

L'intention entrepreneuriale et exode des jeunes ruraux au Maroc: Cas d'un échantillon d'étudiants de l'Université Ibn Zohr

[Entrepreneurial Intent and the Exodus of Rural Youth in Morocco: Case of a Sample of Ibn Zohr University Students]

Aaziz Oulmoudne

Enseignant chercheur, Faculté des sciences juridiques économiques et sociales Agadir, Université Ibn Zohr, Agadir, Morocco

Copyright © 2021 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the *Creative Commons Attribution License*, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT: The development of entrepreneurship in rural areas constitutes a promising niche in the fight against poverty in terms of job creation, income generation and population establishment. Rural entrepreneurship deserves special attention; First, because there is very little research on this issue in Morocco, and second, because of its many peculiarities. The object of this work is therefore to address the question of the intention of young students, from rural areas, to undertake in their region of origin, and how to encourage their stabilization through entrepreneurship. After carrying out a quantitative survey work, we adopted a hypothetico-deductive approach whose objective is the design of an explanatory model of entrepreneurial intention of Ibn Zohr University students from rural areas. The results show that entrepreneurial intention could extend over a relatively long period of time, during which its intensity could vary considerably. Entrepreneurship as a possible solution to the exodus does not appear to be viable in the immediate future. A majority appear to be more certain of their intention to leave the region of origin.

KEYWORDS: Rural entrepreneurship, entrepreneurial intention, university student, rural exodus, social norms.

RESUME: Le développement de l'entrepreneuriat en milieu rural constitue un créneau porteur dans la lutte contre la pauvreté en termes de création d'emplois, de génération de revenus et de fixation des populations. L'entrepreneuriat rural mérite une attention particulière; d'abord, parce qu'il existe très peu de travaux de recherche sur cette question au Maroc, ensuite, en raison des ses nombreuses particularités. L'objet de ce travail est donc, d'aborder la question de l'intention des jeunes étudiants, issus du milieu rural, d'entreprendre dans leur région d'origine, et comment encourager leur stabilisation via l'entrepreneuriat.

Après avoir réalisé un travail d'enquête quantitative, nous adoptons une démarche hypothético-déductive, dont l'objectif est la conception d'un modèle explicatif de l'intention entrepreneuriale sur un terrain constitué d'étudiants, de l'université Ibn Zohr issu du milieu rural.

Les résultats font sortir que l'intention entrepreneuriale pouvait s'étendre sur une durée relativement longue, au cours de laquelle son intensité pouvait considérablement varier. L'entrepreneuriat comme solution possible à l'exode ne semble pas viable dans l'immédiat. Une majorité semble afficher une plus grande certitude quant à leur intention de quitter la région d'origine.

MOTS-CLEFS: Entrepreneuriat rural, intention entrepreneuriale, étudiant universitaire, exode rurale, normes sociales.

1 INTRODUCTION

Selon les chiffres de la banque mondiale, 75 pour cent des pauvres du monde vivent en milieu rural. Au Maroc, d'après les statistiques du haut commissariat aux plans, le nombre de personnes en situation de pauvreté est passée de 7,5 millions à 2,8 millions entre 2004 et 2014, cette baisse de la pauvreté dans un pays de 35 millions d'habitants où le chômage dépasse 10% dans la population active, a surtout profité aux villes, car les campagnes restent toujours aussi pauvres. En 2014, 85,4% des personnes multi-dimensionnellement pauvres vivaient en milieu rural contre 80% en 2004 [1].

Le développement de l'entrepreneuriat en milieu rural constitue un créneau porteur dans la lutte contre la pauvreté en termes de création d'emplois, de génération de revenus et de fixation des populations. L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial. Elle résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise, et peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles.

Au Maroc, depuis plusieurs années déjà, la complexité croissante des formes d'organisation sociale et spatiale a créé, et crée encore, les conditions d'apparition et de développement de nouvelles formes de mobilité des populations. Les mobilités étudiantes ont activement participé à cette dynamique. Au lendemain de son indépendance, le Maroc devant se doter de cadres nombreux développa de nombreux centres universitaires; les ruraux migrent de plus en plus en tant qu'étudiants. Pourtant, les études qui se sont intéressées à la question de la stabilisation des étudiants issus du milieu rural via l'entrepreneuriat restent très limitées voire absentes au Maroc.

L'étudiant, avant de marquer son intention de créer une entreprise, est avant tout l'image d'une réalité sociale, économique et politique. Pour ce qui nous concerne, nous nous sommes focalisés sur l'intention entrepreneuriale, dans la population étudiante originaire du milieu rural, que nous avons abordée d'une manière globale. La question de recherche de cet article peut se résumer comme suite: Quelle est l'intention des jeunes étudiants, issus du milieu rural, d'entreprendre dans leur région d'origine, et comment encourager leur stabilisation via l'entrepreneuriat?

Pour donner une portée opérationnelle à la problématique, nous présentons successivement les concepts d'entrepreneuriat, d'entrepreneuriat rural, et d'intention entrepreneuriale. Nous exposons les hypothèses de recherche et mettons en exergue la stratégie opératoire inspirée de la méthode de Churchill [2], nous présentons un modèle de l'intention entrepreneuriale testé auprès d'un échantillon d'étudiants. Avant de conclure, nous interprétons les principaux résultats.

2 REVUE DE LA LITTÉRATURE ET HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

2.1 L'ENTREPRENEURIAT, GÉNÉRALITÉS

La définition de l'entrepreneuriat est loin d'être unique. Le sens donné au mot a notablement varié selon les époques et le contexte dans lequel il était utilisé [3]. L'entrepreneuriat peut être approché comme la fonction d'un individu, qui mobilise les ressources humaines et les facteurs de production, les gère afin de créer, développer et implanter des entreprises [4]. Robbins et Decenzo [5] quant à eux, la définissent comme le processus par lequel une personne ou un groupe d'individus mettent en jeu temps et capital à la recherche d'opportunités de marchés, en vue de générer de la valeur et de faire prendre de l'ampleur à l'entreprise en innovant, quelles que soient les ressources disponibles. Selon Samuelson et Nordhaus [6], l'entrepreneuriat repose sur les quatre piliers suivants:

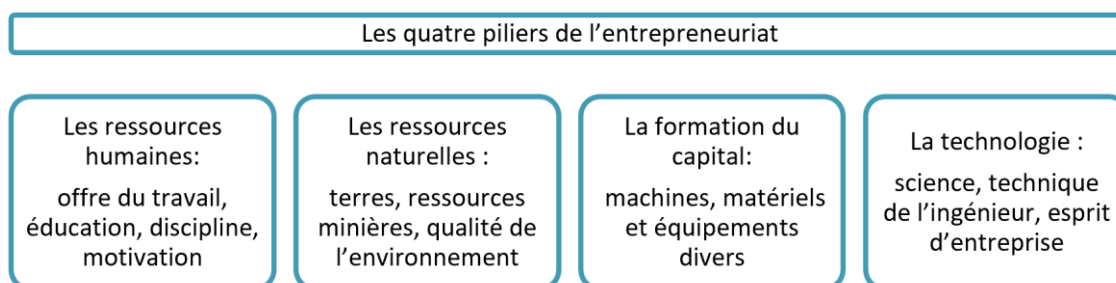


Fig. 1. Les quatre piliers de l'entrepreneuriat

Source: [6]

Deux types d'entrepreneuriat peuvent être distingués, de nécessité et d'opportunité. Si l'entrepreneuriat d'opportunité concerne les individus qui s'engagent volontairement ou qui poursuivent des opportunités entrepreneuriales [7]. L'entrepreneuriat de nécessité renvoie aux individus qui s'engagent dans l'entrepreneuriat parce qu'ils y sont contraints, parce qu'ils n'ont pas d'autre possibilité de trouver un emploi. Les causes les plus fréquentes sont le licenciement, le chômage, la précarité de l'emploi, l'insatisfaction, la frustration [8]. Les populations les plus fragiles sont également les plus concernées par ce type de démarche: chômeurs de longue durée, seniors, femmes, immigrés, ruraux. L'entrepreneuriat est un phénomène contextualisé [9].

2.2 L'ENTREPRENEURIAT RURAL, PARTICULARITÉS

L'approche territoriale, qu'elle soit urbaine ou rurale, propose une vision multipolaire et horizontale. Elle cherche à traiter plus globalement les problèmes en croisant des regards et des compétences de diverses natures afin d'obtenir une vision plus large et de pouvoir agir de manière plus efficace [10]. Personne n'ignore, que l'entrepreneuriat dans le monde rural est quantitativement et qualitativement différent de ce que l'on observe dans le milieu urbain. Le processus entrepreneurial est très largement conditionné par le niveau de développement économique et le contexte culturel, politique et social dans lesquels il apparaît [11]. Face à la multiplication des entreprises pluriactives et à l'évolution des métiers, certains auteurs, sociologues, économistes et politologues, ont pu constater la naissance d'un nouveau corps social spécifique au milieu rural, les entrepreneurs ruraux, et de nouvelles formes d'entreprises, les entreprises rurales [12]. L'agriculture n'est plus, en effet, le seul référentiel économique du milieu rural. Elle a subi et subit encore un régime amaigrissant en termes de structure, d'emploi et de part d'activité [13].

Le milieu rural se caractérise par l'absence de certains services et infrastructures qui sont d'avantage l'apanage des villes. De fortes inégalités sont ainsi observées entre les villes et les campagnes à travers les possibilités d'emploi, la dépendance vis-à-vis du secteur primaire, l'accès aux techniques et aux infrastructures socio-économiques telles que les écoles, les formations sanitaires, les marchés, les moyens de transport et de communication [14].

Berthelot [15] avance que la création d'entreprises constitue un enjeu économique et social, enjeu primordial en ce qui concerne le développement et l'attractivité des territoires, et particulièrement des territoires ruraux. Le développement de l'entrepreneuriat est cependant très fortement limité du fait des difficultés d'accès au crédit résultant notamment de l'insuffisance voire absence de système financiers en milieu rural; la petite taille, aux faibles densités de population et à l'isolement des communautés rurales; la composition sociale et économique des populations rurales [16].

Les populations rurales déjà fragiles sont également les plus concernées par l'entrepreneuriat par nécessité. En milieu rural, le niveau d'éducation impacte l'entrepreneuriat d'opportunité [17]. Les recherches s'accordent à dresser un portrait en creux des entrepreneurs par nécessité, notamment en milieu rural: ils ne possèdent aucun des traits caractéristiques reconnus aux entrepreneurs à succès. Ils ont une forte aversion au risque, des doutes importants tout au long du processus et souhaitent majoritairement redevenir [6].

Plus spécifiquement, les entrepreneurs ruraux font face à des problèmes liés à des modèles (notamment familiaux) et cultures locaux qui ne sont peut-être pas compatibles avec l'esprit d'entreprise; à un niveau excessif d'exigences administratives; aux distances qui les séparent des marchés et des aires de consommation; au niveau d'analphabétisme élevé; une demande locale limitée, ce qui permet difficilement aux entreprises rurales de réaliser des économies d'échelle rentables; à l'absence d'autres entrepreneurs et réseaux; à la difficulté de recruter une main d'œuvre qualifiée [13].

Toutefois, le développement de l'entrepreneuriat en milieu rural constitue un créneau porteur dans la lutte contre la pauvreté en termes de création d'emplois, de génération de revenus et de fixation des populations. Malgré les défis, les opportunités sont légion dans les zones rurales. En tant que source des matières premières primaires, les zones rurales disposent de plusieurs atouts pour ajouter de la valeur grâce à l'innovation dans le développement et la commercialisation de produits [18]. Les zones rurales ont également une grande valeur d'utilité publique et, outre le fait qu'elles constituent des destinations populaires pour le tourisme et les loisirs, elles proposent également un style de vie différent qui attire un nombre croissant de personnes. L'exode urbain profite aux zones rurales non seulement par les nouveaux marchés de produits et de services qu'il crée, mais aussi par les nouvelles compétences, l'expérience et la nouvelle vague d'entrepreneurs potentiels qu'il entraîne dans son sillage [19].

2.3 L'INTENTION ENTREPRENEURIAL

Les recherches entrepreneuriales portent un grand intérêt aux individus en devenir au sein du processus entrepreneurial. Pour avoir une image globale de celui-ci, il n'est pas suffisant d'étudier ceux qui ont concrétisé leurs projets, mais aussi ceux qui sont en amont de ce processus. L'étude de l'intention entrepreneuriale enrichit la compréhension de ce dernier.

