

Les déterminants psychosociaux de l'intention entrepreneuriale en formation professionnelle

Psychosocial determinants of entrepreneurial intention in vocational training: a multiple linear regression analysis.

Auteur 1 : Meryem RACHID.

Auteur 2 : Akram BOUATERIA.

Auteur 3 : Redouane BENABDELOUAHED.

Auteur 4 : Salma BENAZIZ.

RACHID Meryem Doctorant en sciences de gestion,
LARNED, Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Ain Sebaâ, Casablanca, Maroc
<https://orcid.org/0009-0003-0503-6424>

BOUATERIA Akram Docteur en sciences de gestion,
<https://orcid.org/0009-0007-9184-6018>

BENABDELOUAHED Redouane Enseignant chercheur en sciences de gestion,
LARNED, Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Ain Sebaâ, Casablanca, Maroc

BENAZIZ Salma Enseignant chercheur en sciences de gestion,
LARNED ; Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Ain Sebaâ, Casablanca, Maroc

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : RACHID .M, BOUATERIA .A, BENABDELOUAHED .R & BENAZIZ .S (2026) « Les déterminants psychosociaux de l'intention entrepreneuriale en formation professionnelle », African Scientific Journal « Volume 03, Num 38 » pp: 001 – 036.



DOI : 10.5281/zenodo.23209184
Copyright © 2026 – ASJ



Résumé

L'intention entrepreneuriale constitue un levier majeur pour favoriser l'insertion professionnelle des jeunes et stimuler le développement économique. Malgré l'intérêt croissant porté à ce domaine, les déterminants psychosociaux de l'intention entrepreneuriale des stagiaires de la formation professionnelle demeurent peu étudiés dans le contexte marocain. Cette recherche vise à analyser l'influence de l'attitude envers l'entrepreneuriat, des normes subjectives, du contrôle comportemental perçu et de la perception de la formation entrepreneuriale sur l'intention entrepreneuriale des stagiaires de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT). Le cadre conceptuel repose sur la Théorie du Comportement Planifié d'Ajzen (1991), enrichie par l'intégration de la perception de la formation entrepreneuriale. L'étude adopte une approche quantitative fondée sur un questionnaire administré auprès de 263 stagiaires de la région Casablanca-Settat. Les données ont été analysées à l'aide de statistiques descriptives, de tests de fiabilité et d'une régression linéaire multiple. Les résultats montrent que l'attitude envers le contrôle comportemental perçu et les normes subjectives exercent une influence positive et significative sur l'intention entrepreneuriale, tandis que la perception de la formation présente un effet plus modéré. Cette étude contribue à enrichir les connaissances sur l'entrepreneuriat en formation professionnelle au Maroc et fournit des recommandations utiles aux établissements de formation et aux décideurs publics afin de renforcer les dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise.

Mots-clés : Intention entrepreneuriale ; théorie du Comportement Planifié ; formation professionnelle; formation entrepreneuriale ; déterminants psychosociaux.

Abstract

Entrepreneurial intention is a major driver of youth employability and economic development. Despite the growing interest in this field, the psychosocial determinants of entrepreneurial intention among vocational training trainees remain insufficiently investigated in the Moroccan context. This study aims to examine the influence of entrepreneurial attitude, subjective norms, perceived behavioral control, and perceived entrepreneurial training on the entrepreneurial intention of trainees enrolled in the Office of Vocational Training and Labor Promotion (OFPPT). The conceptual framework is based on Ajzen's Theory of Planned Behavior (1991), extended by incorporating perceived entrepreneurial training. A quantitative approach was adopted using a questionnaire administered to 263 trainees from the Casablanca–Settat region. The data were analyzed using descriptive statistics, reliability analysis, and multiple linear regression. The findings indicate that entrepreneurial attitude, perceived behavioral control, and subjective norms have a positive and significant influence on entrepreneurial intention, whereas perceived entrepreneurial training exhibits a more moderate effect. This study contributes to advancing knowledge on entrepreneurship within vocational education in Morocco and provides practical recommendations for vocational training institutions and policymakers to strengthen entrepreneurship support mechanisms and promote business creation.

Keywords: Entrepreneurial intention; Theory of Planned Behavior; vocational training; entrepreneurial training; psychosocial determinants.

Introduction

Face aux mutations économiques, technologiques et sociales, l'entrepreneuriat est aujourd'hui reconnu comme un moteur de création d'emplois, d'innovation et de développement économique. Dans de nombreux pays, il constitue un levier stratégique pour stimuler la croissance, favoriser l'inclusion socio-économique et renforcer la compétitivité. Dans ce contexte, les politiques publiques accordent une attention croissante au développement des compétences entrepreneuriales, en particulier chez les jeunes, afin de faciliter leur insertion professionnelle et de promouvoir l'auto-emploi. Au Maroc, cette orientation se traduit par la mise en œuvre de plusieurs initiatives nationales visant à encourager la création d'entreprises, ainsi que par l'intégration progressive de modules d'entrepreneuriat dans les programmes de formation professionnelle, notamment au sein de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT).

L'intention entrepreneuriale est largement reconnue comme le meilleur prédicteur de la création future d'une entreprise. De nombreuses recherches se sont ainsi intéressées aux facteurs individuels, sociaux et psychologiques susceptibles d'influencer cette intention. Parmi les modèles explicatifs les plus mobilisés figure la Théorie du Comportement Planifié (Theory of Planned Behavior – TPB) proposée par Ajzen (1991), selon laquelle l'intention résulte principalement de l'attitude envers le comportement, des normes subjectives et du contrôle comportemental perçu. Ce cadre théorique a été largement validé dans différents contextes culturels et éducatifs et constitue aujourd'hui une référence dans les travaux consacrés à l'entrepreneuriat.

Toutefois, si la littérature scientifique s'est considérablement développée autour de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants universitaires (Fayolle et Gailly, 2015 ; Nabi et al., 2017), les recherches consacrées aux stagiaires de la formation professionnelle demeurent limitées, en particulier dans les pays émergents et plus spécifiquement au Maroc. Or, les caractéristiques de ce public, davantage orienté vers l'acquisition de compétences professionnelles directement mobilisables sur le marché du travail, peuvent conduire à des mécanismes différents de ceux observés dans le milieu universitaire. Cette insuffisance de travaux limite la compréhension des facteurs psychosociaux susceptibles d'influencer l'intention entrepreneuriale dans ce contexte éducatif particulier.

Dans cette perspective, une question de recherche demeure ouverte : **dans quelle mesure les dimensions de la Théorie du Comportement Planifié permettent-elles d'expliquer l'intention entrepreneuriale des stagiaires de la formation professionnelle au Maroc, et quel rôle joue la perception de la formation entrepreneuriale dans ce processus ?** Répondre à cette question apparaît essentiel pour mieux comprendre les déterminants de l'intention entrepreneuriale et orienter les politiques de formation vers des dispositifs plus adaptés aux besoins des jeunes.

Le sujet de cette recherche porte ainsi sur les déterminants psychosociaux de l'intention entrepreneuriale des stagiaires de la formation professionnelle au Maroc. Son objectif principal est d'évaluer l'effet de l'attitude envers l'entrepreneuriat, des normes subjectives et du contrôle comportemental perçu sur l'intention entrepreneuriale, tout en examinant le rôle de la perception de la formation entrepreneuriale et l'éventuel effet modérateur de la filière de formation.

Afin d'apporter des éléments de réponse, cette recherche mobilise la Théorie du Comportement Planifié (Ajzen, 1991) en y intégrant la perception de la formation entrepreneuriale comme variable contextuelle. L'étude vise à analyser l'influence de l'attitude envers l'entrepreneuriat, des normes subjectives, du contrôle comportemental perçu et de la perception de la formation entrepreneuriale sur l'intention entrepreneuriale des stagiaires de l'OFPP, tout en examinant le rôle de la filière de formation comme variable modératrice.

L'originalité de cette recherche réside dans son application de la Théorie du Comportement Planifié à un public encore peu étudié dans la littérature, à savoir les stagiaires de la formation professionnelle. En intégrant la perception de la formation entrepreneuriale au modèle théorique, cette étude cherche à déterminer si les facteurs traditionnellement identifiés dans les recherches menées auprès des étudiants universitaires demeurent pertinents dans un environnement de formation professionnelle. Elle contribue ainsi à enrichir les connaissances sur l'entrepreneuriat dans un contexte éducatif encore peu documenté au Maroc.

Cette recherche apporte plusieurs contributions. Sur le plan théorique, elle enrichit les travaux relatifs à l'intention entrepreneuriale en étudiant un contexte rarement exploré. Sur le plan méthodologique, elle propose un modèle intégrant les principaux déterminants psychosociaux de la Théorie du Comportement Planifié ainsi que la perception de la formation entrepreneuriale. Sur le plan pratique, elle fournit des recommandations destinées aux établissements de formation professionnelle et aux décideurs publics afin d'améliorer les dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise et de renforcer la culture entrepreneuriale chez les jeunes.

