

« Les facteurs déterminants du succès de l'entrepreneuriat au Maroc : cas de la région de Casablanca » Colloque International de la Prospective sous le thème « Entrepreneuriat : vers un Maroc Entrepreneurial » Casablanca, 24 et 25 Novembre 2016.

Siham JABRAOUI

Enseignante-chercheuse à l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion-Casablanca

Laboratoire de recherche en Ingénierie Scientifique des Organisations (ISO),

ENCG-Université Hassan II de Casablanca

sihamjabraoui@gmail.com

Tel: 0661660344

Adil BOULAHOUAL

Enseignant-chercheur à l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion-Casablanca

Laboratoire d'analyse et de recherche en Marketing et Stratégie des Organisations (LAMSO),

ENCG-Université Hassan II de Casablanca

boulahoual.adil@gmail.com

Tel : 0661057756

Introduction

Au cours de ces dernières années, la promotion de l'entrepreneuriat a représenté un vecteur fondamental dans toutes les politiques de développement économique. Dans ce sens, plusieurs pays ont déployé des efforts considérables afin d'inciter la création et la promotion des entreprises (réduction des contraintes réglementaires et administratives, encouragement de la formation, renforcement de l'accompagnement...).

Au Maroc, Différents programmes ont été lancés dans ce domaine afin de soutenir les jeunes entrepreneurs (le programme jeunes promoteurs, Moukawalati, etc). Sans oublier les Centres Régionaux d'Investissement qui interviennent dans la phase de création.

Cet article a pour objectif principal d'identifier les déterminants clés de la réussite de l'entrepreneuriat dans la région du Grand Casablanca. Pour ce faire, nous allons nous appuyer sur les modèles théoriques de Hannu Littunen (2000), Lasch et al. (2005), Kessler (2007) et Ahmad et Hoffman (2007). Notre modèle explique le succès entrepreneurial en se basant sur trois principales dimensions: le profil de l'entrepreneur, l'environnement de l'entreprise et la préparation à la création.

Pour analyser cette problématique, notre démarche consiste à présenter dans un premier lieu une classification théorique et exhaustive des déterminants potentiels de la performance entrepreneuriale. Deuxièmement, nous allons présenter notre modèle et les principaux résultats de notre étude empirique qui va porter sur un échantillon de 124 PME dans la région du Grand Casablanca. Pour terminer, Nous essayerons de formuler des axes d'améliorations au profit des entrepreneurs marocains.

1. Revue de littérature sur les déterminants clés de la réussite entrepreneuriale

Selon Bouquin (1986) les FCS (CSFs : critical success factors) sont « les atouts sur lesquels l'entreprise compte pour atteindre ses objectifs à long terme en résistant aux forces du secteur investis pour être compétitive dans son groupe stratégique. » Plusieurs études se rejoignent dans leur définition des FCS comme étant des facteurs sur lesquels on mise pour assurer la pérennité et le succès de l'entreprise (Verstraete, 1996). Il convient donc de considérer que les FCS aident l'entrepreneur à comprendre ce qu'il doit faire pour répondre aux exigences de son marché.

Plusieurs études ont été réalisées sur les facteurs clés de réussite entrepreneuriales.

Cependant, puisque l'entrepreneuriat est un phénomène complexe et dynamique (Gartner, Shaver, Carter, & Reynolds, 2004), différents points de vue existent en ce qui concerne les facteurs qui stimulent la réussite entrepreneuriale (Acs et Szerb, 2010).

Nous proposons d'organiser la revue de la littérature autour de trois dimensions identifiées principalement par Gartner (1990), Hannu Littunen (2000), Lasch et al. (2005), Kessler (2007) et Ahmad et Hoffman (2007). Ces trois éléments sont: le profil de l'entrepreneur, l'environnement de l'entreprise et la préparation à la création.

1.1. Les éléments liés à l'entrepreneur

Schumpeter considère que les caractéristiques de l'entrepreneur sont déterminantes pour comprendre le succès ou l'échec de l'entreprise qu'il a créée. Cet avis est largement partagé dans les revues de littérature. Cependant, Plusieurs études ont montré une relation positive entre le profil de l'entrepreneur et la réussite des entreprises (Bouchikhi 1993, Bhidé 1994, Bouchikhi, Kimberly 1994 ; Kidane et Harvey 2009).

Plusieurs variables sont utilisées dans la littérature pour étudier les caractéristiques de l'individu (entrepreneur) qui influencent la réussite de son entreprise. Ces caractéristiques peuvent être déclinées en trois dimensions : le capital humain, la motivation et les compétences.

