

**Alternatives Managériales et Economiques**

**E-ISSN : 2665-7511**

***[https://revues.imist.ma/?journal=AME](https://revues.imist.ma/?journal=AME" \t "_blank)***

***JANATI-IDRISSI & MAELAININ / Revue AME Vol 3, No 3 (Juillet, 2021) 324-339***

**L’entrepreneuriat féminin au Maroc et la transformation digitale :   
Enjeux et perspectives,** **JANATI-IDRISSI, F.1 et MAELAININ, C. N. 2**

1. Professeur chercheur, Laboratoire LERASE, Université Ibn Zohr, FEG, Guelmim, Maroc, [*f.janati-idrissi@uiz.ac.ma*](mailto:f.janati-idrissi@uiz.ac.ma)

2. Professeur chercheur, Laboratoire LERASE, Université Ibn Zohr, FEG, Guelmim, Maroc, [*naama\_25@hotmail.com*](mailto:naama_25@hotmail.com)

**Date de soumission : 15/06/2021 Date d’acceptation : 23/07/2021**

**Résumé :**

Le développement économique de chaque pays passe nécessairement par l’intégration de la femme en tant qu’acteur économique à part entière. En effet, l’entrepreneuriat féminin au Maroc, considéré comme étant un véritable moteur de croissance, d’emploi, d’innovation et de richesse pour une large frange de la société, semble souffrir encore de nombreux clivages et freins entravant sa pleine montée et son expansion. Face à cette situation, le digital apparaît comme un formidable accélérateur de ce mouvement. Les entrepreneurs ont tout intérêt à digitaliser leur entreprise pour gagner en efficacité.

Dans ce cadre, l’objet de cet article est de bien comprendre et analyser les tendances de la participation des femmes dans le monde du numérique, aussi de reconnaitre les difficultés auxquelles font face les femmes entrepreneures marocaines dans ce domaine. Autrement dit, on peut s’interroger autour de la question suivante : comment les femmes entrepreneurs tirent parti des nouvelles technologies numériques en vue de surmonter les obstacles auxquels elles sont confrontées ?

Afin d’avoir une réponse pertinente à cette question nous avons adopté une méthodologie qualitative, de ce fait, nous avons interrogé à travers des entretiens semi- directifs, 13 femmes chefs d’entreprises opérantes dans nombreux domaines. Les principaux résultats de notre étude confirment l’idée que les femmes entrepreneurs avaient une attitude positive à l'égard des technologies numériques et pensaient que les technologies numériques leur avaient créé de grandes opportunités d'avancer dans leur carrière.

**Mots- clés :** Entreprenariat féminin, TIC, digitalisation, fracture digitale.

**Women entrepreneurship in Morocco and digital transformation: Challenges and prospects**

**Abstract:**

The economic development of each country necessarily requires the integration of women as full economic actors. Indeed, female entrepreneurship in Morocco, considered to be a real engine of growth, employment, innovation and wealth for a large part of society, still seems to suffer from many cleavages and brakes hampering its full rise and its expansion. Faced with this situation, digital appears to be a tremendous accelerator of this movement. Entrepreneurs have every interest in digitizing their business to gain efficiency.

In this context, the purpose of this article is to understand and analyze the trends in the participation of women in the digital world, also to recognize the difficulties faced by Moroccan women entrepreneurs in this field. In other words, one can wonder around the following question: how do women entrepreneurs take advantage of new digital technologies in order to overcome the obstacles they face?

In order to have a relevant answer to this question, we adopted a qualitative methodology, therefore, through semi-structured interviews, we interviewed 13 women entrepreneurs operating in many fields. The main results of our study confirm the idea that women entrepreneurs had a positive attitude towards digital technologies and believed that digital technologies had created great opportunities for them to advance in their careers.

**Keywords :** Female entrepreneurship, ICT, digitization, digital divide.

**Introduction :**

Le développement accéléré des technologies numériques, l'une des principales caractéristiques du 21e siècle, a rendu l'environnement des affaires beaucoup plus turbulent et imprévisible, où non seulement la prospérité mais aussi la poursuite de l'entreprise est plutôt incertaine. Dans ces conditions, l'entreprise doit être flexible et adaptable pour suivre les changements quotidiens afin de survivre, et aussi utiliser les changements provoqués par le rapide développement de la technologie comme une chance de progrès.