La structure de l'article est organisée comme suit. La première section présente le cadre théorique, la revue de littérature et les hypothèses de recherche. La deuxième section expose la méthodologie, la population étudiée, les instruments de mesure et les méthodes d'analyse. La troisième section présente les résultats empiriques et les tests des hypothèses. La quatrième section discute les résultats, puis la cinquième section expose les contributions, les implications pratiques, les limites et les perspectives de recherche avant la conclusion.

1. Cadre théorique et revue de littérature

Cette section examine les principaux fondements théoriques mobilisés pour expliquer l'intention entrepreneuriale. Elle présente d'abord l'approche intentionnaliste de l'entrepreneuriat, qui considère l'intention comme le principal antécédent du comportement entrepreneurial. Elle analyse ensuite la Théorie du Comportement Planifié d'Ajzen (1991), largement reconnue comme le cadre de référence pour l'étude de l'intention entrepreneuriale. Enfin, elle met en évidence le rôle de la formation entrepreneuriale dans le développement des intentions d'entreprendre et justifie le modèle conceptuel ainsi que les hypothèses retenues dans cette recherche.

1.1.Approche intentionnaliste de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est généralement appréhendé comme un comportement intentionnel (Bird, 1988; Krueger & Carsrud, 1993). Selon cette perspective, l'intention entrepreneuriale constitue le meilleur prédicteur de l'acte entrepreneurial futur (Kolvereid, 1996). Elle traduit la volonté consciente d'un individu de créer une entreprise et résulte d'un processus cognitif intégrant les croyances, les motivations et les perceptions relatives à l'activité entrepreneuriale. Contrairement aux premières recherches centrées sur les traits de personnalité des entrepreneurs, l'approche intentionnaliste considère que la décision d'entreprendre est le résultat d'un processus de réflexion précédant le passage à l'action.

Parmi les modèles fondateurs de cette approche, celui de Shapero et Sokol (1982) occupe une place importante. Les auteurs identifient deux dimensions déterminantes de l'intention entrepreneuriale: la **désirabilité perçue**, qui correspond à l'attractivité de la création d'entreprise pour l'individu, et la **faisabilité perçue**, qui renvoie à la perception de sa capacité à mener avec succès un projet entrepreneurial. Ces deux dimensions mettent en évidence le rôle central des facteurs psychosociaux dans la décision d'entreprendre et ont largement inspiré les modèles théoriques développés par la suite, notamment la Théorie du Comportement Planifié d'Ajzen (1991).

Les recherches contemporaines confirment la pertinence de l'approche intentionnaliste pour expliquer le comportement entrepreneurial. Dans une revue scientométrique couvrant plus de cinq décennies de recherche, **Batista-Canino, Santana-Hernández et Medina-Brito (2024)** montrent que l'intention entrepreneuriale demeure le concept central des travaux en entrepreneuriat et que les modèles fondés sur les processus cognitifs, notamment la Théorie du Comportement Planifié, restent les plus mobilisés dans les recherches empiriques. Les auteurs soulignent également que les études récentes accordent une importance croissante aux facteurs contextuels, tels que l'environnement éducatif, les dispositifs de formation et les politiques publiques, afin de mieux comprendre les mécanismes qui conduisent à la création d'entreprise. Dans le même sens, **Tetteh et al. (2025)**, à travers une revue systématique de la littérature, montrent que l'intention

entrepreneuriale constitue un préalable indispensable au passage à l'acte entrepreneurial, tout en mettant en évidence le rôle des facteurs psychologiques, sociaux et environnementaux dans la transformation de l'intention en comportement. Ces travaux renforcent la pertinence de mobiliser l'approche intentionnaliste pour analyser les déterminants de l'intention entrepreneuriale des stagiaires de la formation professionnelle au Maroc.

1.2 La théorie du comportement planifié comme cadre explicatif

La Théorie du Comportement Planifié (Theory of Planned Behavior – TPB), proposée par Ajzen (1991), constitue aujourd'hui le cadre théorique le plus utilisé pour expliquer l'intention entrepreneuriale. Issue de la Théorie de l'Action Raisonnée (Fishbein & Ajzen, 1975), elle postule que l'intention d'adopter un comportement résulte de trois déterminants principaux : l'attitude envers le comportement, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu. L'attitude traduit l'évaluation favorable ou défavorable qu'un individu porte sur la création d'une entreprise. Les normes subjectives correspondent aux pressions sociales perçues exercées par l'entourage, tandis que le contrôle comportemental perçu renvoie à la perception qu'a l'individu de sa capacité à réaliser le comportement envisagé. Selon Ajzen (1991), plus ces trois dimensions sont favorables, plus l'intention entrepreneuriale est susceptible d'être élevée.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, la Théorie du Comportement Planifié a été largement validée par les travaux de Liñán et Chen (2009), qui ont développé l'Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ), un instrument de mesure devenu une référence dans les recherches sur l'intention entrepreneuriale. De nombreuses études empiriques menées dans différents contextes culturels et éducatifs montrent que l'attitude envers l'entrepreneuriat et le contrôle comportemental perçu constituent généralement les déterminants les plus influents de l'intention entrepreneuriale, tandis que l'effet des normes subjectives apparaît plus variable selon les contextes socio-économiques et culturels (Liñán & Chen, 2009 ; Schlaegel & Koenig, 2014).

Les travaux récents confirment la robustesse de ce modèle théorique. Dans une revue systématique de la littérature, Mahlaole et Malebana (2026) montrent que la Théorie du Comportement Planifié demeure le cadre conceptuel le plus mobilisé dans les recherches africaines sur l'entrepreneuriat. Les auteurs soulignent que son intégration avec des variables contextuelles, telles que la qualité de la formation, l'environnement institutionnel ou les politiques publiques, permet d'améliorer significativement le pouvoir explicatif des modèles relatifs à l'intention entrepreneuriale. De même, Batista-Canino, Santana-Hernández et Medina-Brito (2024) mettent en évidence que les recherches récentes tendent à enrichir la TPB par l'ajout de facteurs éducatifs, psychologiques et environnementaux afin de mieux expliquer les différences observées entre les individus et les contextes.

Dans le contexte de la formation professionnelle marocaine, la Théorie du Comportement Planifié apparaît particulièrement pertinente. Les stagiaires de l'OFPPT évoluent dans un environnement où la formation, l'acquisition de compétences techniques et les dispositifs d'accompagnement entrepreneurial sont susceptibles d'influencer leurs attitudes, leur sentiment d'efficacité personnelle et leur perception de la faisabilité d'un projet entrepreneurial. En conséquence, cette théorie constitue un cadre d'analyse approprié pour examiner les déterminants psychosociaux de l'intention entrepreneuriale dans cette recherche.

1.3 Le rôle de la formation entrepreneuriale dans la construction des intentions

La formation entrepreneuriale est aujourd'hui reconnue comme un levier essentiel pour développer les compétences, les connaissances et les attitudes nécessaires à la création d'entreprise. Au-delà de la transmission de connaissances techniques relatives à la gestion ou à l'élaboration d'un projet entrepreneurial, elle vise à renforcer la créativité, l'identification des opportunités, la prise d'initiative et la confiance des apprenants dans leur capacité à entreprendre. En favorisant l'acquisition de ces compétences, la formation entrepreneuriale contribue au développement de l'intention entrepreneuriale et facilite le passage de l'idée entrepreneuriale à un projet concret.

Plusieurs recherches ont montré que la formation en entrepreneuriat exerce une influence positive sur les principaux déterminants de l'intention entrepreneuriale. **Fayolle (2006)** souligne que les programmes de formation modifient les représentations des individus à l'égard de l'entrepreneuriat et renforcent leur motivation à créer une entreprise. De leur côté, **Souitaris, Zerbinati et Al-Laham (2007)** montrent que les formations entrepreneuriales améliorent significativement les attitudes des étudiants envers l'entrepreneuriat ainsi que leur sentiment d'efficacité personnelle. Dans le même sens, **Rauch et Hulsink (2015)** mettent en évidence que les méthodes pédagogiques actives, telles que les études de cas, les simulations, les projets entrepreneuriaux et les rencontres avec des entrepreneurs, favorisent davantage le développement de l'intention entrepreneuriale que les approches exclusivement théoriques.

Les recherches les plus récentes confirment que l'efficacité de la formation entrepreneuriale dépend non seulement du contenu des programmes, mais également de la manière dont les apprenants perçoivent cette formation. Une revue systématique réalisée par **Maheshwari et al. (2023)** montre que les formations entrepreneuriales produisent des effets plus importants lorsqu'elles renforcent la confiance des apprenants, développent leurs compétences entrepreneuriales et améliorent leur perception de leur capacité à créer une entreprise. De même, **Ndofirepi (2020)** souligne que la perception positive de la qualité de la formation constitue un facteur déterminant dans le développement de l'intention entrepreneuriale, en particulier chez les jeunes en formation.