En latin, «intention» provient de «tensio» qui signifie «tendre», et de «in» qui signifie «vers». En entrepreneuriat, «intention» n'est pas un terme nouveau, mais il est devenu un objet d'étude insigne depuis une quinzaine d'années. Pour Krueger et Carsrud [20], étudier un comportement futur de création d'entreprise est inséparable des intentions qui animent les individus quant à la manifestation de ce comportement. En amont, l'intention représente le meilleur prédicateur de l'acte d'entreprendre [21]. Tounés [22] parle d'une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif, et qui exige une perception à la fois de la faisabilité et de la désirabilité du comportement entrepreneurial. Plus précisément, Bird [11] parle d'un état de pensée qui dirige l'attention (et, par conséquent, l'expérience et l'action) vers un objectif spécifique (but), la nouvelle organisation, et une façon de l'atteindre (moyens). Raijman [23] l'interprète comme le jugement d'une personne sur les probabilités de passer un jour à l'acte.

Plusieurs études postulent que la variable la plus fiable pour prédire un comportement entrepreneurial est l'intention entrepreneuriale. L'approche théorique de l'intention entrepreneuriale repose essentiellement sur deux théories: la théorie du comportement planifié d'Ajzen [24] et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol [25]. S'inspirant des éléments fondamentaux de ces théories, plusieurs auteurs ont proposé des modèles d'intentions entrepreneuriales; on pense par exemple à Bird [11] dont le modèle a été développé par Boyd [7] ou encore à Davidsson [26] dont le modèle a inspiré Autio et al [27]. pour leur étude en milieu universitaire.

Dans notre démarche, et pour expliciter nos items, nous avons repris un modèle qui a été largement validé par différentes études ([20]; [21]; [27]; [28]). Certains de ces auteurs ont plus particulièrement ciblé une population estudiantine. La théorie d'Ajzen postule que l'intention d'un individu est déterminée par trois éléments que sont son attitude à l'égard du comportement concerné, sa perception des normes sociales et le contrôle qu'il pense avoir sur la situation. Le premier élément renvoie au degré d'appréciation que la personne porte sur le comportement [24].

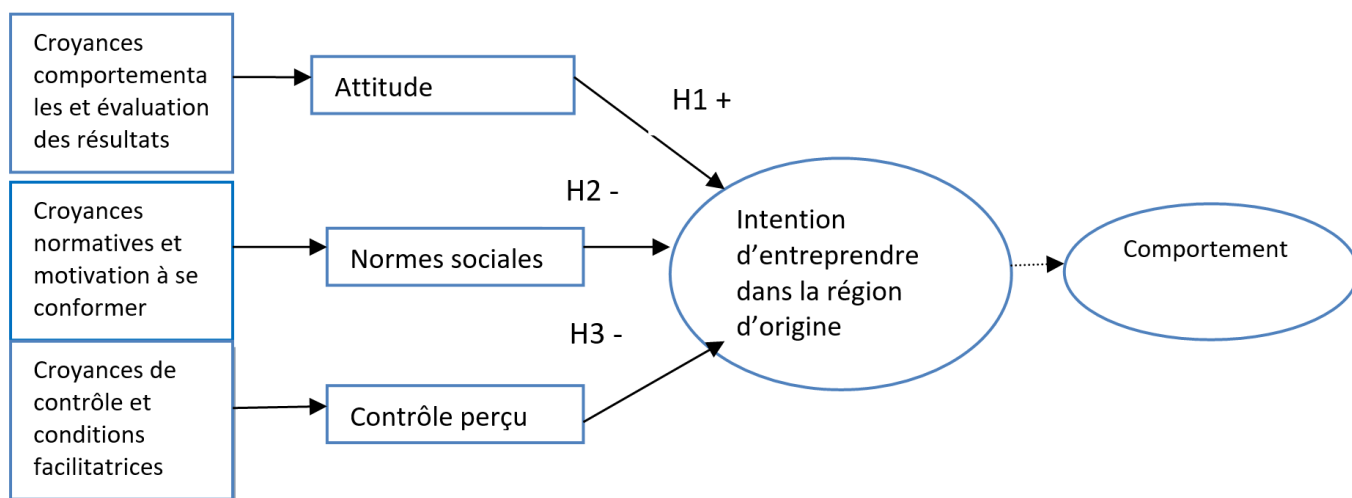


Fig. 2. Modèle conceptuel

Source: adapté d'Ajzen [24]

La compréhension des intentions permet de comprendre les phénomènes et les comportements liés à l'entrepreneuriat [29]. Dans ce contexte le comportement se présente comme une fonction directe de l'intention. À son tour cette intention est le résultat de trois déterminants conceptuels. On note l'attitude vis-à-vis du comportement, la norme sociale et le contrôle perçu.

La mesure de l'intention entrepreneuriale a été développée et adaptée sur la base d'une combinaison des échelles proposées par Gundry [30] et Fayolle [31]. Nous énonçons les hypothèses relatives à trois types de variables. Les attitudes associées au comportement se déclinent par l'existence d'une idée ou d'un projet et la quête d'informations pour mieux les

structurer. Les normes sociales sont approchées par des motivations qui soutiennent l'intention et des influences sociales. Les perceptions du contrôle perçu sont contenues par les perceptions des aptitudes entrepreneuriales et de disponibilité des ressources.

L'existence des attitudes peut être déterminée par la perception de la façon dont le comportement sera faisable pour conduire aux résultats escomptés. L'attitude vis-à-vis du comportement désigne le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'une personne peut prendre vis-à-vis à un comportement particulier. Pour Ajzen [24], aussi Emin [32], l'attitude présente l'attractivité à un comportement. L'attitude d'un étudiant envers la création d'une entreprise repose sur ses valeurs et ses caractéristiques professionnelles et sur sa vision de l'entrepreneuriat [22]. Connaître les attitudes d'un individu envers une personne ou un objet permet de prédire son comportement [17]. L'attitude oriente l'individu vers le comportement souhaité en guidant son action. Les intentions entrepreneuriales sont mieux saisies par le biais d'attitudes spécifiques. Celles-ci se manifestent par l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire et la recherche d'informations en vue de mieux les formaliser. L'échelle d'attitude envers l'entrepreneuriat a été construite à partir des mesures proposées par Gundry [30] ainsi que Linan [33].

Hypothèse 1: l'existence d'une idée ou d'un projet d'entreprise plus ou moins formalisé influence positivement l'intention entrepreneuriale dans la région d'origine des étudiants.

Les normes sociales, constituant le deuxième élément, font référence à la pression sociale perçue qui incite, ou pas, à mettre en place le comportement observé. Les normes sociales résultent de différentes perceptions de l'individu au sein du contexte social et de ses proches. Il s'agit notamment de ce que pensent différents acteurs, que ce soit de la famille ou des amis, de ses comportements. Elles constituent une motivation, simulées par différents jugements et facteurs personnels, environnementaux ou institutionnels qui reflètent les dynamiques sociales.