La diffusion des technologies de l'information et de la communication (TIC) a modifié tous les aspects de notre vie, notamment notre vie professionnelle. L'économie numérique s'est développée beaucoup plus rapidement que le reste de l'économie. Le développement rapide et la pénétration des technologies numériques dans tous les segments de la société ont conduit de nombreuses entreprises à réfléchir et à explorer activement les méthodes auxquelles technologies numériques peuvent être exploitées de manière productive pour élever la qualité de tous les aspects des affaires. Le concept de la transformation numérique n'émerge pas comme l'un des solutions possibles, mais comme condition préalable pour les entreprises visant l'excellence et l'expansion des affaires.

En outre, la littérature sur l'entrepreneuriat féminin est en plein essor et met en évidence les défis auxquels les femmes sont confrontées dans la création et la gestion d'une entreprise, avec un accent particulier sur l'accès à l'information, au financement et aux réseaux.

Depuis quelques années, au Maroc, une série de réformes légales et fiscales axées sur le soutien à l’entrepreneuriat a été adoptée dans le cadre de programmes nationaux de restructuration économique. L’entrepreneuriat féminin s’est donc également développé ces dix dernières années, contribuant à la création d’emplois et de plus-value économique (Haut-Commissariat au Plan, 2014). Mais l’entrepreneuriat féminin représente un potentiel important largement sous-estimé au Maroc (Rachdi, 2006).

Cependant, le développement rapide des technologies numériques a créé des défis pour une croissance inclusive. Par exemple, il existe un problème identifié de sous-représentation des femmes dans des secteurs économiquement critiques tels que les TIC (Pappas et al., 2017). Les entreprises féminines sont des PME majoritairement dans les secteurs du commerce de détail et des services, notamment la confection et l’alimentation. Étonnamment, on sait peu de choses sur le rôle joué par les technologies numériques dans la conduite des changements dans l'entrepreneuriat féminin. Alors que la recherche universitaire commence à analyser le rôle que jouent les technologies numériques dans les écosystèmes entrepreneuriaux, la perspective de genre reste largement inexplorée.

Dans ce cadre, l'objectif de cet article est de souligner à quel point les nouvelles technologies numériques émergentes pourraient être d'une grande valeur pour élargir les opportunités d'entrepreneuriat féminin en les aidant à surmonter les contraintes auxquelles elles sont confrontées et à créer un environnement de réseau plus favorable. Le matériel pour l'étude a été recueilli à travers des entretiens avec des femmes entrepreneurs marocaines.

L'article est organisé comme suit. Premièrement, nous passons en revue la littérature antérieure sur les femmes et la technologie, plus précisément, les femmes en tant que entrepreneurs et les TIC. Par la suite, nous documentons la méthodologie de recherche et la collecte de données. Ensuite, nous discutons des résultats empiriques basés sur nos entretiens et discussions avec des femmes interviewées. Enfin, nous présentons des remarques finales.

1. **Revue de littérature** 
   1. **La transformation digitale : définitions et caractéristiques**

La transformation numérique, également dénommée digitalisation, est un concept encore protéiforme, certains praticiens la caractérisent comme « les changements induits par les technologies numériques dans tous les aspects de la vie humaine » (Stolterman et Fors, 2004). Toutefois, ces auteurs ont fusionné la notion de transformation digitale avec celle de digitalisation. Pour eux, ces deux notions renvoient aux changements associés à l’application de technologies digitales dans tous les aspects de la société humaine (Stolterman & Fors, 2004).

La notion de transformation numérique ou digitale nous questionne sur la nature des évolutions rendues possibles par les derniers développements dans le domaine des TIC. Les différentes vagues de développement technologique ont toutes, à des degrés divers, eu un impact profond sur le développement socio-économique et celui des organisations. Garder à l’esprit cette dimension historique est nécessaire pour ne pas tomber dans le piège de la nouveauté. La transformation numérique n’est pas un phénomène nouveau : l’expression (digital transformation) est apparue pour la première fois en 2000 (Patel et McCarthy, 2000).