Dans le contexte de la formation professionnelle, cette dimension revêt une importance particulière. Les stagiaires de l'OFPPT suivent des formations directement orientées vers l'insertion professionnelle et la création d'activités génératrices de revenus. Leur perception de la qualité et de l'utilité de la formation entrepreneuriale peut ainsi influencer leur attitude envers l'entrepreneuriat, renforcer leur contrôle comportemental perçu et, par conséquent, accroître leur intention de créer une entreprise. Malgré cet intérêt, peu d'études ont analysé ce rôle dans le contexte de la formation professionnelle marocaine, ce qui justifie l'intégration de cette variable dans le modèle conceptuel proposé.

1.4 Modèle conceptuel et hypothèses de recherche

La revue de littérature montre que la **Théorie du Comportement Planifié** constitue le cadre théorique le plus largement mobilisé pour expliquer l'intention entrepreneuriale. Les études empiriques réalisées dans différents contextes montrent que les déterminants proposés par Ajzen (1991) expliquent une part importante de la variance de l'intention entrepreneuriale (Liñán & Chen, 2009 ; Schlaegel & Koenig, 2014). Les recherches récentes suggèrent également que l'intégration de facteurs contextuels, tels que la formation entrepreneuriale, permet d'améliorer le pouvoir explicatif du modèle, notamment dans les environnements éducatifs (Batista-Canino et al., 2024 ; Mahlaole & Malebana, 2026).

Dans cette perspective, le modèle conceptuel proposé retient les trois déterminants de la Théorie du Comportement Planifié (attitude, normes subjectives et contrôle comportemental perçu), auxquels est ajoutée la perception de la formation entrepreneuriale comme variable contextuelle. La filière de formation est également intégrée comme variable modératrice afin d'examiner si les relations entre ces déterminants et l'intention entrepreneuriale varient selon le domaine de formation.

L'ancrage des variables explicatives et des hypothèses est directement issu de la littérature mobilisée. L'attitude envers l'entrepreneuriat, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu sont retenus à partir de la Théorie du Comportement Planifié d'Ajzen (1991) et de son application à l'intention entrepreneuriale par Liñán et Chen (2009) et Schlaegel et Koenig (2014). La perception de la formation entrepreneuriale est intégrée à partir des travaux de Fayolle (2006), Souitaris, Zerbinati et Al-Laham (2007), Rauch et Hulsink (2015) et Maheshwari et al. (2023). Enfin, l'hypothèse relative à la filière de formation s'appuie sur les travaux montrant que les effets de l'éducation entrepreneuriale peuvent varier selon les caractéristiques des publics et des contextes de formation, notamment Nabi et al. (2017) et Batista-Canino et al. (2024). Ces références constituent ainsi le fondement théorique des relations formulées dans H1 à H6.

1.4.1 Attitude envers l'entrepreneuriat et intention entrepreneuriale

L'attitude envers l'entrepreneuriat traduit l'évaluation favorable ou défavorable qu'un individu porte sur la création d'une entreprise (Ajzen, 1991). Selon la Théorie du Comportement Planifié, une attitude positive envers un comportement augmente la probabilité de développer l'intention de réaliser ce comportement. Dans le domaine de l'entrepreneuriat, de nombreuses recherches montrent que les individus percevant la création d'entreprise comme une opportunité attractive présentent une intention entrepreneuriale plus élevée (Liñán & Chen, 2009). La méta-analyse de Schlaegel et Koenig (2014) confirme que l'attitude constitue l'un des déterminants les plus influents de l'intention entrepreneuriale dans différents contextes culturels. Plus récemment, Batista-Canino et al. (2024) montrent que cette relation demeure systématiquement validée dans les recherches contemporaines consacrées à l'intention entrepreneuriale.

Sur la base d'Ajzen (1991), de Liñán et Chen (2009), de Schlaegel et Koenig (2014) et de Batista-Canino et al. (2024), l'hypothèse suivante est formulée :

H1 : L'attitude envers l'entrepreneuriat influence positivement l'intention entrepreneuriale.

1.4.2 Contrôle comportemental perçu et intention entrepreneuriale

Le contrôle comportemental perçu reflète la perception qu'a un individu de sa capacité à créer et gérer une entreprise (Ajzen, 1991). Cette dimension est étroitement liée au concept d'auto-efficacité développé par Bandura (1986). Plusieurs recherches montrent que les individus ayant confiance dans leurs compétences entrepreneuriales sont davantage enclins à envisager la création d'une entreprise (Liñán & Chen, 2009). Schlaegel et Koenig (2014) identifient également le contrôle comportemental perçu comme l'un des meilleurs prédicteurs de l'intention entrepreneuriale. Les travaux récents de Mahlaole et Malebana (2026) confirment que cette variable conserve un rôle central dans les recherches menées en Afrique.

Sur la base d'Ajzen (1991), de Bandura (1986), de Liñán et Chen (2009), de Schlaegel et Koenig (2014) et de Mahlaole et Malebana (2026), l'hypothèse suivante est formulée :

H2 : Le contrôle comportemental perçu influence positivement l'intention entrepreneuriale.

1.4.3 Normes subjectives et intention entrepreneuriale

Les normes subjectives correspondent aux pressions sociales perçues provenant de la famille, des amis ou de l'environnement professionnel (Ajzen, 1991). Plusieurs études montrent que le soutien de l'entourage peut encourager les individus à envisager une carrière entrepreneuriale (Liñán & Chen, 2009). Toutefois, les résultats de la littérature demeurent plus contrastés que pour les deux autres dimensions de la TPB, certaines recherches rapportant une influence plus faible des normes subjectives selon les contextes culturels (Schlaegel & Koenig, 2014). Malgré cette variabilité, elles demeurent une composante essentielle du modèle théorique.

Sur la base d'Ajzen (1991), de Liñán et Chen (2009) et de Schlaegel et Koenig (2014), l'hypothèse suivante est formulée :

H3 : Les normes subjectives influencent positivement l'intention entrepreneuriale.

1.4.4 Perception de la formation entrepreneuriale et contrôle comportemental perçu

La formation entrepreneuriale est largement reconnue comme un levier permettant de renforcer les compétences, les connaissances et la confiance des individus dans leur capacité à entreprendre. Selon **Bandura (1986)**, le sentiment d'efficacité personnelle se développe notamment à travers les expériences d'apprentissage et l'acquisition de nouvelles compétences. Dans le domaine de l'entrepreneuriat, plusieurs études montrent que les programmes de formation améliorent significativement le contrôle comportemental perçu en développant les compétences entrepreneuriales et en réduisant les incertitudes liées à la création d'entreprise (Souitaris, Zerbinati, & Al-Laham, 2007 ; Rauch & Hulsink, 2015). Plus récemment, **Maheshwari et al. (2023)** soulignent que les formations entrepreneuriales les plus efficaces sont celles qui renforcent la confiance des apprenants dans leur capacité à transformer une idée en projet entrepreneurial. Ces résultats suggèrent que la perception positive de la formation entrepreneuriale contribue au développement du contrôle comportemental perçu.

Sur la base de Bandura (1986), de Souitaris, Zerbinati et Al-Laham (2007), de Rauch et Hulsink (2015) et de Maheshwari et al. (2023), l'hypothèse suivante est formulée :

H4 : La perception de la formation entrepreneuriale influence positivement le contrôle comportemental perçu.

1.4.5 Perception de la formation entrepreneuriale et attitude envers l'entrepreneuriat

Au-delà du développement des compétences, la formation entrepreneuriale joue également un rôle dans la construction des attitudes envers l'entrepreneuriat. Les travaux de **Fayolle (2006)** montrent que les dispositifs de formation permettent de modifier les représentations des apprenants vis-à-vis de la création d'entreprise en mettant en évidence les opportunités qu'offre l'activité entrepreneuriale. De même, **Souitaris et al. (2007)** démontrent que les programmes de formation influencent positivement les attitudes entrepreneuriales en suscitant l'intérêt des étudiants pour la création d'entreprise. Une revue systématique réalisée par **Maheshwari et al. (2023)** confirme que la perception de la qualité de la formation constitue un facteur important dans le développement d'attitudes favorables envers l'entrepreneuriat. Dans le contexte de la formation professionnelle, une formation perçue comme pertinente et adaptée aux besoins des stagiaires est ainsi susceptible d'améliorer leur perception de l'entrepreneuriat et de renforcer leur motivation à créer une entreprise.

Sur la base de Fayolle (2006), de Souitaris et al. (2007) et de Maheshwari et al. (2023), l'hypothèse suivante est formulée :

H5 : La perception de la formation entrepreneuriale influence positivement l'attitude envers l'entrepreneuriat.

