

L'impact De L'entrepreneuriat Feminin Sur Le Developpement Territorial Contexte Marocain

The Impact Of Women's Entrepreneurship On Territorial Development Moroccan Context.

Auteur 1 : EZAHR Salma

Auteur 2 : NAOUI Fouad

EZAHR Salma, (ORCID : 0009-0000-5759-4709, Doctorante en Sciences de Gestion, L-QUALIMAT-GRTE-SD)

FSJES Marrakech, Université Cadi Ayyad

NAOUI Fouad, (Professeur de l'Enseignement Supérieur, L-QUALIMAT-GRTE-SD.)

FSJES Marrakech, Université Cadi Ayyad

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

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : EZAHR. S & NAOUI .F (2024) « L'impact De L'entrepreneuriat Feminin Sur Le Developpement Territorial Contexte Marocain », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 23 » pp: 1097 – 1111.

Date de soumission : Mars 2024

Date de publication : Avril 2024



DOI : 10.5281/zenodo.11216396

Copyright © 2024 – ASJ



Résumé

Notre recherche examine l'impact de l'entrepreneuriat féminin sur le développement territorial, en se concentrant sur le contexte marocain. Elle débute par une analyse de la position socio-économique de la femme au Maroc, en mettant en lumière les défis et les opportunités dans un contexte marqué par des influences socioculturelles particulières. Ensuite, elle examine les facteurs influençant la réussite entrepreneuriale des femmes, en explorant diverses perspectives théoriques telles que la théorie "Pull" et la théorie "Push", ainsi que la RBV (Ressources Based View). Les critères de réussite tels que la formation, le soutien familial, le networking et le financement sont également discutés, tout comme les contraintes spécifiques auxquelles sont confrontées les entrepreneures marocaines. Enfin, elle évalue l'impact de l'entrepreneuriat féminin sur le développement territorial. Cette analyse de littérature offre ainsi un aperçu approfondi de l'entrepreneuriat féminin au Maroc et de son rôle crucial dans le développement socio-économique du pays, en adoptant un paradigme épistémologique post-positiviste selon une approche comparative, dont le but est d'examiner la littérature nationale et internationale.

Mot clés : Entrepreneuriat Féminin, Facteurs de réussite, Entrepreneuriat territorial

Abstract

Our research explores the impact of female entrepreneurship on territorial development, focusing on the Moroccan context. It begins with an analysis of the socio-economic position of women in Morocco, highlighting the challenges and opportunities in a context marked by specific sociocultural influences. Next, it examines the factors influencing the entrepreneurial success of women, exploring various theoretical perspectives such as the "Pull" theory, the "Push" theory, and the RBV (Resources Based View). Success criteria such as education, family support, networking, and financing are also discussed, as well as the specific constraints faced by Moroccan female entrepreneurs. Finally, it evaluates the impact of female entrepreneurship on territorial development. This literature review thus provides an in-depth overview of female entrepreneurship in Morocco and its crucial role in the socio-economic development of the country, by adopting a post-positivist epistemological paradigm with a comparative approach, the goal is to examine both national and international literature."

Key words :Female Entrepreneurship, success factor, territorial entrepreneurship

Introduction

Les systèmes de santé universels à travers le monde sont confrontés à des crises économiques, sociales et sanitaires, qui ont engendré des répercussions négatives sur la société humaine au cours des dernières décennies. Ces crises ont exacerbé le chômage et la pauvreté, d'où l'importance de l'émergence de l'entreprise dans l'environnement entrepreneurial féminin (Verstraete, 2003 ; Verheul et al, 2006 ; Brush et al, 2006).

L'objectif de ce document est de mobiliser la littérature spécialisée sur la question de l'entrepreneuriat féminin, afin de bien appréhender le sujet ; la réflexion sera orientée vers l'impact de l'entrepreneuriat sur le développement territorial à travers les facteurs de réussite et contraintes des femmes entrepreneurs dans la création de leur propre entreprise.

L'entrepreneuriat féminin émerge comme une solution, offrant une source de revenu et permettant de lutter contre le chômage. Il est reconnu comme un moyen essentiel d'autonomisation des femmes, motivé par diverses incitations internes et externes. Cependant, malgré ses avantages, les femmes entrepreneures font face à de nombreuses contraintes qui entravent leurs ambitions entrepreneuriales. Pour répondre à cette problématique, une revue de la littérature a été menée, en adoptant une approche théorique, afin de comprendre les motivations et les obstacles de l'entrepreneuriat féminin.