Vial (2019), quant à lui, après une analyse sémantique du concept de transformation digitale, arrive à la conclusion que la transformation digitale est « un processus par lequel les organisations répondent aux changements prenant place dans leur environnement en utilisant des technologies digitales pour modifier leur chaîne de création de valeur »

A propos de cette recherche, la définition de la transformation digitale de Parviainen et al. (2017) nous semble la plus pertinente : « La transformation digitale est définie comme les changements en termes de manières de travailler, de rôles et d’offres commerciales causés par l’adoption de technologies digitales dans une organisation, ou dans l’environnement opérationnel de l’organisation

La transformation digitale est liée à l’adoption de technologies digitales. Anciennement regroupées sous le terme de NTIC, les technologies digitales sont aujourd’hui plus nombreuses et un nouvel acronyme apparaît : les SMACIT (Sebastian et al., 2017). Celui-ci regroupes les technologies sociales, mobiles, l’analyse de données, le cloud et l’internet des objets (Sebastian et al., 2017). Néanmoins, cet acronyme n’est pas exhaustif et d’autres technologies digitales existent aujourd’hui, comme l’intelligence artificielle, le blockchain, la robotique et la réalité virtuelle.

À l’échelle de l’entreprise, la notion de transformation digitale est non seulement utilisée en référence à ces mutations larges (qui génèrent des interrogations fortes sur l’emploi et l’avenir de certaines activités), mais renvoie aussi, plus simplement, à l’introduction d’outils numériques dans l’activité de travail (nouveaux équipements comme les smartphones, tablettes, outils de communication instantanée, applications permettant le partage de documents, de vidéos, d’agendas, etc.). En ce sens, la digitalisation s’inscrit dans la lignée des transformations entamées depuis les débuts de l’informatisation dans les années 1990 et l’introduction des technologies de l’information et de la communication (TIC) dans les années 2000, faisant évoluer les activités et les modes de coordination au travail (Benedetto-Meyer, 2017).

La transformation numérique se manifeste sous la forme d'une amélioration de l'existant et absorption rapide de nouvelles technologies, qui seront mises en œuvre pour affecter tous activités dans l'entreprise. L'émergence constante de nouvelles technologies numériques puissantes permettent la continuité du processus de transformation numérique. Par conséquent, lorsqu’il est demandé quel est le principal moteur de la transformation numérique, beaucoup d'entre nous mentionneraient probablement la technologie comme le moteur central de ce processus. Cependant, les Technologies numériques sont importantes, mais leur force et leur puissance ne sont pas dans leur usage individuel, mais dans le fait que l'entreprise a les connaissances nécessaires pour se transformer et transformer son entreprise grâce à l'application intégrée des technologies numériques.

Une stratégie de transformation numérique est la base du succès dans un processus de transformation numérique de l'entreprise. La force de la stratégie de transformation numérique réside dans ses objectifs et les aspects qui seront au centre du processus. De perspective d'entreprise, la stratégie de transformation numérique vise à transformer les produits, les processus et les aspects d’organisation en utilisant les technologies numériques. En connexion avec cela, il faut souligner que cette stratégie est trans-fonctionnel (inter-fonctionnel), car il affecte toutes les activités et fonctions de l'entreprise.

* 1. **Accès des femmes entrepreneurs aux NTIC**

Les NTIC représentent un élément essentiel qui facilite la croissance de la productivité, de l’innovation et des nouvelles activités économiques pour les entreprises dirigées par les femmes. Ces NTIC peuvent être employées afin d’aider les femmes entrepreneurs à surmonter les obstacles et contraintes qui se présentent à elles, pour accéder aux informations, effectuer des transactions commerciales et financières, bénéficier de plus de mobilité, accéder aux nouveaux marchés, développer de nouvelles relations en organisant des réunions en ligne, acquérir des connaissances et des compétences, et bien plus (CNUCED, 2011). Les technologies numériques transforment la façon dont les affaires sont menées, ouvrant des opportunités aux femmes entrepreneurs d'entrer dans les chaînes de valeur mondiales. Par conséquent, la numérisation et l'utilisation des TIC augmentent les opportunités pour les femmes entrepreneurs de se développer et de développer leur entreprise et d'accéder à l'égalité des chances avec les hommes dans le développement des affaires (Afrah & Fabiha, 2017; Pappas et al., 2017; Shah & Saurabh, 2015) . Même de nouveaux concepts basés sur cette notion ont été suggérés, comme la «femme entrepreneur numérique», qui a été définie comme «une femme entrepreneur qui explore les opportunités de marché en exploitant l'espace numérique pour créer quelque chose de nouveau» (Scuotto et al. 2019).

