

LE FINANCEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU MAROC: OPPORTUNITES ET ENJEUX

Meriem Obada, Lalla Latifa Alaoui

Université Mohamed V de Rabat, FSJES Salé - Souissi, Maroc

m.obada@um5s.net.ma

Lalla.latifa.alaoui@gmail.com

Résumé

Si les toutes premières études sur l'entrepreneuriat féminin se limitaient surtout à dresser un portrait des femmes entrepreneures sur le plan sociodémographique, d'autres recherches ont visé depuis la moitié des années 90s à mettre en évidence plusieurs préoccupations et/ou obstacles présentés comme étant propres à l'entrepreneure. Toutefois, l'intérêt pour de telles études se manifeste principalement dans les pays développés, ce qui a suscité notre intérêt à appréhender la problématique du financement de l'entrepreneuriat féminin dans un pays en développement, en l'occurrence, le Maroc. Pour ce faire, une étude empirique exploratoire a été menée auprès d'un échantillon de grandes banques privées marocaines pour démystifier les causes du faible accès des femmes entrepreneures au crédit. Les résultats obtenus, tout en confirmant certaines caractéristiques particulières des entreprises féminines marocaines permettent d'apporter quelques réponses concrètes pour améliorer leurs chances de financement par les institutions financières. Nous ouvrons ainsi la voie à d'autres pistes de recherche qui demeurent particulièrement inexplorées.

Mots clés : Entrepreneuriat féminin, crédit bancaire, Maroc, pratiques et stratégies de financement.

I. INTRODUCTION

A l'aube du troisième millénaire, l'entrepreneuriat féminin représente un défi de taille pour la société marocaine qui doit compter sur toutes ses forces vives afin de renforcer son économie dans le cadre de la mondialisation des marchés. Or, selon les estimations du BIT, le taux de participation des femmes à la population active au Maroc reste très faible et n'a pas cessé de régresser pour se situer à 25,2% en 2014 contre 28,1% en 2000¹. Parallèlement, le nombre de femmes au foyer a augmenté plus vite que la population féminine en âge d'activité. En 2014, le Maroc est classé au 133ème rang sur 142 pays par rapport aux questions d'écart de genre. Il se situe au 116^{ème} rang sur 128 pays pour l'efficacité des politiques et mesures d'autonomisation économique des femmes. Il est 24^{ème} sur 30 en matière de politiques et de mécanismes d'appui et d'accompagnement des entreprises féminines à fort potentiel et figure parmi les pays de culture conservatrice en matière d'acceptabilité du rôle socio-économique des femmes au sein de la société².

Ces chiffres reflètent les difficultés des femmes à s'autonomiser, mais surtout traduisent la réalité sociale du travail indépendant des femmes qui se heurterait à de réelles embûches : lenteur des formalités administratives, accès limité à l'information fiable et aux opportunités d'affaires, ignorance quasi totale des programmes et services d'appui, manque de réseau social, impact des stéréotypes et des traditions, etc. Autant de facteurs, qui conjugués aux difficultés d'accès au financement bancaire démotivent les femmes à se mettre à leur propre compte. En 2014, le taux de bancarisation des femmes est inférieur à 30% et enregistre un écart de plus de 25% par rapport à celui des hommes. Les femmes ne bénéficient pas de financements participatifs institutionnalisés (tel le crowdfunding), 50% des entreprises féminines sont autofinancées et seulement un tiers du financement provient de ressources externes³.

Dans une optique exploratoire, nous nous interrogeons dans la présente recherche sur l'existence ou non d'une discrimination réelle à l'égard des femmes entrepreneures en matière d'octroi de prêts. Sont-elles réellement l'objet d'un sexisme financier ou s'agit-il d'un problème de leurs perceptions à l'égard des institutions financières ? Notre objectif est de proposer également des stratégies d'intervention visant surtout à sensibiliser les institutions financières sur le bien-fondé de l'accès de la femme entrepreneure au crédit et, d'autre part, de faire connaître aux femmes entrepreneures les préoccupations et les stratégies des institutions financières.

