

L'impact de l'accompagnement post-création sur la réussite entrepreneuriale : Cas du programme Amélioration de Revenu et Inclusion Economique des Jeunes (ARIEJ) de l'Initiative Nationale pour le Développement Humain (INDH) dans la région de Fès-Meknès.

The Impact of Post-Creation Support on Entrepreneurial Success: The Case of the Income Improvement and Youth Economic Inclusion Program (IIYEI) of the National Initiative for Human Development (NIHD) in the Fez–Meknes Region.

Auteur 1 : BENNANI Otmame.

Auteur 2 : TOULI Karima.

Auteur 3 : EL AARAJ Khaoula,

BENNANI Otmame, 0009-0009-4054-4196, Doctorant.

Hassan First University of Settat, Morocco

Faculté d'Economie et de Gestion

Laboratoire de recherche en management et développement (LRMD)

TOULI Karima , 0000-0003-1751-1600, Professeur de l'Enseignement Supérieur (PES).

Hassan First University of Settat, Morocco

Faculté d'Economie et de Gestion

Laboratoire de recherche en management et développement (LRMD)

EL AARAJ Khaoula, 0009-0009-2574-9281, Doctorante.

Hassan First University of Settat, Morocco

Faculté d'Economie et de Gestion

Laboratoire de recherche en management et développement (LRMD)

Déclaration de divulgation : Ce travail est sponsorisé par le CNRST à travers le Phd Associate Scholarship (PASS)

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 : BENNANI.O, TOULI.K & EL AARAJ.K (2026) « L'impact de l'accompagnement post-création sur la réussite entrepreneuriale : Cas du programme Amélioration de Revenu et Inclusion Economique des Jeunes (ARIEJ) de l'Initiative Nationale pour le Développement Humain (INDH) dans la région de Fès-Meknès », African Scientific Journal « Volume 03, Num 37 » pp: 1169 – 1182.



DOI : 10.5281/zenodo.21835229

Copyright   2026 – ASJ



Résumé

L'entrepreneuriat est de plus en plus reconnu comme un moteur essentiel de la croissance économique, de la création d'emplois et de l'inclusion sociale, en particulier chez les jeunes. Si les mécanismes de soutien à la création d'entreprise ont fait l'objet d'une attention considérable, le soutien post-crédation et sa contribution à la réussite entrepreneuriale restent peu explorés. Cette étude examine l'impact de l'accompagnement post-crédation sur la réussite entrepreneuriale à travers le cas du Programme d'Amélioration des Revenus et d'Inclusion Économique des Jeunes (ARIEJ), mis en œuvre par l'Initiative Nationale pour le Développement Humain (INDH) dans la région Fès-Meknès au Maroc.

La recherche analyse comment différents services d'accompagnement post-crédation, notamment le mentorat, la formation, les opportunités de réseautage et l'assistance technique, influencent la performance et la pérennité des entreprises créées par des jeunes. Sur le plan méthodologique, cette recherche adopte une démarche théorique fondée sur une revue de la littérature consacrée à l'accompagnement post-crédation et à la réussite entrepreneuriale. Le corpus analysé est constitué de travaux scientifiques portant sur les différentes dimensions de l'accompagnement entrepreneurial et leurs relations avec la réussite entrepreneuriale. L'étude examine la relation entre le soutien apporté et les principaux indicateurs de réussite entrepreneuriale, tels que la survie de l'entreprise, la croissance du chiffre d'affaires, la création d'emplois et la satisfaction des entrepreneurs.

L'analyse de la littérature met principalement en évidence quatre dimensions de l'accompagnement post-crédation susceptibles de contribuer à la réussite entrepreneuriale : la formation entrepreneuriale, le suivi entrepreneurial, le réseautage et l'accès aux ressources. Elle conduit à la proposition d'un modèle conceptuel et de quatre hypothèses de recherche destinés à faire l'objet d'une validation empirique ultérieure. Cette étude contribue à la littérature sur les systèmes d'accompagnement entrepreneurial et formule des recommandations pratiques à l'intention des décideurs politiques et des praticiens du développement souhaitant renforcer le succès à long terme et la durabilité des initiatives d'entrepreneuriat des jeunes au Maroc.

Mots clés :

Accompagnement post-crédation, réussite entrepreneuriale, entrepreneuriat des jeunes, programme ARIEJ, INDH.

