African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Des configurations de personnalité aux trajectoires de pérennisation organisationnelle : le succès entrepreneurial comme mécanisme de conversion des ressources individuelles dans les PME marocaines

From Psychological Dispositions to the Mechanisms of Moroccan SME Sustainability: The Mediating Role of Entrepreneurial Success in Translating Personality Traits into Organizational Outcomes.

Auteur 1 : Abderrahman MESSAOUDI.
Auteur 2 : Youssef-karim LAHLIMI.

Abderrahman MESSAOUDI, (Enseignant chercheur)
Cadi Ayyad, FSJES, Marrakech, Maroc
Laboratoire Nouvelles Pratiques de Gestion

Youssef-karim LAHLIMI, (Docteur en sciences de gestion)
Cadi Ayyad, FSJES, Marrakech, Maroc
Laboratoire Nouvelles Pratiques de Gestion

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

Conflit d'intérêts : **Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.**

Pour citer cet article : **MESSAOUDI .A & LAHLIMI ,Y K (2026) « Des configurations de personnalité aux trajectoires de pérennisation organisationnelle : le succès entrepreneurial comme mécanisme de conversion des ressources individuelles dans les PME marocaines », African Scientific Journal « Volume 03, Num 38 » pp: 001 – 044.**

DOI : 10.5281/zenodo.24148463.
Copyright © 2026 – ASJ

Résumé

Cet article analyse l'influence des traits de personnalité de l'entrepreneur sur le succès entrepreneurial et la pérennité des entreprises dans le contexte marocain, marqué par des réformes économiques structurelles et une valorisation croissante de l'entrepreneuriat comme levier stratégique de développement. S'inscrivant dans une approche centrée sur l'individu entrepreneur, l'étude mobilise le modèle des « Big Five » afin d'appréhender le rôle des dimensions psychologiques dans la réussite et la durabilité des entreprises, au-delà des déterminants institutionnels et économiques classiquement examinés.

Sur le plan méthodologique, la recherche s'appuie sur une enquête empirique menée auprès de 96 entreprises marocaines. Les données ont été traitées à l'aide de la modélisation par équations structurelles selon l'approche PLS, via le logiciel SmartPLS. Les résultats mettent en évidence que l'ouverture à l'expérience, la conscience professionnelle et la stabilité émotionnelle exercent une influence positive et significative sur le succès entrepreneurial, lequel constitue un mécanisme médiateur central dans la relation entre les traits de personnalité et la pérennité des entreprises. L'ouverture à l'expérience se distingue comme le déterminant le plus influent du succès entrepreneurial, tandis que l'effet de l'extraversion n'est pas systématiquement confirmé.

Mots clés : Traits de personnalité, Succès entrepreneurial, Pérennité des entreprises, Modèle des Big Five

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Abstract

This article examines the influence of entrepreneurs' personality traits on entrepreneurial success and business sustainability in the Moroccan context, characterized by structural economic reforms and an increasing recognition of entrepreneurship as a strategic lever for development. Adopting an individual-centered approach, the study employs the Big Five model to investigate the role of psychological dimensions in business success and longevity, beyond the classical institutional and economic determinants.

Methodologically, the research is based on an empirical survey conducted with 96 Moroccan enterprises. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through the SmartPLS software. The results highlight that openness to experience, conscientiousness, and emotional stability exert a positive and significant influence on entrepreneurial success, which serves as a central mediating mechanism in the relationship between personality traits and business sustainability. Openness to experience emerges as the most influential determinant of entrepreneurial success, whereas the effect of extraversion is not consistently confirmed.

Keywords : Personality traits, Entrepreneurial success, Business sustainability, Big Five model

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Introduction

Au cours des dernières décennies, le Maroc a engagé un ensemble de réformes structurelles profondes visant à renforcer son insertion progressive dans l'économie mondiale, tout en assurant la consolidation d'un environnement macroéconomique stable et d'un climat social favorable au développement. Ces réformes, de nature économique, institutionnelle et sociale, se sont traduites par une accélération du processus de modernisation des politiques publiques, une amélioration relative des équilibres macroéconomiques et une ouverture progressive du marché du travail (OCDE, 2020 ; Banque mondiale, 2022 ; FMI, 2023). Dans ce contexte de transformation, les pouvoirs publics ont cherché à stimuler une croissance économique durable, à renforcer la compétitivité nationale et à favoriser la création de valeur et d'emplois, notamment à travers le soutien aux initiatives privées et à l'investissement entrepreneurial.

Dans cette dynamique économique et sociale, l'entrepreneuriat s'impose comme un levier stratégique incontournable du développement et de l'émergence de l'économie nationale. La littérature récente souligne que l'entrepreneuriat contribue de manière significative à la création d'emplois, à la réduction du chômage, à l'innovation et à la diversification du tissu productif, en particulier dans les économies émergentes (Naudé, 2021 ; Acs, Estrin, Mickiewicz et Szerb, 2022). Il constitue également un facteur clé de résilience économique et d'adaptation face aux mutations technologiques, organisationnelles et concurrentielles induites par la digitalisation et la mondialisation des marchés (Audretsch et Belitski, 2021 ; Stam et Van de Ven, 2021).

Consciente de l'importance de ce rôle, la stratégie de développement du Maroc attribue une place centrale à la promotion de l'entrepreneuriat, érigé en l'un des axes prioritaires des politiques publiques. Dans cette perspective, les autorités publiques ont déployé une batterie de mesures visant à améliorer l'écosystème entrepreneurial et à affermir la culture entrepreneuriale, dans l'objectif d'encourager la création, la croissance et la pérennité des entreprises (OCDE, 2020 ; Ministère de l'Économie et des Finances, 2021). Ces dispositifs s'articulent autour du soutien à l'auto-initiative en matière d'emploi, de l'accompagnement des porteurs de projets à travers des mécanismes d'appui technique, financier et institutionnel, de la promotion de l'esprit de créativité et d'innovation, ainsi que de l'amélioration de l'efficacité des programmes dédiés à la promotion des initiatives entrepreneuriales (Kantis, Federico et Menéndez, 2021).

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Cependant, il n'en demeure pas moins que malgré la multiplication des dispositifs d'appui et l'amélioration relative du cadre institutionnel, le taux d'échec et de mortalité des entreprises nouvellement créées demeure élevé, soulevant ainsi des interrogations quant aux déterminants réels du succès entrepreneurial et de la pérennité des entreprises (OECD/European Union, 2023). Si les facteurs économiques, financiers et institutionnels ont largement été explorés dans la littérature, une attention croissante est désormais portée aux dimensions individuelles et psychologiques du créateur d'entreprise (Obschonka et Stuetzer, 2021 ; Shepherd, Patzelt et Haynie, 2023).

En effet, les recherches contemporaines montrent que les traits de personnalité de l'entrepreneur , tels que la propension à la prise de risque, l'autonomie, la persévérance, le besoin d'accomplissement, la proactivité ou encore la tolérance à l'ambiguïté, constituent des variables déterminantes influençant la réussite entrepreneuriale, la performance et la pérennité des entreprises (Brandstätter, 2021 ; Antoncic, Bratkovic Kregar, Singh et DeNoble, 2022 ; Anjum et al., 2024). Les approches fondées sur le modèle des « Big Five » corroborent également l'impact positif de la conscienciosité, de l'ouverture à l'expérience et de l'extraversion sur le succès entrepreneurial et la survie des entreprises (Obschonka et al., 2020 ; Leutner et al., 2022).

À la lumière de ces développements théoriques et empiriques récents, la présente recherche s'inscrit dans une approche centrée sur l'individu entrepreneur, en mettant l'accent sur les déterminants psychologiques du processus entrepreneurial. Elle vise à dépasser une lecture exclusivement institutionnelle ou économique de l'entrepreneuriat afin d'intégrer les caractéristiques personnelles du créateur comme facteur explicatif du succès entrepreneurial et de la pérennité de l'entreprise.

Dès lors, la problématique centrale de cette recherche peut être formulée comme suit :

Dans quelle mesure les traits de personnalité du créateur d'entreprise influencent-ils le succès entrepreneurial et la pérennité de l'entreprise créée ?

L'objectif principal de cette recherche consiste à analyser l'influence des cinq dimensions de la personnalité entrepreneuriale, issues du modèle des Big Five, sur la pérennité des PME marocaines, tout en examinant le rôle médiateur du succès entrepreneurial dans cette relation. Plus précisément, il s'agit d'évaluer les effets respectifs de l'extraversion, du névrosisme, de l'ouverture à l'expérience, de l'agréabilité et de la conscience professionnelle sur le succès entrepreneurial et la

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

pérennité des entreprises, puis de déterminer dans quelle mesure le succès entrepreneurial contribue à expliquer les relations entre ces caractéristiques individuelles et la pérennité organisationnelle.

Sur le plan méthodologique, cette recherche s'inscrit dans une posture épistémologique positiviste et mobilise une démarche hypothético-déductive fondée sur une approche quantitative. Les données empiriques, recueillies auprès d'un échantillon de 96 entreprises marocaines appartenant à différents secteurs d'activité, sont analysées à l'aide de la modélisation par équations structurelles selon l'approche des moindres carrés partiels (PLS-SEM), au moyen du logiciel SmartPLS. Cette démarche permet d'examiner les relations directes et indirectes postulées dans le modèle conceptuel et d'apprécier la contribution explicative du succès entrepreneurial.

Afin de répondre à cette problématique et d'atteindre les objectifs poursuivis, l'article est structuré en quatre parties. La première présente les fondements conceptuels et théoriques relatifs aux traits de personnalité de l'entrepreneur, au succès entrepreneurial et à la pérennité des PME. La deuxième est consacrée au développement des hypothèses et à la présentation du modèle conceptuel de recherche. La troisième expose les choix méthodologiques, l'opérationnalisation des construits et la démarche de collecte et d'analyse des données. Enfin, la quatrième partie présente les résultats empiriques, leur analyse et leur discussion à la lumière des travaux antérieurs, avant de dégager les principales conclusions et implications de la recherche.

1. Revue de littérature:

1.1. Traits de personnalité

Les traits de personnalité sont généralement définis comme des dispositions psychologiques stables qui influencent durablement la manière dont les individus perçoivent leur environnement et orientent leurs comportements et décisions (Costa et McCrae, 1992 ; Judge et al., 2002). Dans cette perspective, ils constituent des prédicteurs trans-situationnels du comportement humain et s'avèrent particulièrement pertinents pour comprendre l'activité entrepreneuriale.