Pour ce faire, cette étude sera menée selon le plan suivant : Dans un premier temps, nous relevons l'importance du financement bancaire comme enjeu majeur pour le développement de l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA en général et au Maroc en particulier. Dans un deuxième temps, nous discutons d'un point de vue théorique, les difficultés d'accès des femmes entrepreneures au crédit en nous intéressant aux principales recherches menées sur le sujet. Pour conclure, nous procédons à l'analyse des résultats de notre étude empirique, menée auprès d'un échantillon de banques privées marocaines, en suivant un dispositif méthodologique adéquat avec nos objectifs de recherche.

II. LE FINANCEMENT BANCAIRE : UN ENJEU MAJEUR POUR LE DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ

Dans la région MENA, le taux d'entreprises dirigées par des femmes est parmi les plus bas au monde avec 12% comparé à 33% au niveau mondial (OCDE, 2014)⁴. Au Maroc, c'est également le constat titré d'une étude sur la femme entrepreneure réalisée par le Haut - Commissariat au Plan (HCP) qui souligne que « les femmes entrepreneures ne représentent que 5% de l'ensemble des employeurs⁵ » et seulement 10% des entreprises sont détenues par des femmes (Banque mondiale, 2015)⁶. Pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin, l'accès au crédit et au financement bancaire a été considéré comme un des axes prioritaires autour duquel le Forum des Femmes entrepreneures OCDE-MENA devait développer son travail (OCDE, 2012). Ce type de financement est d'autant plus important pour ces femmes qu'elles proviennent de ménages à plus faible revenu que leurs homologues masculins et qu'elles peuvent donc compter sur des ressources du ménage inférieures pour démarrer leur entreprise. Pour des raisons culturelles, elles ont moins d'accès au financement par des subventions et des prêts ou par des investissements en actions ou par titres de créance. Or, le déséquilibre d'information qui existe entre les banques et les femmes entrepreneures affecte négativement la possibilité d'obtenir des prêts bancaires surtout que ces femmes sont confrontées à des difficultés spécifiques telles que le manque de garantie et l'inexpérience relative dans la présentation de projets bancaires (OCDE, 2014).

Au Maroc, les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin ont un impact sur les facilités d'accès au crédit des entreprises féminines et partant, sur le potentiel de croissance de leurs entreprises. Cette réalité est confortée par les résultats d'une enquête menée en 2015 par l'association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc (AFEM)⁷ et qui a concerné 400 femmes entrepreneures⁸. Les entreprises féminines ont, en moyenne, moins de 15 ans d'existence. Elles sont essentiellement des très petites et moyennes entreprises (TPME): 88% des SARL; 59% ne dépassent pas un effectif de 10 employés⁹ et ont un chiffre d'affaires inférieur à 20 millions de dirhams¹⁰. Bien qu'elles génèrent plus de 50 000 postes d'emploi¹¹, elles se situent surtout dans des secteurs d'activité traditionnels, soit les services (56%) et le commerce (21%), activités qui n'exigent ni capital important, ni qualifications particulières.

Même si 72 % des femmes entrepreneures sont à l'origine de la création de leur entreprise et que 75% y opèrent en tant qu'associées en détenant la part principale de l'actionariat (pour 78% d'entre elles), elles sont réticentes à recourir au crédit bancaire en raison d'une aversion à l'endettement et au paiement de taux d'intérêt élevés. Elles sont plus enclines à utiliser leurs épargnes personnelles que ne le feraient les hommes et sollicitent souvent la participation au capital des membres de leur famille (parents, frères, mari)¹². Toutefois, pour 44% des femmes entrepreneures sondées, promouvoir la création d'entreprises féminines au Maroc passe nécessairement par la facilitation des conditions d'accès au crédit : « les femmes n'ont souvent ni capital, ni foncier, donc leur dossier de demande d'emprunt est refusé »¹³. En phase de développement de leur activité, « les femmes doivent déployer

d'importants efforts pour prouver la viabilité de leur entreprise, que ce soit vis-à-vis de leur banquier, de leurs partenaires ou de leurs clients qui sont tous appelés à reconnaître les pratiques et les approches parfois différentes des femmes »¹⁴.

L'emprunt bancaire au Maroc nécessite d'apporter soi-même un minimum de fonds propres et de supporter un certain niveau de risque. Il est subordonné à la capacité de présenter des garanties réelles hors projet ou non liées à la viabilité économique et financière de l'entreprise : caution personnelle du chef d'entreprise, hypothèques sur des biens non économiques, etc. Compte tenu de la difficulté rencontrée par les banques à réaliser ces garanties, leur valeur excède généralement, de manière souvent significative, le montant du prêt. Cette pratique, si elle est légitime pour le secteur bancaire, freine considérablement l'accès des femmes entrepreneures au crédit car elle néglige l'analyse du risque de leurs projets au bénéfice d'une approche patrimoniale qui les pénalise à priori.