Nous chercherons à établir une vue d'ensemble sur la mise en œuvre des facteurs qui influencent la réussite de l'entrepreneuriat féminine, et leur impact sur la promotion et le développement dans le contexte Marocain.

Revue de littérature

L'entrepreneur se distingue en tant qu'innovateur, introduisant de nouveaux produits sur le marché pour remplacer les anciens, et comme un médiateur exploitant les lacunes du marché pour en tirer un profit (I. Kirzner, 1973). Il est défini comme toute personne capable de saisir une opportunité pour créer une organisation (Schumpeter, 1950 ; Drucker, 1985 ; Bygrave et Hofer, 1991).

L'essor de l'entrepreneuriat est remarquable dans l'économie contemporaine, désormais largement orientée vers la création d'entreprises. Les entreprises jouent un rôle central tant sur le plan économique que social (A.Tounes et A. Fayolle, 2006 ; St-Cyr et al. 2003 ; Knight, 1967 et Drucker 1970).

L'entrepreneuriat peut être défini comme le processus de création d'entreprises qui consiste à saisir les opportunités présentes sur le marché par des individus entrepreneurs, évoluant dans un environnement favorable à l'innovation (Julien et Marchesnay, 1998). Il revêt diverses formes telles que l'entrepreneuriat, la franchise, l'essaimage ou la filialisation (Tounes, 2003). En tant que moteur économique primordial, l'entrepreneuriat lutte activement contre la pauvreté et favorise une meilleure répartition de la richesse, tant dans les pays développés que ceux en développement (Adebayo et Nassar, 2014). Il contribue à améliorer les conditions économiques et sociales d'une communauté à travers quatre paradigmes : la création d'organisations, l'exploitation d'opportunités commerciales, l'innovation et la création de valeur (Verstraete et Fayolle, 2005).

1. Position de la femme au Maroc

1-1 La situation économique

Depuis l'indépendance du Maroc, l'augmentation de la scolarisation des filles a été un facteur majeur qui a ouvert les portes du marché du travail aux femmes (Bihass et al., 1997). Aujourd'hui, l'activité féminine connaît un revirement remarquable. Au fil des années, le profil des femmes s'est développé. Les femmes marocaines ont peu à peu intégré tous les secteurs grâce à leurs compétences et à leurs motivations. Ainsi, depuis les années 80, on assiste de plus en plus à une évolution du taux d'emploi des femmes en raison de la féminisation importante de certains secteurs de l'économie (Assad, 2006). La situation de certaines femmes s'explique par la nature du système productif qui contribue à renforcer la précarité de l'emploi féminin, souvent instable en raison des aléas du marché (Benradi, 2006). Les femmes souffrent davantage du chômage, qui représente un problème structurel, une autre pénalisation. Celle de la discrimination en termes de postes occupés et de salaires (Jaidi et Zirari, 2006).

1-2 La situation socioculturelle

Pendant longtemps, le rôle de la femme s'est limité à s'occuper de son foyer. Les femmes marocaines ont été privées de l'accès aux ressources financières et à certains emplois. Certaines études expliquent que pendant longtemps, dans certains milieux, les femmes ont été sous la tutelle d'hommes.

Les représentations sociales restent dominées par l'idée de suprématie du genre masculin et par une distinction radicale entre les sexes au détriment des femmes. (Zirari, 2006). Cependant, le gouvernement marocain a commencé à faire des efforts en matière d'alphabétisation. Malgré ces efforts, les femmes souffrent encore de taux d'analphabétisme élevés par rapport aux hommes en termes d'éducation. En ce qui concerne les dimensions familiales, l'accès des femmes à la prise de décision est encore limité.

Le travail garantit aux femmes une grande autonomie financière. C'est un atout qui leur permet d'avoir un certain pouvoir, un meilleur statut au sein du ménage, et la possibilité d'avoir des relations plus égalitaires dans le couple (Salman, 2016).

1-3 La femme Entrepreneur

Le concept d'entrepreneuriat féminin englobe diverses dimensions définies par les rôles, les responsabilités et les aspirations des femmes dans le monde des affaires. Une définition précise émane de Marie-Thérèse Um, Ahmadou Aly et Félix (2017), qui décrivent la femme entrepreneure comme une personne qui, seule ou en équipe, crée une entreprise en assumant les responsabilités et les risques inhérents à la production de richesse. Cette vision est également soutenue par Filion (1997), qui identifie l'entrepreneure comme une personne prenant des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, tout en dirigeant de manière innovante et créative pour conquérir de nouveaux marchés.