1.4.6 Effet modérateur de la filière de formation

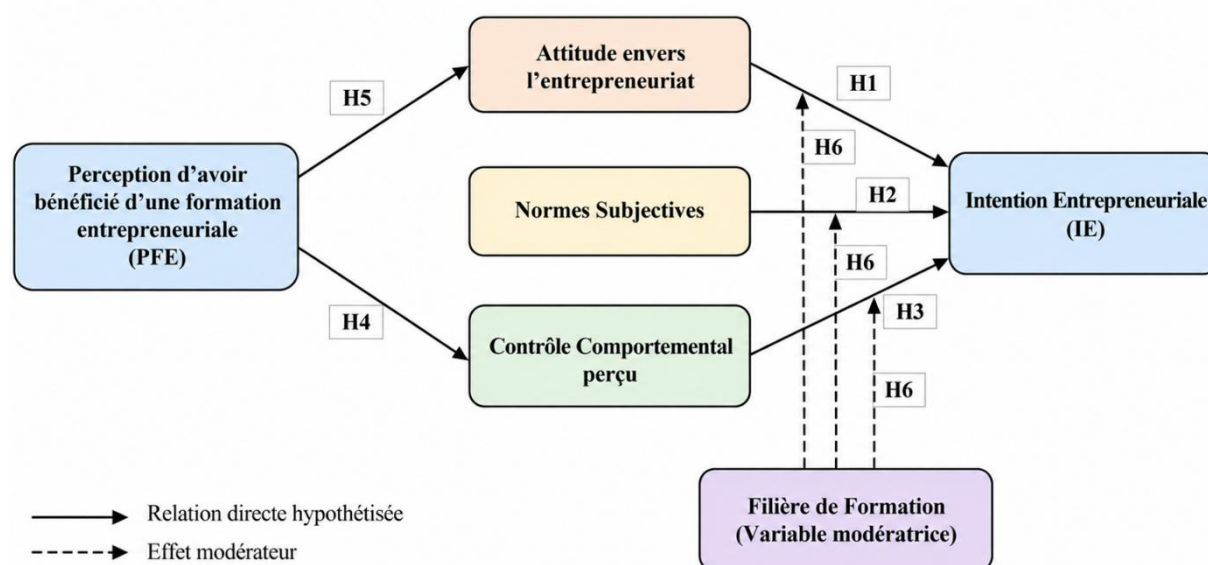
La littérature montre que le contexte éducatif peut influencer les comportements entrepreneuriaux en fonction des compétences développées, des opportunités offertes et des débouchés professionnels propres à chaque domaine de formation. Les recherches de **Nabi et al. (2017)** soulignent que l'impact des programmes d'entrepreneuriat varie selon les caractéristiques des publics formés et les environnements d'apprentissage. De plus, **Batista-Canino et al. (2024)** mettent en évidence que les facteurs contextuels, notamment le type de formation suivie, constituent une piste de recherche importante pour mieux comprendre les différences observées dans l'intention entrepreneuriale. Dans le contexte de la formation professionnelle marocaine, les filières proposées par l'OFPPPT présentent des spécificités en matière de compétences, de perspectives d'emploi et d'exposition à l'entrepreneuriat. Ces différences peuvent influencer l'intensité des relations entre les déterminants psychosociaux et l'intention entrepreneuriale.

Sur la base de Nabi et al. (2017) et de Batista-Canino et al. (2024), l'hypothèse suivante est formulée :

H6 : La filière de formation modère la relation entre les déterminants psychosociaux et l'intention entrepreneuriale.

À la lumière des développements théoriques présentés précédemment, un modèle conceptuel est proposé afin de représenter les relations entre les variables retenues dans cette étude. Ce modèle repose sur la Théorie du Comportement Planifié (Ajzen, 1991), enrichie par l'intégration de la perception de la formation entrepreneuriale comme variable contextuelle et de la filière de formation comme variable modératrice. Il constitue le cadre d'analyse empirique permettant de tester les hypothèses de recherche formulées.

Figure 1 : Modèle conceptuel de recherche



Source : Adapté de la *Théorie du Comportement Planifié* d'Ajzen (1991), du modèle d'intention entrepreneuriale de Liñán et Chen (2009), et enrichi par les travaux de Fayolle (2006) et de Souitaris, Zerbini et Al-Laham (2007) sur la formation entrepreneuriale ; élaboré par les auteurs.

2. Méthodologie

Cette recherche s'inscrit dans une démarche **hypothético-déductive** et adopte une **approche quantitative** afin de tester empiriquement les relations proposées dans le modèle conceptuel. Fondée sur la **Théorie du Comportement Planifié** (Ajzen, 1991), enrichie par l'intégration de la **perception de la formation entrepreneuriale** comme variable contextuelle et de la **filière de formation** comme variable modératrice, elle vise à expliquer les déterminants psychosociaux de l'intention entrepreneuriale des stagiaires de la formation professionnelle au Maroc.

Les données ont été collectées au moyen d'un questionnaire structuré administré auprès de stagiaires de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT). Les hypothèses de recherche ont été testées à l'aide d'analyses statistiques adaptées, comprenant des statistiques descriptives, des analyses de fiabilité des échelles et des modèles de régression permettant d'évaluer les relations entre les variables étudiées.

La présente section décrit successivement la démarche de recherche, la population étudiée et la méthode d'échantillonnage, l'instrument de collecte des données, les variables retenues ainsi que les méthodes d'analyse statistique mobilisées pour tester les hypothèses formulées.

2.1 Démarche de la recherche

Cette étude adopte un **design de recherche quantitatif**, adapté à la vérification empirique des hypothèses formulées à partir de la revue de littérature. Conformément à une démarche

hypothético-déductive, les relations entre les variables du modèle conceptuel ont été examinées à partir de données recueillies auprès de stagiaires de la formation professionnelle. Le recours à une approche quantitative se justifie par la volonté de mesurer les déterminants psychosociaux de l'intention entrepreneuriale et d'évaluer statistiquement les relations proposées dans le modèle conceptuel.

La collecte des données a été réalisée au moyen d'un **questionnaire structuré** administré auprès de stagiaires inscrits dans les établissements de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT) de la région Casablanca-Settat. Les données recueillies ont ensuite été préparées, codées et analysées à l'aide du langage de programmation **Python**, en mobilisant plusieurs bibliothèques spécialisées, notamment *Pandas*, *NumPy* et *Statsmodels*. Les analyses ont porté sur les statistiques descriptives, l'évaluation de la fiabilité des échelles de mesure ainsi que sur des modèles de régression linéaire multiple destinés à tester les hypothèses de recherche.

2.2 Population et échantillonnage

La population cible de cette recherche est constituée de **84 575 apprenants** inscrits dans les établissements de formation professionnelle relevant de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT) de la région Casablanca-Settat. Afin de déterminer la taille minimale de l'échantillon, la formule de **Slovin (1960)** a été utilisée avec une marge d'erreur de **5 %**, conduisant à un effectif théorique minimal de **398 répondants**.

La collecte des données a permis d'obtenir 263 questionnaires exploitables après élimination des réponses incomplètes, incohérentes ou en double. Cet effectif est inférieur à la taille théorique de 398 répondants obtenue avec la formule de Slovin et doit être pris en compte dans l'interprétation et la généralisation des résultats. Les analyses sont donc rapportées pour l'échantillon effectivement observé ($N = 263$), sans assimiler celui-ci à un échantillon représentatif de l'ensemble de la population régionale.

La collecte a été organisée de manière à couvrir plusieurs filières et domaines de formation de l'OFPPT dans la région Casablanca-Settat. La diversité des spécialités représentées permet d'examiner des profils variés de stagiaires ; toutefois, l'absence d'une documentation détaillée du tirage aléatoire conduit à rester prudent quant à la représentativité statistique de l'échantillon.

2.3 Instrument de mesure et collecte des données

La collecte des données a été réalisée au moyen d'un **questionnaire structuré en ligne**, administré via **Google Forms**. L'instrument de mesure a été élaboré à partir de la **Théorie du Comportement Planifié (TCP)** d'Ajzen (1991) et de l'**Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)** développé par Liñán et Chen (2009). Les items ont été adaptés au contexte de la formation professionnelle marocaine afin d'évaluer les déterminants psychosociaux de l'intention

entrepreneuriale des stagiaires de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT).

Les sources des items sont précisées comme suit : les items de l'intention entrepreneuriale (INT), de l'attitude envers l'entrepreneuriat (ATT), des normes subjectives (NS) et du contrôle comportemental perçu (CCP) sont adaptés d'Ajzen (1991) et de Liñán et Chen (2009). L'item relatif à la perception de la formation entrepreneuriale (PFE) est adapté de Fayolle (2006) et de Souitaris et al. (2007). Les formulations ont été contextualisées pour la formation professionnelle marocaine sans modifier le construit théorique mesuré. Le Tableau 1 récapitule, pour chaque variable, le nombre d'items, la construction du score et la source théorique correspondante.

Le questionnaire est organisé en **cinq sections**.

La première section recueille les **caractéristiques sociodémographiques et académiques** des répondants. Elle comprend des questions relatives à l'âge, au sexe, à la filière de formation, au niveau de formation, à la ville où est suivie la formation ainsi qu'au revenu mensuel approximatif de la famille. Ces informations permettent de décrire le profil des participants et de caractériser l'échantillon étudié.