1.1. Capital humain et succès entrepreneurial

Dans la littérature, le capital humain est représenté par quatre variables : l'âge, le genre, le niveau d'études et la nature de formation. Frank Lasch (2003) ; Wicker et King (1989); Bruderl et al. (1992); Dahlqvist et al. (2000); Brush, (1992); Cooper et al. (1992) ont montré que le capital humain constitue un facteur clé de succès des entreprises.

Selon Cooper et al. (1992), plusieurs études défendent le lien entre le niveau d'études de l'entrepreneur et le rendement de l'entreprise. Selon ses auteurs, le fait d'avoir un diplôme universitaire influence favorablement la survie des petites entreprises. Les études supérieures permettent au créateur de l'entreprise de mieux faire face aux difficultés et de saisir les opportunités qui augmentent la croissance de l'entreprise.

Bosma, van Praag, Thurik et de Wit (2004) constatent que les entrepreneurs néerlandais diplômés de l'enseignement supérieur réalisent des bénéfices plus importants. Parker et van Praag, dans une étude qui concerne également les entrepreneurs néerlandais, trouvent qu'une année de scolarité supplémentaire augmente le revenu annuel déclaré des entrepreneurs de 12,7%. Dans la même optique, Hamilton (2000) constate que les bénéfices sont plus faibles chez les entrepreneurs qui n'ont pas fait d'études supérieures, et plus élevé chez les entrepreneurs diplômés de l'enseignement supérieur.

Enfin van der Sluis, van Praag et Vijverberg (2004) soulignent, que l'interprétation de l'effet du niveau des études sur la performance entrepreneuriale peut être ambigu. En effet, à partir des études existantes, on ne sait pas si cet effet représente l'impact de l'investissement dans l'enseignement sur la performance entrepreneuriale, ou s'il reflète les effets des aptitudes et de l'auto-efficacité des entrepreneurs.

Hisrich, 1990; Kallerberg & Leicht, 1991; Krueger, 1993, Rowe et al. 1993; Lussier & Pfeifer, 2001; Masuo et al., 2001; Thapa, 2007; Indarti & Langenverg, 2008; ont montré que l'éducation a un effet positif sur la réussite de l'entreprise. Minniti et Bygrave (2003) indiquent dans leurs travaux que les personnes ayant un niveau d'éducation plus élevé ne sont pas nécessairement plus performantes.

En ce qui concerne la relation entre l'âge et la réussite des entrepreneurs, Kraut et Grambsch (1987), Hisrich (1990) Kallerberg et Leicht, (1991), Krueger (1993), Rowe et al., (1993), Masuo et al., (2001) signalent que l'âge contribue positivement dans le succès des entreprises. Zimmerer et Scarborough (1998) ont souligné que la plupart des entrepreneurs aux États-Unis commencent leur activité à l'âge de 30 à 40 ans.

Staw (1991) confirme que l'âge de l'entrepreneur, combiné avec une expérience importante dans le domaine de l'entreprise impacte positivement sa réussite. Cela signifie que l'âge élevé implique donc une expérience entrepreneuriale. Dans le même sens, Bosma et al. (2009) dans leurs travaux sur les déterminants du succès des entreprises, ont conclu que l'âge et le niveau d'éducation de l'entrepreneur sont explicatifs du succès.

D'autres auteurs expliquent l'âge élevé des entrepreneurs par le temps passé dans les études. Lasch (2003) signale que les entrepreneurs dans le domaine de l'innovation et de la technologie sont en moyenne plus vieux de deux à cinq ans que ceux des secteurs non innovants. Wicker et King (1989) par contre, expliquent la relation positive entre l'âge et le succès entrepreneurial par le fait que des entrepreneurs plus âgés ont développé des réseaux plus solides, sont mieux expérimentés et peuvent lever plus facilement des capitaux.

L'étude de Davidsson et Honig (2003) s'intéresse à l'influence du capital humain sur la réussite de l'entreprise. Les résultats de cette étude estiment que la formation professionnelle et les expériences entrepreneuriales précédentes ont un impact significatif sur le processus entrepreneurial. Cela rejoint les résultats de l'étude de Kidane et Harvey (2009).

En ce qui concerne l'impact du genre sur le succès des entreprises, Bruderl et al. (1992); Dahlqvist et al. (2000) pensent que les entreprises créées par les femmes n'échouent pas plus que d'autres, mais elles sont souvent moins performantes que celle créées par les hommes. Ainsi, les préoccupations de la femme sont plus orientées vers la famille et moins destinées à suivre les objectifs économiques liés à l'expansion de l'entreprise (Brush, 1992).