Les femmes entrepreneures sont motivées par le désir de contrôler leurs décisions, de gérer leur temps et de maximiser leurs compétences, ce qui reflète leur engagement à travers un projet de vie. Leurs entreprises, qu'elles soient individuelles ou en partenariat, impliquent la gestion de multiples responsabilités financières, sociales et administratives pour favoriser leur croissance (Cornet et al., 2004 ; Christian, 2006).

Les caractéristiques individuelles des femmes, telles que leur niveau d'expérience, d'éducation et de statut social, influencent leurs comportements entrepreneuriaux et leurs choix. Bien que les entrepreneures féminines aient tendance à être plus jeunes, mariées et avec des enfants à charge par rapport à leurs homologues masculins, elles affichent généralement des niveaux d'éducation plus élevés. Cependant, elles peuvent manquer de connaissances et de compétences en gestion d'entreprise (De Vita et al., 2014 ; Carrington, 2004).

En ce qui concerne les secteurs d'activité, les femmes entrepreneurs sont plus présentes dans la vente au détail et les services, souvent influencées par leurs préférences personnelles, leurs expériences antérieures et les contraintes financières. Le choix du secteur reflète également les visions traditionnelles des rôles sociaux féminins (Global Entrepreneurship Monitor, 2010 ; Cornet et Constantinidis, 2004).

En matière de réseautage, les entrepreneures féminines sont moins intégrées aux réseaux d'affaires traditionnels dominés par les hommes. Elles tendent à s'appuyer davantage sur leur environnement familial et amical pour construire leurs réseaux professionnels (Hampton et al., 2009 ; Bogren et al., 2013).

En termes de taille d'entreprise, celles dirigées par des femmes sont généralement plus petites que celles dirigées par des hommes, et présentent souvent un taux de croissance plus faible. Cette différence de taille d'entreprise peut être liée aux secteurs d'activité et aux contextes socio-environnementaux dans lesquels évoluent les entrepreneures (Al-Alak et Al-Haddad, 2010 ; Lee-Gosselin et al., 2010).

Enfin, l'activité entrepreneuriale des femmes est le résultat d'une interaction dynamique entre les facteurs socio-environnementaux et les caractéristiques individuelles. Comprendre ces dynamiques contextualisées est essentiel pour développer des approches efficaces en matière de promotion de l'entrepreneuriat féminin (Gasse, 2003 ; Ahl et Marlow, 2012).

2. Facteurs qui influencent la réussite entrepreneuriale des femmes

2-1 Perspective théorique

L'entrepreneuriat est généralement divisé en deux catégories principales connues sous les noms de « pull » et « push » (J. Kirkwood et C. Cambell-Hunt, 2007 ; L. Schjoedt et K. Shaver, 2007 ; B. Gilad et P. Levine, 1986). Selon la littérature, Il existe deux types d'entrepreneurs : « *l'entrepreneur d'opportunité et l'entrepreneur de nécessité* » (Gabarret et Vedel, 2012, p. 81 ; Giacomini et al., 2010, p. 213), sans ce passer de la théorie RBV qui permet aux chercheurs en entrepreneuriat de continuer de tirer parti des perspectives théoriques pour comprendre le développement des entrepreneurs et les entreprises entrepreneuriales (Ireland, Webb et Coombs, 2005).

a- La théorie Pull

« Opportunité et Indépendance »

L'entrepreneuriat "pull", selon des chercheurs tels que Zoltan Acs et ses collègues (2005) ainsi que Paul Reynolds et al. (2002), repose sur deux piliers fondamentaux : la reconnaissance des opportunités commerciales et le désir d'indépendance.

Cette approche, comme l'indique K. Hughes (2003), met en lumière la notion d'un choix personnel et volontaire de créer une entreprise, où l'entrepreneur est amené à identifier et à exploiter activement ces opportunités. Bien que les définitions de l'opportunité commerciale varient, elle est universellement reconnue comme un moteur essentiel de l'entrepreneuriat, motivant certains individus par le potentiel de profit économique et d'autres par le désir de liberté et d'autonomie.