Ajzen [24] désigne ces normes par les différentes pressions sociales perçues pour effectuer ou ne pas effectuer un tel comportement. Dans le contexte de la création d'entreprise, les normes sociales dépendent, d'une part, de l'encouragement qui est attendu par l'individu envers son engagement dans un projet de création de la part de son entourage proche et, d'autre part, de l'importance qu'il accorde à cette opinion [13]. La variable a été développée sur la base d'Ajzen [24] et de son utilisation en entrepreneuriat [13]. Ce construit combine des items rendant compte de l'encouragement de l'entourage de l'entrepreneur naissant, pondéré par l'importance que ce dernier accorde à cet encouragement.

H2: Les normes sociales ont une influence négative sur l'intention entrepreneuriale.

Le dernier élément est construit autour du contrôle perçu et défini autour de la perception qu'a la personne des difficultés à surmonter pour mettre en pratique un comportement étudié et une perception de la présence ou de l'absence des ressources et compétences individuelles nécessaires pour réaliser ce comportement [28]. Ainsi, selon Ajzen [24], le contrôle perçu correspond à la facilité ou la difficulté perçue afin de réaliser un comportement. En d'autre terme, ce contrôle renvoie à la perception de la faisabilité du comportement concerné. Selon Emin [32], le concept du contrôle perçu est un concept très proche de l'efficacité personnelle de Bandura [16], Ajzen [24], de même, que la faisabilité de Shapero et Sokol [32] et Tounès [28].

H3: Le contrôle perçu a une influence négative sur l'intention entrepreneuriale.

3 CADRE EMPIRIQUE

3.1 LE MONDE RURAL: CONTEXTE, CONTRAINTES ET OPPORTUNITÉS

Au Maroc, le monde rural a toujours occupé un poids socio-économique important. Il pèse environ 20% du PIB, recèle 43% des actifs du pays, assure plus de 72% des besoins en céréales du pays, 87% des besoins en lait et 100% en viandes ou encore en fruits et légumes. Toutefois, occupant plus de 90% de la superficie du Royaume, le monde rural accuse un retard notable en termes d'indicateurs de développement (faiblesse des infrastructures, enclavement, faible accès aux services de base, précarité, analphabétisme). Les territoires ruraux abritent actuellement plus de 33000 douars et centres ruraux (1 282 communes rurales, soit 85% des communes du pays), qui ont bénéficié de politiques publiques spécifiques mais semblent connaître encore des écarts de développement très importants.

Ces faiblesses structurelles, la pauvreté et les sécheresses qui affectent de temps en temps le Royaume, ont fortement contribué à l'exode rural. Ainsi, alors qu'en 1956, 70% des Marocains vivaient en milieu rural, sous l'effet surtout de l'exode

rural, les régions rurales du Maroc représentent, selon le dernier recensement de 2014, moins de 40% de la population marocaine, estimée à 33,84 millions d'habitants. En effet, le monde rural compte désormais 13,42 millions d'habitants.

Plusieurs projets ont été initiés par l'Etat au cours des 30 dernières années pour réduire les disparités entre le monde urbain et le monde rural. Dans le cadre de cette nouvelle approche, le Fonds de développement rural (FDR) (créé par la loi de Finances n°32-93, 28 février 1994), a pour vocation d'intervenir comme un levier qui aiderait à la mise en œuvre opérationnelle et volontariste du développement des territoires ruraux.

C'est ainsi qu'a été lancé en 1995 le Programme National des Routes Rurales (PNRR) (1995-2015) qui a permis la réalisation de 25500 km sur la période, portant le taux d'accessibilité du monde rural à 80%. Le Programme de réduction des disparités sociales et territoriales en milieu rural (2017-2023), prenant le relais, vise l'amélioration des conditions de vie du monde rural, le coût global se monte à 50 MMDH. Ce programme consacre 71% du coût global (soit 35,2 MMDH) au secteur des routes rurales.

Outre l'enclavement, les populations du monde rural souffraient de l'accès à l'eau potable et à l'électricité. En matière d'accès à l'eau potable, l'Etat a mis en place, en 1995, le Programme d'Approvisionnement Groupé en Eau potable des populations Rurales (PAGER). Grâce à ce programme, le taux d'accès des populations rurales à l'eau potable est passé de seulement 14% en 1994 à hauteur de 96,5% en 2017. Afin d'améliorer l'accès à l'eau potable dans le milieu rural, le Programme national pour l'approvisionnement en eau potable et l'irrigation 2020-2027 et le Plan national de l'eau 20-50 ont mis en avant le renforcement et la sécurisation de l'approvisionnement en eau potable dans ces parties du pays comme une priorité nationale. La tutelle prévoit que d'ici 2027, les programmes lancés seront poursuivis et d'autres seront lancés pour qu'à l'achèvement de leur réalisation, la totalité de la population rurale soit branchée à des systèmes structurants d'approvisionnement en eau potable.

Dans le même sillage, a été lancé en 1996 le Programme d'Electrification Rurale Global (PERG) visant à généraliser l'accès des populations rurales à l'électricité. Cette politique a permis de faire passer le taux d'électrification du monde rural de 18 % en 1995 à 99,7% en 2017.

Si la mise en place des infrastructures de base (routes, accès à l'eau et à l'électricité) a permis de réduire les disparités entre le monde urbain et le monde rural, il n'en demeure pas moins que la précarité est restée très prépondérante en milieu rural. De même, l'accès à l'école et à la santé reste loin d'être généralisé. Face à cette situation, l'Initiative Nationale du Développement Humain (INDH) fut lancé en 2005. Une initiative qui vise à lutter contre la pauvreté et l'exclusion en s'attaquant aux déficits sociaux de base (éducation, santé) et promouvoir les activités génératrices d'emplois et de revenus stables. Une partie importante des projets réalisés sont relatifs au programme de lutte contre la pauvreté en milieu rural.

Cette dynamique a été renforcée par les stratégies sectorielles en cours ayant un volet rural, notamment le «Plan Maroc Vert», la «Vision 2020 du Tourisme» et la «Vision 2015 de l'Artisanat». Le lancement, en 2008, du Plan Maroc vert (PMV), a fait de l'agriculture, un levier d'emploi et avenir du monde rural pour la promotion de l'entrepreneuriat dans le monde rural et agricole. La stratégie Génération green (2020-2030), a pris le relais et a met l'accent sur la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes dans le monde rural, notamment via la Melkisation (transfère de propriété des terres collectives au profit des ayant droit et à titre gracieux), qui constitue une véritable opportunité pour générer de nouveaux investissements modernes et plus rentables, notamment par les jeunes ayant-droits appelés à se regrouper dans des organisations professionnelles agricoles d'une nouvelle génération. Pour accompagner cette nouvelle stratégie, le Crédit Agricole du Maroc a développé des financements notamment, le programme Intelaka (démarrage), plus particulièrement dans son volet dédié au monde agricole « Al Moustatmir Al Qaraoui ». Les crédits qui seront accordés aux entrepreneurs ruraux bénéficieront d'un taux d'intérêt plafonné à 1,75%.