III. LES DIFFICULTES D'ACCES DES FEMMES ENTREPRENEURES AU FINANCEMENT BANCAIRE: ANCRAGE THEORIQUE

D'un point de vue théorique, une abondante littérature s'est développée ces dernières années pour expliquer le faible taux de l'entrepreneuriat féminin. D'une part, plusieurs recherches ont été menées pour mettre en évidence l'importance des facteurs socio-culturels. Par exemple, Bourdieu (1998) considère que sous le poids des croyances, valeurs et cultures, la femme est plutôt valorisée dans ses rôles traditionnels d'épouse, de mère et de femme au foyer. Ce statut inférieurisé du travail à l'extérieur est à l'origine à la fois des inégalités de genre mais aussi d'un sentiment latent de culpabilité davantage ressenti pour un entrepreneur au féminin (Duchenéaut et Orhan, 2000 ; Lee-Gosselin, 2009). C'est souvent après une phase de rupture (changement dans la vie privée et/ou professionnelle, maternalité¹⁵, chômage, etc.), que les femmes dépassent cette vision de rôles contradictoires et envisagent le projet entrepreneurial dans le sens d'une meilleure autonomie.

D'autres recherches se sont intéressées aux obstacles présentés comme étant propres aux entrepreneures. Pour Légaré et St-Cyr (2000), la littérature sur la femme entrepreneure relève huit obstacles potentiels: la discrimination sur le plan du financement externe, la concentration dans des secteurs d'activité à faible rendement, le manque d'expérience professionnelle pertinente, la pénurie de réseaux d'entraide, le manque de temps et d'argent pour participer à des formations, les contraintes de conciliation entre le travail et la famille, l'absence de soutien de la part des conjoints et l'insuffisance du rendement financier.

La difficulté des entrepreneures à obtenir du financement a mobilisé l'attention de nombreux chercheurs qui se sont focalisés sur deux thèmes essentiels ; d'une part la discrimination réelle ou non dans l'octroi des prêts aux entrepreneurs des deux sexes et d'autre part la perception

même des entrepreneures à l'égard des institutions financières (Carrier *et al.* 2006). Pour certains auteurs, il existe des pratiques discriminatoires à l'égard des femmes surtout lors de la création d'entreprise (Schwartz, 1979 ; Chavan, 2005 et Welter 2007). Selon Riding et Swift (1990) et de Marleau (1995), le taux de refus des demandes de prêts serait plus élevé pour les femmes par rapport aux hommes. Coleman (2000) soutient que les banquiers exigent souvent de leur part plus de garanties ou un cautionnement. Ces conclusions sont nuancées par Carter et Rosa (1998), Haines *et al.* (1999) et St-Pierre *et al.* (2001) dans la mesure où les exigences de garanties supplémentaires dépendent davantage du secteur d'activité que du sexe de l'entrepreneur. St-Cyr *et al.* (2002) affirment aussi que les caractéristiques des entreprises dirigées par les femmes (taille, âge, secteur d'activité, etc.) rendent l'accès au financement plus difficile.

Au chapitre de la satisfaction perçue à l'égard des institutions financières, selon Bouhachi et St-Cyr (1997), les femmes auraient une bonne perception de l'institution financière avec laquelle elles font affaire même si certaines remettent en cause la compétence des directeurs de comptes (Lafortune et St-Cyr, 2000). Mais si les hommes attribuent les refus à une faiblesse du plan d'affaires, les femmes y verraient plutôt de la discrimination (Orhan et Scott, 2001 ; Carter *et al.* 2001). Cette discrimination est controversée par les résultats de Deng *et al.* (1995) qui montrent dans leur étude qu'une bonne partie des femmes qui ont obtenu des financements bancaires n'ont pas rencontré de problèmes avec les banques.

