & Edjolo, A. (2017). Communiquer plus efficacement en prévention. Modèle intégratif et recommandations à l'usage des professionnels de la santé publique. *Revue d'Épidémiologie et de Santé Publique*, 65(2), 149-158.
10. Calvert, G., Gallopel-Morvan, K., Sauneron, S., & Oullier, O. (2010). Dans le cerveau du fumeur : neurosciences et prévention du tabagisme. *Nouvelles approches de la prévention en santé publique : l'apport des sciences comportementales, cognitives et des neurosciences*. Paris : La Documentation Française, 86-107
11. Chabrol C. & Diligeart G. (2004) : « Prévention et risques routiers : réguler la peur et/ou la menace », *Questions de communication* [En ligne], 5 | 2004, mis en ligne le 01 juillet 2004 : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7100> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7100
12. Chabrol, C., & Diligeart, G. (2004). Prévention et risques routiers : réguler la peur et/ou la menace. *Questions de communication*, (5), 115-132.
13. Djaigbe, P., Adankanhoude, T. M., Wele, P. I., & Dia, A. L. (2020). Planification stratégique axée sur les investissements et performances technique et financière des sociétés nationales d'électricité. *Revue internationale des sciences de l'organisation*, (2), 33-58.
14. Ferrer, C. (2008). La diffusion de la théorie du chaos dans les sciences humaines, les sciences sociales et les arts: une épidémie postmoderne. *TRANS-. Revue de littérature générale et comparée*, (6).
15. Furrer, O. F. G., & Sudharshan, D. (2003). Couts d'opportunité liés a la maximisation de la performance en marketing.
16. HABIBI, Z., & GUATI, R. (2021). Innovation & Performance des entreprises: enseignements tirés à l'ère de la Covid-19. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 2(3).
17. Hounkou, E. C. (2008). Recherche d'une congruence entre les pratiques de gestion des entreprises béninoises performantes et le contexte culturel béninois. Thèse de Doctorat, Université de Liège, 240 pages.

18. Issor, Z. (2017). La performance de l'entreprise: un concept complexe aux multiples dimensions. *Projectics/Proyética/Projectique*, (2), 93-103
19. Jabour, S., & Sbiti, M. (2013). L'impact des théories de persuasion sur le comportement à risque. *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, (8).
20. Kouabenan, D. R. (2006). Des facteurs structurants aux biais ou illusions dans la perception des risques. *Psychologie du risque : identifier, évaluer, prévenir*, 126-145.
21. MacDonald-Brown N et MacLennan S. (2020) « Quelle a été la performance des entreprises durables durant la crise du Covid-19 ? » Points de vue, Schroder Investment Management (Europe) S.A., 5 Heienhaff, 1736 Sennengerbiere, Luxembourg
22. Malecki, K., Keating, J. A., & Safdar, N. (2020). Crisis communication and public perception of COVID-19 risk in the era of social media. *Clinical Infectious Diseases*
23. Muller, L., & Spitz, E. (2012). Les modèles de changements de comportements dans le domaine de la santé. *Psychologie française*, 57(2), 83-96.
24. Muller, L., & Spitz, E. (2012). Les modèles de changements de comportements dans le domaine de la santé. *Psychologie française*, 57(2), 83-96.
25. Observatoire de l'OIT (2020).: le covid-19 et le monde du travail. URL: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/dcomm/documents/briefingnote/wcms\\_749442.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/dcomm/documents/briefingnote/wcms_749442.pdf) [consulté le 19/11/2020].
26. OCDE (2020), Covid-19: SME Policy Responses, OCDE, Paris, [https://oecd.dam-broadcast.com/pm\\_7379\\_119\\_119680-di6h3qgi4x.pdf](https://oecd.dam-broadcast.com/pm_7379_119_119680-di6h3qgi4x.pdf)
27. OCDE (2020), Global Financial Markets Policy Responses to COVID-19, Paris, [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=127\\_127003-tvl9kqbfi9&title=Global-Financial-Markets-Policy-Responses-to-COVID-19](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=127_127003-tvl9kqbfi9&title=Global-Financial-Markets-Policy-Responses-to-COVID-19)
28. OCDE (2020), Perspectives économiques de l'OCDE, OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/0262bc62-fr>
29. Orobi, O. R. O. ; Djondo K. M. ; Adikpeto V. A. (2021). Influence de la perception du risque sur l'adoption des mesures de riposte à la COVID19: analyse du rôle de la vulnérabilité perçue. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 4(1).
30. Sogbossi, B. B. (2010). Perception de la notion de performance par les dirigeants de petites entreprises en Afrique. *Revue des Sciences de Gestion*, Janvier, n° 241, pp.117-124.

31. Weiss, K., Girandola, F., & Colbeau-Justin, L. (2011). Les comportements de protection face au risque naturel : de la résistance à l'engagement. *Pratiques psychologiques*, 17(3), 251-260.
32. Zineb, I. (2017). La performance de l'entreprise : un concept complexe aux multiples dimensions. *Projectics*, vol. 2, n°17, pp.93-103.