1.1.2. Motivation et succès entrepreneurial

L'étude de Carsrud et Brannback (2011) explique que la motivation est le lien entre les intentions et les actions des entrepreneurs. D'autres études comme celles réalisées par Herron et Robinson, 1993; Kuratko et al. 1997 Appuient ces résultats en montrant qu'il existe une relation entre la motivation des entrepreneurs et la performance de leurs entreprises.

Y. Robichaud, 2008 ; définit les motivations de l'entrepreneur comme étant « les objectifs entrepreneuriaux » qu'il cherche à réaliser. Kuratko et al. 1997; Robichaud et al, (2001) ; classent les facteurs de motivation en trois catégories: les récompenses financières, indépendance et autonomie, et la sécurité de la famille. Enfin, Yalcin et Kapu (2008) ont montré que les motivations entrepreneuriales peuvent être déclinées en quatre catégories: financière, la reconnaissance, la liberté, et la tradition de la famille (par exemple, le motif de poursuivre l'entreprise familiale et d'imiter les membres de la famille).

Cooper (1985), Green et Pryde (1989), Raman (2004) constatent que les facteurs de motivation, tels que l'encouragement de la famille et des amis, les compétences et les conditions économiques conduisent à la réussite entrepreneuriale.

1.1.3. Compétences et succès entrepreneurial

Plusieurs études s'intéressent à l'influence des compétences des entrepreneurs sur la réussite de leurs entreprises. Chandler et Jansen (1992) distinguent trois types de compétences : les compétences entrepreneuriales, les compétences technico-fonctionnelles et les compétences managériales.

Belley et al, (1998), Leicht et Kallerberg (1991), Rowe et al, (1993).; Masuo et al, (2001).; Rose et al. (2006) admettent que ces trois catégories de compétences sont indispensables pour réaliser un succès entrepreneurial.

Des auteurs comme Cooper, 1985; Hisrich, 1990; Krueger, 1993; Lussier & Pfeifer, 2001; Raman, 2004; Panda, 2008 trouvent que l'expérience de l'entrepreneur influence le succès de l'entreprise. Par contre Meng & Liang (1996) n'ont trouvé aucun impact de l'expérience sur la réussite de l'entreprise. Dans le même sens, Bosma et al. (2009) ont démontré que l'expérience est une variable significative dans la détermination du succès. Ayant eu l'expérience dans le même secteur que l'entreprise nouvellement créée augmente les probabilités de succès et de survie.

Cela rejoint l'étude de Kidane et Harvey (2009), Cette dernière montre l'importance des expériences précédentes de l'entrepreneur. En effet, elles apportent des compétences pratiques (organisation, gestion d'équipe) et techniques et constituent un facteur de succès pour les entreprises en démarrage.

Un certain nombre d'études suggèrent que l'expérience d'un entrepreneur travaillant dans le même domaine que leur nouvelle entreprise a un impact significatif sur la performance. Gimeno, Folta , Cooper et Woo (1997) ; Wiklund et Shepherd (2001) trouvent que l'expérience dans des entreprises similaire à l'activité de la nouvelle entreprise a un effet positif sur la réussite de cette dernière. En outre, les effets des expériences antérieures reflètent la notion du bon sens et les entrepreneurs pourront faire mieux s'ils ont connaissance préalable des acheteurs et des fournisseurs des enjeux opérationnels, et de leur environnement.

D'autres études trouvent que la relation entre l'expérience précédente et la réussite entrepreneuriale est insignifiante (Kor 2003; Sandberg et Hofer, 1987). Sapienza, Parhankangas et Autio (2004) expliquent que le degré de similitude entre la nouvelle entreprise et l'entreprise antérieure peut avoir un effet négatif sur la performance. Cela réside dans le fait que la nouvelle entreprise repose sur les compétences antérieures sans aucune innovation.

Sapienza, Parhankangas and Autio (2004) montrent que les compétences entrepreneuriales, managériales et technologiques, influencent positivement la réussite. L'étude d'Alfrich et al 1987, rejoint ces résultats, elle montre qu'une bonne gestion du réseau (facilités de caisse, soutien et intervention pour gérer les problèmes administratives) impacte positivement la croissance de l'entreprise.

1.2. Les éléments liés à l'environnement et réussite entrepreneuriale

Pour certains auteurs comme Fafchamps et Minten (1998), le succès d'une entreprise dépend du capital social et des liens d'affaires. Dans cette perspective, plusieurs études s'intéressent à la relation entre le capital social et la réussite des entreprises.

1.2.1. Capital social

Selon Baron, (2000), Le capital social des entrepreneurs se réfère à leur capacité à interagir efficacement avec les autres et à s'adapter avec des nouvelles situations dans le but de développer des relations stratégiques et de saisir les opportunités d'affaires. Dans la même perception, Baron et Markman (2003) affirment que le capital social de l'entrepreneur a un impact positif sur la réussite entrepreneuriale.