Au cours des dernières décennies, la recherche a mis en évidence un lien étroit entre personnalité et entrepreneuriat. Les méta-analyses de Zhao et Seibert (2006) et de Brandstätter (2011) montrent que les cinq grands traits de personnalité influencent significativement les intentions et les performances entrepreneuriales. Des travaux plus récents confirment que les entrepreneurs performants présentent des profils marqués par la résilience, l'adaptabilité cognitive, la conscience de soi et une prise de risque maîtrisée (Zhang et al., 2021 ; Obschonka et al., 2023).

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Ces résultats prolongent les analyses de Ciavarella et al. (2004), selon lesquelles certaines configurations de personnalité favorisent la persistance face aux difficultés. De même, Rauch et Frese (2020) soulignent le rôle central de la résilience et de l'auto-efficacité dans l'adaptation aux exigences du processus entrepreneurial, tandis que leur absence accroît le risque de désengagement précoce.

Le modèle des Big Five, proposé par Goldberg (1993), constitue le cadre théorique dominant pour l'étude de la personnalité en entrepreneuriat. Sa validité empirique est confirmée par des recherches récentes, notamment celles de Liñán et al. (2022), qui identifient l'ouverture à l'expérience et la conscience professionnelle comme des prédicteurs majeurs des intentions entrepreneuriales, en particulier chez les jeunes dans les économies en développement.

Globalement, ce corpus souligne le rôle structurant des traits de personnalité dans les trajectoires entrepreneuriales et offre des implications importantes pour la recherche, la pratique et l'accompagnement des aspirants entrepreneurs.

1.2. Le succès entrepreneurial

Le succès entrepreneurial se conçoit comme la faculté, pour un individu, de convertir une opportunité latente en une organisation viable, performante et à même de s'inscrire durablement dans les mutations souvent imprévisibles de son environnement. Il excède largement la seule réalisation d'objectifs économiques en englobant également l'accomplissement de finalités personnelles, sociales et psychologiques constitutives du cheminement entrepreneurial (Shepherd et Patzelt, 2018 ; Fisher et al., 2020).

Dans un contexte caractérisé par une incertitude persistante, une digitalisation accrue et une intensification sans précédent de la concurrence internationale, saisir les ressorts profonds qui sous-tendent la réussite entrepreneuriale apparaît désormais comme une exigence majeure pour les chercheurs, les praticiens et les décideurs publics (Acs et Audretsch, 2021 ; Maroufkhani et al., 2022).

Les travaux contemporains s'accordent à reconnaître que ladite réussite ne saurait être imputée à un déterminant unique. Elle procède, au contraire, d'une articulation complexe entre ressources individuelles, compétences professionnelles, dispositifs institutionnels et conditions structurelles de l'environnement (Baum, Frese et Baron, 2019 ; Shane, 2020). Les facteurs clés de succès désignent ainsi l'ensemble des leviers essentiels sur lesquels l'entrepreneur peut s'appuyer pour

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

garantir la soutenabilité de son projet à court, moyen et long terme (Verstraete, 1999). Leur identification revêt d'autant plus d'importance que les jeunes entreprises demeurent particulièrement fragiles au cours des premières étapes de leur développement, période décisive où la qualité des choix stratégiques, l'accès pertinent à l'information et les capacités d'adaptation jouent un rôle déterminant (Cardella et al., 2020).

Les contributions fondatrices de Gartner (1990), Littunen (2000), Lasch et al. (2005), Kessler (2007) et Ahmad et Hoffman (2007), enrichies par les apports récents de Bauweraerts (2020), Ferreira et al. (2021) et Ratten (2022), permettent de classifier ces déterminants autour de trois registres majeurs :

- **Les facteurs intrinsèques à l'entrepreneur**, incluant ses caractéristiques individuelles, ses motivations profondes et son capital de compétences ;
- **Les facteurs environnementaux**, parmi lesquels figurent le capital social, les réseaux d'affaires, les structures d'accompagnement ainsi que le cadre macro-économique et institutionnel ;
- **Les facteurs managériaux**, relatifs à la préparation stratégique, à la conception du modèle d'affaires et à la gestion opérationnelle du projet.

L'examen conjoint de ces trois dimensions, et surtout l'étude de leurs interactions, offre un éclairage heuristique particulièrement riche pour comprendre pourquoi certains entrepreneurs parviennent à ériger des organisations robustes et pérennes, tandis que d'autres peinent à franchir les premières étapes du démarrage. C'est dans cette perspective que s'inscrit la présentation qui suit, laquelle synthétise les déterminants majeurs du succès entrepreneurial tels qu'identifiés par la littérature scientifique.

1.3. La pérennité des petites et moyennes entreprises

La pérennité des petites et moyennes entreprises (PME) renvoie à un processus de long terme qui excède la simple continuité de l'activité pour englober la capacité d'adaptation à l'incertitude, à l'instabilité des environnements économiques et aux chocs exogènes. La littérature récente conçoit la survie des PME comme un phénomène évolutif résultant de l'articulation entre ressources financières, choix organisationnels et dynamiques contextuelles, conditionnant leur aptitude à se transformer et à perdurer dans le temps (Mahmood et al., 2022).

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Les travaux académiques identifient trois catégories structurantes de déterminants de cette pérennité : les facteurs économiques, les facteurs institutionnels et réglementaires, ainsi que les caractéristiques propres aux entreprises et à leurs dirigeants (Mouhtat et Touhami, 2024). Sur le plan économique, l'accès à des ressources financières durables constitue un levier central de résilience, en permettant d'atténuer les contraintes de liquidité et de soutenir l'investissement productif. Les facteurs institutionnels interviennent également de manière décisive, un environnement réglementaire favorable renforçant la capacité de survie des PME, tandis que des contraintes institutionnelles excessives peuvent en compromettre la durabilité, en particulier dans les économies en développement.

Enfin, les caractéristiques internes des PME et de leurs dirigeants, telles que la taille, l'âge de l'entreprise, les compétences managériales, l'expérience et le capital social, influencent directement la capacité d'adaptation organisationnelle. L'innovation organisationnelle et l'adoption de technologies apparaissent, à cet égard, comme des vecteurs déterminants de résilience et de survie. Dans cette perspective, la littérature converge vers l'idée que la pérennité des PME ne saurait être expliquée par un facteur isolé, mais résulte d'une combinaison synergique de ressources économiques, institutionnelles et entrepreneuriales (Mouhtat et Touhami, 2024).

2. Hypothèses et modèle de recherche

2.1. Les hypothèses de recherche

- **hypothèses relatives au lien entre traits de personnalité et succès entrepreneurial**

Pour répondre à notre problématique, nous formulons deux hypothèses de recherche qui traduisent notre modèle conceptuel tout en essayant de préciser et d'argumenter les relations qui en découlent. Certaines études ont montré qu'il existe un lien positif entre les traits de personnalité de l'entrepreneur et le succès entrepreneurial (Rauch et Frese, 2007; Fairlie et Robb, 2009; Zhao et al., 2010; Robichaud et al., 2003; Staniewski et Awruk, 2019). À ce titre, Zhao et ses coauteurs (2010) démontrent que l'extraversion, le névrosisme, l'ouverture à l'expérience, l agréabilité et la conscience professionnelle impactent positivement le succès entrepreneurial. De ce fait, nous formulons notre hypothèse principale :

H 1 : Il existe une association positive entre les traits de personnalité de l'entrepreneur et le succès entrepreneurial.

Cette hypothèse donne lieu aux cinq hypothèses dérivées ci-après :

Tout d'abord, les extravertis sont enthousiastes, joyeux, affirmatifs, énergiques, sociables et recherchent les occasions de s'enthousiasmer (Barrick et al., 2003 ; Costa, McCrae, 1992). Au contraire, les introvertis préfèrent être seuls, sont discrets, silencieux et se caractérisent par un manque d'engagement social. En se lançant dans une nouvelle entreprise, les entrepreneurs sont censés avoir de nombreux contacts avec les partenaires internes et externes de l'entreprise. Les entrepreneurs extravertis construisent des réseaux solides pour faciliter leur accès aux ressources externes. Comme le mentionnent Zhao et Seibert (2006), la sociabilité des extravertis leur permet de mobiliser les autres et de développer des interactions sociales entendues. En outre, les entrepreneurs extravertis renforcent la motivation et l'engagement des employés et améliorent l'environnement de travail. Sur cette base, nous formulons la sous- hypothèse suivante :

H1a : il existe une association positive entre les entrepreneurs extravertis et le succès entrepreneurial.

De même, les individus émotionnellement stables se distinguent par leur calme, leur confiance en soi, leur tolérance au stress, leur décontraction et leur humeur égale. Au contraire, les traits communs des individus névrosés sont l'anxiété, la dépression, l'impulsivité, l'hostilité, la vulnérabilité et la conscience de soi (Costa, McCrae, 1992). Les entrepreneurs sont confrontés à des situations qui génèrent du stress. En effet, de nombreux facteurs tels que "l'environnement de travail, la charge de travail, le conflit travail-famille et le risque financier lié à la création et à la gestion d'une nouvelle entreprise peuvent engendrer un stress physique et psychologique" (Zhao, Seibert, 2006). Sur cette base, nous formulons l'hypothèse :

H1b : il existe une association négative entre les entrepreneurs ayant un niveau élevé de névrosisme et le succès entrepreneurial.

Par ailleurs, les individus ouverts à l'expérience sont non traditionnels, imaginatifs et intellectuellement curieux (McCrae, Costa, 1987). Ils ont tendance à apprécier la nouveauté et à explorer de nouvelles façons de faire les choses, ce qui les rend créatifs et innovants (Schumpeter, 1934). Le succès entrepreneurial étant basé sur la créativité, l'ingéniosité et la capacité à découvrir des voies innovantes, une association positive peut être soulignée entre ce trait de personnalité et

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

le succès entrepreneurial (Ames, Runco, 2005). Barrick et Mount (1991) ont souligné que les individus très ouverts à l'expérience peuvent avoir des attitudes positives à l'égard des expériences d'apprentissage. Cependant, les individus moins ouverts sont conservateurs et préfèrent les routines et le statu quo, qui sont manifestement défavorables aux activités entrepreneuriales (Zhao et al., 2010). Par conséquent, l'hypothèse suivante est proposée :

H1c : Il existe une association positive entre les entrepreneurs très ouverts à l'expérience et le succès entrepreneurial.