Abstract

Entrepreneurship is increasingly recognized as a key driver of economic growth, job creation, and social inclusion, particularly among young people. While considerable attention has been devoted to business creation support mechanisms, post-creation support and its contribution to entrepreneurial success remain relatively underexplored. This study examines the impact of post-creation support on entrepreneurial success through the case of the Income Improvement and Economic Inclusion of Youth Program (ARIEJ), implemented by the National Initiative for Human Development (INDH) in the Fez-Meknes region of Morocco.

The research analyzes how various post-creation support services, including mentoring, training, networking opportunities, and technical assistance, influence the performance and sustainability of youth-led enterprises. From a methodological perspective, this research adopts a theoretical approach based on a review of the literature on post-creation support and entrepreneurial success. The analyzed corpus consists of scientific studies addressing the different dimensions of entrepreneurial support and their relationships with entrepreneurial success. The study examines the relationship between the support provided and key indicators of entrepreneurial success, such as business survival, revenue growth, job creation, and entrepreneur satisfaction.

The literature review primarily highlights four dimensions of post-creation support that are likely to contribute to entrepreneurial success: entrepreneurial training, entrepreneurial follow-up, networking, and access to resources. It leads to the proposal of a conceptual model and four research hypotheses intended for subsequent empirical validation. The study contributes to the literature on entrepreneurial support systems and provides practical recommendations for policymakers and development practitioners seeking to enhance the long-term success and sustainability of youth entrepreneurship initiatives in Morocco.

Keywords

Post-creation support, entrepreneurial success, youth entrepreneurship, ARIEJ program, NIHD.

Introduction

L'entrepreneuriat est aujourd'hui reconnu comme un moteur essentiel de création de richesse, d'innovation et de développement socio-économique. Toutefois, la création d'une entreprise ne constitue qu'une première étape dans le parcours entrepreneurial. Les premières années d'existence représentent une phase particulièrement critique, marquée par de nombreux défis liés à la gestion, au financement, à l'accès aux marchés et à l'adaptation à un environnement souvent incertain. Dans ce contexte, l'accompagnement entrepreneurial apparaît comme un mécanisme stratégique permettant de soutenir les entrepreneurs dans le développement et la consolidation de leurs activités.

Si de nombreuses recherches se sont intéressées à l'accompagnement durant la phase de création, l'accompagnement post-crédation suscite un intérêt croissant en raison de son rôle déterminant dans la pérennité et la performance des jeunes entreprises. À travers différents dispositifs tels que la formation, le suivi individualisé, le mentorat, le réseautage et la facilitation de l'accès aux ressources, cet accompagnement vise à renforcer les capacités entrepreneuriales et à réduire les risques d'échec.

Parallèlement, la réussite entrepreneuriale constitue un concept complexe et multidimensionnel qui dépasse la seule performance économique pour intégrer des dimensions professionnelles et personnelles. Cette diversité d'approches soulève la question des mécanismes par lesquels l'accompagnement post-crédation peut contribuer à la réussite des entrepreneurs.

Dans cette perspective, le présent article propose une revue de littérature consacrée aux liens entre l'accompagnement post-crédation et la réussite entrepreneuriale. L'objectif de cette recherche est d'identifier, à partir des travaux antérieurs, les principales dimensions de l'accompagnement post-crédation susceptibles d'influencer la réussite entrepreneuriale et de développer un modèle conceptuel mettant en relation la formation entrepreneuriale, le suivi entrepreneurial, le réseautage et l'accès aux ressources avec la réussite entrepreneuriale. Ce travail constitue ainsi une base théorique pour de futures recherches empiriques portant sur l'évaluation de l'efficacité des dispositifs d'accompagnement destinés aux entrepreneurs.

Afin de répondre à cet objectif, l'article est structuré autour d'une revue de littérature portant, dans un premier temps, sur les fondements théoriques de l'accompagnement entrepreneurial post-crédation et de la réussite entrepreneuriale. Il examine ensuite les principales dimensions de l'accompagnement susceptibles d'influencer la réussite entrepreneuriale, à savoir la formation entrepreneuriale, le suivi entrepreneurial, le réseautage et l'accès aux ressources. Sur la base de cette analyse, un modèle conceptuel ainsi que les hypothèses de recherche qui en

découlent sont proposés. Enfin, une conclusion vient clôturer l'article en mettant en perspective les principaux apports de la recherche.