1.2.2. Structure d'accompagnement

Dans la littérature, l'accompagnement aide les entrepreneurs à apprendre et à développer des qualités managériales (Bisk, 2002), à améliorer les connaissances et les compétences nécessaires pour réussir les projets d'entrepreneuriat (Sammur, 2003 ; Chabaud et al, 2010). (Chrisman et Mc Mullan, 2004 démontrent que l'accompagnement des entrepreneurs est d'autant plus déterminant et que les entreprises accompagnées semblent plus performantes que celles non accompagnées.

Audretsch et Thurik (2004), Thorton et Flynne (2003) et Saxenian (1994) signalent que les réseaux sociaux, reliant les entrepreneurs individuels à des sources structurées d'apprentissage jouent un rôle fondamental dans la réussite des entreprises en démarrage. En effet, ces réseaux sociaux facilitent l'acquisition des ressources et l'identification des opportunités (Beckert, 2010).

Selon Aldrich et Zimmer, (1986), les entrepreneurs peuvent participer dans des structures d'accompagnement pour améliorer leurs compétences entrepreneuriales. Ces activités d'accompagnement, peuvent se réaliser avec d'autres entrepreneurs, des membres de la famille, des amis ou des connaissances (Birley, 1985). L'objectif de ces activités d'accompagnement est de fournir une assistance aux entrepreneurs sous forme d'avis d'experts et des conseils, de partager des expériences et des modèles, de faciliter le transfert des informations et des ressources, et d'appuyer le soutien et la motivation (Manning, Birley, & Norburn 1989) ; (Granovetter , 1973; Burt , 1992) ; (Lin , 1990) .

D'autres travaux comme Butler & Hansen, 1991; Dubini & Aldrich , 1991; Uzzi , (1996) défendent le lien positif entre les structures de collaboration inter-organisationnels et le succès des entreprises. En outre, ces structures militent pour faciliter le processus entrepreneurial à toutes ces étapes (idée, production, développement, et positionnement stratégique). Audretsch et Thurik , 2004 soulignent que ces activités de collaboration peuvent inclure des alliances pour améliorer les mécanismes entrepreneuriales.

1.2.3. Contexte environnemental

Certaines études défendent le lien entre le contexte environnemental et le succès entrepreneurial. Pour Covin et Slevin (1990), le contexte environnemental représente une force externe défavorable pour la réussite des entreprises (changement radicaux, charges réglementaires intensives, rivalités féroce entre les concurrents).

Selon Morgan, 2006, le contexte entrepreneurial est un facteur qui influence la survie des entreprises ou, au contraire, leur disparition. En effet, même si l'entrepreneur possède les compétences nécessaires à la réussite de son entreprise, face à un contexte environnemental défavorable, il s'avère difficile de réaliser ses objectifs de réussite (Baldwin et al., 2000).

Pour Boutillier et Uzunidis 1999, l'entreprise ne peut réussir que si elle prend en considération son environnement économique, technique et social. En effet, l'entrepreneur doit tirer partie des conditions de son environnement et détecter les opportunités que lui offre le contexte Bouchikhi, Kimberly, (1994). Cela rejoint certaines études comme celles réalisées par Bhidé, (1994); Guclu, Dees, Anderson, (2002), qui expliquent que face aux changements continus de l'environnement, l'entrepreneur doit rester vigilant pour réagir rapidement dès qu'une nouvelle opportunité se présente sans se préoccuper de tout anticiper.

1.3. Les éléments liés à la préparation à la création

La préparation à la création est une étape très importante pour le succès d'une entreprise. Avant de se lancer dans ce processus de préparation à la création, l'entrepreneur doit trouver une idée qui révèle une véritable opportunité d'affaires. Durant l'étape de la préparation à la création, l'entrepreneur procède à tester son idée, vérifier si l'opportunité d'affaires est exploitable pour ensuite construire son plan d'affaire. Dans ce sens, Bruderl et al (1992) démontrent que le nombre de mois, le type de préparation, et l'élaboration d'un plan d'affaires impactent positivement la survie d'une entreprise nouvellement créée.

L'étude de F. Lasch et al (2005) présente certains indicateurs qui permettent la préparation à la création : l'entraînement, le plan d'affaire, l'étude de la faisabilité technique et financière et les potentiels commerciaux du projet.

1.3.1. Marché cible et contribution du marketing

La conviction des investisseurs et des parties prenantes sur le potentiel d'une affaire ne s'obtient que par la démonstration d'un marché existant ou à venir. D'après l'étude de Hills, (1994), près de la moitié des échecs consécutifs au lancement d'entreprises, pourrait être évités si les créateurs ont fait des études de marketing préalables (orientations marché et client, cycle de vie, segmentation et positionnement, planification marketing stratégique et opérationnelle, etc).