Du côté du tourisme, la vision 2020 visée à faire du tourisme l'un des moteurs de développement économique, social et culturel et affiché l'ambition de faire partie des 20 plus grandes destinations mondiales, grâce à un modèle touristique, qui combine une croissance soutenue avec une gestion responsable de l'environnement et le respect de l'authenticité socioculturelle. La vision convoite la mise en place de corridors thématiques reliant les territoires les uns aux autres et permettant de valoriser les multiples ressources naturelles et culturelles des régions et de promouvoir le tourisme dans les zones rurales. Près de 305 gîtes ruraux classés ont été recensés par le ministère du tourisme au niveau national au titre de l'année 2016. Pour la même année, un total de 2,31 milliards de DH de recettes ont été apportées par le tourisme rural, soit 3,9% des recettes touristiques nationales. Même si ces bénéfices directs paraissent réduits, ce tourisme de niche contribue à la dynamisation économique de plusieurs régions rurales du Maroc.

Le milieu rural joue un rôle important dans le développement de l'artisanat (Vision 2015) et ce, à travers les besoins de la clientèle au niveau local, national voir international, auxquels le secteur est susceptible de répondre. Ainsi, et d'après les derniers chiffres disponible, on constate que l'artisanat rural acquiert une importance accrue d'une année à l'autre. L'artisanat

rural a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de 8.7 Milliards de DH contre 2,14 milliards de dirhams en 2013, enregistrant ainsi un taux de croissance de +300% qui dépasse celui du milieu urbain. Pour ce qui est de l'emploi, l'artisanat en milieu rural est considéré comme une source importante de création d'emplois. Il accueille 33% de la main d'œuvre du secteur, c'est-à-dire 132.768 artisans et artisanes exerçant dans divers métiers. Cinq métiers réalisent une part de 78% du chiffre d'affaires rural, à savoir les vêtements traditionnels, le bois, le tapis, la poterie/pierre et le fer forgé, et emploient également 78% de la main d'œuvre de l'artisanat rural.

Globalement, si des avancées notables ont été obtenues au cours de ces dernières années, il n'en demeure pas moins que le fossé entre le rural et l'urbaine demeure encore important. Face à cette situation, la Stratégie Nationale de Développement Rural (SNDR) a été mise en place dès 2015. La SNDR dissocie le développement rural et le développement agricole et propose d'aborder le développement rural en respectant un certain nombre de principes comme la participation des acteurs locaux, la territorialisation et l'intégration des actions de l'Etat. La SNDR vise à répondre à une série d'enjeux nationaux et d'ambitions prioritaires pour les territoires ruraux, qui peuvent être résumés comme suit: Améliorer l'attractivité du milieu rural et de la qualité de vie de la population (amélioration des conditions de vie et appui à l'urbanisation intermédiaire); Promouvoir la compétitivité de l'économie rurale (diversification des activités non agricoles génératrices de richesses et d'emploi); Assurer les conditions de durabilité environnementale (préservation de l'environnement des territoires ruraux et Gestion et valorisation du patrimoine naturel et culturel).

3.2 PRÉSENTATION DE L'UNIVERSITÉ

Etablissement public, régi par la loi n° 01-00, portant organisation de l'enseignement supérieur, l'université Ibn Zohr est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie administrative et financière. Couvrant 5 régions du Royaume et présente dans 08 villes universitaires à travers ses 19 établissements, elle accueillant plus de 120 000 étudiants.

Tableau 1. Université Ibn Zohr en chiffres

Université Ibn Zohr - Agadir -									
Etablissement universitaire	2018-19 (1)	2019-2020							Var en % (2)-(1)/ (1)
		Global (2)	Dont						
			N.Insrits	Cycle normal	Master	Doctorat	Féminin	Etrangers	
Faculté Chariâa Agadir	6 946	7 773	1 818	7 161	435	177	2 936	5	11,91
Fac Sciences de la Chariâa Es- Semara	1 540	1 612	280	1 612			951	1	4,68
FSJES Agadir	33 724	37 219	10 195	35 256	1 611	352	16 148	25	10,36
FSJES Ait melloul	16 258	17 721	5 362	17 585	136		8 106		9,00
FLSH Agadir	27 201	21 579	4 806	20 887	509	183	10 460	5	-20,67
FL, Arts et SH Ait melloul	4858	5 330	1 466	5 330			2 656		9,72
FS Agadir	10 498	9 556	2 666	8 877	291	388	4 569	88	-8,97
FS appliquées Ait Melloul	4939	5 484	1 832	5 484			2 519		11,03
FP Ouarzazate	2 890	2 965	1 064	2 965			1 481	1	2,60
FP Taroudant	3 186	3 293	1 286	3 293			1 907	4	3,36
Centre universitaire Guelmim	6828	5 366	1 206	5 366			2 885		-21,41
FMPh Agadir	385	509	139	509			315	35	32,21
ENSA Agadir	1 349	1 500	288	1 270	54	176	649	8	11,19
ENCG Agadir	2 403	2 414	449	2 151	156	107	1 441	74	0,46
ENCG Dakhla	283	403	120	403			237	3	42,40
EST Agadir	1 606	1 503	753	1 503			934	12	-6,41
EST Guelmim	684	802	273	802			447		17,25
EST Laayoune	428	563	330	563			364		31,54
ESEF Agadir		203	203	203			136		-
Total	126 006	125 795	34 536	121 220	3 192	1 383	59 141	261	-0,17

Source: ministère de l'enseignement supérieur

3.3 LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

Notre terrain d'étude est composé de 220 étudiants de l'université Ibn Zohr, issu de 6 établissements (voir le tableau 2). Il s'agit d'un échantillonnage guidé essentiellement par les commodités ou la facilité et non pas par le souci de représentativité. Le choix de ces établissements universitaires est d'abord motivé par la probabilité plus grande de trouver des étudiants ayant une intention entrepreneuriale, et ce, conformément aux résultats d'autres études [13]. Plusieurs études sur l'intention entrepreneuriale se sont focalisées, en effet, sur des étudiants de gestion ([16]; [21]; [28]).