Ces entrepreneurs se distinguent par leur capacité à saisir ces opportunités et à prendre la décision stratégique de lancer une entreprise, comme le soulignent S. Shane et S. Venkataraman (2000), N. Langowitz et M. Minniti (2007), ainsi que P. Arenius et M. Minniti (2005). Ces opportunités peuvent revêtir diverses formes, allant de l'innovation de produits ou de services à la découverte de nouveaux marchés.

En outre, les motivations à entreprendre vont au-delà des simples gains financiers, incluant des aspirations telles que la satisfaction au travail et la recherche de réalisations personnelles, comme l'ont également noté DS. Cromie (1987) et D. Bradley et J. Roberts (2004). Ainsi, l'entrepreneuriat "pull" représente un processus dynamique où la quête d'opportunités et l'expression de l'indépendance se conjuguent pour stimuler la création et le développement d'entreprises prospères.

b- La théorie "push"

« Nécessité et insatisfaction »

La théorie « push » de l'entrepreneuriat, axée sur la nécessité et l'insatisfaction, se compose de deux aspects principaux. D'une part, il y a l'aspect économique, lié au manque d'emploi, et d'autre part, l'aspect non économique, associé à l'insatisfaction au travail (Z. Acs et al., 2005 ; P. Reynolds et al., 2002 ; D. Bradley et J. Roberts, 2005 ; C. Stoner et F. Fry, 1982 ; R. Brockhaus, 1980 ; A. Cooper, 1971).

Les entrepreneurs de nécessité sont souvent motivés par un environnement économique, politique et social contraignant (Tessier-Dargent, 2014). Ces entrepreneurs cherchent à prouver leur valeur en société en améliorant leur qualité de vie par la création d'une entreprise (M. Peters et al., 2009 ; A. Carsrud et M. Brannback, 2011 ; B. Gilad et P. Levine, 1986). Cependant, leur perception négative de cet environnement peut influencer leur comportement (Hechavaria et Reynolds, 2009).

En outre, l'insatisfaction au travail, qui est un motif commun, peut pousser les individus à entreprendre plutôt que de chercher un emploi satisfaisant dans une autre organisation (D. Bradley et J. Roberts, 2005 ; C. Stoner et F. Fry, 1982 ; R. Brockhaus, 1980 ; A. Cooper, 1971). Ces motivations peuvent être particulièrement prévalentes chez les femmes, qui cherchent

souvent une autonomisation financière et une indépendance grâce à des ressources modestes (Prévost, 2011 ; Hoffman, 2003 ; Brush et al., 2006 ; Bruyat, 1993 ; Fayolle, 2004).

Toutefois, ces entrepreneurs peuvent rencontrer des difficultés à accéder aux programmes gouvernementaux et à surveiller leur propre évolution en raison de leur nature évolutive et difficile à suivre (Brown et al., 2006).

Le taux d'activité entrepreneuriale des femmes au Maroc représente 4.3% contre 9% pour les hommes. Ainsi le taux des femmes entrepreneures marocaines qui se lancent en entrepreneuriat par opportunité s'élève à 68.4%, et le taux des entrepreneures qui se lancent dans l'aventure par nécessité est de 27.6% (GEM, 2019).

Le taux d'entrepreneuriat féminin au Maroc reste très faible par rapport à d'autres pays, un taux avoisinant les 12% en 2022. En pays en voie de développement, l'entrepreneuriat représente donc une alternative à plusieurs situations négatives telles que le chômage, discrimination au travail, perte de travail.

c- RBV (Ressources Based View)

« La théorie du management par les ressources »

La vision fondée sur les ressources (RBV) est devenue une perspective théorique dominante en sciences de l'organisation (Barney, Wright et Ketchen, 2001). Les chercheurs en entrepreneuriat ont également adopté cette théorie pour comprendre les facteurs de performance et de succès des entreprises. Selon la RBV, l'avantage concurrentiel durable découle d'un ensemble unique de ressources détenues par une entreprise (Conner et Prahalad, 1996 ; Barney, 1991). Cette perspective se concentre sur la manière dont les entreprises peuvent obtenir des performances supérieures à leurs concurrents en exploitant efficacement leurs ressources uniques.

La RBV accorde une importance centrale aux capacités internes de l'entreprise pour expliquer sa performance. Les ressources ont été identifiées comme des antécédents cruciaux du succès des produits et, en fin de compte, de la performance globale de l'entreprise.