Un individu agréable est coopératif, bienveillant, doux, confiant, indulgent, complaisant et empathique, tandis qu'un individu désagréable est non coopératif, méfiant, egocentrique, sceptique à l'égard des intentions des autres et manipulateur (Costa, McCrae, 1992). Des études antérieures ont rapporté des résultats mitigés quant à l'effet de l'agréabilité sur le succès entrepreneurial. Dans ce sens, (Cantner et al., 2011), attestent qu'un degré élevé d'agréabilité peut réduire le taux d'échec entrepreneurial. À partir de ce qui précède, nous pouvons avancer l'hypothèse suivante :

H1d : il existe une association positive entre les entrepreneurs dont le niveau d'agréabilité est élevé et le succès entrepreneurial.

Le caractère consciencieux est un trait de personnalité multidimensionnel qui intègre l'orientation vers la réussite, la fiabilité et l'ordre. Les personnes consciencieuses se caractérisent par leur sens de l'organisation et leur efficacité (McCrae, Costa, 1997). Les personnes très performantes sont susceptibles de rechercher des solutions nouvelles et meilleures (Caliendo et al., 2014), ainsi que d'être travailleuses et persévérantes (Barrick,

Mount, 1991 ; Rothmann, Coetzer, 2003). En outre, la fiabilité et l'ordre font référence à un engagement envers les normes et les règles, ainsi qu'à la capacité des individus à être planifiés et organises (Barrick, Mount, 1991 ; Cantner et al., 2011;Rothmann, Coetzer, 2003). Sur cette base, nous formulons l'hypothèse :

H1e : il existe une association positive entre les entrepreneurs ayant un niveau élevé de conscience professionnelle et le succès entrepreneurial.

- **Hypothèses relative au lien entre traits de personnalité et la pérennité de l'entreprise**

L'approche descriptive (approche par les traits) s'intéresse à l'entrepreneur en tant que personne. Elle consiste à repérer les traits de personnalité et les caractéristiques qui définissent la personnalité de l'entrepreneur. Cette approche estime que les entrepreneurs possèdent des traits de personnalité,

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

des attributs personnels et un système de valeurs qui les prédisposent à une activité entrepreneuriale (Boufahja et Abriane, 2023 ; Passy, 2021). Selon les études faites par Elafi et al. (2021), les traits de personnalité jouent un rôle primordial dans la pérennité de l'entreprise. Sur la base de cette revue de littérature, nous émettons notre hypothèse :

H 2: les traits de personnalité d'entrepreneur a une influence sur la pérennité de la PME.

La confirmation de cette relation générale sera fondée sur l'étude de cinq hypothèses dérivées à savoir :

- **H2a :** il existe un lien de causalité positif entre L'extraversion et la pérennité de la PME.
  H2b : il existe un lien de causalité négatif entre le névrosisme et la pérennité de la PME.
  H2c : il existe un lien de causalité positif entre l'ouverture à l'expérience et la pérennité de la PME.
- **H2d :** il existe un lien de causalité positif entre l'agréabilité et la pérennité de la PME.
  H2e : il existe un lien de causalité positif entre la conscience professionnelle et la pérennité de la PME.

➢ **Hypothèses relative au lien entre succès entrepreneurial et la pérennité de l'entreprise :**

Le succès entrepreneurial constitue un levier déterminant de la pérennité des PME, en traduisant l'exploitation efficace des ressources et des compétences de l'entrepreneur en performances durables (Gorgievski et Stephan, 2016 ; Rauch et Frese, 2007). Conformément à la théorie des ressources et compétences et à celle du capital entrepreneurial, ce succès renforce l'avantage concurrentiel, la résilience organisationnelle et la capacité de survie à long terme des entreprises (Barney, 1991 ; Wernerfelt, 1984 ; Collins et al., 2004 ; Stam et al., 2014). Il constitue ainsi un indicateur synthétique de la qualité des décisions entrepreneuriales et un facteur clé de la pérennité des PME (Greiner, 1972 ; Deakins et Freel, 2012 ; Shrader et al., 2000 ; Lumpkin et Dess, 1996). Sur la base de cette revue de littérature, nous émettons notre hypothèse :

H 3 :Le succès entrepreneurial a une influence positive sur la pérennité de la PME.

➢ **Hypothèses relative au lien entre succès entrepreneurial et la pérennité de l'entreprise :**

Le succès entrepreneurial constitue un mécanisme explicatif central reliant les traits de personnalité de l'entrepreneur à la pérennité de la PME (Rauch et Frese, 2007 ; Zhao et al., 2010). En traduisant

les caractéristiques individuelles en résultats concrets tels que la rentabilité, la croissance et l'innovation, il permet de transformer les ressources personnelles de l'entrepreneur en avantages compétitifs durables (Barney, 1991 ; Gorgievski et Stephan, 2016). Ainsi, le succès entrepreneurial joue un rôle médiateur clé dans la relation entre personnalité entrepreneuriale et pérennité de l'entreprise (Stam et al., 2014 ; Deakins et Freel, 2012).

H4 : Le succès entrepreneurial joue un rôle médiateur dans la relation entre les traits de personnalité de l'entrepreneur et la pérennité de la PME.

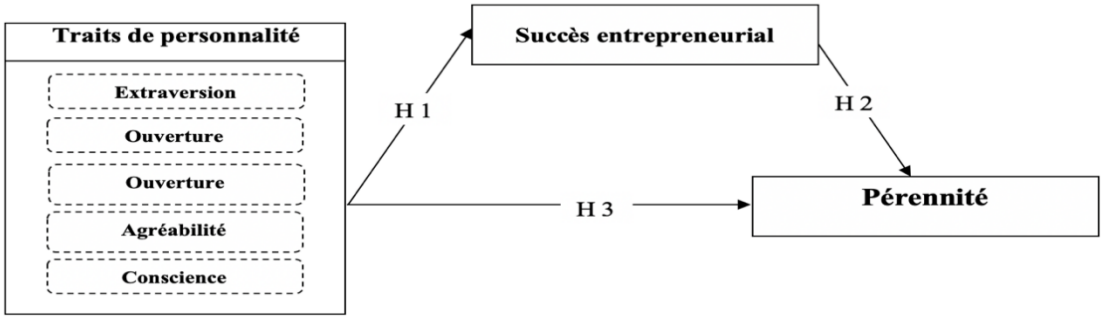
Cette hypothèse générale se décline en cinq sous-hypothèses spécifiques :

- **H4a :** Le succès entrepreneurial médie la relation entre l'extraversion de l'entrepreneur et la pérennité de la PME.
- **H4b :** Le succès entrepreneurial médie la relation entre le névrosisme de l'entrepreneur et la pérennité de la PME.
- **H4c :** Le succès entrepreneurial médie la relation entre l'ouverture à l'expérience de l'entrepreneur et la pérennité de la PME.
- **H4d :** Le succès entrepreneurial médie la relation entre l'agréabilité de l'entrepreneur et la pérennité de la PME.
- **H4e :** Le succès entrepreneurial médie la relation entre la conscience professionnelle de l'entrepreneur et la pérennité de la PME.

2.2. Présentation du modèle de recherche

Sur la base des liens hypothétiques entre les construits présentés et argumentés ci-dessus, nous proposons un modèle conceptuel dans lequel les traits de personnalité est la variable exogène explicative. Le Succès entrepreneurial et la Pérennité de l'entreprise sont des variables endogènes à expliquer.

Figure 1 : Modèle conceptuel



Source : Nous-mêmes

Ce modèle de recherche conceptuel issu des travaux de recherche d'origine étrangère fera objet d'adaptation et de contextualisation à l'aide d'une étude qualitative exploratoire avant qu'il soit testé et vérifié auprès d'un échantillon de créateurs d'entreprises de petite et moyenne taille. Aussi, les trois construits seront opérationnalisés à l'aide des échelles de mesure pertinentes qu'il nous incombe de trouver et de contextualiser éventuellement.

3. Méthodologie de recherche

3.1. La posture épistémologique

Au regard de la problématique soulevée et des objectifs poursuivis par cette recherche, l'étude s'inscrit dans une posture épistémologique positiviste et adopte une démarche hypothético-déductive. Cette orientation méthodologique vise à soumettre à une vérification empirique le modèle conceptuel proposé ainsi que les hypothèses qui en découlent, à partir de l'analyse des relations entre les différentes variables retenues. Plus précisément, la recherche cherche à examiner l'influence des traits de personnalité de l'entrepreneur, considérés comme variable indépendante, sur la pérennité de l'entreprise, appréhendée comme variable dépendante, tout en accordant une attention particulière au rôle médiateur du succès entrepreneurial. Il s'agit ainsi d'identifier et de mesurer les effets directs et indirects des caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur sur la durabilité organisationnelle, en déterminant dans quelle mesure le succès entrepreneurial constitue un mécanisme explicatif de cette relation. Cette démarche permettra, à travers la collecte et l'analyse de données empiriques, de vérifier la validité des relations postulées et d'apprécier le pouvoir explicatif du modèle conceptuel proposé.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

3.2. Opérationnalisation des construits

Étant donné que les variables du modèle constituent des construits théoriques non directement observables, leur analyse empirique nécessite une opérationnalisation préalable. Celle-ci consiste à décomposer chaque variable en dimensions et en indicateurs observables et mesurables, permettant ainsi de les traduire en éléments concrets et de faciliter leur mesure à travers un questionnaire adapté.

L'instrument le plus couramment utilisé par les chercheurs et les praticiens pour évaluer les cinq grands traits de personnalité est le NEO Five-Factor Inventory (FFI) de 60 items, qui comprend 12 items pour chaque trait (Costa, McCrae, 1992). Cependant, nous avons utilisé la version à 30 items du NEO-FFI qui comprend six facettes pour chaque trait (Digman, 1990 ; Goldberg, 1992). Cette version du NEO-FFI a été appliquée dans des études antérieures et a démontré de bonnes propriétés psychométriques par rapport à des questionnaires plus longs (Körner et al., 2015).

Afin de mesurer le succès entrepreneurial, nous avons retenu l'échelle Fisher et al., (2014). Selon ces auteurs, la mesure du succès entrepreneurial a été développée et testée sur un échantillon de 213 créateurs d'entreprise australiens. L'objectif de l'étude était de vérifier si le succès entrepreneurial, tels qu'identifiés par les entrepreneurs, pouvaient être établis à partir des neuf items.