De même, pour Carter *et al.* (2007), le problème ne serait pas lié au jugement discriminatoire des institutions mais plutôt au manque de compétences des femmes pour la négociation d'un prêt. Celles-ci trouvent également difficile l'exercice d'équilibre de leurs finances à court terme et de leur trésorerie. Les études menées par Robinson et Sexton (1994) et Dolinsky *et al.* (1993) confirment ce constat car les femmes entrepreneures, en raison de l'insuffisance de leur formation ou de leur expérience professionnelle, seraient moins habiles que les hommes dans leur démarche entrepreneuriale. Celle-ci serait différente entre hommes et femmes à cause de l'éducation familiale (Shinnar *et al.* 2012) comme scolaire (Byrne, Fayolle, 2010). Les femmes devraient consolider leurs compétences pour répondre aux attentes des prêteurs potentiels surtout si elles veulent créer des entreprises dans des domaines réservés traditionnellement aux hommes telles que les activités High Tech (Marlow, McAdam, 2012).

Les femmes entrepreneures devraient recourir davantage à des structures d'accompagnement (Refis, 2006) qui les soutiendraient aussi bien dans l'exercice difficile de levée des fonds que dans la gestion quotidienne de leurs entreprises en particulier dans les moments difficiles (Valeau, 2006). En effet, les figures du soutien entrepreneurial sont variées et impliquent l'ensemble des parties prenantes du projet (Roessl *et al.* 2008).

IV. LE DISPOSITIF MÉTHODOLOGIQUE

Pour répondre à nos objectifs de recherche, nous nous sommes référés au point de vue épistémologique

socioconstructiviste (Vygotsky, 1978) dans la mesure où nous visons à explorer une réalité multidimensionnelle (l'accès des femmes entrepreneures au financement bancaire) construite à partir d'interactions sociales subjectives (entreprises féminines dans le contexte marocain). Compte tenu du volet exploratoire de notre étude, nous avons privilégié une approche qualitative (Miles et Huberman, 2003, Strauss et Corbin, 2004) en vue d'une part de saisir les pratiques et stratégies des banques marocaines en matière de financement des entreprises féminines ; et d'autre part, de permettre aux femmes entrepreneures de mieux orienter leurs demandes de crédit et d'améliorer leurs chances de financement.

A. Le recueil des données

La plupart des banques commerciales marocaines disposent d'un département dédié au secteur des TPME où se développent davantage les entreprises dirigées par des femmes. Toutefois, au cours de notre étude, nous avons relevé une absence flagrante de statistiques orientées genre pour témoigner de l'importance des crédits bancaires alloués aux femmes entrepreneures par rapport à leurs homologues hommes. Nous avons jugé opportun, dans une optique exploratoire, d'administrer un questionnaire et de mener des entretiens semi-directifs en face à face avec les responsables de crédit des cinq banques partenaires de la Caisse Centrale de Garantie (CCG) pour le produit « Ilayki » dédié exclusivement aux femmes entrepreneures. Il s'agit de la Banque Centrale Populaire (BCP), d'AttijariWafa Bank, de la Société Générale, de la BMCE Bank et du Crédit Agricole du Maroc (CAM).

Le fonds « Ilayki » entre dans le cadre de la politique de promotion de l'égalité hommes-femmes menée officiellement par l'État marocain. Il a été créé en 2013 pour garantir à 80 % l'emprunt d'une femme souhaitant créer une petite entreprise. Il s'agit d'un système qui repose sur la CCG, une institution publique, en partenariat avec plusieurs grandes banques privées du royaume. Il a permis, selon la CCG, la création par des femmes de 400 TPE. Le volume de crédits garantis atteint 132 millions de dirhams. Le secteur tertiaire est largement prédominant, avec 31 % des entreprises créées dans la santé et l'action sociale, 30 % dans le commerce, 20 % dans les services, 5 % dans l'industrie et 5 % dans l'hôtellerie et la restauration¹⁶.

B. L'analyse des données

Pour le traitement des données qualitatives, nous avons eu recours à une analyse de contenu comme le suggèrent Strauss et Corbin (2004) et Moliner, Rateau et Cohen-Scali (2002). Il s'agit de la technique la plus appropriée pour identifier les opinions, les croyances, les prises de position et les points de vue véhiculés par les discours. Ce travail d'analyse paraît indispensable parce qu'il permet de dépasser la variabilité du discours individuel et donne accès à des significations communes qui sont le fondement même de toute

représentation sociale. Aussi, les discours que nous avons recueillis suite aux entretiens sont intégralement retranscrits puis traités par analyse de contenu thématique pour mettre en évidence les pratiques communes des banques en matière d'octroi de crédit ainsi que les stratégies à privilégier pour un meilleur accès des femmes entrepreneures au financement bancaire.