2-2 Critères de réussite

La mesure de la réussite entrepreneuriale chez les femmes est souvent orientée par des critères subjectifs tels que la croissance personnelle, l'épanouissement et le développement des compétences, plutôt que par des mesures objectives comme le profit ou la croissance économique. Cette approche est soutenue par des chercheurs tels que Buttner et Moore (1997), qui soulignent que l'évaluation du succès des femmes entrepreneures se fait d'abord en considérant les avantages non financiers de l'entrepreneuriat.

Les études sur l'entrepreneuriat féminin se sont intéressées à divers aspects, notamment les caractéristiques sociodémographiques des femmes entrepreneures, leurs motivations, leur style

de gestion par rapport à leurs homologues masculins, ainsi que les obstacles rencontrés. Des chercheurs comme Proulx (1995) ont identifié quatre grandes catégories d'obstacles : les contraintes personnelles, les difficultés de financement, le manque de soutien communautaire et l'intégration limitée dans les réseaux d'entreprises.

Le groupe de consultation sur l'entrepreneuriat féminin (2000) a également souligné trois principales préoccupations des femmes entrepreneures : l'accès au financement, à l'information et à la formation. Ainsi, quatre préoccupations majeures des femmes entrepreneures peuvent être identifiées : le financement, la formation, le soutien familial et l'accès aux réseaux.

a- La Formation

La question de la formation des femmes entrepreneures suscite des résultats contradictoires dans la littérature. Birley et al. (1987) affirment que les femmes et les hommes entrepreneurs ont un bagage de connaissances similaire, principalement centré sur la création d'entreprise, avec une expérience et une expertise financière comparables. En revanche, Lee et Rogoff (1997) constatent des différences significatives dans le niveau de formation des entrepreneures, les femmes ayant généralement moins d'expérience en gestion que les hommes. Atol (1997) souligne également que les femmes entrepreneures peuvent manquer de connaissances nécessaires à la gestion d'une entreprise, souvent en raison d'un manque d'éducation et de formation de base.

Les études montrent que la plupart des femmes entrepreneures ont terminé leurs études secondaires ou plus, bien que leur formation soit souvent dans le domaine des sciences humaines plutôt que

technique (rapport sur l'entrepreneuriat féminin en Afrique subsaharienne ; Hisrich et Brush, 1987). Cependant, Lavoie (1984) indique que les besoins en formation varient selon le niveau d'éducation antérieur, le statut hiérarchique et le rôle de la femme en tant que chef d'entreprise.

Carter (2000) propose de promouvoir le mentorat comme moyen pour les femmes entrepreneures d'accéder à une formation spécialisée lors du développement de leur entreprise.

En résumé, la formation des femmes entrepreneures est un sujet complexe avec des opinions divergentes quant à leur niveau de compétence et d'expertise. Alors que certaines recherches soulignent des lacunes dans leur formation, d'autres mettent en avant leur niveau d'éducation relativement élevé par rapport à la population générale. Le développement de programmes de mentorat pourrait être une solution pour combler les lacunes en matière de formation spécialisée.

b- Le soutien familial

La recherche souligne l'importance de la situation familiale dans le parcours entrepreneurial des femmes.

Kirkwood (2009) observe que les femmes entrepreneures consultent souvent leur famille avant de prendre des décisions importantes. Werbel et Danes (2010) notent que la famille peut jouer un rôle crucial dans le financement initial de l'entreprise, avec des fonds souvent issus du cercle familial. Dunkelberg et Cooper (1982) ont constaté qu'un nombre significatif d'entrepreneurs ont des parents qui sont également entrepreneurs.

Ces études mettent en évidence l'influence et le soutien que la famille peut apporter aux femmes entrepreneures tout au long de leur parcours entrepreneurial.

c- Le networking

Le Networking est reconnu comme crucial pour l'entrepreneuriat, favorisant la création, la croissance et la pérennité des entreprises (Manolova et al., 2006, 2007). Cependant, les femmes demeurent souvent sous-représentées dans les réseaux traditionnels d'entreprises (Aldrich, 1989 ; Blisson et Rana, 2001).

Le terme "networking" englobe diverses définitions : pour Aldrich et al. (1987), il s'agit d'un échange de biens, d'informations, de services ou de compétences, tandis qu'Aldrich et Rosen (1987)

le voient comme un processus conduisant à la réussite entrepreneuriale. Cromie et al. (1992) définissent le networking comme le développement de relations entre individus.