D'autres auteurs comme André Belley et al, (2006) ; Gardner (1994) montrent que l'utilisation des études de marché et des stratégies marketing est indispensable pour la réussite entrepreneuriale. D'autre part, Guth, Kumaraswamy et McErlean (1991) signalent que la concordance entre l'idée du créateur et la réalité du marché est indispensable pour la réussite du lancement.

1.3.2. L'utilité du plan d'affaire

La rédaction du plan d'affaire ne doit pas être considérée par le créateur d'entreprise comme une contrainte. C'est une occasion pour préciser sa vision stratégique. A ce titre, le plan d'affaire montre qu'une stratégie existe et que le créateur possède une vision claire, facilement communicable et applicable. Il inscrit le projet dans le temps par l'explication des ressources employées pour atteindre les objectifs et réaliser la vision. Pour ce faire, le plan d'affaire combine des dimensions relevant du marketing, de la finance, du droit, de la gestion des ressources humaine, etc (Behrens W., et Hawranek P.M, 1991).

Les points de vue divergent en ce qui concerne l'importance de la formalisation du plan d'affaire. L'étude de J. Ribourel, (1979) considère que la rédaction du plan d'affaire dès la préparation à la création peut mener à l'échec. D'autres auteurs comme Lange J.E., Mollov A., Pearlmutter, Singh et Bygrave (2007) remettent en cause la dimension trop formelle du plan d'affaire plutôt que son utilité.

Parallèlement, la majorité des études défendent l'utilité de la conception du plan d'affaire. Selon Verstraete, (1999), les anticipations au niveau du plan d'affaire permettent de faire face aux difficultés. Delmar et Shane (2003) montrent que le plan d'affaire réduit le risque d'échec d'une nouvelle entreprise, favorise le développement du produit et facilite l'organisation des activités, permet de se focaliser, sur les actions importantes et ne pas dévier des objectifs initiaux. Enfin, Liao et Gartner (2006) ont réalisé une étude sur 64 622 entreprises américaines, et ont trouvé que les entrepreneurs qui font un business plan ont 2,6 fois plus de chance de continuer la création de leur entreprise que les autres.

2. Méthodologie de recherche

L'étude quantitative nous permettrait de mesurer et à interpréter les données collectées. Elle a été menée auprès de 124 entrepreneurs et visant la mesure dans un premier temps de la perception de la réussite entrepreneuriale et des facteurs l'impliquant. Pour choisir les répondants nous avons opté pour la méthode non probabiliste « boule de neige » ou l'échantillon a été construit progressivement sur propositions des individus sondés. Précisons que les réponses sont étalées sur une échelle sémantique à 5 points.

2.1. Hypothèses de recherche et description de l'échantillon.

Avant de présenter le modèle et d'énoncer les hypothèses de recherches, il nous a paru intéressant de commencer par une description unidimensionnelle de notre groupe d'entrepreneurs étudié.

Le nombre de femmes ne représente que 14% près de notre échantillon, ce qui renforce notre analyse.

Sexe

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	HOMME	107	86,3	86,3	86,3
	FEMME	17	13,7	13,7	100,0
	Total	124	100,0	100,0	

Estimez-vous que votre projet est réussi?

N	Valide	119
	Manquant	5
Moyenne		2,06
Médiane		2,00
Mode		1
Ecart type		1,137

Sur une échelle de Likert à cinq niveaux les interrogés ont estimé en moyenne que leurs projets sont moyennement réussis (2/5). Notons que la note la plus redondante est 1/5 (pas du tout réussi) et que le niveau qui partage les 124 entrepreneurs en deux groupes égaux est : moyennement réussit.

A partir du tableau des fréquences cumulées ci-après nous constatons que 63% des répondants jugent leurs projets pas du tout et moyennement réussis. A signaler qu'aucun des interrogés n'a répondu niveau 5 (Absolument réussi)

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valide	PAS DU TOUT	55	44,4	46,2
	MOYENNEMENT	20	16,1	63,0
	NEUTRE	26	21,0	84,9
	TRES REUSSE	18	14,5	100,0
	Total	119	96,0	
Manquant	Système	5	4,0	
Total		124	100,0	

A la lecture du tableau des pourcentages ci-après nous nous apercevons que 67,7% des entrepreneurs interrogés déclarent que c'est leur première expérience. Et ceci pourrait être justifié par le fait que 99,2% des entrepreneurs sont des jeunes avec un âge compris entre 25 et 35 ans.