Afin de mesurer la pérennité des petites et moyennes entreprises, nous avons retenu une adaptation de l'échelle développée par Ahmad, Omar et Quoquab (2019), consacrée à la longévité durable des organisations (*Corporate Sustainable Longevity*). Cette approche permet d'appréhender la pérennité comme un phénomène multidimensionnel, qui ne se limite pas à la simple continuité temporelle de l'entreprise, mais intègre également les capacités financières, commerciales, organisationnelles et stratégiques susceptibles de favoriser son maintien à long terme.

Dans cette perspective, la pérennité des PME est définie comme leur capacité à assurer durablement la continuité de leurs activités, à préserver leur équilibre économique et financier, à entretenir des relations pérennes avec leurs partenaires et à mobiliser leurs ressources et compétences pour s'adapter aux transformations de leur environnement.

L'instrument proposé comprend 31 items, adaptés au contexte des PME marocaines et organisés, à titre conceptuel, autour de cinq dimensions : la solidité financière et la gouvernance, l'orientation commerciale et la fidélisation de la clientèle, l'efficacité opérationnelle et la qualité, l'orientation

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

stratégique et la compétitivité, ainsi que le développement des compétences et l'amélioration continue.

Cette adaptation vise à tenir compte des spécificités des PME, notamment de leurs contraintes de financement, de leur dépendance à la clientèle, de leurs ressources organisationnelles limitées et de la place déterminante du dirigeant dans les décisions stratégiques.

Pour l'ensemble des items, nous avons utilisé une échelle de likert allant de 1 à 5 : 1. Pas du tout d'accord- 2. Un peu d'accord- 3. Ni d'accord ni en désaccord- 4. Un peu d'accord- 5. Tout à fait d'accord

3.3. Outil de collecte des données et processus d'échantillonnage

Étant donné la nature quantitative des variables mobilisées dans le modèle de recherche, le questionnaire a été retenu comme principal instrument de collecte des données. Cet outil a permis de recueillir des informations standardisées auprès d'un échantillon composé de 96 entreprises marocaines, appartenant à divers secteurs d'activité, garantissant ainsi une diversité organisationnelle et sectorielle pertinente pour l'analyse empirique.

L'administration du questionnaire a été réalisée principalement selon une approche en face à face, complétée par une diffusion en ligne, afin d'optimiser le taux de réponse et d'assurer la qualité et la fiabilité des données collectées.

L'étude s'inscrit dans une démarche hypothético-déductive, visant à tester empiriquement un cadre théorique mettant en évidence les relations entre l'apprentissage organisationnel, l'innovation managériale, l'avantage compétitif et la performance des entreprises.

4. Présentation et discussion des résultats de l'étude quantitative.

Pour examiner les relations causales entre plusieurs variables latentes, cette recherche mobilise la méthode des équations structurelles fondée sur les moindres carrés partiels (PLS-SEM). Cette méthode permet d'estimer simultanément les relations entre les construits tout en évaluant la qualité de leur mesure (Roussel et al., 2002).

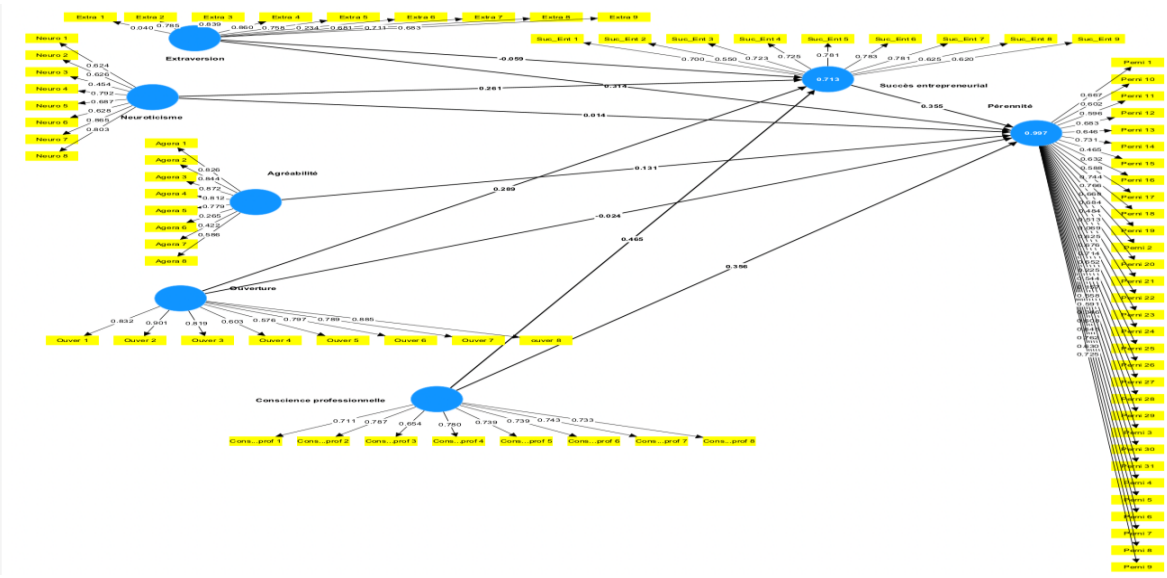
Le modèle d'équations structurelles repose sur deux composantes complémentaires :

- **Le modèle de mesure :** il établit les relations entre les indicateurs observables et les variables latentes qu'ils permettent de mesurer.

- **Le modèle structurel :** il représente les relations hypothétiques entre les variables latentes et permet d'examiner les effets directs et indirects postulés par le chercheur.

Dans le cadre de cette recherche, le modèle conceptuel initial, avant son ajustement empirique, se présente comme suit :

Figure 2 : modèle de recherche avant ajustement



Source : nos analyses

4.1. L'évaluation du modèle de mesure

Le modèle de mesure représente les relations linéaires supposées entre les variables latentes et les variables manifestes. Pour examiner le modèle de mesure, une revue de littérature suggère de retenir trois critères dans l'évaluation de la qualité du modèle de mesure : la fiabilité des échelles de mesure, la validité convergente et la validité discriminante.

4.1.1 Fiabilité du modèle de mesure

Avec SmartPLS 4, la fiabilité des indicateurs est évaluée à partir de leurs loadings, qui doivent idéalement être supérieurs à 0,707 (Chin, 1998). Les indicateurs présentant des valeurs inférieures peuvent être éliminés, sous réserve de leur pertinence théorique. Par ailleurs, la fiabilité interne des construits est appréciée à travers l'alpha de Cronbach et la fiabilité composite, dont les valeurs doivent généralement être supérieures à 0,70. Ces critères permettent de vérifier la cohérence et la fiabilité des instruments de mesure avant l'évaluation du modèle structurel.

Tableau 1 : Résultats d'analyse de la fiabilité du modèle de mesure

Construits	Items	Loading	Alpha de cronbach
Traits de personnalité	Agrea 1	0.803	0.821
	Agrea 4	0.887	
	Agrea 5	0.882	
	Consc_prof 4	0.774	0.863
	Consc_prof 5	0.794	
	Consc_prof 6	0.838	
	Consc_prof 7	0.795	
	Consc_prof 8	0.819	
	Extra 2	0.887	0.756
	Extra 5	0.906	
	Neuro 8	0.802	0.679
	Neuro 5	0.758	
	Neuro 6	0.781	
	Ouver 1	0.845	0.856
	Ouver 3	0.844	
	Ouver 6	0.838	
	Ouver 7	0.816	
Pérennité	Perni 9	0.767	0.907
	Perni 10	0.743	
	Perni 11	0.808	
	Perni 12	0.775	
	Perni 13	0.811	
	Perni 14	0.824	
	Perni 19	0.729	
Succès entrepreneurial	Suc_Ent 3	0.842	0.793
	Suc_Ent 4	0.792	
	Suc_Ent 5	0.774	
	Suc_Ent 7	0.784	

Source : *Nos analyses*

4.1.2 Analyse de la validité du construit

Par la suite, la validité du modèle de mesure a été évaluée au moyen de deux paramètres statistiques: la validité convergente et la validité discriminante (Hair, Ringle, et Sarstedt, 2012).

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

4.1.2.1 Analyse de la validité convergente

La validité convergente du modèle est examinée à travers la significativité des contributions factorielles des indicateurs et le calcul de la variance moyenne extraite (AVE), dont la valeur doit être supérieure ou égale à 0,50. La fiabilité interne des construits est évaluée à l'aide de l'alpha de Cronbach et de la fiabilité composite, avec un seuil généralement admis de 0,70 (Nunnally, 1978 ; Fornell et Larcker, 1981). Ces critères permettent de vérifier la qualité des instruments de mesure et la cohérence des construits étudiés. Le tableau suivant présente la synthèse des résultats obtenus.

Tableau 2 : Signification et Fiabilité Composée (ρ) par construit

	Composite reliability
Agréabilité	0.893
Conscience professionnelle	0.901
Extraversion	0.891
Neuroticisme	0.824
Ouverture	0.903
Pérennité	0.921
Succès entrepreneurial	0.875

Source : *Nos analyses*

4.1.2.2 Analyse de la validité discriminante

La validité discriminante, complément de la validité convergente, mesure la capacité des construits latents à se distinguer empiriquement les uns des autres. Elle repose sur le principe qu'un construit doit partager davantage de variance avec ses propres indicateurs qu'avec les autres construits. Dans le PLS-SEM, cette condition est remplie lorsque la variance moyenne extraite (AVE) d'un construit dépasse le carré de ses corrélations avec les autres construits (r^2).

Selon le critère de Fornell et Larcker (1981), la validité discriminante est confirmée si la racine carrée de l'AVE, placée sur la diagonale de la matrice de corrélation, est supérieure aux corrélations inter-construits. Une AVE > 0,5 et une racine carrée de l'AVE excédant toutes les corrélations inter-construits indiquent que le modèle respecte la validité discriminante. Le tableau ci-dessous présente les résultats selon ce critère.