Bien que les femmes entrepreneurs tendent à se regrouper dans des réseaux féminins (Lambrecht et al., 2003), St-Cyr (2001) indique que certaines femmes y recourent peu, invoquant le manque de temps ou d'intérêt. Les réseaux utilisés par les entrepreneurs incluent les réseaux personnels, sociaux, d'affaires, professionnels et informationnels (Johannisson et al., 1994 ; Blisson et Rana, 2001), qui sont bénéfiques pour le conseil, le développement de projets et l'identification d'opportunités commerciales (Baines et Wheelock, 1998).

La qualité des réseaux personnels influence positivement le plan de développement des entreprises (Anderson et Evensoun, 2000 ; Doyle et Young, 2001), tandis que les réseaux informels, tels que les rencontres avec diverses personnes, offrent un soutien moral et des sources d'information et de financement aux femmes entrepreneures (Mankelov et al., 2002 ; Veltz, 2002).

d- Le Financement

La question du financement pour les femmes entrepreneures, notamment lors de la création d'une entreprise, a été étudiée dans de nombreuses recherches (Chavan, 2005).

Selon Schwartz (1979), l'obtention de crédits représente l'un des défis majeurs pour les femmes entrepreneures, surtout au stade initial du projet. Colman (2000) souligne que, lorsqu'elles obtiennent un crédit, les femmes entrepreneures sont souvent soumises à des conditions moins avantageuses que les hommes, avec des exigences de garanties plus élevées. Cependant, cette discrimination peut être liée non pas au sexe, mais plutôt à la taille de l'entreprise, les entreprises féminines étant généralement plus petites et plus jeunes.

Par conséquent, les femmes propriétaires de petites entreprises sont désavantagées par les normes de financement favorisant les grandes entreprises (St-Cyr et al., 2002). Cependant, selon Haines et al. (1999), il n'y a pas de discrimination basée sur le sexe de l'emprunteur, les conditions de prêt restant les mêmes, que l'emprunteur soit une femme ou un homme.

2-3 Contraintes de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin est entravé par diverses contraintes socioculturelles et économiques, reflétant la perception historique de l'entrepreneuriat comme un domaine dominé par les hommes. Cette perception a été renforcée par des normes sociales discriminatoires et des croyances culturelles défavorables aux femmes entrepreneures (Brush, 2008 ; Jamali, 2009).

Plusieurs obstacles entravent le démarrage des entreprises dirigées par des femmes, notamment le manque d'expérience professionnelle, la concentration sur des secteurs à faible rendement, la discrimination dans l'obtention de financements externes, le manque de réseaux de soutien, les difficultés de conciliation entre vie familiale et professionnelle, le manque de ressources financières et temporelles pour la formation, ainsi que le manque de soutien des conjoints (Smallbone et al., 2000 ; Légaré et St-Cyr, 2000).

La discrimination financière est particulièrement préoccupante, avec un taux de rejet des demandes de prêt plus élevé pour les femmes que pour les hommes. Les études ont montré que les femmes entrepreneures rencontrent des difficultés accrues dans l'accès aux financements, ce qui limite leur capacité à investir dans leurs entreprises (Schwartz, 1979 ; Chavan, 2005 ; Welter, 2007).

Les institutions financières ont été identifiées comme jouant un rôle important dans cette dynamique, en imposant des barrières plus élevées aux femmes pour l'accès aux financements. Ces contraintes financières contribuent à perpétuer les inégalités de genre dans le domaine de l'entrepreneuriat (Banque mondiale, 2011 ; Swift, 1990 ; de Marleau, 1995).

3. Impact de l'entrepreneuriat féminin sur le développement territorial

Selon une étude récente publiée dans le « *Journal of Developmental Entrepreneurship* » en janvier 2024, intitulée "*Women's Entrepreneurial Success in Morocco: Between Transition and Patriarchal Resistance*" par Elotmani, Safae, et El Boury, Malak., les femmes entrepreneures au Maroc font face à divers défis à travers lesquels résultent plusieurs impacts.

3-1 Impact sur la communauté

Pour les femmes entrepreneures, le succès va bien au-delà des simples chiffres financiers. Elles le définissent par l'impact positif qu'elles ont sur leur communauté. Cela se traduit par la création d'emplois et la satisfaction de leurs employés, mais aussi par leur contribution à l'éducation des générations futures et leur soutien envers autrui.