Revue de Littérature

1. Accompagnement entrepreneurial post création

L'accompagnement entrepreneurial occupe une place centrale dans les politiques de soutien à l'entrepreneuriat et dans les travaux académiques consacrés à la réussite entrepreneuriale. Il est généralement défini comme l'ensemble des dispositifs, pratiques et mécanismes visant à soutenir les entrepreneurs dans la création, le développement et la pérennisation de leurs activités. Au-delà d'une simple assistance technique, l'accompagnement constitue un processus structuré combinant formation, conseil, mentorat, mise en réseau et facilitation de l'accès aux ressources (Davidsson & Honig, 2003 ; Clarysse & Moray, 2004).

La littérature souligne que l'accompagnement contribue au développement des compétences entrepreneuriales, à l'amélioration des capacités de gestion et au renforcement de la prise de décision. Selon Brockhaus (1980), il favorise l'intégration de l'entrepreneur dans son environnement économique et facilite l'accès aux ressources stratégiques nécessaires au développement de l'entreprise. De même, Fayolle (2004) ainsi que Bergman et McMullen (2022) montrent que les entreprises bénéficiant d'un accompagnement structuré disposent de meilleures conditions pour développer leurs activités, mobiliser les ressources nécessaires et renforcer leurs perspectives de croissance et de pérennité.

Plusieurs cadres théoriques permettent d'expliquer cette influence. La théorie de l'auto-efficacité de Bandura (1977) suggère que l'accompagnement renforce la confiance des entrepreneurs dans leur capacité à surmonter les difficultés et à atteindre leurs objectifs. Parallèlement, les approches fondées sur le capital social soulignent que les dispositifs d'accompagnement facilitent l'intégration dans des réseaux professionnels, favorisant ainsi l'accès à l'information, aux opportunités et aux ressources (Birley & Westhead, 1994 ; Baum et al., 2000). L'accompagnement entrepreneurial apparaît ainsi comme un levier essentiel de développement des capacités entrepreneuriales et un facteur susceptible d'influencer positivement la réussite entrepreneuriale.

L'accompagnement post-crédation intervient après le lancement effectif de l'activité et répond aux défis rencontrés par les entrepreneurs durant les premières années de vie de leur entreprise. Cette phase est particulièrement critique en raison de la fragilité organisationnelle des jeunes structures, souvent confrontées à des contraintes financières, à un manque d'expérience managériale et à une faible intégration dans les réseaux d'affaires (Cassar, 2006 ; Shepherd,

2003). Contrairement à l'accompagnement pré-création, centré sur la conception du projet et la préparation au démarrage, l'accompagnement post-création s'inscrit dans une logique de consolidation, de développement et de pérennisation de l'entreprise.

La littérature montre que cet accompagnement repose sur plusieurs mécanismes complémentaires, notamment la formation ciblée, le suivi individualisé, le mentorat, le réseautage et la facilitation de l'accès aux ressources stratégiques (Hackett & Dilts, 2004 ; Spiegel, 2017). Son objectif principal est d'aider les entrepreneurs à renforcer leurs capacités de gestion, à améliorer leurs pratiques organisationnelles et à adapter leurs décisions aux évolutions de leur environnement. Selon Deakins et Freel (2009), cette approche favorise un apprentissage continu fondé sur l'expérience réelle de l'entrepreneur et sur la résolution des difficultés rencontrées dans l'exercice quotidien de son activité.

Plusieurs études soulignent également l'impact du soutien post-création sur la performance et la pérennité des entreprises. Bruneel et al. (2012) montrent que les dispositifs d'accompagnement réduisent les risques d'échec en facilitant l'acquisition de compétences et l'accès aux ressources nécessaires à la croissance. Dans le même sens, Hallen et al. (2020) considèrent que l'accompagnement entrepreneurial constitue un levier important de sécurisation des trajectoires des jeunes entreprises, en leur permettant d'accéder à des ressources, des connaissances et des réseaux nécessaires pour surmonter les défis liés aux premières phases de développement.