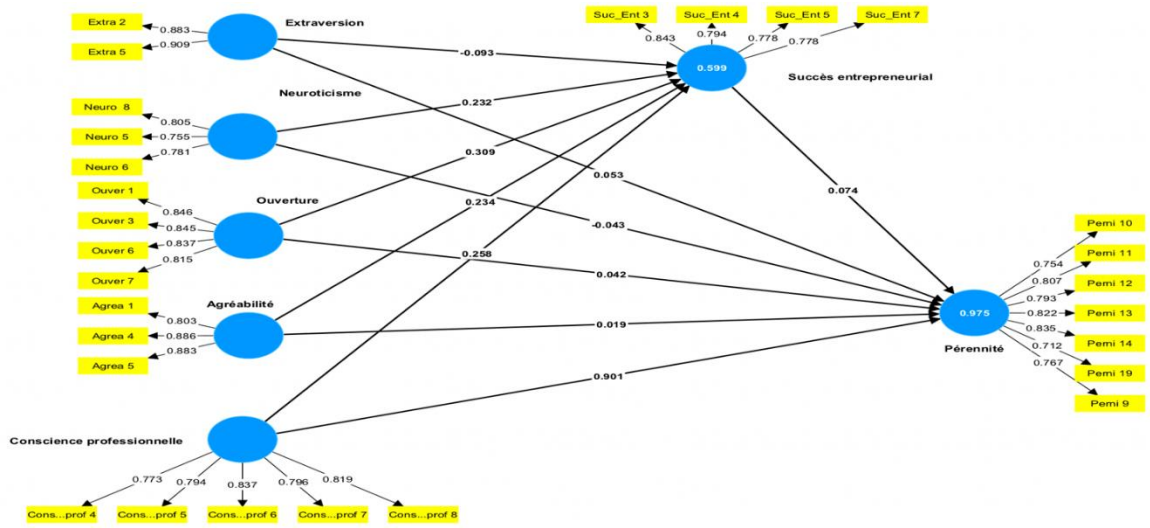
Tableau 3 : La validité discriminante mesurée par la variance moyenne extraite (AVE) au carré

	AVE	Agréabilité	Conscience professionnelle	Extraversion	Neuroticisme	Ouverture	Pérennité	Succès entrepreneurial
Agréabilité	0,737	0.858						
Conscience professionnelle	0,647	0.477	0.804					
Extraversion	0,804	0.563	0.469	0.896				
Neuroticisme	0,609	0.481	0.533	0.384	0.781			
Ouverture	0,698	0.591	0.558	0.629	0.502	0.836		
Pérennité	0,594	0.552	0.769	0.535	0.543	0.636	0.771	
Succès entrepreneurial	0,637	0.599	0.623	0.444	0.601	0.649	0.722	0.798

***Source** : Nos analyses*

Les résultats du tableau montrent que les racines carrées des AVE diagonales dépassent les corrélations inter-construits, indiquant que les items contribuent davantage à leur propre construit qu'aux autres. L'analyse des trois indices confirme que le modèle de mesure est valide : homogénéité des échelles suffisante, validité convergente (contributions factorielles et AVE) et validité discriminante (corrélations inter-construits et contributions croisées) sont satisfaisantes et significatives. La figure ci-dessous présente le modèle de mesure réalisé avec SmartPLS.

Figure 3 : Modèle de recherche après ajustement



Source *: Nos analyses*

4.2. L'évaluation du modèle structurel

4.2.1 Le coefficient de détermination (R2)

La première information que nous pouvons relever de ce tableau est le coefficient de détermination **R^2**. Il nous permet d'estimer la part de variation de chaque variable dépendante expliquée par la ou les variables explicatives.

Pour le modèle structurel de la variable pérennité, nous avons pu dégager un coefficient de détermination important de 0.967 qui montre que l'iles traits de personnalité d'entrepreneur et le succès entrepreneurial sont des facteurs importants dans la variation de la variable pérennité.

Concernant le modèle structurel de la variable Succès entrepreneurial, il donne une valeur **R^2** modérée de 0.629. Chose qui permet de montrer que les traits de personnalité d'entrepreneur contribuent modérément dans l'explication de cette variable dépendante.

Ci-dessous un tableau représentatif des résultats du coefficient de détermination (R^2) :

Tableau 4 : coefficient de détermination (R^2)

	R Square	**Résultat**
Pérennité	0.967	Forte
Succès entrepreneurial	0.629	Modérée

Après la stabilisation du modèle de mesure à l'aide de la méthode PLS-SEM, l'analyse porte désormais sur l'évaluation du modèle structurel. Cette étape consiste à apprécier la qualité globale

du modèle et à tester les hypothèses de recherche, afin de vérifier la significativité et la portée des relations postulées entre les construits. Les résultats obtenus seront ensuite interprétés à la lumière des fondements théoriques et des travaux empiriques mobilisés dans cette recherche.

4.2.2 La qualité globale du modelé : le test d'adéquation (GOV)

L'indice de goodness of fit (GOF) évalue la qualité globale d'un modèle en combinant la performance du modèle externe (communalité moyenne) et du modèle interne (R^2 moyen) (Tenenhaus et al., 2005; Mourre, 2010). Il mesure ainsi le pouvoir explicatif et la prédictivité du modèle. Les résultats montrent que le GOF dépasse le seuil recommandé de 30%, indiquant à la fois une bonne qualité des liens entre construits et variables latentes et une solidité des relations structurelles.

$$\mathbf{GOF = \sqrt{[(0{,}675143) \times (0{,}798)]} = 73{,}40\%}$$

4.2.3 La taille de l'effet (f2)

Les résultats donnés par l'indicateur de mesure de l'effet des variables explicatives **(f^2)** se présentent ainsi :

Pour le construit succès entrepreneurial, l'effet de la variable explicative agréabilité demeure fort, soit un f^2de 0.351, alors que la variable indépendante conscience professionnelle, Neuroticisme et l'ouverture dégagent respectivement un f^2 de 0.046 , 0.041 et 0.039, ce qui montre que ces variables exercent un effet explicatif moyen sur le succès entrepreneurial. Tandis que la variable Extraversion dégage un f^2 de 0.013 inférieur à 0.02, chose qui montre que cette variable n'exerce pas un effet marquant. Cela revient à dire que la suppression de cette variable n'aura aucune incidence sur la variation de R^2.

Pour le construit pérennité, l'effet de Succès entrepreneurial s'élève à 2.178 ce qui montre que cette variable exerce un effet marquant sur la variation de R^2, alors que la conscience professionnelle, l'Agréabilité et l'ouverture dégagent respectivement un f^2 de 0.103, 0.083 et 0.075, ce qui montre que ces variables ont un effet explicatif moyen sur la pérennité.

S'agissant des variables indépendantes en l'occurrence l'Extraversion et le Neuroticisme, elles dégagent respectivement un f^2 de 0.011 et 0.002 inférieur à 0.02, chose qui montre que ces variables

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

n'exercent pas un effet marquant. Cela revient à dire que la suppression de ces variableS n'aura aucune incidence sur la variation de R^2.

Ci-dessous un tableau représentatif des résultats de la taille de l'effet (f^2) :

Tableau 5 : la taille de l'effet (f^2)

	Succès entrepreneurial	Pérennité
Agréabilité	0.351	0.083
Conscience professionnelle	0.046	0.103
Extraversion	0.013	0.011
Neuroticisme	0.041	0.002
Ouverture	0.039	0.075
Succès entrepreneurial		2.178

Source : *Nos analyses*

4.2.4 La pertinence prédictive du modèle (Q2)

Les résultats de la pertinence prédictive des deux modèles structurels sont formulés comme suit : Le modèle du Succès entrepreneurial donne un Q^2 de 0.312, cette valeur montre que la pertinence prédictive de ce modèle est acceptable. Un résultat similaire a été enregistré pour le modèle explicatif de Pérennité qui donne une valeur Q^2 de 0.405, chose qui reflète aussi une qualité prédictive forte du modèle structurel de cette variable.

Ci-dessous un tableau représentatif des résultats de la pertinence prédictive (Q^2) :

Tableau 6: La pertinence prédictive du modèle (Q^2)

	Q^2 predict	RMSE	MAE
Succès entrepreneurial	0.312	0.842	0.663
Pérennité	0.405	0.784	0.588

Source : Nos analyses

4.2.5 Le test des hypothèses de recherche

En utilisant la régression PLS, l'analyse des résultats obtenus nous a permis de stabiliser le modèle de mesure. Nous allons procéder dans ce qui suit à l'évaluation de la validité globale du modèle plus au test des hypothèses du modèle structurel

Le test des hypothèses de notre modèle de recherche consiste tout d'abord à évaluer le niveau de significativité des paramètres d'estimation (path coefficient) des relations entre les variables latentes. Dans la perspective des recommandations de Chin (1998), nous avons utilisé la technique rééchantillonnage par bootstrapping avec un échantillon 500 à l'aide du logiciel SmartPLS 4.

4.2.5.1 Test des hypothèses directes

- **H 1 : Il existe une association positive entre les traits de personnalité de l'entrepreneur et le succès entrepreneurial.**

H1a. « Extraversion » affecte positivement le **« Succès entrepreneurial »**

L'analyse des résultats révèle que le coefficient bêta standardisé est négatif et statistiquement significatif au seuil de 5 % ($\beta = -0{,}113$; $p < 0{,}05$). Ce résultat indique que l'extraversion exerce une influence négative sur le succès entrepreneurial. Autrement dit, une augmentation d'un écart-type du niveau d'extraversion est associée à une diminution de 0,113 écart-type du succès entrepreneurial, toutes choses égales par ailleurs.

Ce résultat va à l'encontre de la relation positive initialement postulée dans la première sous-hypothèse, selon laquelle l'extraversion exercerait une influence positive sur le succès entrepreneurial. Par conséquent, l'hypothèse H1a est rejetée.

Tableau 7: Analyse du lien direct entre « Extraversion » affecte positivement « Succès entrepreneurial »

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H1a	Extraversion -> Succès entrepreneurial	-0.113	0.091	1.249	0.212	Rejetée

H1b : « Neuroticisme » influence négativement le **« Succès entrepreneurial ».**

L'analyse des résultats révèle que le coefficient bêta standardisé est négatif et statistiquement significatif au seuil de 5 % ($\beta = -0{,}255$; $p < 0{,}05$). Ce résultat indique que le névrosisme exerce une influence négative sur le succès entrepreneurial. En effet, une augmentation d'un écart-type du névrosisme entraîne une diminution de 0,255 écart-type du succès entrepreneurial, toutes choses égales par ailleurs.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Ce résultat confirme la deuxième sous-hypothèse (H1b), qui postule une relation négative entre le névrosisme et le succès entrepreneurial. Par conséquent, l'hypothèse H1b est validée.

