

## 11<sup>ème</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

### Le Rapport au savoir entrepreneurial : l'effet filière

Tarik ZAHRANE

Université Cadi Ayyad, Maroc,

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Marrakech,

Laboratoire de recherche en Qualité, Marketing et Transfert des innovations

(L-QUALIMAT)

#### Résumé:

Ce travail de recherche s'efforce d'étudier «l'effet filière» sur l'apprentissage entrepreneurial des étudiants ayant suivi une formation en entrepreneuriat dans deux établissements facultaires. Notre hypothèse de départ est que l'impact d'une pédagogie sur le rapport au savoir entrepreneurial dépend de «l'effet filière». Toutefois, une pédagogie situationnelle garde un avantage dans tous les cas de figure. Notre recherche s'inscrit dans un cadre exploratoire par étude de cas multiples. «L'effet filière» est recherché à travers deux cas : un module obligatoire dispensé aux étudiants inscrits en licence, filière "Economie et Gestion" et un module obligatoire dispensé aux étudiants inscrits en licence, filière "Arabe classique". Dans ce travail de recherche nous présentons seulement les résultats de l'étude menée auprès des étudiants de la faculté de Langue Arabe de Marrakech.

**Mots clés :** Effet filière, pédagogie informationnelle, pédagogie situationnelle, entrepreneuriat,

#### Relationship to entrepreneurial knowledge: the educational track effect

#### Abstract

This research assesses the impact of 'the educational track effect' on entrepreneurial learning for students who have completed entrepreneurship training in two higher education institutions. The initial hypothesis predicts that the impact of pedagogy on relationship to entrepreneurial knowledge depends on the educational track effect. However, a situational pedagogy may be an advantage for all cases. This research is part of an exploratory research framework including multiple case studies. The educational track effect is explored through two cases: a compulsory

module provided to students enrolled in the bachelor's program (Economics and Management) and a compulsory module provided to students enrolled in the Bachelor's program (classical Arabic). Only the results of the study conducted among students of the Faculty of Arabic Language- Marrakech are presented.

**Keywords:** Educational track effect, information pedagogy, situational pedagogy, entrepreneurship

## 1. Contexte et problématique

Hormis les efforts déployés par les universités marocaines pour augmenter le nombre des étudiants bénéficiaires de la formation « CLE » (comprendre l'entreprise), que ce soit à travers la généralisation d'un module obligatoire à toutes les filières de formation ou à travers des initiatives spécifiques, diplômantes ou non, ouvertes aux étudiants volontaires, la faible implication entrepreneuriale des jeunes et des femmes reste remarquable (GEM, Maroc, 2017). La tendance salariale est toujours celle qui règne par rapport à la tendance entrepreneuriale. L'attrait des étudiants vis-à-vis de l'acte d'entreprendre est relativement faible. La plupart des étudiants semblent être séduits par le travail dans un environnement stable et moins stressant. Chose qui se traduit dans la réalité par un taux de chômage très prononcé et par l'augmentation de sit- ins devant le parlement.

L'incapacité de certaines universités à gérer le nombre important des étudiants bénéficiaires de ce module obligatoire a rendu le respect du cahier de charge, sur le plan pédagogique, presque impossible. Les cours sont assurés par des enseignants beaucoup plus transmetteurs de savoir que facilitateurs<sup>1</sup>.

L'abandon brusque du module « CLE », sans une évaluation des formations antérieures, au profit du projet «Tempus P@lmes»<sup>2</sup>, et l'absence de toute initiative de l'intégrer au secondaire révèle que l'enjeu de la sensibilisation n'est pas encore relevé. Le système semble être préoccupé davantage par la résolution des problèmes d'ordre matériels que par la régulation des dysfonctionnements pédagogiques. En fait, les études préliminaires que nous avons faites en tant que participant (enseignant) ou simple observateur dans plusieurs facultés et écoles

---

<sup>1</sup> Connotation pédagogique pour désigner l'enseignant coach qui laisse beaucoup de liberté aux étudiants dans la construction de leurs savoirs. Le mot a été utilisé dans la formation CLE.

<sup>2</sup> Passeport numérique pour améliorer l'employabilité des lauréats de l'enseignement supérieur marocain

qui relèvent de l'université Cadi Ayyad ont montré que ce déficit pédagogique se résume aux points ci-après:

- une sensibilisation à l'entrepreneuriat basée sur une pédagogie informationnelle;
- une sensibilisation à l'entrepreneuriat basée sur un enseignement linéaire;
- une confusion entre la sensibilisation et les formations de spécialisation (absence de l'effet filière) ;
- une généralisation de la formation CLE, toutes filières confondues sans prendre en considération la spécificité de chaque filière (contenu, effectif, débouchés .....).