2. Réussite entrepreneuriale

La réussite entrepreneuriale constitue un concept central de la recherche en entrepreneuriat, mais sa définition demeure plurielle en raison de la diversité des contextes, des objectifs poursuivis par les entrepreneurs et des approches théoriques mobilisées. Elle est généralement définie comme la capacité de l'entrepreneur à atteindre les objectifs qu'il s'est fixés, qu'ils soient économiques, organisationnels ou personnels (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2001). Cette diversité de finalités explique l'absence d'un consensus unique quant aux critères permettant d'évaluer le succès entrepreneurial.

La littérature distingue traditionnellement deux grandes dimensions de la réussite entrepreneuriale. La première est objective et repose sur des indicateurs de performance mesurables tels que la croissance du chiffre d'affaires, la rentabilité, la création d'emplois ou encore la pérennité de l'entreprise (Rauch & Frese, 2007 ; Fisher et al., 2014). La seconde est subjective et renvoie au niveau de satisfaction de l'entrepreneur, à son sentiment d'accomplissement, à son autonomie décisionnelle ainsi qu'à la reconnaissance sociale obtenue

grâce à son activité (Gorgievski et al., 2011 ; Sieger et al., 2016). Ces deux approches apparaissent aujourd'hui comme complémentaires plutôt qu'opposées, plusieurs auteurs plaidant en faveur d'une conception multidimensionnelle de la réussite entrepreneuriale.

Cette approche est particulièrement pertinente dans les économies émergentes où les objectifs poursuivis par les entrepreneurs dépassent souvent la seule recherche de performance financière. Dans le contexte marocain, marqué par l'importance des très petites entreprises et la prégnance des logiques familiales et communautaires, la réussite entrepreneuriale est fréquemment associée à la capacité de créer son propre emploi, d'assurer une stabilité économique durable et de renforcer son intégration sociale au sein de son environnement (Ibourder et al., 2022 ; Global Entrepreneurship Monitor, 2023). Gorgievski et al. (2011) montrent que la réussite entrepreneuriale ne se limite pas aux indicateurs économiques, mais intègre également des dimensions personnelles telles que l'autonomie, la satisfaction personnelle et l'amélioration de la qualité de vie. Ces éléments constituent des manifestations importantes du succès perçu par les entrepreneurs.

Dans cette perspective, plusieurs auteurs proposent une vision intégrative de la réussite entrepreneuriale. Manolova, Brush et Edelman (2008) distinguent notamment trois dimensions complémentaires : la réussite économique, traduite par la performance financière de l'entreprise ; la réussite professionnelle, liée au développement des compétences et du réseau relationnel ; et la réussite personnelle, qui renvoie à l'épanouissement individuel et à la réalisation de soi. Cette approche permet de mieux rendre compte de la diversité des trajectoires entrepreneuriales et des aspirations des entrepreneurs.

3. Variables explicatives de la réussite entrepreneuriale.

3.1 Formation entrepreneuriale

La formation entrepreneuriale constitue l'une des principales composantes de l'accompagnement post-crédation. Elle vise à développer les connaissances, les compétences et les aptitudes nécessaires à la gestion et au développement de l'entreprise. Selon Henry, Hill et Leitch (2005), elle regroupe un ensemble d'interventions structurées destinées à renforcer les capacités entrepreneuriales et à améliorer la performance organisationnelle.

La littérature souligne que les effets de la formation dépassent la simple transmission de connaissances techniques. Honig (2004) considère qu'elle contribue à l'accumulation du capital humain entrepreneurial, tandis que Njoroge (2013) montre qu'elle améliore les compétences en gestion financière, en planification stratégique et en marketing. Ces compétences permettent aux entrepreneurs de mieux structurer leurs activités et de prendre des décisions plus éclairées.

Plusieurs travaux mettent également en évidence l'impact de la formation sur les dimensions cognitives de l'action entrepreneuriale. Fayolle et Gailly (2008) soulignent que les programmes de formation influencent les attitudes et les représentations des entrepreneurs, Neck et Greene (2011) montrent que la formation entrepreneuriale favorise une meilleure compréhension des contraintes liées à l'environnement entrepreneurial. Elle contribue ainsi à réduire l'incertitude perçue et à renforcer la capacité d'adaptation des entrepreneurs.