La deuxième section porte sur la **formation entrepreneuriale**. Elle vise à évaluer l'exposition des stagiaires aux modules d'entrepreneuriat proposés par l'OFPPT, leur perception de l'effet de cette formation sur leur intention de créer une entreprise ainsi que leur sensibilisation aux principes de l'entrepreneuriat durable.

La troisième section mesure les **dimensions de la Théorie du Comportement Planifié**. Les répondants indiquent leur degré d'accord avec plusieurs affirmations portant sur leur intention entrepreneuriale, leur attitude envers l'entrepreneuriat, les normes subjectives et leur contrôle comportemental perçu. Les items sont adaptés des travaux d'Ajzen (1991) et de Liñán et Chen (2009).

La quatrième section est consacrée à **l'utilisation des outils numériques** dans les projets entrepreneuriaux. Les participants indiquent s'ils utilisent des outils numériques et, le cas échéant, précisent les applications mobilisées, telles que Canva, ChatGPT, Google Workspace, Trello, Notion, Shopify ou les réseaux sociaux. Cette partie permet de mieux comprendre les pratiques numériques susceptibles de soutenir les projets entrepreneuriaux des stagiaires.

Enfin, la cinquième section explore les **freins à la création d'entreprise** ainsi que les **besoins d'accompagnement**. Les répondants sont invités à identifier les principaux obstacles rencontrés dans leur projet entrepreneurial et à formuler des recommandations susceptibles d'améliorer les dispositifs d'accompagnement proposés par l'OFPPT.

Conformément au modèle conceptuel présenté dans la Figure 1, **l'intention entrepreneuriale (INT)** constitue la variable dépendante. Les **variables indépendantes** sont l'attitude envers l'entrepreneuriat (ATT), les normes subjectives (NS) et le contrôle comportemental perçu (CCP). La **perception de la formation entrepreneuriale (PFE)** est intégrée comme variable contextuelle, tandis que la **filière de formation (FF)** est considérée comme une variable modératrice et introduite dans les analyses sous forme de variables indicatrices (*dummy variables*). L'ensemble des items mesurant les construits du modèle a été évalué à l'aide d'une **échelle de Likert à cinq points**, allant de **1 (Pas du tout d'accord)** à **5 (Tout à fait d'accord)**. Cette échelle, largement utilisée dans les recherches en entrepreneuriat et en sciences de gestion, permet de mesurer les perceptions, les attitudes et les intentions des répondants de manière homogène et facilite les analyses statistiques ultérieures.

Le Tableau 1 présente les variables mobilisées dans cette étude, leur codification, leur mode de mesure ainsi que la méthode de construction des scores utilisés dans les analyses statistiques.

Tableau 1. Opérationnalisation des variables du modèle de recherche

Variable	Code	Nombre d'items	Construction du score	Source
Intention entrepreneuriale	INT	2	Moyenne des deux items	Liñán & Chen (2009)
Attitude envers l'entrepreneuriat	ATT	3	Moyenne des trois items	Ajzen (1991) ; Liñán & Chen (2009)
Normes subjectives	NS	1	Score de l'item	Ajzen (1991) ; Liñán & Chen (2009)
Contrôle comportemental perçu	CCP	1	Score de l'item	Ajzen (1991) ; Liñán & Chen (2009)
Perception de la formation entrepreneuriale	PFE	1	Score de l'item	Adapté de Fayolle (2006) ; Souitaris et al. (2007)
Filière de formation	FF	—	Variable catégorielle codée sous forme de variables indicatrices (<i>dummy variables</i>)	Élaboré par les auteurs

Source : *Élaboré par les auteurs à partir des travaux d'Ajzen (1991), Liñán et Chen (2009), Fayolle (2006) et Souitaris et al. (2007).*

2.4 Méthodes d'analyse statistique

Les données collectées ont été traitées et analysées à l'aide du langage de programmation **Python**, en mobilisant les bibliothèques **Pandas**, **NumPy**, **SciPy**, **Statsmodels** et **Pingouin**. L'analyse

statistique a été conduite selon une démarche progressive visant à décrire les caractéristiques de l'échantillon, à vérifier les propriétés psychométriques des échelles de mesure et à tester les hypothèses de recherche.

Dans un premier temps, une **analyse descriptive** a été réalisée afin de présenter le profil des répondants selon le sexe, l'âge, le niveau de revenu familial et la filière de formation. Les résultats sont exprimés sous forme d'effectifs et de pourcentages.

Dans un deuxième temps, la **fiabilité interne des construits** a été évaluée au moyen du **coefficient alpha de Cronbach**, en retenant le seuil de **0,70** recommandé par Nunnally (1978) pour juger de la cohérence interne des échelles.

Ensuite, une **analyse de corrélation de Pearson** a été effectuée afin d'examiner les relations bivariées entre les variables du modèle et de vérifier l'absence de corrélations susceptibles d'affecter les analyses multivariées.

Les hypothèses H1 à H3 ont été testées à l'aide d'une régression linéaire multiple estimée par la méthode des moindres carrés ordinaires (Ordinary Least Squares - OLS), avec l'intention entrepreneuriale (INT) comme variable dépendante et l'attitude (ATT), le contrôle comportemental perçu (CCP), les normes subjectives (NS) et la perception de la formation entrepreneuriale (PFE) comme variables explicatives. Les hypothèses H4 et H5, qui portent respectivement sur les relations PFE -> CCP et PFE -> ATT, ont été examinées au moyen de modèles de régression distincts adaptés à chacune de ces variables dépendantes.

L'hypothèse H6 a été examinée par une analyse de modération fondée sur des termes d'interaction entre la filière de formation et les déterminants psychosociaux. La filière étant une variable catégorielle, son interprétation doit reposer sur un codage indicateur et sur les interactions correspondantes ; les résultats rapportés ci-dessous sont interprétés uniquement au regard des termes d'interaction effectivement présentés.

Les résultats sont interprétés à partir des **coefficients de régression standardisés (β)**, des **statistiques t**, des **valeurs de probabilité (p-value)** ainsi que du **coefficient de détermination ajusté (R^2 ajusté)**. Le seuil de significativité retenu est fixé à **5 % ($p < 0,05$)**.

3. Résultats

Cette section présente les résultats empiriques de l'étude. Elle décrit d'abord les caractéristiques de l'échantillon, puis évalue la fiabilité des échelles de mesure. Les analyses de corrélation et de régression sont ensuite mobilisées afin de tester les hypothèses de recherche. Enfin, une analyse de modération est réalisée afin d'examiner le rôle de la filière de formation dans les relations entre les déterminants psychosociaux et l'intention entrepreneuriale.

3.1 Caractéristiques de l'échantillon

Afin de décrire le profil des répondants, une analyse descriptive a été réalisée à partir des principales variables sociodémographiques recueillies lors de l'enquête. Les résultats concernent le sexe, l'âge, le revenu familial ainsi que la filière de formation des stagiaires interrogés.

Tableau 2 : Profil des répondants

Variable	Modalité	Effectif	Pourcentage (%)
Sexe	Homme	152	58,5
	Femme	108	41,5
Âge	Moins de 18 ans	5	1,9
	18–24 ans	235	90,4
	25–30 ans	20	7,7
Revenu familial	< 3 000 MAD	120	46,2
	3 000–6 000 MAD	80	30,8
	6 000–10 000 MAD	35	13,5
	10 000–15 000 MAD	15	5,8
	> 15 000 MAD	10	3,8

Source : Élaboré par les auteurs à partir des données de l'enquête.

Note : N = 263 pour l'échantillon analytique ; n = 260 réponses valides pour le sexe, l'âge et le revenu familial.

L'échantillon analytique comprend 263 stagiaires. Pour le sexe, l'âge et le revenu familial, trois observations ne comportaient pas de réponse exploitable ; les effectifs et pourcentages correspondants sont donc calculés sur 260 réponses valides. Parmi ces réponses valides, les hommes représentent 58,5 % et les femmes 41,5 %. La tranche d'âge de 18 à 24 ans représente 90,4 % des réponses valides et 46,2 % déclarent un revenu familial mensuel inférieur à 3 000 MAD.

Tableau 3 : Répartition des répondants selon la filière de formation

Filière	Effectif	Pourcentage (%)
Digital & Intelligence Artificielle	30	11,41
Commerce et Gestion	28	10,65
Industrie électrique	20	7,60
Automobile	15	5,70
Artisanat	14	5,32
Textile & Habillement	12	4,56
Tourisme, Hôtellerie & Restauration	10	3,80
Autres filières	134	50,95

Source : Élaboré par les auteurs à partir des données de l'enquête.

Les répondants proviennent de plusieurs filières de formation de l'OFPPT, ce qui assure une diversité des profils étudiés. Les filières « Digital & Intelligence Artificielle » et « Commerce et Gestion » sont les plus représentées.