Les technologies numériques ont conduit le travail à devenir plus flexible, en général, et ont brouillé les frontières entre travail et temps libre (Grönlund et Öun, 2018). Cela crée des opportunités et des défis pour les femmes quant à la manière d'intégrer les responsabilités professionnelles et familiales. Un travail flexible combiné à l'utilisation croissante des technologies numériques pourrait avoir des effets positifs sur l'équilibre travail-vie personnelle des femmes. Par exemple, il a été remarqué que l'utilisation des téléphones portables a aidé les femmes à gérer et à planifier efficacement leurs affaires familiales tout en travaillant (Grönlund et Öun, 2018).

* 1. **Les femmes entrepreneurs marocaines dans le contexte numérique**
     1. **L’entrepreneuriat féminin au Maroc : aperçu général**

L’entrepreneuriat féminin est l’une des préoccupations les plus discutée dans le champ de l’entrepreneuriat. Vu comme un levier de croissance, d’innovation et d’emploi, l’entrepreneuriat féminin a connu ces dernières années un intérêt croissant de la part des gouvernements en raison de sa participation active au développement. Cependant, le potentiel de création d’entreprises par les femmes, reste finalement peu utilisé (GEM,2017).

En outre, la participation des femmes dans l’économie d’un pays est déterminée par deux indicateurs : la participation dans la population active ainsi que la proportion des femmes directement impliquées dans la création et la gestion des entreprises.

**Tableau 1:** Le taux d'activité de la population marocaine

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2015** | **2016** | **2017** |
| **Taux d’activité total** | 49,21% | 4,34%9 | 49,46% |
| **Taux d’activité des hommes** | 70,49% | 70,46% | 70,42% |
| **Taux d’activité des femmes** | 25,33% | 25,46% | 25,57% |

Source : Rapport national, GEM 2017

Ce tableau indique que la mesure de l’entrepreneuriat au Maroc donne des taux de l’entrepreneuriat féminin traditionnellement inférieurs à ceux de la participation masculine. Par conséquent les hommes sont plus susceptibles que les femmes à entamer l’activité entrepreneuriale quel que soit le niveau de développement.

Le Maroc pour sa part présente le plus faible indice de l’équité genre dans le monde de telle sorte que le taux d’activité entrepreneuriale émergente chez les hommes est 3 fois supérieure à celui des femmes. Les entrepreneurs établis hommes sont 4 fois supérieurs aux femmes. Cet écart est dû à la perception des compétences : les capacités féminines en matière d’entrepreneuriat sont réelles et pourtant handicapées par un système social et culturel pénalisant. Mais il est plutôt important de signaler que lorsqu’elles entreprennent, les femmes marocaines disposent d’un meilleur potentiel de croissance que les hommes. Globalement, la population féminine reste un enjeu majeur, un réservoir d’énergies et d’initiatives pour favoriser la création d’entreprise et le développement au Maroc (GEM, 2017).

* + 1. **L’entrepreneuriat féminin au Maroc et l’usage du numérique**

Les NTIC connaissent un grand essor au Maroc et s’étendent à l’ensemble des sphères du pays, notamment celle de l’entreprise. De nombreux programmes de diffusion des NTIC dans le secteur économique, particulièrement en faveur de l’entrepreneuriat féminin, sont lancés par les pouvoirs publics, dont notamment :