Partant de ces éléments ci-dessus notre problématique peut se forger ainsi :

**Dans quelle mesure une pédagogie situationnelle permet- elle de neutraliser l'effet filière en vue d'une meilleure amélioration du rapport au savoir entrepreneurial ?**

## **2. Cadrages conceptuel et théorique**

### **2.1. *Quid* de la pédagogie situationnelle ?**

La pédagogie situationnelle (Zahrane, 2018) dans un contexte entrepreneurial consiste à mettre l'étudiant dans des situations d'apprentissage complexes. Cette dernière se veut avant tout un ensemble d'actions qui s'inspirent des théories de l'effectuation (Saravathy, 2001-2005), du business modèle (Verstraete, 2006), du business plan comme étant un artefact (le modèle de 3M) structurant l'écosystème de l'entrepreneur (Schmitt, 2017) et du socioconstructivisme interactif (Jonnaert, 2009), permettant ainsi un apprentissage réflexif, responsabilisant, coopératif et expérientiel (Surlemont et Kearney, 2009). Il s'agit de placer les apprenants dans des situations-problèmes (Piaget, 1969) permettant de désacraliser et de démystifier le phénomène entrepreneurial en les aidant à voir dans la création d'entreprise une option de carrière (Fayolle, 2005 et 2017). *In fine* susciter chez eux des valeurs entrepreneuriales permettant de valoriser leurs expériences et de modifier positivement leurs attitudes au regard de l'entrepreneuriat.

A l'opposé de la pédagogie situationnelle, la pédagogie informationnelle porte plus sur la masse de connaissance transmise et retenue que sur la capacité de l'apprenant à mobiliser ses ressources pour problématiser et construire son apprentissage (Béchar J.P., Grégoire D, 2009).

## **2.2 Les composantes de la pédagogie situationnelle: La trinité, Effectuation-Approche projet- Socioconstructivisme interactif**

Par opposition au modèle causal, le modèle de l'effectuation (Sarasvathy, 2001), montre que la prise de décision, dans un contexte non prédictif, se construit selon une logique de résolution dynamique du problème, dans lequel les buts émergent en fonction des ressources disponibles de l'entrepreneur. La plupart des modèles de décision se concentrent sur des informations prédictives pour pouvoir contrôler l'avenir. En fait, Sarasvathy ne partage pas la vision positiviste de l'opportunité selon laquelle l'opportunité est donnée. L'auteur défend un positionnement constructiviste selon lequel l'opportunité se construit chemin faisant. Pour ce faire, l'entrepreneur mobilise trois catégories de moyens : l'identité, la connaissance et les réseaux qui renvoient à trois questions : Qui suis-je ? Que sais-je ? Qui connais-je ? La réponse à ces trois questions par l'entrepreneur permet de déterminer les moyens disponibles qui seront mobilisés pour réaliser des effets maîtrisables et non prévisibles.

De même, le raisonnement effectual considère que la distinction entre planification et mise en œuvre est artificiel car les deux constituent un tout complexe. En réalité, l'idée se construit à partir des ressources cognitives, relationnelles de l'entrepreneur. Le point de départ n'est pas la découverte d'une grande idée. C'est l'individu qui est le point de départ : l'entrepreneur avec ses ressources de base détermine ce qu'il peut faire, tisse des relations avec des parties prenantes qui lui apportent des nouvelles ressources.

D'un point de vu didactique, cela se traduit par un choix très fin des outils pédagogiques. Le choix doit porter sur les instruments qui sont en phase avec l'aspect dynamique et processuel de l'acte entrepreneurial. Par exemple, le business plan est un outil très répandu dans l'enseignement de l'entrepreneuriat. Cependant, la manière selon laquelle, il s'enseigne le vide de son intérêt. Les cours en entrepreneuriat qui sont élaborés selon la pédagogie classique considèrent que le business plan comme un document qui traduit une phase de conception et doit être appliqué tel qu'il est en faisant distinction entre la phase de conception et celle de réalisation. Chose qui a poussé plusieurs auteurs à penser brûler le business plan. Ce n'est pas parce qu'il est moins important, mais il n'est pas utilisé à bon escient.

L'un des artefacts qui semblent en adéquation avec la logique effectuale demeure le Business modèle (Servantie, 2012). En fait, le business modèle pousse l'entrepreneur à se poser des questions par rapport à ses ressources et à ses compétences et à identifier l'opportunité, voire au sens de Verstraete, générer de la valeur. Tandis que, le partage de la valeur est

matérialisé dans le modèle de l'effectuation par l'interaction avec les parties prenantes et leur engagement effectuel. Enfin, la rémunération de la valeur semble correspondre aux nouvelles ressources et aux nouveaux marchés.