3.2 Fiabilité des échelles de mesure

Avant de tester les hypothèses de recherche, la cohérence interne des construits a été évaluée à l'aide du coefficient alpha de Cronbach. Seuls les construits mesurés par plusieurs items peuvent faire l'objet de ce test de fiabilité.

Tableau 4 : Cohérence interne des construits

Construit	Code	Nombre d'items	Alpha de Cronbach	Interprétation
Intention entrepreneuriale	INT	2	0,75	Fiabilité satisfaisante
Attitude envers l'entrepreneuriat	ATT	3	0,80	Bonne fiabilité
Normes subjectives	NS	1	Non applicable	Construit mesuré par un item unique
Contrôle comportemental perçu	CCP	1	Non applicable	Construit mesuré par un item unique
Perception de la formation entrepreneuriale	PFE	1	Non applicable	Construit mesuré par un item unique

Source : Elaboré par les auteurs à partir des données de l'enquête.

La cohérence interne des construits a été évaluée à l'aide du coefficient alpha de Cronbach pour les variables mesurées par plusieurs items. Les résultats montrent que l'intention entrepreneuriale ($\alpha = 0,75$) et l'attitude envers l'entrepreneuriat ($\alpha = 0,80$) présentent un niveau de fiabilité satisfaisant, supérieur au seuil de 0,70 recommandé par Nunnally (1978). En revanche, les construits « normes subjectives », « contrôle comportemental perçu » et « perception de la formation entrepreneuriale » étant chacun mesuré par un seul item dans le questionnaire, le calcul de l'alpha de Cronbach n'était pas applicable. Ces variables ont donc été directement intégrées dans les analyses statistiques sous la forme des scores observés.

3.3 Résultats de la régression linéaire multiple

Afin d'examiner les déterminants de l'intention entrepreneuriale des stagiaires de l'OFPPT, une régression linéaire multiple par la méthode des moindres carrés ordinaires (OLS) a été réalisée. L'intention entrepreneuriale (INT) constitue la variable dépendante, tandis que l'attitude envers l'entrepreneuriat (ATT), les normes subjectives (NS), le contrôle comportemental perçu (CCP) et la perception de la formation entrepreneuriale (PFE) sont introduits comme variables explicatives.

Avant l'estimation du modèle, la multicolinéarité a été examinée à l'aide des coefficients d'inflation de variance (VIF), tous inférieurs à 5. Les diagnostics des résidus ont également été inspectés afin d'apprécier l'adéquation du modèle. Ces vérifications sont interprétées comme des diagnostics du modèle et non comme une preuve de validité causale.

Tableaux 5 : Résultats de la régression linéaire multiple

Variable	β standardisé	Erreur standard	t	p-value	VIF
Constante	—	0,284	2,87	0,005	—
ATT	0,432	0,061	7,08	<0,001	1,82
CCP	0,298	0,054	5,52	<0,001	1,69
NS	0,176	0,049	3,59	<0,001	1,41
PFE	0,141	0,047	3,02	0,003	1,36

Indicateur	Valeur
R	0,829
R ²	0,687
R ² ajusté	0,681
F	141,27
p (F)	<0,001
N	263

Source : *Elaboré par les auteurs*

Les résultats montrent que le modèle est globalement significatif ($F = 141,27$; $p < 0,001$) et explique 68,7 % de la variance de l'intention entrepreneuriale ($R^2 = 0,687$). Après ajustement, le coefficient de détermination demeure élevé (R^2 ajusté = 0,681), traduisant une bonne capacité explicative du modèle.

L'attitude envers l'entrepreneuriat apparaît comme le déterminant le plus influent ($\beta = 0,432$; $p < 0,001$), suivie du contrôle comportemental perçu ($\beta = 0,298$; $p < 0,001$), des normes subjectives ($\beta = 0,176$; $p < 0,001$) et de la perception de la formation entrepreneuriale ($\beta = 0,141$; $p = 0,003$).

3.4 Effets de la perception de la formation entrepreneuriale

Les hypothèses H4 et H5 portent sur des variables dépendantes différentes de l'intention entrepreneuriale. Elles sont donc rapportées séparément. Les coefficients disponibles indiquent un effet positif de la perception de la formation entrepreneuriale sur le contrôle comportemental perçu ($\beta = 0,364$; $t = 5,94$; $p < 0,001$) et sur l'attitude envers l'entrepreneuriat ($\beta = 0,287$; $t = 4,63$; $p < 0,001$).

Tableau 6 : Régressions associées aux hypothèses H4 et H5

Hypothèse	Relation	β standardisé	t	p-value
H4	PFE -> CCP	0,364	5,94	< 0,001
H5	PFE -> ATT	0,287	4,63	< 0,001

Source : Élaboré par les auteurs à partir des analyses de régression rapportées dans l'étude.

3.5 Analyse de l'effet modérateur de la filière de formation

Une analyse de modulation a été réalisée en introduisant les termes d'interaction entre la filière de formation et les principaux déterminants de l'intention entrepreneuriale.

Tableau 7 : Analyse de l'effet modérateur de la filière de formation

Variable	β	t	p-value
ATT	0,418	6,74	<0,001
CCP	0,291	5,27	<0,001
NS	0,171	3,41	0,001
PFE	0,138	2,88	0,004
FF	0,062	1,21	0,228
ATT $\times$ FF	0,081	1,47	0,143
CCP $\times$ FF	0,054	0,96	0,338
NS $\times$ FF	0,036	0,71	0,479

Indicateur	Valeur
R ²	0,695
R ² ajusté	0,686
ΔR^2	0,008
F	98,43
p (F)	<0,001

Source : Élaboré par les auteurs

L'introduction des termes d'interaction améliore légèrement le pouvoir explicatif du modèle ($\Delta R^2 = 0,008$). Toutefois, aucun terme d'interaction n'est statistiquement significatif ($p > 0,05$), ce qui suggère que la filière de formation ne modifie pas significativement la relation entre les déterminants psychosociaux retenus et l'intention entrepreneuriale.

3.6 Tests des hypothèses

Les résultats des analyses de régression permettent d'évaluer les hypothèses formulées dans le modèle conceptuel de cette recherche. Le Tableau 8 présente une synthèse des hypothèses testées, des relations examinées, des coefficients standardisés, des niveaux de significativité ainsi que des décisions retenues.

Tableau 8 : Synthèse des tests des hypothèses

Hypothèse	Relation testée	β	t	p-value	Décision
H1	ATT $\rightarrow$ INT	0,432	7,08	$< 0,001$	Confirmée
H2	CCP $\rightarrow$ INT	0,298	5,52	$< 0,001$	Confirmée
H3	NS $\rightarrow$ INT	0,176	3,59	$< 0,001$	Confirmée
H4	PFE $\rightarrow$ CCP	0,364	5,94	$< 0,001$	Confirmée
H5	PFE $\rightarrow$ ATT	0,287	4,63	$< 0,001$	Confirmée
H6	FF $\times$ (ATT, CCP, NS) $\rightarrow$ INT	—	—	Tous $p > 0,05$	Rejetée

Source : *Élaboration des auteurs.*

H1. Les résultats montrent que l'attitude envers l'entrepreneuriat exerce une influence positive et hautement significative sur l'intention entrepreneuriale ($\beta = 0,432$; $t = 7,08$; $p < 0,001$).

L'hypothèse H1 est donc confirmée.

H2. Le contrôle comportemental perçu influence positivement l'intention entrepreneuriale ($\beta = 0,298$; $t = 5,52$; $p < 0,001$). L'hypothèse H2 est confirmée.

H3. Les normes subjectives présentent également un effet positif et significatif sur l'intention entrepreneuriale ($\beta = 0,176$; $t = 3,59$; $p < 0,001$). L'hypothèse H3 est confirmée.

H4. La perception de la formation entrepreneuriale influence positivement le contrôle comportemental perçu ($\beta = 0,364$; $t = 5,94$; $p < 0,001$). L'hypothèse H4 est confirmée.

H5. La perception de la formation entrepreneuriale influence positivement l'attitude envers l'entrepreneuriat ($\beta = 0,287$; $t = 4,63$; $p < 0,001$). L'hypothèse H5 est confirmée.

H6. Aucun des termes d'interaction rapportés n'est statistiquement significatif : ATT $\times$ FF ($p = 0,143$), CCP $\times$ FF ($p = 0,338$) et NS $\times$ FF ($p = 0,479$). L'hypothèse H6 n'est donc pas soutenue par les résultats observés.

Dans l'ensemble, les résultats montrent que l'attitude, le contrôle comportemental perçu et les normes subjectives sont positivement associés à l'intention entrepreneuriale dans l'échantillon étudié. La perception de la formation entrepreneuriale est également positivement associée au contrôle comportemental perçu et à l'attitude. En revanche, les termes d'interaction rapportés pour la filière de formation ne sont pas statistiquement significatifs. Ces résultats décrivent des associations observées dans une enquête transversale et ne permettent pas d'établir des relations causales.