* Le programme d’informatisation des PME Infitah[[1]](#footnote-1) qui s’inscrit dans le cadre du Plan Maroc Numeric et qui a mis en place une déclinaison spécifique aux femmes, Infitah pour elle, orientée principalement vers les TPE appartenant aux femmes. Ce programme spécifique consiste à opérer un ciblage des femmes entrepreneurs et leur proposer des activités de sensibilisation et de formation aux NTIC pour les encourager à participer au programme Infitah, avec pour objectif d’atteindre un taux de participation de 20% (Banque africaine de développement, 2014).
* Le programme ESTEM Maroc est une composante du programme régional MENA mené en partenariat avec le Département d’État américain dans le cadre de son programme TechWomen et qui réunit des femmes leaders dans les domaines de la science, de la technologie et de l’ingénierie. Ce programme a pour but de permettre à de jeunes femmes ayant un fort potentiel de leadership d’être hébergées dans de grandes entreprises de technologie au Maroc pendant trois semaines.

En outre, une enquête auprès des femmes entrepreneurs (EFE)[[2]](#footnote-2) a montré que l’utilisation de ces technologies par les femmes entrepreneurs reste rudimentaire et que les ambitions de développement de leurs entreprises par les technologies modernes de production restent modestes. L’EFE a révélé que 77% des femmes questionnées ne possèdent pas de site Internet, que 88,5% n’utilisent pas les services en ligne pour commercialiser leurs produits et services, que 30% utilisent les outils des NTIC pour l’obtention des informations et la prise des décisions relatives à l’entreprise, pour la promotion des produits et services, pour l’acquisition des compétences et la participation aux formations.

L’EFE a également permis de constater que 80% n’ont jamais participé à un programme de formation pour apprendre à se servir d’un ordinateur ou des NTIC dans le cadre des opérations liées à l’entreprise, et que 62 à 70,5% seraient intéressées par l’amélioration de leurs aptitudes en matière d’utilisation des outils des NTIC pour le développement de leurs entreprises.

1. **Méthodologie**

Au regard de notre objectif de compréhension de la situation des femmes entrepreneures marocaines en termes de l’utilisation des TIC, et afin de pouvoir proposer des recommandations qui pourront contribuer à l’amélioration de leurs situations dans le contexte de la transformation digitale. Nous adoptons une méthodologie qualitative, de ce fait, nous avons interrogé à travers des entretiens semi- directifs, 13 femmes chefs d’entreprises opérantes dans nombreux domaines. Ce qui nous a permis de leur donner la parole et de leur permettre de s’exprimer sur ses expériences individuelles. Ces entretiens ont été enregistrés et intégralement retranscrits avant leur analyse.

Notre échantillon est constitué de femmes entrepreneures au Maroc, les femmes chefs d’entreprises, ayant créé ou repris une entreprise commerciale légalement enregistrée, quelles que soient sa taille (PME, PMI ou grande entreprise) et son secteur (commerce, services ou industrie).

**Tableau 2: Les caractéristiques des femmes entrepreneurs interrogées**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Code** | **Age** | **Situation familiale** | **Secteur d’activité** |
| Interviewée 1 | 39 ans | Mariée, 2 enfants | Auberge touristique |
| Interviewée 2 | 36 ans | Célibataire | Société de transit |
| Interviewée 3 | 34 ans | Mariée, 3 enfants | Boutique vêtements femme |
| Interviewée 4 | 46 ans | Célibataire | Coopératrice |
| Interviewée 5 | 44 ans | Mariée, 2 enfants | Société de transport international |
| Interviewée 6 | 35 ans | Mariée, 2 enfants | Société d’événementiel |
| Interviewée 7 | 39 ans | Mariée, 4 enfants | Société d’événementiel |
| Interviewée 8 | 55 ans | Veuve | Coopératrice |
| Interviewée 9 | 50 ans | Mariée, 2 enfants | Médecin généraliste |
| Interviewée 10 | 43 ans | Divorcée, 2 enfants | Médecin généraliste |
| Interviewée 11 | 32 ans | Mariée, sans enfants | Ecole privée |
| Interviewée 12 | 34 ans | Mariée, 2 enfants | Société de confection |
| Interviewée 13 | 44 ans | Mariée, 3 enfants | Société de confection |

Source : Données de l’enquête

Les données qualitatives récoltées via les entretiens individuels ont fait l’objet d’une analyse de contenu thématique. Cette forme d’analyse consiste à codifier le texte en différents thèmes et sous-thèmes, permettant une compréhension en profondeur des représentations et une interprétation synthétique des discours. L’analyse de contenu était en partie formatée, certains thèmes ayant été déterminés avant l’interview (Roussel et Wacheux, 2005). Dans notre cas, il s’agissait d’une analyse genre contextualisée, prenant en compte les contextes du genre dans lequel s’inscrit l’entrepreneuriat des femmes marocaines. Nous nous sommes intéressées aux dynamiques de genre liées à la transition numérique.