La dernière composante de notre modèle suppose que la connaissance entrepreneuriale se construit chemin faisant de manière collective et interactive. Il s'agit de déclencher un processus d'apprentissage basé sur l'adaptation des connaissances du sujet avec la situation-problème confrontée. Selon ce paradigme, l'étudiant entrepreneur est celui qui construit sa connaissance entrepreneuriale en fonction d'une logique dialectique entre les acquis antérieurs et ses nouvelles connaissances.

Dans ce sens, il y a une forte superposition entre la logique effectuale et la dimension constructiviste, dans la mesure où les deux logiques partent du postulat de base qui considère que l'entrepreneur se lance dans les affaires en fonction de ses propres ressources aussi bien matérielles qu'immatérielles. La connaissance aussi bien construite, constitue alors, une nouvelle base sur laquelle l'entrepreneur pourrait s'appuyer pour se fixer d'autres objectifs. Nous sommes dans un cycle de ressources itératif au sens de Sarasvathy (2001).

### **2.3. Le rapport au savoir**

Défini comme étant la relation affective et subjective qu'un sujet entretient avec l'apprentissage, le rapport au savoir demeure un paramètre important sur lequel les enseignants s'appuient pour stimuler chez l'étudiant des attitudes positives au regard de l'apprentissage. Il s'agit de mettre en exergue d'une part, la façon dont le sujet est affecté par la nature du savoir et d'autre part, la façon dont ce sujet l'explique et s'y rapporte.

Bien que le concept a connu au cours de ces dernières années un engouement, il est à ses débuts. Sa réelle conceptualisation a commencé à partir des milieux des années quatre-vingt. Ainsi le concept a été affiné théoriquement par deux équipes de chercheurs : la première qui a été menée par Bernard Cahrlot, a établi les soubassements du concept à partir d'une vision sociologique ; la deuxième qui a été dirigée par Beillerot (2000) et qui s'inscrit dans une perspective psychanalyste a jeté les bases du concept.

L'approche psychanalyste s'intéresse à la structuration individuelle du rapport au savoir selon une logique clinique. Tandis que l'approche sociologique cherche plutôt à repérer des profils et de structurations susceptibles de jaloner des chemins sociaux différents.

Pour Charlot (1997), le rapport est défini comme étant : *« l'ensemble de relations qu'un sujet humain entretient avec tout ce qui relève de l'apprendre et du savoir : objet, contenu de*

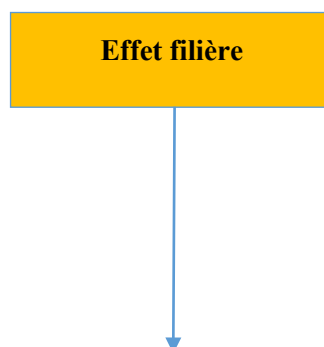
*pensée, activité, relation interpersonnelle, lieu, personne, situation, occasion, obligation, etc, liés en quelque façon à l'apprendre et au savoir*». Cette définition a été partagée par plusieurs auteurs, sachant que d'autres ont basculé vers une opérationnalisation plus précise du concept. Il s'agit précisément des travaux qui traitent de la problématique du Rapport au savoir scolaire et professionnel en vue d'appréhender l'échec scolaire. Cela contraste avec les travaux de Charlot qui étudie le rapport au savoir dans un contexte lié à l'apprentissage de la vie au sens le plus large.