Enfin, l'efficacité des programmes dépend largement des méthodes pédagogiques utilisées. Neck et Greene (2011) défendent une approche fondée sur l'expérimentation et la résolution de problèmes, Tandis que Pittaway et Cope (2007) montrent que les dispositifs d'apprentissage expérientiel et participatif produisent des résultats plus significatifs que les formations purement théoriques. Ainsi, la formation entrepreneuriale apparaît comme un levier essentiel de renforcement des capacités entrepreneuriales et un facteur susceptible de favoriser la réussite des entreprises accompagnées.

3.2 Le suivi entrepreneurial

Le suivi entrepreneurial constitue une composante essentielle de l'accompagnement post-crédation, dans la mesure où il permet d'assurer une continuité du soutien apporté à l'entrepreneur après le lancement de son activité. Contrairement aux interventions ponctuelles, le suivi repose sur des interactions régulières visant à accompagner l'entrepreneur dans la résolution des difficultés rencontrées et dans l'adaptation de ses décisions aux évolutions de son environnement.

Plusieurs études soulignent l'importance du suivi dans l'amélioration de la performance et de la pérennité des entreprises. Abduh et al. (2007) montrent que les entreprises bénéficiant d'un accompagnement continu présentent de meilleurs résultats en matière de croissance et de durabilité. Les auteurs expliquent que le suivi favorise un encadrement stratégique permettant d'identifier rapidement les dysfonctionnements et d'apporter les ajustements nécessaires. Dans le même sens, Voisey et al. (2006) mettent en évidence que le suivi personnalisé contribue au développement des capacités managériales et facilite l'intégration des entrepreneurs dans leur environnement professionnel.

Par ailleurs, le suivi constitue un espace d'apprentissage continu favorisant la réflexion et la prise de décision. St-Jean et Audet (2012) montrent que l'accompagnement régulier améliore les pratiques de gestion, la prise de décision et les compétences entrepreneuriales des dirigeants de petites entreprises, contribuant ainsi à une meilleure organisation et performance des PME. De leur côté, Hackett et Dilts (2004) soulignent que l'intensité et la qualité du suivi figurent

parmi les principaux facteurs explicatifs de la réussite des entreprises accompagnées. Ainsi, la littérature considère le suivi entrepreneurial comme un mécanisme favorisant le renforcement des capacités entrepreneuriales et l'amélioration de la performance organisationnelle.

3.3 Réseautage et intégration de l'écosystème entrepreneuriale

Le réseautage occupe une place importante dans l'accompagnement entrepreneurial post-crédation en permettant aux entrepreneurs d'accéder à des ressources, à des informations et à des opportunités qui dépassent les capacités internes de leur entreprise. À travers les relations développées avec les différents acteurs de l'écosystème entrepreneurial, les entrepreneurs peuvent renforcer leur capital social et améliorer leur capacité à mobiliser des ressources stratégiques.

La littérature met en évidence l'impact positif du réseautage sur la performance entrepreneuriale. Wolff et Moser (2009) montrent que les comportements de réseautage favorisent l'accès à l'information, au soutien professionnel et aux opportunités d'affaires. Dans le domaine entrepreneurial, Acquah (2007) souligne que les réseaux sociaux et organisationnels facilitent l'accès aux ressources critiques, notamment le financement, les informations de marché et les partenariats stratégiques. Les entreprises bénéficiant de réseaux solides enregistrent ainsi de meilleures performances.

Les travaux de Bergman et McMullen (2022) confirment également que le capital social développé au sein des réseaux entrepreneuriaux facilite l'accès aux ressources, aux connaissances et aux opportunités, renforçant ainsi la capacité d'innovation et d'adaptation des entreprises. Cette approche s'inscrit dans les travaux fondateurs de Granovetter (1973), qui met en avant l'importance des liens sociaux dans l'accès à de nouvelles opportunités, ainsi que dans ceux de Burt (1992), selon lesquels les acteurs occupant des positions privilégiées au sein des réseaux bénéficient d'avantages informationnels significatifs. Ainsi, le réseautage apparaît comme un levier stratégique favorisant l'apprentissage, l'innovation et le développement des entreprises accompagnées.