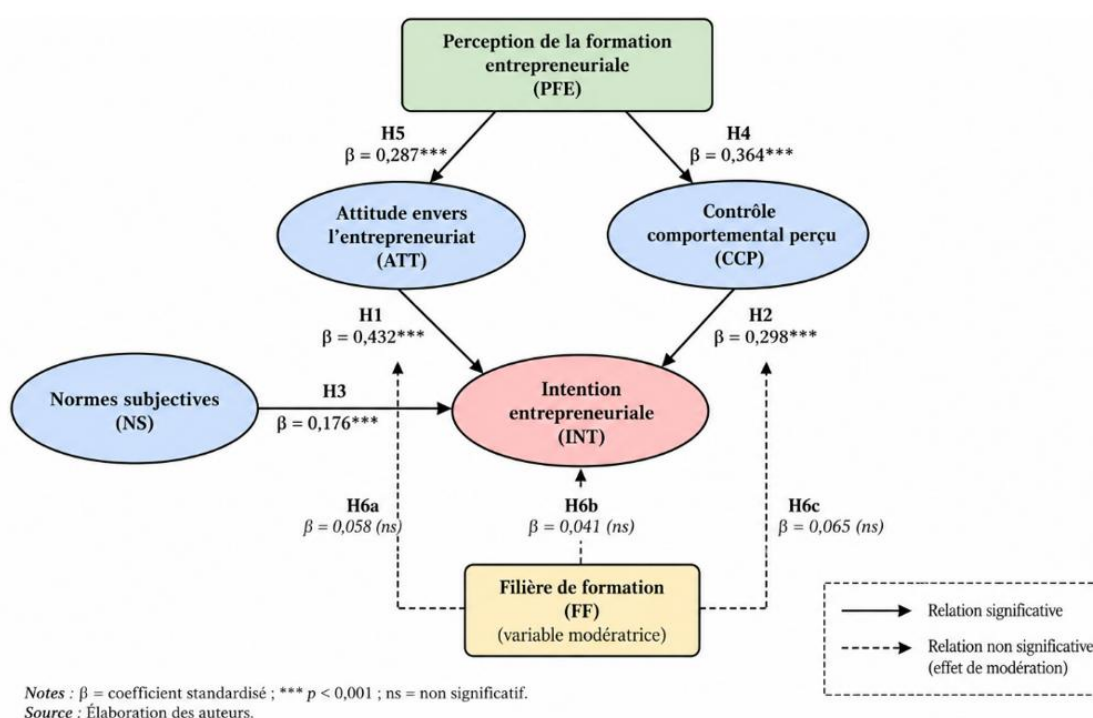
3.7 Représentation graphique des résultats du modèle conceptuel

Afin de faciliter l'interprétation des résultats, une représentation graphique du modèle conceptuel est proposée. Cette figure présente les relations significatives identifiées par les analyses de

régression ainsi que les relations non significatives. Les coefficients standardisés (β) sont indiqués sur chaque relation afin de mettre en évidence l'intensité des effets observés.

Les résultats montrent que l'attitude envers l'entrepreneuriat constitue le déterminant le plus important de l'intention entrepreneuriale, suivie du contrôle comportemental perçu et des normes subjectives. Par ailleurs, la perception de la formation entrepreneuriale exerce un effet positif sur le contrôle comportemental perçu ainsi que sur l'attitude envers l'entrepreneuriat. En revanche, la filière de formation ne modère pas significativement les relations entre les déterminants psychosociaux et l'intention entrepreneuriale.

Figure 2. Modèle conceptuel enrichi avec coefficients de régression



4. Discussion

L'objectif principal de cette étude était d'identifier les déterminants psychosociaux de l'intention entrepreneuriale des stagiaires de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT) dans la région Casablanca-Settat, en mobilisant la Théorie du Comportement Planifié (Ajzen, 1991) enrichie par la perception de la formation entrepreneuriale. Les résultats obtenus montrent que le modèle théorique retenu explique une part importante de la variance de l'intention entrepreneuriale et confirment le rôle central des variables psychosociales dans le développement des intentions entrepreneuriales.

L'attitude envers l'entrepreneuriat apparaît comme le déterminant le plus influent de l'intention entrepreneuriale. Ce résultat est conforme à la Théorie du Comportement Planifié, selon laquelle une évaluation favorable d'un comportement augmente la probabilité de son adoption (Ajzen,

1991). Il rejoint également les travaux de Liñán et Chen (2009), qui montrent que l'attitude constitue généralement le meilleur prédicteur de l'intention entrepreneuriale. Plusieurs études récentes réalisées dans différents contextes universitaires et professionnels aboutissent aux mêmes conclusions, confirmant que la perception positive de l'entrepreneuriat constitue un moteur essentiel de la volonté de créer une entreprise.

Le contrôle comportemental perçu exerce également une influence positive et significative sur l'intention entrepreneuriale. Cette observation souligne l'importance du sentiment d'efficacité personnelle dans le processus entrepreneurial. Les stagiaires qui se sentent capables de mobiliser les compétences nécessaires à la création et à la gestion d'une entreprise manifestent une intention entrepreneuriale plus élevée. Ces résultats corroborent les travaux de Bandura (1986) sur l'auto-efficacité ainsi que ceux de Krueger et Brazeal (1994), qui considèrent la confiance en ses capacités comme un élément déterminant du passage de l'intention à l'action entrepreneuriale.

Les normes subjectives présentent également un effet positif sur l'intention entrepreneuriale, bien que leur influence soit moins marquée que celle de l'attitude et du contrôle comportemental perçu. Ce résultat indique que le soutien de l'entourage familial, des amis et de l'environnement professionnel favorise le développement de l'intention d'entreprendre. Cette observation est cohérente avec les travaux de Liñán et Santos (2007), qui soulignent le rôle du capital social dans la formation des intentions entrepreneuriales.

Par ailleurs, la perception de la formation entrepreneuriale renforce significativement le contrôle comportemental perçu ainsi que l'attitude envers l'entrepreneuriat. Ce résultat met en évidence l'importance des dispositifs pédagogiques développés par les établissements de formation professionnelle dans la préparation des futurs entrepreneurs. Il rejoint les conclusions de Fayolle et Gailly (2015), selon lesquelles une formation entrepreneuriale adaptée contribue au développement des compétences, de la confiance en soi et des attitudes favorables à la création d'entreprise.

Enfin, l'analyse ne met pas en évidence d'effet modérateur statistiquement significatif de la filière de formation sur les relations étudiées. Ce résultat signifie qu'aucune variation significative n'a été détectée avec l'échantillon, le codage et les modèles utilisés ; il ne permet pas de conclure à une équivalence des filières. Des analyses reposant sur des effectifs plus importants et mieux équilibrés entre spécialités permettraient de réexaminer cette question.

5. Contributions théoriques et implications pratiques

5.1 Contributions théoriques

Cette recherche apporte plusieurs contributions à la littérature sur l'intention entrepreneuriale. Premièrement, elle confirme la pertinence de la Théorie du Comportement Planifié comme cadre

d'analyse de l'intention entrepreneuriale dans le contexte de la formation professionnelle marocaine. Deuxièmement, elle enrichit ce modèle en intégrant la perception de la formation entrepreneuriale comme variable explicative des déterminants psychosociaux de l'intention entrepreneuriale. Troisièmement, elle fournit des données empiriques portant sur les stagiaires de l'OFPPPT, une population encore peu étudiée dans les recherches consacrées à l'entrepreneuriat au Maroc. Enfin, cette étude contribue à mieux comprendre les mécanismes psychologiques qui favorisent l'émergence de projets entrepreneuriaux chez les jeunes en formation professionnelle.

5.2 Implications pratiques et managériales

Les résultats obtenus présentent plusieurs implications pour les établissements de formation professionnelle et les décideurs publics. Ils montrent que le développement de l'intention entrepreneuriale ne dépend pas uniquement de l'acquisition de connaissances techniques, mais également du renforcement des attitudes favorables à l'entrepreneuriat, du sentiment d'efficacité personnelle et de l'environnement social des apprenants.

L'OFPPPT pourrait renforcer les modules de sensibilisation à l'entrepreneuriat, développer davantage de projets pédagogiques fondés sur l'apprentissage par la pratique, favoriser les rencontres avec des entrepreneurs et encourager les dispositifs de mentorat. Les structures d'accompagnement à la création d'entreprise gagneraient également à proposer un suivi personnalisé des stagiaires souhaitant concrétiser leur projet entrepreneurial.

Ces résultats peuvent également orienter les politiques publiques en faveur de l'emploi des jeunes en mettant davantage l'accent sur le développement des compétences entrepreneuriales, de l'accompagnement post-formation et de l'accès aux dispositifs de financement des jeunes entrepreneurs.