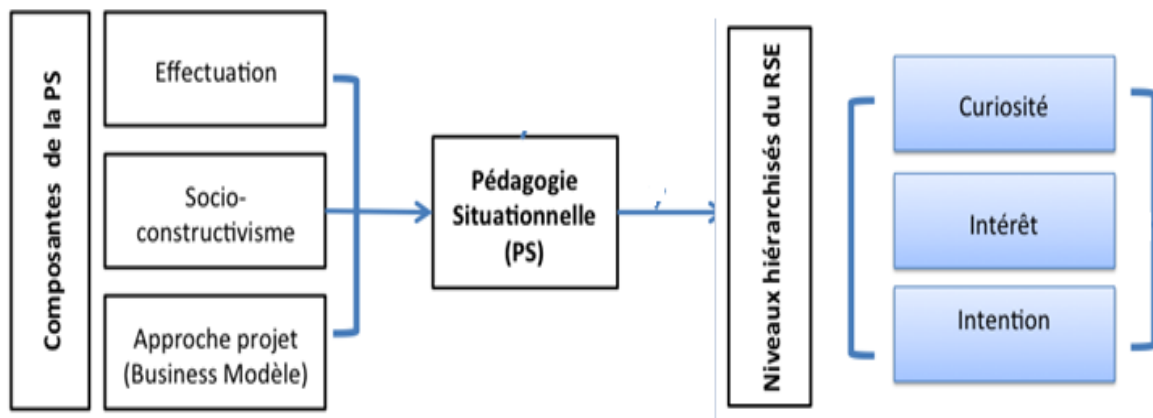
### **3. Méthodologie de recherche**

#### **3.1. Construction du modèle et postures épistémologiques**

La plupart des études qui ont été menées par Tounès (2003) Gailly (2009), Boissin (2007) et Loue (2012) avaient pour but de valider le modèle de l'intention entrepreneuriale dans le cadre d'une formation en entrepreneuriat. A l'exception de Jarniou (2008-2013), Verzat (2009), Tautain (2012), Fayolle (2008, 2009, 2012, et 2017) ces études ont traité de manière implicite la dimension pédagogique. Basée sur une exploration hybride caractérisée par un aller-retour entre le monde théorique et le monde empirique, notre contribution consiste à enrichir les modèles existant à travers l'introduction d'un nouveau paramètre, « le Rapport au savoir entrepreneurial. Pour ce faire, notre protocole de recherche renferme deux phases : La première, basée sur les théories de l'effectuation (Sarasvathy, 2001), du socioconstructivisme (Jonnaert, 2009) et l'approche projet (Schmitt et al, 2008) nous a permis de concevoir un modèle pédagogique situationnel susceptible d'influencer positivement le rapport au savoir entrepreneurial des étudiants. La deuxième a pour objectif d'explorer le croisement de notre pédagogie situationnelle avec l'effet filière et d'étudier son impact sur le rapport au savoir entrepreneurial.

Figure 1 : Modèle de recherche





Source : Elaboré par l'auteur

Notre posture épistémologique est partagée entre le constructivisme et le positivisme. La première phase de notre recherche qui consiste à élaborer un modèle pédagogique situationnel de sensibilisation à l'entrepreneuriat à partir d'une exploration théorique se caractérise par la prépondérance du constructivisme. Tandis que la deuxième phase qui s'efforce d'expérimenter la faisabilité de notre modèle pédagogique est de nature positiviste.

### 3.2. Hypothèses de recherche, collecte et analyse des données

Pour Fayolle (2009), l'impact d'un programme de formation en entrepreneuriat sur la désirabilité entrepreneuriale est influencé par le niveau initial d'intention des étudiants. Dans notre modèle, l'intention entrepreneuriale est un niveau parmi les autres niveaux hiérarchisés qui caractérisent le « Rapport au savoir entrepreneurial ». Un étudiant qui a choisi de suivre notre formation peut le faire par curiosité (découvrir ce qu'est l'entrepreneuriat, « juste pour voir de quoi ça tourne ») ou, à un deuxième niveau, par intérêt (« j'en ai une idée et ça m'intéresse ») ou, à un troisième niveau, par intention (« j'ai déjà une idée de projet » ou « j'ai l'intention d'entreprendre »). Ces trois niveaux traduisent un rapport positif au savoir entrepreneurial avant la formation. En fonction de la filière et de la nature de la formation, ces trois niveaux peuvent évoluer positivement (passer à un niveau supérieur) ou créer un rapport négatif au savoir entrepreneurial. D'où l'importance primordiale de l'approche pédagogique adoptée dans les séminaires de sensibilisation à l'entrepreneuriat.

Ces pistes de réflexion ont constitué le point de départ de notre problématique de recherche qui se base sur l'idée selon laquelle : **une pédagogie basée sur une sensibilisation**

## **à partir des situations entrepreneuriales *versus* une pédagogie informationnelle (sensibilisation par information) garde un avantage quelle que soit la filière de l'étudiant**

Etant donné que ce rapport n'est pas figé, il se développe en fonction de la filière l'étudiant, nous avançons deux hypothèses :

- **H1** : La pédagogie situationnelle a un effet positif sur le rapport au savoir entrepreneurial des étudiants toutes filières confondues.

Toutefois, l'intensité de cet impact diffère lorsque nous segmentons notre échantillon sur la base des filières des étudiants. D'où notre deuxième hypothèse :

- **H2** : L'intensité de l'impact d'une pédagogie situationnelle sur le rapport au savoir entrepreneurial dépend de l'effet filière. Plus le contenu de la filière est proche du savoir entrepreneurial plus l'impact est faible.

En d'autres termes, les étudiants ayant comme filière «Economie et Gestion» sont prédisposés à avoir un rapport au savoir entrepreneurial initial favorable, vu le rapprochement disciplinaire entre l'entrepreneuriat et les autres matières de ladite filière. Néanmoins, l'intensité de l'impact (écart moyen) demeure faible vu l'importance du score moyen du rapport au savoir entrepreneurial, calculé avant la formation.