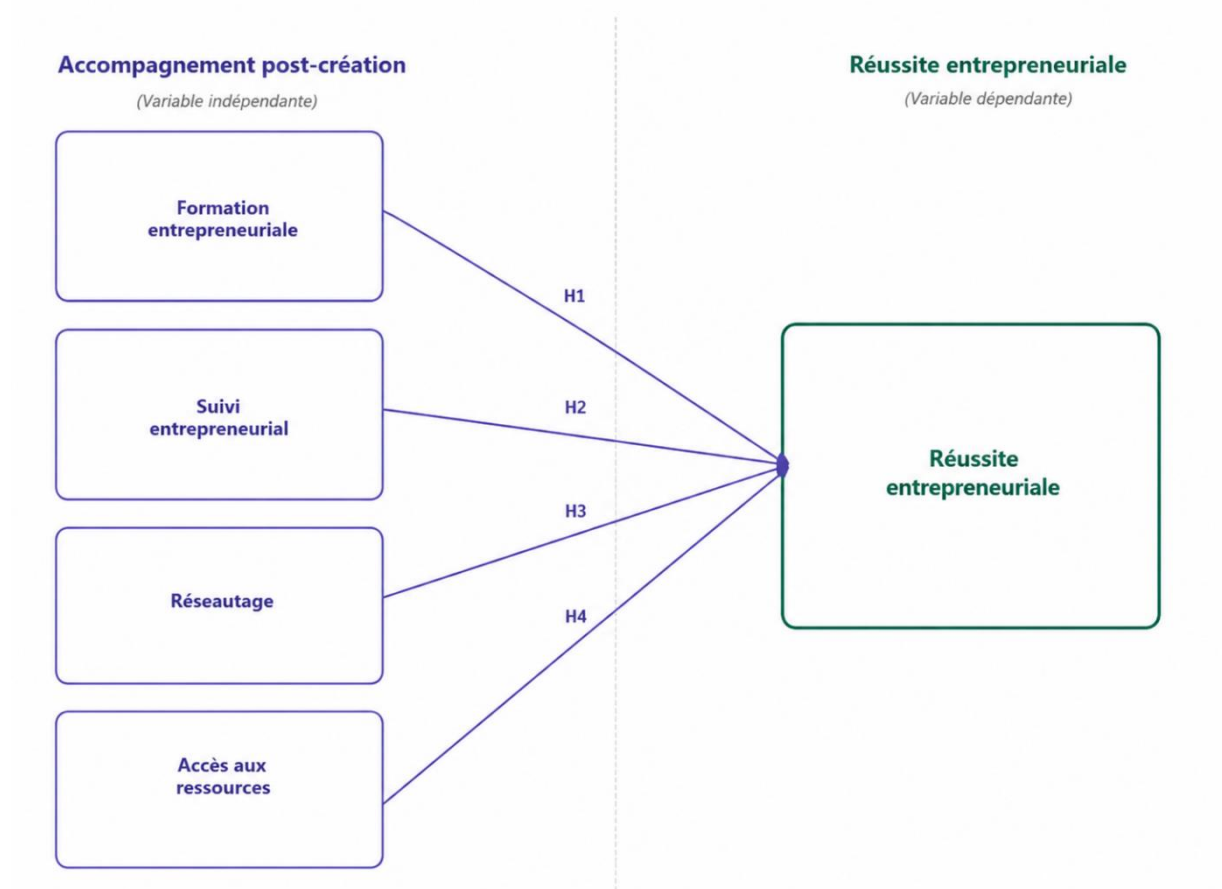
3.4 L'accès aux ressources

L'accès aux ressources constitue un facteur déterminant de la réussite des entreprises en phase post-crédation. La littérature souligne que la croissance et la pérennité des jeunes entreprises dépendent largement de leur capacité à mobiliser des ressources stratégiques, notamment l'information et le financement. Ces ressources permettent aux entrepreneurs de réduire l'incertitude, d'améliorer la prise de décision et de soutenir le développement de leurs activités.

Selon Julien, Andriambeloson et Ramangalahy (2004), l'information représente une ressource stratégique essentielle permettant aux entreprises d'identifier des opportunités, d'anticiper les évolutions du marché et de renforcer leur compétitivité. Dans la même perspective, Guo et al. (2020) soulignent que l'accès aux connaissances stratégiques et leur intégration renforcent la capacité des entrepreneurs à identifier et à exploiter les opportunités dans des environnements incertains. L'information contribue ainsi à réduire l'incertitude entrepreneuriale et à faciliter les choix stratégiques nécessaires au développement de l'entreprise.