Le questionnaire a tout d'abord été testé pour vérifier sa validité et pour pouvoir apporter éventuellement des modifications. La mesure des variables dépendantes de notre modèle (l'intention entrepreneuriale dans la région d'origine et ses antécédents) s'est effectuée par l'auto-administration, aux participants d'un questionnaire en ligne (google forms). Cette procédure a été choisie pour optimiser le taux de réponse, et en raison des restrictions sanitaires dû à la pandémie du Covid 19. Nous avons recueilli 323 questionnaires, dont 220 exploitables. La ventilation par établissements présente une bonne diversité.

Tableau 2. Composition de l'échantillon

Etablissement	Nombre d'étudiants
FSJES Agadir	60
FSJES Ait Melloul	43
ENCG Agadir	39
FP Ouarzazate	34
EST Agadir	24
FP Taroudant	20

Source: l'auteur

En préambule du questionnaire, il a été précisé que l'étudiant devait prendre la « création d'entreprise » dans une acception large. Comme toute création par un individu ou un petit groupe d'individus d'une structure quel qu'en soit le support juridique (entreprise, association, coopérative, personne physique, auto-entrepreneur...). Une définition volontairement large a été retenue, pour deux raisons. D'abord, les étudiants composant l'échantillon ne disposaient pas forcément des connaissances nécessaires pour envisager avec précision toutes les possibilités particulières de création. Ensuite, il s'agit de nous inscrire dans la continuité de Davidsson [26], qui considère comme centrale l'opposition entre salariat et création de son emploi, plutôt que l'opposition qui peut exister entre différentes situations de création.

Le questionnaire reprend les questions, relatives à la mesure des paramètres du modèle, sous la forme de 32 items mesurés sur une échelle de Likert à cinq positions. Les données recueillies ont été analysées selon des procédures statistiques standards (logiciel de traitement SPSS).

Tableau 3. Les items retenus

	Variable	Items
Variables dépendante	Intention	9 items
Variables indépendantes	Attitude	8 items
	Norme sociale	9 items
	Contrôle perçu	6 items

Source: l'auteur

Une première étape a permis de vérifier que les items étaient compréhensibles par les répondants. En particulier, les analyses en composantes principales (ACP) ont débouché sur le rejet de certains items utilisés pour chacun des 4 éléments. Pour s'assurer de la fiabilité de notre construit, nous avons eu recours à l'indicateur de fiabilité le plus utilisé Alpha de Cronbach qui « mesure la consistance interne d'un ensemble d'items » [2]. En se basant sur le seuil de cet indicateur 0,7 fixé par Nunnally [34], cette valeur indique que ce construit est fiable. En d'autres termes, l'échantillon d'items reproduit bien le construit « le comportement entrepreneurial ».

L'intention: pour pouvoir interpréter cette variable, nous avons élaboré 9 items. La première analyse de la cohérence interne révèle un α d'une valeur de 0,56. Ce résultat est sensiblement inférieur au seuil d'acceptation retenu. Ceci nous a invités à examiner la corrélation entre les items. Nous constatons que 3 items nuisent à la qualité de la cohérence de l'échelle. L'élimination de ces derniers améliore la cohérence interne, l'ACP a dégagé une valeur de 71,45% de la variance totale expliquée. Cette valeur est très satisfaisante.

L'attitude: associée au comportement nécessite un ensemble d'items (8 items). La première analyse de la cohérence interne révèle un α d'une valeur de 0,51. Ce résultat est sensiblement inférieur au seuil d'acceptation retenu. Ceci nous a invités à examiner la corrélation entre les items. Nous constatons que 4 items nuisent à la qualité de la cohérence de l'échelle. L'élimination de ces derniers améliore la cohérence interne, la corrélation entre les items retenus nous donne un résultat très satisfaisant environ de 74,33%. À ce stade de l'analyse, nous avons décidé de garder ces items.

Norme sociale: pour mesurer cette variable, nous élaborons un ensemble d'items (9 items). La première analyse de la cohérence interne révèle un α d'une valeur de 0,55. Ce résultat est sensiblement inférieur au seuil d'acceptation retenu. Ceci nous a invités à examiner la corrélation entre les items. Nous constatons que 3 items nuisent à la qualité de la cohérence de l'échelle. L'élimination de ces derniers améliore la cohérence interne, les résultats montrent une valeur satisfaisante de 72,66%, donc les items retenus sont fiables.

Contrôle perçu: l'influence des perceptions du contrôle s'exprime à travers 6 items. La première analyse de la cohérence interne révèle un α d'une valeur de 0,58. Ce résultat est sensiblement inférieur au seuil d'acceptation retenu. Ceci nous a invités à examiner la corrélation entre les items. Nous constatons que 2 items nuisent à la qualité de la cohérence de l'échelle. L'élimination de ces derniers améliore la cohérence interne, l'analyse de la cohérence interne permet de distinguer un coefficient de 75,15%. Dans ce sens, les items retenus sont fiables.

Les tests de vérification des hypothèses font appel à des méthodes explicatives, dont la régression simple. En se basant sur l'ajustement linéaire, cette méthode permet de vérifier des relations de cause (variable explicative) à effet (variable expliquée) entre deux variables métriques dont on a proposé un sens dans les hypothèses de recherche [35]. L'une des conditions d'application de la régression simple se rapporte au nombre d'observations requises. A cette fin, nous nous sommes basés sur l'ensemble de l'échantillon 220 étudiants. L'interprétation du test de régression simple se fait à trois niveaux: l'intensité de la relation entre les deux variables qui est calculée grâce au coefficient de corrélation R, la significativité de la liaison et la qualité de l'ajustement du modèle qui s'apprécie à travers le coefficient R^2 , ainsi que le test F de Fisher, et enfin, l'examen des résidus pour traduire la précision du modèle.

3.4 LES RÉSULTATS ET LES INTERPRÉTATIONS

Avant l'analyse des questions, nous avons souhaité étudier les caractéristiques de l'échantillon par le biais des variables suivantes: le genre, l'âge et le niveau d'étude. La spécification des propriétés des données indique que l'échantillon contient 44,5 % de femmes, soit 98 personnes, et 54,5% d'homme soit 122 personnes. 12,7 % des étudiants sont à un niveau bac + 1, 25,5 % bac +2, 34,5 % bac + 3, 7,2 % bac + 4 et 2,2 % bac + 5. L'âge moyen est de 23,2 ans.