La collecte de données a été effectuée à l'aide de deux outils, d'une part un questionnaire administré en deux temps avant et à l'issue de la formation, portant sur les dimensions suivantes : milieu familial, attentes de la formation, rapport au savoir entrepreneurial et culture entrepreneuriale. Et d'autre part, un complément du questionnaire, remis à la fin de la formation pour évaluer le rôle du formateur, le rôle du formé, le contenu, les modalités pédagogiques, l'organisation de l'espace et le mode d'évaluation. L'analyse des données a été réalisée par le test relatif à la comparaison des moyennes de scores. Des échelles de Likert à 7 positions ont été utilisées pour permettre aux étudiants de donner leurs points de vue sur les composantes de notre modèle pédagogique.

### **4. Résultats**

L'échelle de Likert utilisée étant de 7 niveaux, les résultats ont été intégrés en trois catégories uniquement : un score strictement supérieur à 4 traduit un rapport positif (curieux, intéressé, intentionné, respectivement), un score strictement inférieur à 4 traduit un rapport négatif (pas curieux, pas intéressé, non intentionné, respectivement) et un score égal à 4



représente un état neutre (pour chacun des 3 niveaux du rapport au savoir entrepreneurial, respectivement). Par ailleurs, les 3 niveaux hiérarchisés du rapport au savoir étant cumulatifs - un élève intentionné est déjà intéressé et plus que curieux-, les données seront présentées en un tableau représentant la répartition des élèves suivant leur niveau supérieur atteint.

#### 4.1. Migration de profils

Tableau1: Profils constatés selon le niveau supérieur atteint du « Rapport au savoir entrepreneurial » avant /après la sensibilisation

Profils constatés avant la sensibilisation		Migration de profils après la sensibilisation				
		Incurieux	Neutre	Curieux	Intéressés	Intentionnés
Incurieux	<b>5</b>	0	0	0	0	5
Neutres	<b>7</b>	0	0	0	2	5
Curieux	<b>10</b>	1	0	0	1	8
Intéressés	<b>18</b>	0	0	1	2	15
Intentionnés	<b>34</b>	1	0	0	4	29
Total	<b>74</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>62</b>

En se référant au tableau ci-dessus, on se rend compte que les profils des étudiants avant la formation ne sont pas les mêmes après la formation. En fait, les profils de départ ont connu une amélioration ou une migration vers des niveaux supérieurs du rapport au savoir entrepreneurial. Cette migration de profil a révélé que les 5 étudiants incurieux ont pu basculer vers les intentionnés. Parmi les 7 étudiants neutres, 2 ont bifurqué vers les intéressés et 5 vers les intentionnés. Quant au 18 étudiants intéressés, un seul étudiant a reculé vers les curieux, deux étudiants ont gardé le même profil et 15 étudiants ont grimpé vers les intentionnés. Enfin, parmi les 34 étudiants intentionnés, un étudiant a reculé vers les incurieux, 4 vers les intéressés, et le reste a pu maintenir leur profil de départ.

En substance, le bilan de migration de profil suite à notre séminaire de sensibilisation est très positif. En fait, les profils constatés à l'issue de la formation concrétisent ce bilan, soient 62 intentionnés, 9 intéressés 1 curieux et 2 incurieux.

#### 4.2. Etude des profils

Tableau 2: Effet du modèle pédagogique sur le rapport au savoir entrepreneurial des étudiants intentionnés

Rapport au savoir entrepreneurial	Observations	Score moyen avant	Score moyen après	Ecart moyen	Ecart relatif moyen en %	Taux d'hétérogénéité en %	
						avant	après
Curiosité	34	5,09	5,85	0,76	39,79	40,47	20,17
Intérêt	34	5,59	5,85	0,26	18,44	24,49	16,92
Intention	34	6,35	5,70	- 0,65	-100	12,13	23,16

Les résultats affichés dans le tableau ci-dessus, ont révélé que le rapport au savoir entrepreneurial des étudiants intentionnés n'a apparemment été en moyenne que légèrement affecté par le modèle pédagogique. Les écarts moyens correspondant à la curiosité, l'intérêt, et l'intention sont respectivement 0,76, 0,26 et - 0,65 (en passant de 5,09 à 5,85 pour la curiosité, de 5,59 à 5,85 pour l'intérêt et de 6,35 à 5,70 pour l'intention). De même, l'écart relatif moyen de la dimension « intention » a connu une diminution au profit de la curiosité, chose qui explique le passage du taux d'hétérogénéité de 12,13% à 23,16% pour les intentionnés.