L'accès au financement constitue également une condition essentielle du développement entrepreneurial. Bakhtiari et al. (2020) soulignent que les contraintes financières constituent un frein majeur au développement des PME, en limitant leur capacité à accéder aux ressources nécessaires à l'expansion, à l'investissement et à l'amélioration de leur performance. Dans le même sens, Beck et Demirgüç-Kunt (2006) montrent que les difficultés d'accès au financement représentent l'un des principaux obstacles à la croissance des petites entreprises. De même, Berger et Udell (1998) soulignent que les asymétries d'information limitent souvent l'accès des petites entreprises au crédit. Dans ce contexte, les dispositifs d'accompagnement jouent un rôle important en facilitant l'accès aux sources de financement et en renforçant la crédibilité des entrepreneurs auprès des partenaires financiers. Ainsi, la littérature considère l'accès à l'information et au financement comme un mécanisme stratégique favorisant la consolidation, la croissance et la pérennité des entreprises accompagnées.

Figure 1 : Modèle conceptuel de la recherche



Source : Auteurs

Hypothèses de la recherche

Sur la base de la revue de littérature présentée, quatre hypothèses principales sont formulées pour guider la validation empirique future du modèle conceptuel proposé :

H1 : La formation entrepreneuriale influence positivement la réussite entrepreneuriale.

H2 : Le suivi entrepreneurial influence positivement la réussite entrepreneuriale.

H3 : Le réseautage influence positivement la réussite entrepreneuriale.

H4 : L'accès aux ressources (information et financement) influence positivement la réussite entrepreneuriale.

Ces hypothèses seront testées dans une étude empirique auprès d'entrepreneurs marocains bénéficiaires de programmes d'accompagnement post-création, à l'aide d'un questionnaire quantitatif administré par voie directe et en ligne. Le traitement des données sera effectué par la méthode des équations structurelles (PLS-SEM), appropriée aux modèles multidimensionnels.

Conclusion

Cette revue de littérature met en évidence l'importance de l'accompagnement post-création dans le développement et la réussite des entreprises nouvellement créées. Les travaux analysés montrent que l'accompagnement ne se limite pas à un simple soutien technique, mais constitue un processus structuré favorisant le renforcement des compétences entrepreneuriales, l'amélioration des pratiques de gestion et l'accès aux ressources stratégiques nécessaires au développement de l'entreprise.

L'analyse de la littérature a permis d'identifier quatre dimensions majeures de l'accompagnement post-création susceptibles d'influencer positivement la réussite entrepreneuriale : la formation entrepreneuriale, le suivi personnalisé, le réseautage et l'accès aux ressources. Ces mécanismes contribuent à renforcer les capacités des entrepreneurs, à réduire les contraintes liées à l'incertitude et à favoriser la croissance ainsi que la pérennité des entreprises.

Par ailleurs, cette recherche souligne le caractère multidimensionnel de la réussite entrepreneuriale, qui ne peut être appréhendée uniquement à travers des indicateurs financiers, mais doit également intégrer les dimensions professionnelles et personnelles du parcours entrepreneurial. Sur cette base, un modèle conceptuel a été proposé afin de mieux comprendre les relations entre les différentes formes d'accompagnement post-création et la réussite entrepreneuriale.

Cette contribution demeure essentiellement théorique et ouvre la voie à des investigations empiriques futures. Il serait notamment pertinent de tester le modèle proposé auprès de bénéficiaires de programmes d'accompagnement entrepreneurial afin d'évaluer l'intensité et la nature des effets exercés par chaque dimension de l'accompagnement sur la réussite entrepreneuriale. Une telle démarche permettrait d'enrichir la compréhension des mécanismes de soutien à l'entrepreneuriat et de formuler des recommandations utiles aux décideurs publics et aux organismes d'accompagnement.   cet égard, une enquête quantitative auprès de bénéficiaires de structures d'appui à l'entrepreneuriat au Maroc telles que l'ANAPEC, les centres régionaux d'investissement ou les incubateurs universitaires constituerait un terrain particulièrement pertinent. Le recours à la méthode PLS-SEM permettrait de tester simultanément les relations entre les dimensions de l'accompagnement post-création et les trois composantes de la réussite entrepreneuriale.