Dans ce qui suit, nous nous focaliserons sur les résultats de l'étude des relations entre les variables de notre modèle de recherche. Il s'agit, plus précisément, de confirmer ou infirmer les hypothèses de travail.

La première relation que nous avons souhaité vérifier revient logiquement à l'hypothèse H1, relative à l'influence que peut avoir l'existence d'une idée ou d'un projet d'entreprise plus ou moins formalisé influence positivement l'intention entrepreneuriale dans la région d'origine des étudiants. Le test de régression simple fourni, à ce propos, un résultat significatif. Le test de la régression laisse apparaître un coefficient de corrélation acceptable ($R^2 = 0,0924$) pour l'échantillon. La proportion de la variance de l'intention expliquée par l'attitude est égale à 92,4% (Sig = 0,00). Ainsi, conformément à notre hypothèse, l'existence d'une idée ou d'un projet d'entreprise plus ou moins formalisé influence positivement l'intention entrepreneuriale dans la région d'origine. Donc l'hypothèse 1 n'est pas rejetée.

La seconde relation que nous avons étudiée concerne les normes sociales et leur influence sur l'intention entrepreneuriale. Le test de la régression laisse apparaître un coefficient de corrélation acceptable ($R^2 = 0,0193$) pour l'échantillon. La proportion de la variance de l'intention expliquée par l'attitude est égale à 19,3% significative (Sig = 0,00). Ainsi, conformément à notre hypothèse, il n'y a pas de lien entre les normes sociales et l'intention entrepreneuriale dans la région d'origine. Donc l'hypothèse 2 n'est pas rejetée.

La dernière relation que nous avons étudiée concerne le contrôle perçu et l'influence sur l'intention entrepreneuriale. Le test de la régression laisse apparaître un coefficient de corrélation acceptable ($R^2 = 0,0254$) pour l'échantillon. La proportion de la variance de l'intention expliquée par l'attitude est égale à 25,5% (Sig = 0,00). Ainsi, conformément à notre hypothèse, il

n'y a pas de lien entre le contrôle perçu et l'intention entrepreneuriale dans la région d'origine. Donc l'hypothèse 3 n'est pas rejetée.

Les résultats de cette recherche semblent apporter des éléments stimulants pour la réflexion relative aux intentions entrepreneuriales des étudiants du monde rural. Tout d'abord, d'un point de vue très descriptif, l'étude montre l'intérêt porté par les étudiants à la création d'entreprise. En effet, 71% des étudiants interrogés trouvent l'idée de créer leur entreprise attractive; toutefois, 85% d'entre eux envisage cette alternative en dehors de leurs régions respectives. Les interrogés s'accordent cependant sur trois points essentiels quand il s'agit d'entreprendre: 89% reconnaissent que la recherche de financement est la première barrière rencontrée lors de la création d'une entreprise; 84% estiment qu'il existe un véritable manque de formation et d'informations pour se lancer, 62% des enquêtés révèlent l'absence de foncier comme contrainte pour se lancer en entrepreneuriat.

D'un autre coté cette possibilité n'est pas envisager à court terme, en effet, leur premier choix s'avère la possibilité de travailler pour le gouvernement, suivie de très près par la possibilité de travailler pour une grande entreprise. Ainsi, de façon générale, l'entrepreneuriat ne semble pas susciter l'intérêt immédiat chez les étudiants. On remarque, par ailleurs, un intérêt plus marqué chez les étudiants de sexe masculin, à la lumière des réponses relatives aux possibilités d'exercer une profession libérale de façon autonome, de lancer sa propre entreprise. Les résultats de nos analyses démontrent que 68% des étudiants et étudiantes interrogés déclarent vouloir quitter la région d'origine après avoir parachevé leurs études universitaires. Quant aux raisons invoquées pour justifier leur choix, les possibilités économiques arrivent au premier rang 47%, suivies par le désir d'élargir son horizon 24%; 16% préfèrent la vie urbaine. En effet, les entrepreneurs dans les zones rurales sont confrontés à une série de défis spécifiques que l'on ne rencontre généralement pas dans un contexte urbain et qui découlent principalement de l'accessibilité variable des zones rurales, de la petite taille des communautés rurales et de leur faible densité de population, de leur composition sociale et économique et de la nature des liens internes et externes [16].

Le manque d'expérience, l'appréhension du risque, le manque d'accompagnement, expliquent l'inhibition des jeunes ruraux face au développement d'un projet. 80% des enquêtés accusent l'absence de structures d'appui et d'accompagnement comme obstacle pour l'entrepreneuriat rural. Par rapport aux travaux antérieurs [28], ces résultats portent à croire que des efforts importants doivent être consentis par les universités avant que l'entrepreneuriat devienne une solution viable pour contrer l'exode des étudiants et étudiantes universitaires.

De la même manière les étudiants interpellés déclarent que leur entourage ne serait pas d'accord pour qu'ils créent leur propre entreprise. Évoluer dans un environnement familial qui n'accepte pas la création d'entreprise comme alternative de l'un des siens semble constituer un facteur ayant un impact sur la naissance de l'Intention. D'un autre coté, il apparaît que 56% s'estiment capables de créer leur entreprise et, enfin, que 15% jugent probable qu'à l'issue de leurs études ils créent leur entreprise.

4 CONCLUSION

Faire de l'entrepreneuriat rural un axe stratégique du développement socio-économique du Maroc requiert une évolution des politiques publiques et des mentalités. En dépit des efforts qui ont été consentis ces dernières années pour améliorer les conditions de vie des populations, le monde rural demeure encore marqué par la pauvreté et la précarité. Les programmes institutionnels continuent à favoriser le développement de l'entrepreneuriat dans les villes au détriment des campagnes. Le monde rural est resté longtemps en marge de cette dynamique.

L'entrepreneuriat des jeunes ruraux fait face à plusieurs contraintes entre autres la difficulté d'accès au capital foncier, au financement et à la formation en entrepreneuriat. Les ruraux poussés à la création d'entreprise ne perçoivent pas de meilleures alternatives d'emploi, ils ne possèdent aucun des traits caractéristiques reconnus aux entrepreneurs à succès. Ils ont une forte aversion au risque, des doutes importants tout au long du processus et souhaitent majoritairement redevenir salariés. L'entrepreneuriat liés à la création par nécessité s'avérer à moyen et long terme plus coûteux pour la société que ne l'est le problème du chômage de longue durée lui-même [12].