En effet, nous avons d’abord procédé à une lecture sommaire des entretiens, afin d’avoir une idée générale de leur contenu. Nous avons ensuite relu en profondeur ces entretiens, plusieurs fois, ce qui nous a permis de découper le texte en un certain nombre de thèmes de signification. L’analyse thématique nous a ainsi permis de mettre en évidence des condensés de sens, dont la récurrence revêt une signification particulière pour l’analyse. Nous avons réalisé une analyse verticale et une analyse transversale du contenu. La première a pour but d’analyser comment chaque participante aborde l’ensemble des catégories thématiques prévues dans la grille. La seconde consiste en une analyse transversale des entretiens, afin de déterminer comment chaque thème figurant dans la grille a été abordé par l’ensemble des répondantes.

Notre guide d’entretien est organisé autour de trois thèmes de recherche, qui sont :

* L’équilibre vie familiale/vie professionnelle ;
* Les opportunités et défis que représente la transformation digitale pour femmes entrepreneurs ;
* Les compétences liées à l’utilisation des NTIC.

1. **Analyse des résultats**

L’analyse des entretiens montre que certaines femmes avaient des difficultés à concilier leur vie professionnelle et leur vie de famille. Beaucoup d'entre elles étaient restés à la maison pour s'occuper des enfants pendant de nombreuses années, généralement au début de leur carrière. Le fait de rester à la maison avait interrompu leur développement de carrière pendant plusieurs années.

Ainsi, les responsabilités consistant à s’occuper des enfants augmentent la demande de flexibilité dans la carrière des femmes. Cependant, certaines femmes ont souligné que la compréhension et le soutien de leur famille avaient été un important facteur de promotion de leur carrière.

*«J'ai beaucoup de voyages d'affaires et il est difficile d'équilibrer les horaires de la famille.» (Interviewée 5).*

*«Après le congé maternité, je n'ai pas continué mon ancienne carrière car j'avais déménagé pour vivre avec mon mari… Je ne vois pas de logiques claires derrière ce choix, mais mon mari m'a aidé dans la décision d'acheter ma boutique." (Interviewée 3).*

*«Maintenant, comme les enfants sont toujours à la maison, c'est une bonne situation, mais après quelques années, je peux penser à d'autres choix» (Interviewée 8).*

Les résultats montrent que les femmes rencontrent des défis, mais tirent également des avantages évidents en utilisant les technologies numériques. L'un des défis c’est que les femmes sont traditionnellement plutôt réservées lorsqu'il s'agit d'appliquer la technologie. Parmi les avantages, il y a la position axée sur la pratique des femmes envers les technologies numériques. En outre, l'essor des médias sociaux numériques et leur importance croissante dans les environnements de travail et d'entreprise pourraient faciliter la gestion des communications professionnelles et familiales pour les femmes. Cela peut améliorer leur bien-être au travail et aider les femmes à atteindre l'égalité au travail.

Les compétences numériques réelles des femmes variaient considérablement. Certains d'entre elles commençaient à peine à utiliser des outils numériques, tandis que d'autres les utilisaient depuis le début de leur carrière. Plus précisément, certaines femmes n’avaient pas du tout utilisé les médias sociaux au travail, tandis que d’autres les utilisaient couramment à des fins différentes.

Cependant, il était clair que toutes les femmes voulaient améliorer leurs compétences numériques, quelle que soit la qualité de leurs compétences. Certaines femmes utilisaient déjà les technologies numériques dans leurs entreprises, certaines avaient même des boutiques en ligne, tandis que d'autres les utilisaient pour la communication ou le marketing.