BIBLIOGRAPHIE

- Abduh, M., D'Souza, C., Quazi, A., & Burley, H. (2007). Investigating and classifying clients' satisfaction with business incubator services. *Managing Service Quality: An International Journal*, 17(1), 74–91.
- Acquaah, M. (2007). Managerial social capital, strategic orientation, and organizational performance in an emerging economy. *Strategic Management Journal*, 28(12), 1235-1255.
- Bakhtiari, S., Breunig, R., Magnani, E., & Zhang, Y. (2020). Financial constraints and small and medium enterprises: A review. IZA Discussion Paper No. 12936.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303. <https://doi.org/10.5465/3069456>
- Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931–2943. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009>
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking & Finance*, 22(6-8), 613-673.
- Bergman, B. J., & McMullen, J. S. (2022). *Helping entrepreneurs help themselves: A review and relational research agenda on entrepreneurial support organizations*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 688–728. <https://doi.org/10.1177/10422587211028736>
- Birley, S., & Westhead, P. (1994). A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size. *Journal of Business Venturing*, 9(1), 7-31.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Bruneel, J., Ratinho, T., Clarysse, B., & Groen, A. (2012). The evolution of business incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations. *Technovation*, 32(2), 110-121.
- Burt, R. S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Cassar, G. (2006). Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth. *Journal of Business Venturing*, 21(5), 610–632. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.02.011>

- Clarysse, B., & Moray, N. (2004). A process study of entrepreneurial team formation: The case of a research-based spin-off. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 55–79.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Deakins, D., & Freel, M. (2009). *Entrepreneurship and Small Firms* (5th ed.). London: McGraw-Hill.
- Fayolle, A. (2004). *Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre*. Paris : Dunod.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569-593.
- Fisher, R., Maritz, A., & Lobo, A. (2014). Evaluating entrepreneurs' perception of success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(5), 478-492.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Gorgievski, M. J., Ascalon, M. E., & Stephan, U. (2011). Small business owners' success criteria, a values approach to personal differences. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 207-232.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Hackett, S. M., & Dilts, D. M. (2004). A systematic review of business incubation research. *Journal of Technology Transfer*, 29(1), 55-82.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? *Education + Training*, 47(2), 98-111.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 258-273.
- Ibourder, W., Fayolle, A., & Louitri, A. (2022). Exploring the next generation socialisation to entrepreneurship in family businesses: Insights from the Moroccan community. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 16(6), 988–1013.
- Julien, P.-A., Andriambeloson, É., & Ramangalahy, C. (2004). Networks, weak signals and technological innovations among SMEs in the land-based transportation equipment sector. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(4), 251–269.
- Manolova, T. S., Brush, C. G., & Edelman, L. F. (2008). What do women entrepreneurs want? *Strategic Change*, 17(3-4), 69-82.

- Hallen, B. L., Bingham, C. B., & Cohen, S. (2020). Do accelerators accelerate? If so, how? *Organization Science*, 31(2), 378–414.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Simulating entrepreneurial learning: Integrating experiential and collaborative approaches to learning. *Management Learning*, 38(2), 211–233.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Njoroge, C. W., & Gathungu, J. M. (2013). The effect of entrepreneurial education and training on development of small and medium size enterprises in Githunguri District-Kenya. *International Journal of Education and Research*, 1(8), 1–22.
- Guo, R., Lv, X., Wang, Y., Chaudhry, P. E., & Chaudhry, S. S. (2020). Decision-making logics and high-tech entrepreneurial opportunity identification: The mediating role of strategic knowledge integration. *Systems Research and Behavioral Science*, 37(4), 719–733.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.
- Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of Management Review*, 28(2), 318–328. <https://doi.org/10.5465/amr.2003.9416377>
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.
- St-Jean, É., & Audet, J. (2012). The role of mentoring in the learning development of the novice entrepreneur. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 119–140.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2001). The focus of entrepreneurial research: Contextual and process issues. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 57–80.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55–70. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- Voisey, P., Jones, P., Thomas, B., & Packham, G. (2006). Developing entrepreneurial graduates: Putting entrepreneurship at the centre of higher education. *Education + Training*, 48(8–9), 634–647.
- Wolff, H.-G., & Moser, K. (2009). Effects of networking on career success: A longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 94(1), 196–206.