Tableau 3 : Effet du modèle pédagogique sur le rapport au savoir entrepreneurial des étudiants intéressés

Rapport au savoir entrepreneurial	Observations	Score moyen avant	Score moyen après	Ecart moyen	Ecart relatif moyen en %	Taux d'hétérogénéité en %	
						avant	après
Curiosité	18	4,78	5,55	0,77	34,68	41,63	21,62
Intérêt	18	5,55	5,50	- 0,05	3,44	12,61	18,91
Intention	18	2,33	5,39	3,06	65,52	62,23	26,54

Bien qu'ils disposent avant la sensibilisation d'un niveau d'intention faible, soit un score moyen de 2,33 points, les étudiants intéressés ont pu enregistrer une augmentation de leur intention entrepreneuriale, à l'issue de la formation, soit un score moyen de 5,39 points. Ainsi,

par rapport à la dimension « intention », le gain relatif moyen a dépassé largement les 30%, soit 65,52% et le taux de variation a connu une tendance baissière en passant de 62,23 % avant la sensibilisation à 26,54 % après la sensibilisation.

Tableau 4 : Effet du modèle pédagogique sur le rapport au savoir entrepreneurial des étudiants curieux

Rapport au savoir entrepreneurial	Observations	Score moyen avant	Score moyen après	Ecart moyen	Ecart relatif moyen en %	Taux d'hétérogénéité en %	
						avant	après
Curiosité	10	6,4	5,60	- 0,8	- 133,33%	13,13	30,53
Intérêt	10	3,2	5,70	2,5	65,79	35,31	18,60
Intention	10	1,8	5,70	3,9	75%	62,78	30,70

Les étudiants curieux ont pu améliorer leur intention entrepreneuriale en atteignant, par rapport à la dimension « intention », un gain brut de 75% et une variation à la baisse du taux d'hétérogénéité.

Tableau 5 : Effet du modèle pédagogique sur le rapport au savoir entrepreneurial des étudiants neutres

Rapport au savoir entrepreneurial	Observations	Score moyen avant	Score Moyen après	Ecart Moyen	Ecart relatif moyen en %	Taux d'hétérogénéité en %	
						avant	après
Curiosité	7	4	5	1	33,33	0	20
Intérêt	7	2,57	5,43	2,86	64,56	37,74	9,76
Intention	7	2,14	5,43	3,29	67,69	62,62	21,36

Le bilan des neutres est très positif, il s'est soldé par une migration des neutres vers les intentionnés, soit un gain brut moyen par rapport à la dimension intention de 3,29 points (en passant de 2,14 points à 5,43 points). Ce bilan est consolidé par le calcul du gain relatif moyen qui a enregistré une tendance haussière par rapport à la dimension « intention », soit 67,69%.

Tableau 6 : Effet du modèle pédagogique sur le rapport au savoir entrepreneurial des étudiants incurieux

Rapport au savoir entrepreneurial	Observations	Score moyen avant	Score moyen Après	Ecart moyen	Ecart relatif moyen en %	Taux d'hétérogénéité en %	
						avant	après
Curiosité	5	1,8	5,8	4	76,92	46,67	22,41
Intérêt	5	2	5,8	3,8	76,00	35,50	22,41
Intention	5	2	6	4	80,00	70,50	27,83

Bien qu'ils disposent avant la formation d'un rapport au savoir entrepreneurial défavorable, les étudiants incurieux ont réalisé des scores très élevés sur la dimension « intention » à l'issue de la formation. Le score moyen est passé de 2 à 6 points soit un gain brut moyen de 4 points. Quant à l'écart relatif moyen, ce dernier a dépassé largement le seuil au-dessus duquel on parle d'un impact positif, soit un taux de 80 %. Ainsi, le taux d'hétérogénéité a enregistré une tendance baissière en passant 70,5 % à 27,83 %.

## 5. Conclusion

### 5.1. Apports

Menée auprès d'un échantillon de 74 étudiants de la Faculté de Langue Arabe de Marrakech, filière Arabe classique, la principale conclusion de cette recherche réside dans l'effet positif de notre modèle pédagogique sur le rapport au savoir entrepreneurial de nos étudiants. Le bilan de migration de profil suite à notre séminaire de sensibilisation concrétise cet impact : les profils constatés à l'issue de la formation sont 2 incurieux, un curieux, 9 intéressés et 62 intentionnés (H1 validée). Toutefois, l'intensité de cet impact diffère lorsque nous segmentons notre échantillon sur la base du rapport au savoir entrepreneurial. L'impact de notre modèle pédagogique est d'autant plus fort que le niveau initial du rapport au savoir entrepreneurial est faible et inversement. Les étudiants se concentrent sur le développement des compétences qu'ils ignorent et négligent celles qu'ils maîtrisent (Fayolle, 2009). Le nombre important des étudiants intentionnés (34 étudiants), avant la sensibilisation par rapport aux autres profils, s'explique par la nature de la filière, (Arabe classique). En effet, on est devant un public qui semble conscient des contraintes inhérentes à la non compatibilité de son diplôme avec les besoins du marché de travail. Une filière, comme l'Arabe classique, est loin de