D'autres ont souligné qu'ils voulaient apprendre à comprendre à quoi ressemble l'avenir numérique et comment le monde évolue. Par conséquent, nous pouvons conclure que la numérisation et les femmes développant leurs compétences numériques créent des opportunités pour les femmes d'avancer dans leur carrière.

*«J'ai été forcé d'acquérir des compétences numériques au travail, en apprenant par la pratique… Cela a facilité le travail, mais aussi plus de travail.» (Interviewée 11).*

*«Je ne peux pas imaginer ma situation sans compétences numériques. Je possède ma propre boutique en ligne depuis 3 ans maintenant. » (Interviewée 1).*

*« …C’est vraiment difficile de trouver des personnes qui maîtrisent et s’adaptent facilement à tous changements et évolutions au niveau des technologies. Ceci ne veut pas dire qu’ils n’existent pas des compétents mais c’est vraiment difficile de les trouver. » (Interviewée 6).*

1. **Discutions des résultats**

Dans l'étude, nous avons examiné comment les femmes entrepreneurs utilisent les technologies numériques dans leur vie professionnelle et privée et ce qu'elles pensent de la numérisation. Nous avons également étudié la relation entre les compétences numériques et l'évolution de carrière et le bien-être des femmes. En particulier, nous avons examiné les défis et les opportunités que les femmes rencontrent lors de l'application des technologies numériques au travail.

Cependant, les résultats de notre étude montrent également que les femmes sont confrontées à de multiples défis liés aux technologies numériques. Mais aussi des avantages évidents lors de l'utilisation des technologies numériques. La plupart des femmes interrogées avaient une attitude positive à l'égard des technologies numériques et pensaient que les technologies numériques leur avaient créé de grandes opportunités d'avancer dans leur carrière.

En outre, nos résultats montrent que les femmes ont besoin de modèles pour faire progresser leur carrière et promouvoir leur utilisation des technologies numériques au travail et pendant leur temps libre. Nous avons constaté que les femmes manquent parfois de confiance en elles et de confiance en leurs propres compétences. Par conséquent, l'encouragement et le soutien d'autres femmes de leur réseau sont de la plus haute importance. Cependant, on peut conclure que, pour une femme, développer des compétences numériques est un moyen important pour accélérer sa carrière. Les outils numériques, lorsqu'ils sont correctement domestiqués et associés à des compétences d'autogestion appropriées, améliorent à la fois le bien-être des femmes et les opportunités de se développer et de progresser dans leur carrière.

Par conséquent, il apparait nécessaire de promouvoir l’utilisation des outils numériques en faveur de l’entrepreneuriat féminin grâce à des formations personnalisées et adaptées aux besoins des femmes entrepreneures. Comme il est indiqué par (Grönlund et Öun, 2018), ce point va permettre de détecter les obstacles et les problèmes de la gestion quotidienne, afin d’en apporter des solutions convenables. Ensuite l’interaction permanente entre la politique nationale et les associations qui opèrent en matière d’entrepreneuriat, afin de favoriser la mise en réseau qui apparaît comme une source précieuse d’inspiration et d’échange d’expériences entre les différentes parties notamment dans les sujets liés à la transformation digitale.

**Conclusion et perspectives :**

Compte tenu du fait que les entreprises appartenant à des femmes sont une force économique émergente, cet article examine les phénomènes de transformation numérique du point de vue du genre. Même si la littérature sur l'entrepreneuriat féminin est bien couverte, à notre connaissance l'intersection entre les deux domaines reste inexplorée. Le document apporte une contribution dans cette direction, identifiant les défis et les opportunités concernant le sujet traité. L'implication majeure est de faire progresser les connaissances dans le domaine du genre dans la gestion et l'utilisation des technologies numériques en se concentrant sur la recherche empirique, les développements théoriques, la pratique et les problèmes actuels.

L’apport central de ce travail de recherche sur le plan théorique permet de donner une contribution à la littérature concernant la thématique de la transformation digitale en général et sa relation avec l’entrepreneuriat féminin en particulier afin de dresser une posture entrepreneuriale féminine marocaine relatif aux sujets de l’usage numérique par les entreprises, sur le plan empirique, cet article consiste à mettre l’accent sur les défis majeurs de l’utilisation des outils digitaux auxquels les femmes chefs d’entreprises font face et par conséquent proposer des actions correctives afin d’y remédier.