Elles tirent leur satisfaction de voir leurs collaborateurs s'épanouir dans leur travail et de savoir qu'elles peuvent aider ceux qui en ont besoin en leur offrant des opportunités d'emploi. Certaines mettent l'accent sur leur mission éducative, cherchant avant tout à inspirer confiance chez les parents et à façonner l'avenir des enfants. Leur définition du succès inclut également le sentiment d'avoir aidé les autres à surmonter des obstacles et à progresser dans leur vie.

En cultivant la confiance, la loyauté et en ayant accès aux ressources nécessaires, elles construisent des entreprises qui sont non seulement financièrement solides, mais aussi socialement et éthiquement responsables. Pour elles, s'engager à faire une différence positive dans la communauté est essentiel pour atteindre leur réussite entrepreneuriale.

a- Création d'emplois locaux

Les entreprises dirigées par des femmes peuvent contribuer à la création d'emplois au niveau local, en particulier dans les zones rurales et périurbaines où le chômage peut être élevé. Selon une étude de l'OCDE, l'entrepreneuriat féminin peut stimuler la création d'emplois et contribuer à la réduction des disparités régionales en matière d'emploi.

b- Renforcement de l'autonomie économique des femmes

L'entrepreneuriat féminin peut jouer un rôle crucial dans l'autonomisation économique des femmes en leur offrant des opportunités d'emploi et de revenus. Cela peut également contribuer à réduire les inégalités de genre et à promouvoir une plus grande inclusion économique des femmes dans la société.

c- Diversification de l'économie locale

Les femmes entrepreneures peuvent introduire de nouveaux produits, services et modèles commerciaux dans leurs communautés, ce qui contribue à la diversification de l'économie

locale. Cela peut aider à réduire la dépendance à l'égard de secteurs économiques spécifiques et à promouvoir une croissance plus équilibrée et résiliente.

3-2 Impact sur la Satisfaction des clients

La satisfaction des clients joue un rôle crucial dans la réussite des femmes entrepreneures. Elles considèrent la fidélisation des clients comme une marque de succès, exprimée à travers différentes formes de satisfaction. Pour certaines, voir un client revenir pour une nouvelle commande est une source de grande satisfaction, témoignant ainsi de la qualité de leur travail et de leur capacité à fidéliser leur clientèle. D'autres soulignent l'importance de la confiance des clients, considérant que cette fidélité repose sur un lien de confiance mutuelle. Pour une entrepreneure spécialisée dans la transformation digitale, placer les clients au cœur de l'entreprise est une priorité absolue, car leur satisfaction donne un sens à son activité. Ainsi, la satisfaction des clients ne se limite pas à mesurer la performance de l'entreprise ; elle est un élément stratégique essentiel pour bâtir des entreprises solides et pérennes.

3-3 Reconnaissance sociale

Les femmes entrepreneures au Maroc définissent la réussite non seulement par leurs propres réalisations, mais aussi par la reconnaissance sociale de leurs efforts. Elles accordent une grande importance à la manière dont leur entourage perçoit leurs activités entrepreneuriales, considérant

cette reconnaissance comme une validation de leur succès. Pour certaines, le soutien de leur conjoint est une source d'encouragement supplémentaire, les motivant à redoubler d'efforts et à croire en leurs compétences. De même, la reconnaissance de la famille et des amis est perçue comme une forme de succès en soi, renforçant leur motivation à réussir davantage. Cependant, il existe un paradoxe : certaines femmes se détachent du besoin d'approbation de leur entourage et choisissent de poursuivre leurs projets sans attendre leur validation. Elles lancent même leur entreprise sans en informer leur entourage immédiat, préférant partager leur succès une fois celui-ci réalisé, afin d'éviter le découragement initial. Cette approche témoigne d'une détermination à réussir indépendamment de l'opinion des autres et met en lumière la complexité des motivations entrepreneuriales des femmes au Maroc.

Ces points soulignent l'importance de soutenir et de promouvoir l'entrepreneuriat féminin pour favoriser un développement territorial plus inclusif, durable et équitable au Maroc.

Conclusion

Dans un contexte où les systèmes de santé universels sont confrontés à des crises économiques, sociales et sanitaires, l'émergence de l'entrepreneuriat féminin apparaît comme une réponse cruciale. Notre recherche a examiné de près l'impact de cet entrepreneuriat sur le développement territorial, en se concentrant spécifiquement sur le contexte marocain. À travers une analyse approfondie, nous avons identifié les défis et les opportunités auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures dans ce contexte, ainsi que les facteurs clés influençant leur réussite.