répondre aux besoins des entreprises. Ainsi, la chance de gagner un poste budgétaire avec l'Etat n'est pas une chose facile. De même, le public semble être largement influencé par la culture religieuse (musulmane) qui incite à se lancer dans les affaires au lieu du salariat (H2 non validée).

De plus, le rapport au savoir entrepreneurial apparaît, dans notre recherche, comme un indicateur clé qui pourrait profiler les étudiants et mieux les orienter. Ceux qui n'ont jamais été exposés à l'entrepreneuriat (curieux), ceux qui s'intéressent parce que, quelque part, ils ont des idées (intéressés) et ceux qui disposent d'un niveau d'intention entrepreneuriale (intentionnés). De même, d'identifier au préalable les profils pour lesquels le séminaire de sensibilisation pourrait être le plus bénéfique. En fait, la segmentation des étudiants sur la base des trois niveaux hiérarchisés du rapport au savoir entrepreneurial pourrait conduire à la fixation des nouveaux objectifs. Un séminaire qui a pour objectif de sensibiliser est beaucoup mieux adapté aux catégories des curieux et des intéressés. Tandis qu'un public intentionné a besoin d'être accompagné et incubé plus qu'à être sensibilisé.

## **5.2. Implications pédagogiques**

Les résultats obtenus indiquent que la sensibilisation à la culture entrepreneuriale via un apprentissage situationnel dans une perspective socioconstructiviste et effective nécessite une posture radicalement différente de l'enseignant. Celui-ci devient un facilitateur du processus d'apprentissage plutôt qu'un dispensateur de savoir. Ainsi, l'étudiant s'inscrit dans une nouvelle perspective, il devient l'acteur de son apprentissage au lieu de celui qui se limite à restituer la marchandise dans les meilleurs de cas.

Promouvoir la culture entrepreneuriale peut se faire à l'aide d'un contenu ludique, permettant de joindre l'utile à l'agréable. Bien que le business plan a subi tant de critiques par rapport à son aspect analytique, il n'en demeure pas moins qu'il reste nécessaire pour aider les étudiants à formaliser et à forger leurs idées d'entreprendre. Sa conception comme un panier de situations-problèmes qui aboutissent à la construction dudit business plan sans que l'étudiant en soit conscient a permis de mettre l'étudiant dans une logique beaucoup plus interprétativiste et structurationniste qu'analytique (LAGUECIR 2010).

S'inscrire dans un mode de raisonnement effectual par opposition au mode de raisonnement causal pousse les étudiants à concevoir des affaires en fonction des ressources qu'ils aient.

Chose qui a permis de démystifier, vulgariser l'entrepreneuriat et par conséquent de développer la réalisation de soi, la confiance en soi, etc.

Ainsi, l'inscription dans une logique heuristique basée sur l'essai et l'erreur a fait émerger un apprentissage expérientiel permettant de capitaliser sur les erreurs et de faire progresser les apprenants. À l'opposé des méthodes algorithmiques qui s'appuient sur la rationalité cartésienne et qui marginalisent les éléments non modélisables, la pédagogie situationnelle s'inscrit dans une vision heuristique. Il ne s'agit pas d'apporter des solutions toutes faites à une situation-problème, mais plutôt de faire apprendre aux étudiants que sa résolution s'effectue chemin faisant. Dans ce contexte, le business plan est un artefact facilitant la problématisation (Dewey 1925) et cadre bien avec l'aspect processuel de l'entrepreneuriat.

### **5.3. Limites et perspectives de la recherche**

Si ladite recherche présente des implications et de contributions, elle comporte néanmoins des limites qui appellent des recherches futures. L'analyse empirique fournie dans le cadre de cette recherche ne doit pas être conçue comme une épreuve de validation ou de généralisation. C'est une première expérimentation à des fins de faisabilité. Avec un échantillon faible de 71 étudiants pour le cas de la filière Arabe classique, nous sommes plutôt dans une logique exploratoire susceptible de produire de nouvelles pistes d'analyse, de nouveaux concepts et des hypothèses testables dans des recherches futures. L'élargissement de la taille de l'échantillon va nous permettre de procéder à une analyse factorielle susceptible de repérer les dimensions motrices du rapport au savoir entrepreneurial sur lesquelles le modèle pédagogique pourrait agir. D'un point de vue pédagogique, cette étude constitue un tremplin sur lequel nous pouvons appuyer pour développer un kit pédagogique de sensibilisation à la culture entrepreneuriale.