Loin de toute perfection, il y a aussi des limites dans cette étude, comme dans toute recherche. D’abord, le matériel empirique de l'étude a été recueilli à travers des entretiens et les données sont plutôt limitées, alors les conclusions ne sont pas largement généralisables, d'autant plus que le groupe de femmes managers et entrepreneurs sélectionnés pour faire partie de l'étude sont issus d'un groupe plutôt privilégié occupant de bonnes positions et sont intéressés à faire avancer leur carrière à l'aide des technologies numériques.

Ensuite, notre recherche présente une autre limite, c’est la considération uniquement des femmes entrepreneures dans le secteur formel alors que la part des femmes dans l’emploi du secteur informel est d’environ 30 % (Haut-Commissariat au Plan, 2014). Dès lors, des études sur ce secteur pourront contribuer à apporter un regard plus large de la réalité.

**Bibliographie :**

Afrah, S. H., & Fabiha, S. T. (2017). Empowering Women Entrepreneurs through Information and Communication Technology (ICT): A Case Study of Bangladesh. *Management*, *7*(1), 1-6.

Ardito, L., Scuotto, V., Del Giudice, M., & Petruzzelli, A. M. (2019). A bibliometric analysis of research on Big Data analytics for business and management. *Management Decision*.

au Maroc, Centre entrepreneuriat et performance de la PME

Benedetto-Meyer, M., & Klein, N. (2017). Du partage de connaissances au travail collaboratif: portées et limites des outils numériques. *Sociologies pratiques*, (1), 29-38.

Constantinidis, C., El Abboubi, M., Salman, N., & Cornet, A. (2017). L’entrepreneuriat féminin dans une société en transitions: analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc. *Revue internationale PME*, *30*(3-4), 37-68.

du Maroc, R. (2011). Haut Commissariat au Plan.(2014). *Le Budget temps ou l’Enquête Nationale sur l’Emploi du Temps au Maroc 2011*, *12*.

Global Entrepreneurship Monitor (2017). Rapport général, la dynamique entrepreneuriale

Grönlund, A., & Öun, I. (2018). In search of family-friendly careers? Professional strategies, work conditions and gender differences in work–family conflict. *Community, work & family*, *21*(1), 87-105.

Mok, T. S., Wu, Y. L., Ahn, M. J., Garassino, M. C., Kim, H. R., Ramalingam, S. S., ... & Lee, C. K. (2017). Osimertinib or platinum–pemetrexed in EGFR T790M–positive lung cancer. *New England Journal of Medicine*, *376*(7), 629-640.

Pappas, MA, Papagerasimou, Y., Drigas, A., Raftopoulos, D., & Nikolaidis, P. 2017. Innovation et employabilité basées sur les TIC pour les femmes. Journal international de la pédagogie de l'ingénierie (IJEP) , 7 (2) : 36-47.

Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen, J., & Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice. *International journal of information systems and project management*, *5*(1), 63-77.

Patel, K., & McCarthy, M. P. (2000). *Digital transformation: the essentials of e-business leadership*. McGraw-Hill Professional.

Rachdi, F., & Nice, E. D. H. E. C. (2006). L’entrepreneuriat féminin au Maroc: une étude exploratoire. *8e CIFEPME, L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales*, 25-27.

Roussel, P., & Wacheux, F. (2005). *Management des ressources humaines: Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales*. De Boeck Supérieur.

Stolterman, E., & Fors, A. C. (2004). Information technology and the good life. In *Information systems research* (pp. 687-692). Springer, Boston, MA.

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, *28*(2), 118-144.

1. Document de stratégie «Maroc Numéric 2013»: Stratégie Nationale pour la Société de l’Information et de l’Économie Numérique 2009-2013, http://www.marocnumericcluster.org/ slide/data/images/mnc.pdf. [↑](#footnote-ref-1)
2. Enquête auprès de 200 femmes entrepreneures par le bureau international du travail en 2015. [↑](#footnote-ref-2)