Nous avons constaté que l'entrepreneuriat féminin offre une source de revenu importante et contribue à lutter contre le chômage, tout en jouant un rôle crucial dans l'autonomisation des femmes. Cependant, malgré ses avantages, les femmes entrepreneures font face à de nombreuses contraintes qui limitent leurs ambitions entrepreneuriales. Notre revue de littérature a mis en lumière ces obstacles, tout en explorant les différentes théories et perspectives pour mieux comprendre les motivations et les défis de l'entrepreneuriat féminin.

Dans cette optique, notre recherche vise à fournir une vue d'ensemble sur la mise en œuvre des facteurs influençant la réussite de l'entrepreneuriat féminin et leur impact sur la promotion et le développement dans le contexte marocain. En comprenant mieux ces dynamiques, nous pouvons contribuer à informer les politiques et les initiatives visant à soutenir et à promouvoir l'entrepreneuriat féminin au Maroc, et ainsi stimuler le développement socio-économique du pays dans son ensemble.

Bibliographie

- Aldrich, H. E. (1989). Networking among women entrepreneurs. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 215-228). Babson College.
- Banque mondiale. (2011). *Femmes, entreprise et le droit*.
- Blisson, C., & Rana, J. (2001). The importance of women's networks in the French context. In E. Chell & S. Baines (Eds.), *Networking the entrepreneurial society* (pp. 178-194). Palgrave Macmillan.
- Brush, C. G. (2008). Women entrepreneurs: A research overview. In J. R. Baum, M. Frese, & R. - Baron (Eds.), *The Psychology of Entrepreneurship* (pp. 609–632). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Buttner, E.H. & Moore, D.P. (1997). Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates with Success. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 34-46.
- Chavan, M. (2005). Women entrepreneurs: Challenges in the new millennium. *Journal of Management Research*, 5(2), 66-78.
- Chavan, M. (2005). Women entrepreneurs in India: Overcoming challenges, facing the future. *Development in Practice*, 15(3–4), 675–688.
- De Marleau, J. A. (1995). Le financement des entreprises de femmes: Les femmes se trouvent-elles dans une position de désavantage? *Gestion*, 20(4), 44–53.
- Dunkelberg, W. C., & Cooper, A. C. (1982). Entrepreneurial typologies. *Strategic Management Journal*, 3(3), 159-169.
- Elotmani, Safae, et El Boury, Malak. "Women's Entrepreneurial Success in Morocco: Between Transition and Patriarchal Resistance." *Journal of Developmental Entrepreneurship*.
- Groupe de consultation sur l'entrepreneuriat féminin (2000). *Forum sur l'entrepreneuriat féminin: Rapport de consultation*. Ottawa: Condition féminine Canada.
- Jamali, D. (2009). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. *Gender in Management: An International Journal*, 24(4), 232–251.
- Kirkwood, J. (2009). Women entrepreneurs: jumping the corporate ship or leading it? *Management Decision*, 47(5), 734-747.
- Légaré, J., & St-Cyr, L. (2000). *Les femmes en affaires: des expertes montrent le chemin*. Transcontinental.

-
- Manolova, T. S., Carter, N. M., Manev, I. M., & Gyoshev, B. S. (2006). The differential effect of men and women entrepreneurs' human capital and networking on growth expectancies in Bulgaria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(4), 305-322.
 - Proulx, D. (1995). *Femmes et entrepreneuriat*. Laval: Presses de l'Université Laval.
 - Schwartz, M. (1979). The self-employed woman: A motivational analysis. In N. Datan & G. D. Moore (Eds.), *Women and the Work World: Readings in the Economics of Women's Work* (pp. 337–358). Oxford University Press.
 - Smallbone, D., & Welter, F. (Eds.). (2000). *The role of SMEs in the development of countries and economies*. St. Martin's Press.
 - Swift, E. (1990). Lending behavior and discriminatory treatment of women by banks: New evidence. In C. T. Kenyon & T. B. Crews (Eds.), *Women and Credit: Researching the Past, Refiguring the Future* (pp. 225–242). Indiana University Press.
 - Werbel, J. D., & Danes, S. M. (2010). Parental equity financing and the small firm. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 147-170.
 - Welter, F. (2007). Contextualizing entrepreneurship: Conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 161–184.