		Fréquence	Pourcentage
Valide	36-56	1	,8
	26-35	44	35,5
	36-50	13	10,5
	36-56	30	24,2
	51-65	1	,8
	56-65	14	11,3
	Moins de 25 ans	21	16,9
	Total	124	100,0

Par la suite, et voulant entamer notre analyse explicative, nous avons dans un premier temps décrit les variables exogènes à travers leurs moyennes que nous avons classées par ordre décroissant comme présenté ci-dessous.

Ainsi les répondants ont noté par ordre d'importance les compétences techniques qui leur paraissent importantes pour réussir leur projets que nous présentons comme suit :

Importance des compétences techniques	N	Moyenne
---------------------------------------	---	---------

	Statistiques	Statistiques	Erreur std.
Atteindre une bonne forme juridique de l'activité commerciale	123	2,195	,0935
Elaborer une stratégie de marketing	123	2,098	,0996
Planifier les besoins en personnel	123	2,081	,0884
Développer une opportunité d'affaire dans l'entreprise	122	2,057	,1003
Réinvestir dans l'entreprise pour améliorer sa croissance	123	2,057	,0995
Minimiser les coûts des biens et services	123	1,894	,0908
N valide (liste)	102	Moyenne : 2,063	

Suivant le même raisonnement nous classons les compétences managériales, qui paraissent aux entrepreneurs les plus importantes, par ordre décroissant.

Importance des compétences managérielles	N Statistiques	Moyenne Statistiques	Erreur std.
Gestion et résolution des conflits	122	2,148	,0884
Résistance	121	2,116	,0976
Souplesse	121	2,058	,0896
Persévérance	122	2,041	,0984
Réseautage	122	2,016	,0981
Prise de décision	122	1,992	,0998
Gestion du stress	121	1,992	,0842
Leadership	123	1,959	,0962
Collaboration et travail d'équipe	123	1,902	,0927
Communication	121	1,860	,0926
N valide (liste)	117	Moyenne : 1,95	

L'importance de l'ensemble des attitudes et des qualités personnelles qui, d'après les interrogés, ont permis de réussir leurs carrières entrepreneuriales sont classés par ordre hiérarchique comme présent :

Importance des attitudes et qualités personnelles	N Statistiques	Moyenne Statistiques	Erreur std.
Comprendre la diversité	122	2,279	,0955
Imagination	122	2,238	,0924
Coopération	122	2,205	,0952
Enthousiasme	122	2,098	,0920
Contrôle émotionnel	122	2,090	,0938
Prise et Recherche des risques	122	2,066	,0929
Affirmation de soi	121	2,050	,0967
Réflexion autocritique	122	2,033	,0938
Engagement	122	1,975	,1051
Initiative	121	1,967	,0974
Détermination	122	1,902	,0934
N valide (liste)	120	Moyenne : 2,082	

Les réponses à la question du niveau d'importance des éléments préparatifs à la création d'entreprise sont par ordre d'importance les suivants :

	N Statistiques	Moyenne Statistiques	Erreur std.
Importance éléments préparatifs			
Montage du dossier financier	122	2,082	,0971
Etude de Faisabilité technique et financière	122	2,016	,0938
Plan d'Affaire	122	2,016	,0909
Etude de marché cible	121	1,950	,0938
N valide (liste)	121	Moyenne : 2,016	

L'environnement a été noté 2,27/5, la moyenne la plus élevée parmi toutes les variables explicatives, ce qui veut dire que les interrogés y accordent plus d'importance.

Impact environnemental	N Statistiques	Moyenne Statistiques	Erreur std.
-------------------------------	-------------------	-------------------------	-------------

Evaluer l'impact environnemental de votre activité	123	2,268	,0917
N valide (liste)	123	Moyenne : 2,268	

En dernier lieu nous remarquons que par rapport aux moyens financiers, tous les items ont été noté 2/5, autrement les interrogés les considèrent moyennement importants et au même degré que les actions d'accompagnement (2,057/5).

Moyens financiers	N	Moyenne	Ecart type
Calculer et garder la trace des dépenses, revenus et profits	123	2,081	1,0834
Budgétiser la création et le développement de l'entreprise	122	2,057	1,0547
Accéder aux moyens de financement	123	2,041	1,0511
N valide (liste)	122	Moyenne : 2,059	

Nous avons par la suite essayé de classer, selon l'importance accordée par les entrepreneurs marocains à chaque facteur par ordre décroissant, les composantes en calculant la moyenne arithmétique de chacune.

Impact environnemental	Moyenne : 2,268
Importance des attitudes et qualités personnelles	Moyenne : 2,082
Importance des compétences techniques	Moyenne : 2,063
Moyens financiers	Moyenne : 2,059
Actions Accompagnement	Moyenne : 2,057
Importance éléments préparatifs	Moyenne : 2,016
Importance des compétences managerielles	Moyenne : 1,95

2.3. Principaux résultats de l'analyse explicative.

Le modèle retenu est un modèle de régression linéaire essayant de vérifier l'impact des construits calculés sur la perception de la réussite du projet.