Somme toute, pour réellement encourager les jeunes étudiants ruraux de la génération Y à s'investir à l'entrepreneuriat l'accent devrait se focaliser sur l'innovation et l'utilisation des technologies. Ces programmes s'appuieraient sur le savoir-faire local pour l'améliorer ou encourageraient l'adoption de nouvelles pratiques entrepreneuriales modernes. Il est recommandé de miser sur la mise en œuvre des programmes de formation qui visent la promotion de l'entrepreneuriat rural. L'accès à l'accompagnement devrait être rendu plus accessible dans les territoires ruraux. Ainsi, les futures générations pourraient se sentir soutenues et accompagnées dans la création de leur entreprise.

La portée de ce travail vise à mieux cerner l'intention de quitter les provinces d'origine des étudiants et étudiantes universitaires après leurs études; et si l'entrepreneuriat pourrait être, de leurs point de vue une solution viable pour contrer cet exode. Les résultats font sortir que l'intention entrepreneuriale pouvait s'étendre sur une durée relativement longue, au cours de laquelle son intensité pouvait considérablement varier. L'entrepreneuriat comme solution possible à l'exode ne semble pas viable dans l'immédiat. Une majorité semble afficher une plus grande certitude quant à leur intention de quitter la région d'origine.

Néanmoins, ces résultats sont à relativiser, de par la structure de l'échantillon considérée. Nous envisageons trois pistes d'investigation futures sur l'intention entrepreneuriale chez les ruraux. La première a trait à une comparaison entre étudiants et des autres jeunes ruraux rester sur place. Deuxième piste d'investigation, ces résultats méritent d'être comparés à des résultats issus d'études longitudinales.

REFERENCES

- [1] HCP, le Maroc en chiffres, Haut-Commissariat au Plan du Maroc, 2020.
- [2] Churchill G.A., A paradigm for developing better measures of marketing constructs, *Journal of Marketing Research*, 16, 1 64 – 73, 1979.
- [3] Boutillier, S. et Uzunidis, D., L'empreinte historique de la théorie de l'entrepreneur. Enseignements tirés des analyses de Jean-Baptiste Say et de Joseph Aloïs Schumpeter. *Innovations*, 3 (3), 97-119, 2014.
- [4] Julien, P.A. et M. Marchesnay, *L'entrepreneurial*, Paris, Economica, collection Gestion/Poche, 1996.
- [5] Robbins S., Decenzo D., *Management, L'essentiel des concepts et des pratiques*, Editions Nouveaux Horizons, Paris, 2008.
- [6] Armijos, Dabson, Johnson, *Rural Entrepreneurship in a Time of Recession*, *Entrepreneurship Research Journal*, 2012.
- [7] Begley, T.M. et Boyd, D.P., Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 1987.
- [8] Baum, J. et Locke, E.A., The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89/4, 587-598, 2004.
- [9] Audet, J., L'intention de créer sa propre entreprise: un désir bien ancré en soi ou un état d'âme passager?, Conférence de l'Association des sciences administratives du Canada (ASAC), Halifax, Canada, 2003.
- [10] Nikolae, Boudreaux, et Palich, Cross-Country Determinants of Early-Stage Necessity and Opportunity-Motivated Entrepreneurship: Accounting for Model Uncertainty, *Journal of Small Business Management*, 2018.
- [11] Bird, B., Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 1988.
- [12] Muller P., Gerbaux F., Faure A. Les entrepreneurs ruraux, agriculteurs, artisans, commerçants, élus locaux. L'Harmattan, Paris, 1989.
- [13] Saleilles S., *Accompagner le candidat à l'installation en milieu rural*, ERFI ISEM - Université Montpellier, France, 2005.
- [14] Dumais M., Jean B., Morin S.A. et Dionne S., La propriété locale des entreprises, la relève entrepreneuriale et le développement des collectivités. Université du Québec à Rimouski, Québec, 2005.
- [15] Berthelot S., L'entrepreneuriat: une solution à l'exode des jeunes du Canada atlantique?, Johann Vallerand et Yves Robichaud *Francophonies d'Amérique*, n°23-24, 2007.
- [16] Moreau, R., Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale ?, 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), 25/26/27 octobre, 2006.
- [17] Callois J.M., Capital social et développement économique local. Pour une application aux espaces ruraux français, RERU, 2004.
- [18] Torre A., Filippi M., Proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux, INRA Editions Zalio P-P., Terri, 2005.
- [19] Moreau, F., Bernasconi, M., La temporalité comme critère différenciateur des modes de développement des jeunes entreprises innovantes à fort potentiel de croissance, *Gestion* 2000, 2, 107-124, 2004.
- [20] Krueger N.F., Carsrud A.L., Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour, *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5, p. 315-330, 1993.
- [21] Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L., Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, vol. 15, p. 411-432, 2000.
- [22] Tounés, A., L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français. *La Revue des Sciences de Gestion*, 2006.
- [23] Raijman R., Determinants of entrepreneurial intentions: Mexican immigrants in Chicago, *Journal of Socio-Economics*, 30, p. 393-411, 2001.
- [24] Ajzen I., The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, p. 179-211, 1991.

- [25] Shapero A., Sokol L., « The social dimensions of entrepreneurship”, in Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs: Prentice Hall, inc., Chapter IV, p. 72-90, 1982.
- [26] Davidsson P., « Determinants of entrepreneurial intentions”, RENT IX Workshop, Piacenza, Italy, nov. 23-24, 1995.
- [27] Autio E., Keely R.H., Klofsten M., Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA, Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, p. 133-147, 1997.
- [28] Tounés A., L'intention entrepreneuriale: une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac + 5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le doctorat es Sciences de Gestion, Université de Rouen, 2003.
- [29] Tessier-Dargent, C., Les paradoxes de l'entrepreneuriat de nécessité: Strapontin ou tremplin ?, Entreprendre & Innover, 2014.
- [30] Gundry L. K., Welsch H. P., The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises, Journal of Business Venturing, vol. 16, n° 5, p. 453-470, 2001.
- [31] Groen, A., J. Ulijn and A. Fayolle, Teaching diversity in technology entrepreneurship: Some experiences from The Netherlands and France, International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 3 (5), 517-537, 2006.
- [32] Emin S., L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics: le cas français, Thèse de doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Grenoble 2 - Ecole Supérieure des Affaires, 2003.
- [33] Liñán, F. & Chen, Y., Development & Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions, Entrepreneurship: Theory & Practice, 33 (3): 593-617, 2009.
- [34] Nunnally, J. C., Psychometric theory (2e éd.). New York: McGraw-Hill, 1978.
- [35] Evrard Y., Pras B. et Roux E., Market: Etudes et recherches en marketing, Dunod, 2000.