Le rapport au savoir est lié aux gains espérés du savoir à acquérir. Développer un rapport positif nécessite une nouvelle stratégie d'évaluation du module de l'entrepreneuriat. L'étudiant doit à la fin disposer d'un certificat qui récompense son implication. Dans ce sens, l'étude du rapport au savoir entrepreneurial, dans le cadre d'une formation certificative, demeure importante (cas de l'implication calculée). L'expérimentation de notre modèle dans le cas de cette formation va nous permettre de découvrir les différents profils sous-jacents à ce type de formation et leurs importances dans l'appropriation du savoir entrepreneurial.

En d'autres termes, cette piste va nous permettre de répondre à la question de savoir si la certification des compétences entrepreneuriales permettrait l'émergence d'un rapport positif au

savoir entrepreneurial et par conséquent une grande prédisposition à acquérir les attitudes et les compétences entrepreneuriales.

## **Bibliographie**

Béchar J. & Gregoire, D. (2009). « Archétypes d'innovations pédagogiques dans l'enseignement supérieur de l'entrepreneuriat : modèle et illustrations. », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 8(2) 35-56.

Bouslikhane A. (2011). « Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial », *Thèse de doctorat en Science de Gestion. Université de Nancy 2*.

Beillerot J. (2000), « Le rapport au savoir. Formes et formation du rapport au savoir », *Paris, l'Harmattan*, p.39-57.

Charlot B (1997), « Du rapport au savoir, élément pour une théorie », *Paris, Anthropos*.

El Ouazzani k (2018). La dynamique entrepreneuriale au Maroc 2017.», *Global Entrepreneurship Monitor, Rapport du Maroc*, 2017.

Emin S., Boissin J.P et Barthelemy C. (2005). «Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat - élément d'analyse pour l'action. » *AIMS*.

- Fayolle A. (2017), « Entrepreneuriat : Théories et pratiques : Applications pour apprendre à entreprendre ». *Dunod, Paris, 3<sup>ème</sup> édition*
- Fayolle A. (2012). « Apprendre à entreprendre. », *Dunod, Paris 2<sup>ème</sup> édition.*
- Bureau S., Fendt J. (2009). « Apprendre à entreprendre. », Essai par la dérive. *6<sup>ème</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat. Sofia Antipolis.*
- Jonnaert P. (2009). « Créer des conditions d'apprentissage : un cadre de référence socioconstructiviste pour une formation didactique des enseignants. », *De Boeck, 3<sup>ème</sup> édition.*
- Laguecir A., Colas H. (2010). « Des modes d'utilisation du plan d'affaire de la théorie de l'activité. », *Revue de l'entrepreneuriat, vol.9, n°1.*
- Léger-Jarniou C. (2013). « Le grand livre de l'entrepreneuriat. », *Dunod, Paris.*
- Loue P.C. (2012). « Art'titude, développer un sentiment d'auto efficacité entrepreneuriale par la pratique de l'art et du sport. », *Entreprendre & Innover, 11-37.*
- Sarasvathy S-D. (2001). « Causation and effectuation, toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review, vol, 26, n°2, p.243-263.*
- Servantie V. (2012), « Evolution du Business Model selon la logique d'effectuation : le cas colombien de la Fondation Temps de Jeu » *11<sup>ème</sup> CIFPME*
- Schmitt C., Bayad M. (2008). « L'entrepreneuriat comme activité à projet. Intérêts, apports et pratiques. », *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels. Vol.14, 141-159.*
- Schmitt, C. (2017). « La fabrique de l'entrepreneuriat » *Dunod.*
- Surlement B., Kearney P. (2009). « Pédagogie et esprit d'entreprendre », *1<sup>ère</sup> Edition de Boeck Université.*
- Tautain O. (2011), « La situation-problème pour construire des connaissances entrepreneuriales », *Entreprendre & Innover, vol 3.*
- Tounes A. (2003). « L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivants des formations en entrepreneuriat (Bac +5) et des étudiants en DESS CAAE. », *Thèse en science de gestion.*
- Zahrane T. (2018). « La pédagogie situationnelle : un levier de sensibilisation à la culture entrepreneuriale. », *Revue, Repères et Perspectives Economiques. 04/ 2<sup>ème</sup> semestre, 2018.*
- Zahrane T. (2018), « De l'enseignement à l'éducation à l'entrepreneuriat, vers un changement de paradigme ». *10<sup>ème</sup> édition des journées scientifiques de l'entrepreneuriat, Marrakech,*