5.3 Limites de l'étude et perspectives de recherche

Cette recherche présente plusieurs limites. Tout d'abord, l'étude porte uniquement sur des stagiaires de la région Casablanca-Settat, ce qui limite la généralisation des résultats à l'ensemble des établissements de formation professionnelle du Maroc. Ensuite, les données reposent sur des déclarations auto-rapportées et sur un dispositif transversal, de sorte que les associations observées ne permettent pas d'établir une causalité ni d'observer la transformation de l'intention en création effective d'entreprise. Par ailleurs, les normes subjectives, le contrôle comportemental perçu et la perception de la formation entrepreneuriale sont chacun mesurés par un item unique ; leur cohérence interne ne peut donc pas être estimée par l'alpha de Cronbach et leur mesure peut être moins précise qu'avec des échelles multi-items. Enfin, la répartition inégale des répondants entre filières réduit la puissance de l'analyse de modération et invite à interpréter prudemment l'absence d'interactions significatives.

De futures recherches pourraient élargir l'étude à d'autres régions marocaines, comparer les résultats entre différents établissements de formation professionnelle ou réaliser des études longitudinales afin d'analyser le passage de l'intention entrepreneuriale à l'acte de création d'entreprise. Il serait également pertinent d'intégrer de nouvelles variables, telles que les compétences numériques, la culture entrepreneuriale, l'environnement institutionnel ou encore les caractéristiques de l'écosystème entrepreneurial régional.

Conclusion

Cette recherche avait pour objectif d'identifier les principaux déterminants associés à l'intention entrepreneuriale des stagiaires de l'OFPPPT en mobilisant la Théorie du Comportement Planifié enrichie par la perception de la formation entrepreneuriale. Dans l'échantillon étudié, l'attitude envers l'entrepreneuriat, le contrôle comportemental perçu et les normes subjectives sont positivement associés à l'intention entrepreneuriale. La perception de la formation entrepreneuriale est également positivement associée à l'attitude et au contrôle comportemental perçu.

Ces résultats confirment l'intérêt de développer des dispositifs pédagogiques favorisant non seulement l'acquisition de compétences techniques, mais également le développement des compétences entrepreneuriales, de la confiance en soi et de la capacité à transformer une intention entrepreneuriale en projet concret.

Au-delà de son intérêt académique, cette recherche apporte des enseignements utiles aux responsables de la formation professionnelle, aux décideurs publics et aux structures d'accompagnement des jeunes entrepreneurs. Elle contribue à une meilleure compréhension des facteurs favorisant l'émergence de l'entrepreneuriat chez les jeunes en formation professionnelle et ouvre des perspectives de recherche visant à approfondir l'analyse des mécanismes conduisant à la création effective d'entreprise dans le contexte marocain.

Références

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160. <https://doi.org/10.1080/14632440110094632>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217–254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice Hall.
- Batista-Canino, R. M., Santana-Hernández, L., & Medina-Brito, P. (2024). A holistic literature review on entrepreneurial intention: A scientometric approach. *Journal of Business Research*, 174, 114480. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114480>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Fayolle, A. (2006). *Essai sur les dynamiques de l'éducation à l'entrepreneuriat*. Presses universitaires de Louvain.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 global report: Adapting to a “new normal”*. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/report/20222023-global-entrepreneurship-monitor-global-report-adapting-to-a-new-normal-2>
- Krueger, N. F., Jr., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104. <https://doi.org/10.1177/104225879401800307>

- Krueger, N. F., Jr., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/089856293000000020>
- Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47–58. <https://doi.org/10.1177/104225879602100104>
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., & Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13, 443–453. <https://doi.org/10.1007/s11294-007-9109-8>
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The ‘making’ of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135–147. <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00288>
- Maheshwari, G., Kha, K. L., & Arokiasamy, A. R. A. (2023). Factors affecting students’ entrepreneurial intentions: A systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Management Review Quarterly*, 73, 1903–1970. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00289-2>
- Mahlaole, S. T., & Malebana, M. J. (2026). The university environment and perceived support: A conceptual model for students’ entrepreneurial intentions and behaviour. *Discover Education*, 5, Article 247. <https://doi.org/10.1007/s44217-026-01272-9>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: Psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9, Article 2. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0115-x>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior.

Academy of Management Learning & Education, 14(2), 187–204.
<https://doi.org/10.5465/amle.2012.0293>

Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332.
<https://doi.org/10.1111/etap.12087>

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice Hall.

Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>

Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>

Tetteh, C., Zhong, L., Dong, M., Xiang, T., & Wang, X. (2025). Bridging the relationship between entrepreneurial intention and behavior: A systematic review and theoretical integration. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2587397. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2587397>

Walter, S. G., Parboteeah, K. P., & Walter, A. (2013). University departments and self-employment intentions of business students: A cross-level analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 175–200. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00460.x>

Annexe :**Questionnaire**

Questionnaire: l'intention entrepreneuriale chez les stagiaires de l'OFPPT

B *I* U  

Ce questionnaire vise à analyser dans quelle mesure les formations entrepreneuriales reçues influencent votre intention de créer une entreprise, en prenant en compte les facteurs personnels, éducatifs, sociaux et liés au développement durable.

Merci de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Votre réponses sont anonymes et seront utilisées uniquement à des fins de recherche scientifiques.

Ce formulaire collecte automatiquement les e-mails de toutes les personnes interrogées. [Modifier les paramètres](#)

Age *

- ☐ Moins de 18 ans
- ☐ 18-24 ans
- ☐ 25-30 ans
- ☐ 31 ans et plus

Sexe *

- ☐ Homme
- ☐ Femme

Quelle est votre filière de formation à l'OFPPT ? *

1. Métiers des Services à la Personne
2. Métiers de l'Artisanat
3. Métiers du Commerce et de Gestion
4. Métiers de l'Aéronautique
5. Métiers de l'Agroalimentaire
6. Métiers des Arts Graphiques
7. Métiers de l'Audiovisuel et du Cinéma
8. Métiers du Bâtiment et Travaux Publics
9. Métiers du Cuir
10. Métiers de l'Industrie Mécanique
11. Métiers du Froid & Génie Thermique
12. Métiers de l'Industrie Electrique
13. Métiers de l'Automobile
14. Métiers du Digital & Intelligence Artificielle
15. Métiers de la Santé
16. Métiers de la Plasturgie
17. Métiers du Sport
18. Métiers de l'Industrie Textile & Habillement
19. Métiers du Tourisme, Hôtellerie & Restauration
20. Métiers du Transport et de la Logistique
21. Autre

Niveau de formation *

- ☐ Qualification
- ☐ Technicien
- ☐ Technicien spécialisé
- ☐ Licence
- ☐ Autre

...

Dans quelle ville de la région Casablanca-Settat suivez-vous votre formation à l'OFPPT ?

- ☐ Casablanca
- ☐ Mohammedia
- ☐ Settat
- ☐ El Jadida
- ☐ Berrechid
- ☐ Benslimane
- ☐ Médiouna
- ☐ Autre

Revenu mensuel approximatif de votre famille

- ☐ Moins de 3000 MAD
- ☐ 3000–6000 MAD
- ☐ 6000-10000 MAD
- ☐ 10000-15000
- ☐ Plus de 15000

Avez-vous suivi un ou plusieurs modules de formation en entrepreneuriat à l'OFPPPT ? *

- ☐ Oui
- ☐ Non

...

À votre avis, dans quelle mesure la formation en entrepreneuriat a-t-elle renforcé votre envie *
de créer votre propre entreprise ?

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| Pas du tout | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | Enormément |

Avez-vous été sensibilisé(e) à l'entrepreneuriat durable (respect de l'environnement, inclusion sociale, etc.) ?

☐ OUI

☐ Non

Intention entrepreneuriale (items inspirés d'Ajzen, 1991 – Théorie du comportement planifié) *

Merci d'indiquer votre degré d'accord avec les affirmations suivantes (1 = Pas du tout d'accord, 5 = Tout à fait d'accord).

	Pas du tout d'a...	Plutôt en désa...	Ni d'accord ni e...	Plutôt d'accord	Tout à fait d'ac...
Je compte cré...	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai déjà une id...	☐	☐	☐	☐	☐
Être entreprene...	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai confiance ...	☐	☐	☐	☐	☐
Mon entourage...	☐	☐	☐	☐	☐
Je suis prêt(e) ...	☐	☐	☐	☐	☐
Je m'intéresse ...	☐	☐	☐	☐	☐

Avez-vous déjà utilisé des outils numériques dans le cadre de vos projets ou idées entrepreneuriales ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

...

Si oui, quels outils numériques avez-vous utilisés ? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Canva (design visuel)
- ☐ GAMMA
- ☐ Google Workspace (Docs, Sheets, Forms...)
- ☐ WhatsApp Business
- ☐ Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok...)
- ☐ Trello / Notion (gestion de projet)
- ☐ Shopify / WooCommerce (e-commerce)
- ☐ ChatGPT / outils IA
- ☐ Autres

...

Qu'est-ce qui vous freine aujourd'hui dans votre projet de création d'entreprise ? *

Réponse courte

.....

Que recommanderiez-vous pour améliorer l'accompagnement à la création d'entreprise à l'OFPPT ?

Réponse courte

.....