Hypothèse 1 : Aucune des variables retenues n'explique la réussite du projet.

Hypothèse 2 : Au moins une des variables retenues explique le niveau de réussite du projet.

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	10,566	4	2,642	2,117	,083 ^b
Résidu	139,741	112	1,248		
Total	150,308	116			

D'après la signification de l'ANOVA nous pouvons conclure au seuil de 90% qu'au moins une des dimensions retenues a un impact sur la réussite du projet. A ce stade en essayant de repérer le bloc de variables qui influencent la réussite du projet, nous avons interprété les significations correspondantes à chaque angle de vue, et les résultats se présentent comme suit :

Coefficients^a

1	Modèle	Sig.
	Compétences techniques	,996
	Attitudes	,416
	Compétences managériales	,368
	Éléments préparatifs	,076
	Environnement	,061
	Moyens Financiers	,012
	Actions Accompagnement	,057
	Constante	,000

A la lecture des tableaux ci-dessus nous pouvons conclure, au seuil de confiance de 92%, que les éléments préparatifs, l'environnement, les moyens financiers, et les actions d'accompagnement impactent, selon les entrepreneurs interrogés, la réussite du projet. Autrement, les jeunes entrepreneurs n'accordent pas du tout de l'importance aux compétences managériales, techniques ni à l'importance de l'attitude pour la réussite de leurs projets.

Conclusion

Plusieurs travaux ont reconnu que l'entrepreneuriat est un ressort fondamental du développement économique et social (Carree et Thurik, 2005; Shepherd et Wiklund, 2005; Audretsch, Grilo et Thurik, 2007). Au Maroc, Différents programmes ont été lancés dans ce domaine afin de soutenir les jeunes entrepreneurs (le programme jeunes promoteurs, Moukawalati, etc). Sans oublier les Centres Régionaux d'Investissement qui interviennent dans la phase de création.

Cet article avait pour objectif principal d'identifier les déterminants clés de la performance de l'entrepreneuriat dans la région de Casablanca. Pour ce faire, nous avons proposé un modèle qui explique à notre sens le succès entrepreneurial en se basant sur trois principales dimensions: le profil de l'entrepreneur, l'environnement de l'entreprise et la préparation à la création.

Les résultats de notre enquête quantitative auprès de 127 PME ont bien démontré la validité de notre hypothèse de base ; à savoir l'impact des déterminants sur le succès de l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, les éléments préparatifs, l'environnement, les moyens financiers, et les actions d'accompagnement impactent, selon les entrepreneurs interrogés, la réussite du projet. Autrement, les jeunes entrepreneurs n'accordent pas du tout de l'importance aux compétences managériales, techniques ni à l'importance de l'attitude pour la réussite de leurs projets.