Tableau 8 : Analyse du lien direct entre « Neuroticisme » influence négativement le « Succès entrepreneurial »

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H1b	Neuroticisme -> Succès entrepreneurial	-0.255	0.093	2.749	0.006	Confirmée **
**** La valeur est significastive au seuil de 0,05**						

H1c : « Ouverture » aura une influence positive sur le « Succès entrepreneurial »

L'analyse des résultats révèle que le coefficient bêta standardisé est positif et statistiquement significatif au seuil de 5 % ($\beta = 0,342$; $p < 0,05$). Ce résultat indique que l'ouverture à l'expérience exerce une influence positive sur le succès entrepreneurial. Autrement dit, une augmentation d'un écart-type du niveau d'ouverture à l'expérience est associée à une augmentation de 0,342 écart-type du succès entrepreneurial, toutes choses égales par ailleurs.

Ce résultat confirme la troisième sous-hypothèse (H1c), selon laquelle l'ouverture à l'expérience exerce une influence positive sur le succès entrepreneurial. Par conséquent, l'hypothèse H1c est validée.

Tableau 9 : Analyse du lien direct entre « Ouverture » aura une influence spositive sur le « Succès entrepreneurial »

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H1c	Ouverture -> Succès entrepreneurial	0.342	0.129	2.653	0.008	Confirmée**
**** La valeur est significastive au seuil de 0,05**						

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

H1d. « Agréabilité » affecte positivement le **« Succès entrepreneurial ».**

Les résultats de l'estimation révèlent une relation positive entre les deux variables, avec un coefficient bêta standardisé de 0,196 (β = 0,196). Par ailleurs, la valeur du t de Student est de 2,234, supérieure au seuil critique de 1,96, ce qui confirme la significativité statistique de cette relation au seuil de 5 %.

Ces résultats mettent ainsi en évidence une influence positive et statistiquement significative entre les deux construits, conformément à la relation postulée dans l'hypothèse H1d. Par conséquent, l'hypothèse H1d est validée.

Tableau 10 : Analyse du lien direct entre « Agréabilité » affecte positivement le « Succès entrepreneurial ».

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H1d	Agréabilité -> Succès entrepreneurial	0.196	0.088	2.234	0.026	Confirmée**
**** La valeur est significastive au seuil de 0,05**						

H1e : « Conscience professionnelle » influence positivement **« Succès entrepreneurial ».**

L'analyse des résultats révèle que le coefficient bêta standardisé est positif et statistiquement significatif au seuil de 5 %. En effet, les estimations mettent en évidence une relation positive entre la conscience professionnelle et le succès entrepreneurial (β = 0,274). Autrement dit, une augmentation d'un écart-type du niveau de conscience professionnelle est associée à une augmentation de 0,274 écart-type du succès entrepreneurial, toutes choses égales par ailleurs.

Par ailleurs, la valeur du t de Student est de 2,916, supérieure au seuil critique de 1,96, confirmant ainsi la significativité statistique de cette relation.

Ces résultats confirment la cinquième sous-hypothèse (H1e), selon laquelle la conscience professionnelle exerce une influence positive sur le succès entrepreneurial. Par conséquent, l'hypothèse H1e est validée.

Tableau 11: Analyse du lien direct entre « Conscience professionnelle » influence positivement « Succès entrepreneurial ».

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H1e	Conscience professionnelle -> Succès entrepreneurial	0.274	0.094	2.916	0.004	Confirmée**
**** La valeur est significastive au seuil de 0,05**						

- **<u>H2 : L'influence du « succès entrepreneurial » aura une influence positive sur la « pérennité »</u>**

L'analyse des résultats révèle que le coefficient bêta standardisé est positif et statistiquement significatif au seuil de 5 % ($\beta = 0,183$; $p < 0,05$). Ce résultat indique que le succès entrepreneurial exerce une influence positive sur la pérennité de l'entreprise. Autrement dit, une augmentation d'un écart-type du niveau de succès entrepreneurial est associée à une augmentation de 0,183 écart-type de la pérennité de l'entreprise, toutes choses égales par ailleurs.

Ce résultat confirme la deuxième hypothèse de recherche (H2), selon laquelle le succès entrepreneurial exerce une influence positive sur la pérennité de l'entreprise. Par conséquent, l'hypothèse H2 est validée.

Tableau 12 : Analyse du lien direct entre « succès entrepreneurial » aura une influence positive sur la « pérennité »

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H2	Succès entrepreneurial -> Pérennité	0.183	0.038	4.843	0.000	Confirmée**
**** La valeur est significastive au seuil de 0,05**						

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

- **Hypothèse 3 : Les traits de personnalité ont un impact positif sur la pérennité.**

H3a. « Extraversion» affecte positivement **« pérennité »**

L'analyse des résultats révèle que le coefficient bêta standardisé est positif et statistiquement significatif au seuil de 5 % ($\beta = 0{,}064$; $p < 0{,}05$). Ce résultat indique que l'extraversion exerce une influence positive sur la pérennité de l'entreprise. Autrement dit, une augmentation d'un écart-type du niveau d'extraversion est associée à une augmentation de 0,064 écart-type de la pérennité de l'entreprise, toutes choses égales par ailleurs.

Ce résultat confirme le sens de la relation initialement postulée dans la première sous-hypothèse (H3a), selon laquelle l'extraversion exerce une influence positive sur la pérennité de l'entreprise. Par conséquent, l'hypothèse H3a est validée.

Tableau 13 : Analyse du lien direct entre « Extraversion » affecte positivement « pérennité »

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H3a	Extraversion -> Pérennité	0.064	0.031	2.052	0.040	Confirmée**
**** La valeur est significastive au seuil de 0,05**						

H3b : « Neuroticisme » influence négativement la **« pérennité ».**

L'analyse des résultats révèle que le coefficient bêta standardisé est négatif et statistiquement significatif au seuil de 5 % ($\beta = -0{,}068$; $p < 0{,}05$). Ce résultat indique que le névrosisme exerce une influence négative sur la pérennité de l'entreprise. Autrement dit, une augmentation d'un écart-type du niveau de névrosisme est associée à une diminution de 0,068 écart-type de la pérennité de l'entreprise, toutes choses égales par ailleurs.

Ce résultat confirme le sens de la relation postulée dans la deuxième sous-hypothèse (H3b), selon laquelle le névrosisme exerce une influence négative sur la pérennité de l'entreprise. Par conséquent, l'hypothèse H3b est validée.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Tableau 14 : Analyse du lien direct entre le « Neuroticisme » influence négativement « pérennité ».

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H3b	Neuroticisme -> Pérennité	-0.068	0.032	2.109	0.035	Confirmée**
**** La valeur est significastive au seuil de 0,05**						

H3c : « Ouverture » aura une influence positive sur la « pérennité »

Cette hypothèse est validée. Les estimations obtenues montrent une corrélation positive entre ces deux variables (β = 0.057). L'examen de la valeur de t-value montre que cette dernière est égale à 1.881, ce qui implique une relation significative entre les deux variables.

En conclusion, l'hypothèse H3c est donc validée.

Tableau 15: Analyse du lien direct entre « Ouverture » aura une influence positive sur la « pérennité »

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H3c	Ouverture -> Pérennité	0.057	0.030	1.881	0.060	Confirmée*
**** La valeur est significastive au seuil de 0,1**						

H3d. « Agréabilité » affecte positivement le « pérennité »

Cette hypothèse est validée. Les estimations obtenues montrent que le lien entre ces deux variables présente un coefficient dont la valeur peut être considérée comme très satisfaisante (β =0.056). L'examen de la valeur de t-value montre que cette dernière est égale à 1.903 (<1,96) ce qui implique une relation significative entre les deux variables.

En conclusion, l'hypothèse (H3d) est donc validée.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Tableau 16: Analyse du lien direct entre « Agréabilité » affecte positivement le « pérennité ».

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H3d	Agréabilité -> Pérennité	0.056	0.029	1.903	0.057	Confirmée*
*** La valeur est significastive au seuil de 0,1**						

H3e : « Conscience professionnelle » influence positivement « pérennité ».

Cette hypothèse est validée. Les estimations obtenues montrent une corrélation positive entre ces deux variables (β = 0.791). L'examen de la valeur de t-value montre que cette dernière est égale à 23.475 (>1,96) ce qui implique une relation significative entre les deux variables.

En conclusion, l'hypothèse (H3e) est donc validée.

Tableau 17: Analyse du lien direct entre « Conscience professionnelle » influence positivement « pérennité »

Hypothèse	Relation	Std. Beta	Std, Error	T-Statistics	P-Values	Décision
H3e	Conscience professionnelle -> Pérennité	0.791	0.034	23.475	0.000	Confirmée**
**** La valeur est significastive au seuil de 0,05**						

Le tableau ci-dessous synthétise les principaux résultats de l'évaluation des liens structurels en rapport avec les hypothèses de recherche formulées (des coefficients (β), des t de Studen). Les résultats relatifs à l'analyse sont présentés dans le tableau :

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Tableau 18: L'estimation des paramètres du modèle causal par la méthode du bootstrap « Les liens isolés »

	Original sample (O)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	Décision
H1 : Traits de personnalité-> Succès entrepreneurial	-------	-------	-------	-------	Partiellement confirmée
Extraversion -> Succès entrepreneurial	-0.113	0.091	1.249	0.212	Rejetée
Neuroticisme -> Succès entrepreneurial	0.255	0.093	2.749	0.006	Confirmée**
Ouverture -> Succès entrepreneurial	0.342	0.129	2.653	0.008	Confirmée**
Agréabilité -> Succès entrepreneurial	0.196	0.088	2.234	0.026	Confirmée**
Conscience professionnelle -> Succès entrepreneurial	0.274	0.094	2.916	0.004	Confirmée**
H2 : Succès entrepreneurial -> Pérennité	0.183	0.038	4.843	0.000	Confirmée**
H3 : Traits de personnalité-> Pérennité	-------	-------	-------	-------	Confirmée
Extraversion -> Pérennité	0.064	0.031	2.052	0.040	Confirmée**
Neuroticisme -> Pérennité	-0.068	0.032	2.109	0.035	Confirmée**

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Ouverture -> Pérennité	0.057	0.030	1.881	0.060	Confirmée*
Agréabilité -> Pérennité	0.056	0.029	1.903	0.057	Confirmée*
Conscience professionnelle -> Pérennité	0.791	0.034	23.475	0.000	Confirmée**

Source : *nous analyses*

4.2.5.2 Test de l'hypothèse indirecte (effet médiateur du succès entrepreneurial)

Conformément à Gavard-Perret et al. (2012), les modèles d'équations structurelles permettent d'analyser les effets indirects et d'identifier les mécanismes de médiation entre variables latentes. Conformément à Zhao, Lynch et Chen (2010), la médiation s'évalue en examinant simultanément l'effet direct de la variable explicative sur la médiatrice, l'effet de la médiatrice sur la variable dépendante et l'effet indirect de la variable explicative via la médiatrice.

Dans cette étude, la médiation du succès entrepreneurial est testée en comparant l'effet direct des traits de personnalité sur la pérennité des entreprises (H3) et l'effet indirect via le succès entrepreneurial (H4), permettant de préciser le rôle explicatif de cette médiation.

Tableau 19: ***Test de l'hypothèse indirecte (effet médiateur du succès entrepreneurial)***

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	decision
Le succès entrepreneurial joue un rôle médiateur dans la relation traits de personnalité/ pérennité	---	---	---	---	---	Médiation complète
Extraversion -> Succès entrepreneurial -> Pérennité	0.041	0.043	0.024	2.006	0.021	Acceptée
Neuroticisme -> Succès entrepreneurial -> Pérennité	0.037	0.037	0.019	1.975	0.048	Acceptée

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Ouverture -> Succès entrepreneurial -> Pérennité	0.045	0.043	0.021	2.182	0.029	Acceptée
Agréabilité -> Succès entrepreneurial -> Pérennité	0.033	0.034	0.019	1.927	0.084	Acceptée
Conscience professionnelle -> Succès entrepreneurial -> Pérennité	0.090	0.089	0.027	3.314	0.001	Acceptée

Source : nos analyses

En se basant sur la théorie de Zhao, Lynch et Chen (2010), nous pouvons conclure que nous avons une relation de médiation complète puisque l'effet direct et l'effet indirect sont significatif.

1. Discussions des résultats de la recherche

Cette section vise à interpréter les résultats issus des analyses statistiques et des modèles confirmatoires, en mettant en évidence les relations entre les traits de personnalité, le succès entrepreneurial et la pérennité des entreprises dans le contexte marocain. L'étude examine plus précisément l'effet indirect des traits de personnalité sur la pérennité des entreprises à travers la médiation du succès entrepreneurial.

Les résultats montrent que la stabilité émotionnelle, l'ouverture à l'expérience et la conscience professionnelle exercent un effet positif et significatif sur le succès entrepreneurial, confirmant ainsi les travaux fondateurs de Barrick et Mount (1991), Barrick et al. (1993) et Etemad et al. (2013). Parmi ces traits, l'ouverture à l'expérience apparaît comme le prédicteur le plus puissant du succès entrepreneurial ($\beta = 0{,}342$), ce qui corrobore les analyses de Zhao et al. (2010) soulignant son rôle central dans la reconnaissance des opportunités, la créativité et l'innovation. Ce trait favorise l'adaptabilité stratégique et la réactivité aux évolutions de l'environnement et aux besoins du marché, renforçant ainsi la performance entrepreneuriale.

La conscience professionnelle exerce également une influence significative sur le succès entrepreneurial, en raison de son lien avec l'orientation vers l'accomplissement, la rigueur et la persévérance (Barrick et Mount, 1991). Les entrepreneurs consciencieux tendent à adopter des

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

comportements plus planifiés et à éviter des prises de risque excessives ou irréalistes, réduisant ainsi la probabilité d'échec entrepreneurial (Mitchell et al., 2014). Par ailleurs, la stabilité émotionnelle apparaît comme un facteur clé de réussite, en facilitant la gestion du stress, de l'incertitude et des relations interpersonnelles (Etemad et al., 2013 ; Zhang et al., 2009), tandis que le névrosisme constitue un frein à l'adaptation dans des environnements instables (Bajwa et al., 2017). Contrairement aux attentes théoriques, l'extraversion ne présente pas d'effet significatif sur le succès entrepreneurial, ce qui rejoint les travaux de Leutner et al. (2014) suggérant que de nombreuses réalisations entrepreneuriales reposent sur des efforts individuels et cognitifs plutôt que sur une sociabilité élevée.

L'analyse confirme également l'effet positif du succès entrepreneurial sur la pérennité des entreprises ($\beta = 0{,}056$). Le succès entrepreneurial contribue à la durabilité organisationnelle en générant des ressources financières, en facilitant l'accès au financement, en renforçant la réputation et l'attractivité de l'entreprise, et en favorisant l'engagement des employés. Ces mécanismes renforcent la capacité des entreprises à maintenir leurs activités, à investir dans leur croissance et à accroître leur résilience face aux perturbations du marché.

Enfin, les résultats confirment l'effet global des traits de personnalité du modèle Big Five sur la pérennité des entreprises, conformément au cadre proposé par Donahue et Kentle (1991). La conscience professionnelle favorise une gestion rigoureuse et une prise de décision réfléchie, l'agréabilité facilite la qualité des relations avec les parties prenantes, la stabilité émotionnelle renforce la résilience face aux crises, et l'ouverture à l'expérience soutient l'innovation et l'adaptation stratégique. Toutefois, ces traits ne produisent leurs effets positifs sur la pérennité que lorsqu'ils sont équilibrés, une ouverture excessive ou une extraversion mal maîtrisée pouvant générer instabilité ou dispersion stratégique.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

2. Conclusion, apports, limites et perspectives de recherche

Cette recherche met l'emphase sur le rôle central des traits de personnalité de l'entrepreneur dans l'explication du succès entrepreneurial et de la pérennité des entreprises dans le contexte marocain. Les résultats confirment que l'ouverture à l'expérience, la conscience professionnelle et la stabilité émotionnelle influencent positivement le succès entrepreneurial, lequel constitue à son tour un mécanisme médiateur clé dans la relation entre les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur et la pérennité de l'entreprise. Ces résultats soulignent que la durabilité entrepreneuriale ne dépend pas uniquement de facteurs institutionnels ou économiques, mais également de dimensions psychologiques intrinsèques au créateur d'entreprise.

Sur le plan théorique, cette étude apporte une contribution à la littérature sur l'entrepreneuriat en intégrant simultanément les traits de personnalité du Big Five, le succès entrepreneurial et la pérennité des entreprises dans un modèle explicatif unifié, encore peu exploré dans les économies émergentes. Elle enrichit ainsi les approches centrées sur l'individu entrepreneur et confirme empiriquement la pertinence des cadres psychologiques dans l'analyse de la performance et de la survie des entreprises.

D'un point de vue managérial et institutionnel, les résultats suggèrent que les politiques publiques d'appui à l'entrepreneuriat et les programmes d'accompagnement gagneraient à intégrer des dimensions liées au développement des compétences psychologiques, telles que la gestion du stress, la créativité, la capacité d'adaptation et la rigueur organisationnelle. L'identification et le renforcement de ces traits pourraient contribuer à améliorer les taux de succès et de pérennité des entreprises nouvellement créées.

Toutefois, cette recherche présente certaines limites. D'abord, le recours à des données transversales limite l'analyse des dynamiques évolutives du succès entrepreneurial et de la pérennité dans le temps. Ensuite, les données reposent sur des mesures auto-déclarées, susceptibles d'engendrer des biais de désirabilité sociale. Enfin, l'étude se concentre exclusivement sur le contexte marocain, ce qui peut restreindre la généralisation des résultats à d'autres contextes institutionnels et culturels.

Ces limites ouvrent plusieurs perspectives de recherche futures. Des études longitudinales pourraient permettre d'analyser l'évolution des traits de personnalité et leur impact sur la pérennité à différentes phases du cycle de vie de l'entreprise. Par ailleurs, l'intégration de variables

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

contextuelles (environnement institutionnel, soutien financier, capital social) ou de facteurs psychologiques complémentaires (capital psychologique, résilience, intelligence émotionnelle) permettrait d'enrichir le modèle explicatif. Enfin, des recherches comparatives entre pays ou régions offriraient une meilleure compréhension du rôle des spécificités culturelles et institutionnelles dans la relation entre personnalité entrepreneuriale et performance durable.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

BIBLIOGRAPHIE

Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2021). The entrepreneurial society. Small Business Economics, 57(4), 1855–1863. https://doi.org/10.1007/s11187-021-00527-0

Acs, Z. J., Estrin, S., Mickiewicz, T., & Szerb, L. (2022). Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth. Small Business Economics, 58(2), 501–516. https://doi.org/10.1007/s11187-021-00456-y

Ahmad, N., & Hoffman, A. (2007). A framework for addressing and measuring entrepreneurship. OECD Statistics Working Papers, 2007/02. https://doi.org/10.1787/243160627270

Ames, M., & Runco, M. A. (2005). Predicting entrepreneurship from ideation and divergent thinking. Creativity and Innovation Management, 14(3), 311–315. https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2005.00336.x

Antoncic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G., & DeNoble, A. F. (2022). The Big Five personality–entrepreneurship relationship. Journal of Small Business Management, 60(2), 1–28. https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1895497

Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2021). Entrepreneurial ecosystems in cities. Small Business Economics, 57(2), 919–936. https://doi.org/10.1007/s11187-020-00377-0

Bajwa, N. U. H., Shahzad, K., & Aslam, H. (2017). Personality traits and entrepreneurial success: The mediating role of risk-taking. Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 9(2), 198–220. https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2016-0028

Banque mondiale. (2022). Morocco economic monitor: From recovery to resilience. Washington, DC: World Bank.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance. Personnel Psychology, 44(1), 1–26. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x

Barrick, M. R., Mount, M. K., & Judge, T. A. (2003). Personality and performance at the beginning of the new millennium. International Journal of Selection and Assessment, 11(1), 9–30. https://doi.org/10.1111/1468-2389.00220

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Barrick, M. R., Mount, M. K., & Strauss, J. P. (1993). Conscientiousness and performance of sales representatives. Journal of Applied Psychology, 78(5), 715–722. https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.5.715

Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2019). The psychology of entrepreneurship (2nd ed.). New York, NY: Routledge.

Bauweraerts, J. (2020). Entrepreneurial orientation and performance. Journal of Small Business Management, 58(2), 289–318. https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659678

Boufahja, A., & Abriane, A. (2023). Traits de personnalité et comportement entrepreneurial. Revue Africaine de Management, 8(2), 45–63.

Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. Personality and Individual Differences, 51(3), 222–230. https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.07.007

Brandstätter, H. (2021). Personality aspects of entrepreneurship revisited. Applied Psychology, 70(3), 843–860. https://doi.org/10.1111/apps.12283

Caliendo, M., Fossen, F., & Kritikos, A. (2014). Personality characteristics and the decision to become and stay self-employed. Small Business Economics, 42(4), 787–814. https://doi.org/10.1007/s11187-013-9514-8

Cantner, U., Silbereisen, R. K., & Wilfling, S. (2011). Which Big Five personality traits drive entrepreneurial success? Journal of Evolutionary Economics, 21(3), 399–422. https://doi.org/10.1007/s00191-010-0190-6

Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Entrepreneurship and resilience. Sustainability, 12(20), 8508. https://doi.org/10.3390/su12208508

Carmines, E. G., & Zeller, R. A. (1979). Reliability and validity assessment. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), Modern methods for business research (pp. 295–336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Ciavarella, M. A., Buchholtz, A. K., Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Stokes, G. S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage? Journal of Business Venturing, 19(4), 465–483. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.03.001

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. Human Performance, 17(1), 95–117. https://doi.org/10.1207/S15327043HUP1701_5

Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

Deakins, D., & Freel, M. (2012). Entrepreneurship and small firms (6th ed.). McGraw-Hill Education.

Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. Annual Review of Psychology, 41, 417–440. https://doi.org/10.1146/annurev.ps.41.020190.002221

Donahue, E. M., & Kentle, R. L. (1991). The Big Five Inventory—Versions 4a and 54. Berkeley, CA: University of California, Berkeley, Institute of Personality and Social Research.

Elafi, O., Alharthi, M., & Alamoudi, H. (2021). Entrepreneurial personality traits and SME sustainability. Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 13(4), 623–642. https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2020-0111

Etemad, H., Gurau, C., & Dana, L. P. (2013). The impact of emotional intelligence on entrepreneurial performance. Journal of Entrepreneurship, 22(1), 1–21. https://doi.org/10.1177/0971355712469190

Fairlie, R. W., & Robb, A. M. (2009). Gender differences in business performance. Small Business Economics, 33(4), 375–395. https://doi.org/10.1007/s11187-009-9207-5

Ferreira, J. J. M., Fernandes, C. I., & Kraus, S. (2021). Entrepreneurship research. International Entrepreneurship and Management Journal, 17(1), 1–13. https://doi.org/10.1007/s11365-020-00664-6

Fisher, G., Maritz, A., & Lobo, A. (2014). Evaluating entrepreneurs' perception of success: Development of a measurement scale. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 20(5), 478–492. https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2013-0157

Fisher, G., Maritz, A., & Lobo, A. (2020). Does individual resilience influence entrepreneurial success? Journal of Business Research, 115, 391–400. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.012

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

FMI. (2023). Morocco: Staff report for the Article IV consultation. Washington, DC: International Monetary Fund.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39–50. https://doi.org/10.2307/3151312

Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? Journal of Business Venturing, 5(1), 15–28. https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90023-M

Gavard-Perret, M.-L., Gotteland, D., Haon, C., & Jolibert, A. (2012). Méthodologie de la recherche en sciences de gestion (2e éd.). Paris : Pearson Education France.

Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. Psychological Assessment, 4(1), 26–42. https://doi.org/10.1037/1040-3590.4.1.26

Goldberg, L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. American Psychologist, 48(1), 26–34. https://doi.org/10.1037/0003-066X.48.1.26

Gorgievski, M. J., & Stephan, U. (2016). Advancing the psychology of entrepreneurship: A review of the psychological literature and an introduction. Applied Psychology, 65(3), 437–468. https://doi.org/10.1111/apps.12073

Greiner, L. E. (1972). Evolution and revolution as organizations grow. Harvard Business Review, 50(4), 37–46.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012). Partial least squares: The better approach to structural equation modeling? Long Range Planning, 45(5–6), 312–319. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.09.011

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. Advances in International Marketing, 20, 277–319. https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014

Judge, T. A., Bono, J. E., Ilies, R., & Gerhardt, M. W. (2002). Personality and leadership: A qualitative and quantitative review. Journal of Applied Psychology, 87(4), 765–780. https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.765

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Kantis, H., Federico, J., & Menéndez, C. (2021). Policies for entrepreneurship development in emerging economies. Washington, DC: Inter-American Development Bank.

Kessler, A. (2007). Success factors for new businesses. Journal of Entrepreneurship, 16(2), 107–123. https://doi.org/10.1177/097135570701600202

Körner, A., Geyer, M., & Brähler, E. (2015). The short version of the NEO-FFI: Psychometric properties and normative data. Psychological Assessment, 27(3), 1110–1122. https://doi.org/10.1037/pas0000103

Lasch, F., Le Roy, F., & Yami, S. (2005). Critical growth factors of SMEs. Journal of Small Business and Enterprise Development, 12(4), 480–498. https://doi.org/10.1108/14626000510628163

Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2022). The entrepreneurial personality revisited. Personality and Individual Differences, 186, 111348. https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111348

Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. Personality and Individual Differences, 63, 58–63. https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042

Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2022). Entrepreneurial personality traits and entrepreneurial intentions. Journal of Small Business Management, 60(1), 1–30. https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1713242

Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 6(6), 295–310. https://doi.org/10.1108/13552550010362741

Lohmöller, J.-B. (1989). Latent variable path modeling with partial least squares. Heidelberg: Physica-Verlag.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academy of Management Review, 21(1), 135–172. https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568

Mahmood, S., Irfan, S., & Iqbal, S. (2022). SME survival and sustainability. Journal of Small Business Strategy, 32(3), 45–60.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Maroufkhani, P., Wagner, R., & Wan Ismail, W. K. (2022). Entrepreneurial ecosystems and firm performance. Journal of Innovation & Knowledge, 7(3), 100201. https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100201

McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality. Journal of Personality and Social Psychology, 52(1), 81–90. https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.81

McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1997). Personality trait structure as a human universal. American Psychologist, 52(5), 509–516. https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.5.509

Ministère de l'Économie et des Finances. (2021). Stratégie nationale de promotion de l'entrepreneuriat et de l'auto-emploi. Rabat: MEF.

Mitchell, R. K., Randolph-Seng, B., & Mitchell, J. R. (2014). Socially situated cognition. Entrepreneurship Theory and Practice, 38(1), 1–27. https://doi.org/10.1111/etap.12099

Mouhtat, M., & Touhami, M. (2024). Determinants of SME survival in emerging economies. Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 16(1), 1–25. https://doi.org/10.1108/JEEE-2023-0041

Mourre, M. (2010). L'apport des méthodes PLS à la recherche en management : une application à la performance des alliances stratégiques. Revue Finance Contrôle Stratégie, 13(4), 105–134.

Naudé, W. (2021). Entrepreneurship and economic development. Oxford Research Encyclopedia of Economics and Finance. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190625979.013.395

Nunnally, J. C. (1978). Psychometric theory (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.

Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2021). Integrating psychological approaches into entrepreneurship research. Entrepreneurship Theory and Practice, 45(5), 1153–1180. https://doi.org/10.1177/1042258720943227

Obschonka, M., Hahn, E., & Bajwa, N. U. H. (2023). Personality and entrepreneurship: A developmental perspective. Entrepreneurship Theory and Practice, 47(2), 401–428. https://doi.org/10.1177/10422587221105129

Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Schmitt-Rodermund, E. (2020). Entrepreneurial personality development. Journal of Business Venturing, 35(3), 105949. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105949

OECD / European Union. (2023). SME policy index: Southern Mediterranean 2023. Paris: OECD Publishing.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

OECD. (2020). SME and entrepreneurship policy in Morocco. Paris: OECD Publishing.

Passy, R. (2021). L'approche par les traits en entrepreneuriat. Paris: L'Harmattan.

Ratten, V. (2022). Entrepreneurship and innovation in turbulent environments. Journal of Entrepreneurship and Public Policy, 11(2), 156–170. https://doi.org/10.1108/JEPP-10-2021-0076

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. https://doi.org/10.1080/13594320701595438

Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. European Journal of Work and Organizational Psychology, 16(4), 353–385. https://doi.org/10.1080/13594320701595438

Rauch, A., & Frese, M. (2020). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. Applied Psychology, 69(2), 350–386. https://doi.org/10.1111/apps.12196

Robichaud, Y., McGraw, E., & Roger, A. (2003). Toward the development of a measuring instrument. Journal of Small Business & Entrepreneurship, 16(4), 35–50.

Rothmann, S., & Coetzer, E. P. (2003). The Big Five personality dimensions. SA Journal of Industrial Psychology, 29(1), 68–74. https://doi.org/10.4102/sajip.v29i1.88

Roussel, P., Durrieu, F., Campoy, E., & El Akremi, A. (2002). Méthodes d'équations structurelles : Recherche et applications en gestion. Paris: Economica.

Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Shane, S. (2020). Entrepreneurship: Theories and evidence. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2018). Entrepreneurial cognition: Exploring the mindset of entrepreneurs. Cham: Springer.

Shepherd, D. A., Patzelt, H., & Haynie, J. M. (2023). Entrepreneurial cognition and resilience. Entrepreneurship Theory and Practice, 47(1), 3–30. https://doi.org/10.1177/10422587221119645

Shrader, R. C., Mulford, C. L., & Blackburn, V. L. (2000). Strategic and operational planning, uncertainty, and performance in small firms. Journal of Small Business Management, 38(4), 45–61.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Num 38 Octobre 2026

Stam, E., & Van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystems. Journal of Business Venturing, 36(5), 106065. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106065

Stam, E., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. Journal of Business Venturing, 29(1), 152–173. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.002

Staniewski, M. W., & Awruk, K. (2019). Entrepreneurial personality traits and success. Journal of Business Research, 103, 34–51. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.023

Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y.-M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. Computational Statistics & Data Analysis, 48(1), 159–205. https://doi.org/10.1016/j.csda.2004.03.005

Verstraete, T. (1999). Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes. Paris: L'Harmattan.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. Strategic Management Journal, 5(2), 171–180. https://doi.org/10.1002/smj.4250050207

Zhang, S. X., Wang, Y., & Rauch, A. (2009). Uncertainty avoidance and entrepreneurial performance. Journal of Business Venturing, 24(4), 379–398.

Zhang, S. X., Wang, Y., Rauch, A., & Wei, F. (2021). Uncertainty avoidance and entrepreneurial persistence. Journal of Business Venturing, 36(1), 106090. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106090

Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status. Journal of Applied Psychology, 91(2), 259–271. https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance. Journal of Management, 36(2), 381–404. https://doi.org/10.1177/0149206309335187

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. Journal of Consumer Research, 37(2), 197–206. https://doi.org/10.1086/651257