Bibliographie

- Acs, Z. J., & Szerb, L. (2010). The Global Entrepreneurship Index (GEINDEX). *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5, (5), 341-435.
- Behrens, W. et P.M. Hawranek (1991), Manual for the preparation of industrial feasibility studies, Vienna : United Nations Industrial Development Organization (UNIDO).
- Belley, A. Dussault, L. Lorrain, J. (1998), « Les compétences des entrepreneurs : élaboration et validation d'un questionnaire (QCE) », *Actes*, 4ème CIFPME, Nancy Metz, Octobre.
- Bhide A., 1994, "How entrepreneurs craft strategies that work", *Harvard Business Review*
- Bisk, L. (2002), « Formal entrepreneurial mentoring: the efficacy of third party managed programs », *Career Development International*, vol. 7, n° 5, p. 262-270.
- Bouchikhi H., 1993, A constructivist framework for understanding entrepreneurship performance, *Organization Studies*.
- Bouchikhi H., Kimberly J., 1994, Entrepreneurs et gestionnaires : les clés du management entrepreneurial.
- Bruderl J., Preisendorfer P. et R. Ziegler (1992), Survival Chances of Newly Founded Business Organization, *American Sociological Review*, vol. 57, April, pp. 227-242.
- Brush, C.G. (1992), " Market place information scanning activities of new manufacturing ventures", *Journal of Small Business Management*, Vol 30, N 4.
- Carsrud, A. & Brannback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26.
- Covin, J.G, Selvin, D.P. (1990), new venture strategic posture, structure, and performance: an industry life cycle analysis. *Journal of Business Venturing*, 5(2), 123-135.
- Chabaud, D, Messeghem, K & Sammut, S (2010) « L'accompagnement entrepreneurial ou l'émergence d'un nouveau champ de recherche », *Gestion 2000*, n° 3.
- Chrisman, J.J. et Mc Mullan, W.E. (2004). « Outsider assistance as a knowledge resource of a new venture survival », *Journal of Small Business Management*, vol. 42, n° 3, pp. 229-244.
- Cooper, A.C. (1985). The role of incubator organizations in funding of growth oriented firms. *Journal of Business Venturing*, 1, 75-86.
- Cooper, A.C., Folta, T., Gimeno-Gascon, F.J. et C.Y. Woo (1992), Entrepreneurs, process of founding, and new firm performance", in D. Sexton et J. Kassandra (éd.), *The State of the Art in Entrepreneurship*, Boston (MA), PWS Kent Publishing Co. d'entrepreneuriat, Paris .
- Dahlqvist, J., Davidsson, P. et J. Wiklund (2000), Initial conditions as predictors of new venture performance: a replication and extension of the Cooper et al. Study, *Enterprise & Innovation Management Studies*, vol1.
- Davidsson P. et Honig B. 2003, The role of social and human capital among nascent entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*.
- Delmar F. et Shane S., 2003, Does business planning facilitate the development of new ventures?; *Strategic Management Journal*
- Fafchamps, M. & Minten, B. (1998), Returns to social network capital among traders.
- Gardner (1994), Marketing/entrepreneurship interface : a conceptualization, dans G.Hills, Edit, *Marketing and entrepreneurship: research ideas and opportunities*, Quorum Books.
- Gartner, W. (1990). What are We Talking About When We Talk About Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5, (1), 15-28.
- Gartner, W., Shaver, K., Carter, N., & Reynolds, P. (2004). *Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation*. California: Sage Publications, Inc.
- Guclu A., Dees G., Anderson B.B., 2002, The process of social entrepreneurship
- Guth W.D., Kumaraswamy A. et McErlean M., 1991, *Cognition, enactment and learning in the entrepreneurial process*, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College

- Green, S., & Pryde, P. (1989). Black entrepreneurship in America. Transaction, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Herron, L. & Robinson, R. (1993). A structural model of the effect of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 281-294.
- Hills, G. (1994). Marketing and entrepreneurship : the domain, dans G.Hills, Edit, Marketing and entrepreneurship: research ideas and opportunities, Quorum Books.
- Kidane A. et Harvey B.H., 2009, Profile of entrepreneurs: employing stepwise regression analysis to determine factors that impact success of entrepreneurs, *Review of Business Research*.
- Kuratko, D., Hornsby, J. & Nafziger, D. (1997). An examination of owners' goals in sustaining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 35, 24-33.
- Lange J.E., Mollov A., Pearlmutter M., Singh S., Bygrave W.D., 2007, Pre-start-up business plans and post-start-up performance : a study of 116 new ventures, *Venture Capital*.
- Lasch, F. (2003), La création d'entreprises dans le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) en France, Regensburg, Beiträge zur Wirtschaftsgeographie Regensburg, n° 4.
- Lasch F. et al. (2005), Les déterminants de la survie et de la croissance des start-up TIC, *Revue française de gestion* 2005/2 (no 155).
- Liao J., Gartner W.B. 2006, The effects of preventure plan timing and perceived environmental uncertainty on the persistence of emerging firms, *Small Business Economics*
- Raman, R. (2004). Motivating factor of educated self employed in Kerala: A case study of Mulanthuruthy Block Ernakulum Discussion Paper No. 90. Kerala Research Programme on Local Development Center for Development Studies.
- Ribourel J., 1979, Le temps du plaisir, Paris, Les presses de la cité
- Robichaud, Y., McGraw, E. & Roger, A. (2001). Toward the development of a measurement for entrepreneurial motivation. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6, 189-202.
- Robichaud, Y. (2008), Les motivations entrepreneuriales comme facteur explicatif de la taille des entreprises, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*.
- Sammut, S. (2003), "L'accompagnement de la jeune entreprise », *Revue Française de Gestion*, n° 144, p. 153-164.
- Yalcin, S. & Kapu, H. (2008). Entrepreneurial dimensions in transitional economies: A review of relevant literature and the case of Kyrgyzstan. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(2), 185-203.
- Verstraete T., 1999, Entrepreneuriat : Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes.
- Welter, F., & Smallbone, D. (2011). Institutional Perspectives on Entrepreneurial Behavior in Challenging Environments. *Journal of Small Business Management*, 49, (1), 107-125.
- Wicker, A. et J.C King (1989), Employment, ownership and survival in microbusinesses a study of new retail and service establishments, *Small Business economics*, vol. 1 , p37-15.