V. LES RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

A. Les pratiques des banques

L'utilisation des prêts commerciaux serait différente pour les entreprises dirigées par des femmes : les femmes entrepreneures ont recours moins fréquemment au financement institutionnel que les hommes. Elles s'endettent donc moins et utilisent plutôt leurs épargnes personnelles pour créer leur entreprise et les fonds auto-générés pour soutenir leur croissance. Cette différence s'explique par la nature traditionnelle de leurs activités notamment le commerce, les services et l'agriculture en milieu rural. Les entreprises détenues par les femmes sont plus récentes ou en phase de démarrage (AFEM, 2015) et donc de plus petite taille (BIT, 2015)¹⁷. Autant d'entreprises moins favorisées par les institutions financières (St-Cyr *et al.* 2002) et les sociétés de capital-risque. En s'installant dans les secteurs en croissance tels que l'industrie¹⁸ et les nouvelles technologies, les femmes se façonneraient un environnement où l'accès au financement serait plus facile (OCDE/CRDI, 2013). Les banques et sociétés de capital de risque visent de plus en plus les secteurs de pointe et les entreprises exportatrices qui enregistrent des taux de croissance élevés.

Le sexe du propriétaire ou exploitant n'a aucune incidence sur l'acceptation ou le refus d'un prêt : les décisions bancaires sont fondées sur la valeur du dossier qui accompagne la demande (en particulier la trésorerie et la capacité de remboursement), ainsi que sur la façon dont elle est présentée (Orhan et Scott, 2001 ; Carter *et al.* 2001). Le risque de rejet est plus élevé chez les entreprises qui présentent des dossiers moins solides, soit, habituellement les jeunes entreprises, les PME dont le chiffre d'affaires est peu élevé, les demandeurs dont l'avoir net est restreint et les entreprises qui demandent une majoration ou un nouveau prêt. Ainsi, les femmes entrepreneures seraient plus pénalisées en raison notamment de leur avoir net moins élevé et de leurs sources de revenus beaucoup plus restreintes (OCDE, 2014).

B. Les stratégies pour les femmes entrepreneures

Le système de données financières doit être précis, fiable et efficace : les banques veulent s'assurer que les opérations se réalisent comme prévu. Elles désirent s'assurer que les demandeurs de financement qu'ils soient hommes ou femmes possèdent un contrôle entier et complet de leurs données financières. Elles exigeront donc toute l'information financière nécessaire pour évaluer le niveau de risque

financier associé au secteur d'activité du demandeur et leur stratégie de financement concernant ce secteur affectera fortement le niveau des montants maximums qu'elles sont prêtes à considérer.

La communication sera la pierre angulaire de la relation et de l'implication du banquier pour soutenir les entreprises dirigées par des femmes. Il incombe autant au banquier qu'à l'entrepreneuse de tenir compte des besoins et des exigences de chacun (Robinson et Sexton, 1994 ; Dolinsky *et al.* 1993). Une entrepreneuse aurait tout à gagner en respectant quatre règles essentielles :

- tenir son banquier informé et lui faire confiance ;
- expliquer la philosophie de l'entreprise et son style de gestion ;
- faire visiter l'entreprise, présenter ses employés, établir la confiance ; et
- démontrer de l'honnêteté et de la fiabilité.

Pour nos répondants, il est aussi primordial pour une femme entrepreneuse de veiller à l'excellence de la relation d'affaires avec son banquier. Ceci ne saurait se faire sans le respect des conditions suivantes :

- tenir à jour ses soldes bancaires ;
- connaître les conditions d'utilisation de sa marge de crédit et les respecter ;
- transmettre sur une base périodique les documents financiers exigés ; et
- expliquer ses projets et démontrer leur impact sur les résultats.

Un plan d'affaires crédible : le plan doit permettre à l'institution de prendre sa décision et doit ainsi répondre aux critères de crédit, les principaux étant : **1/** l'expérience et les qualités de l'entrepreneuse ; **2/** la capacité de remboursement de l'entreprise et la viabilité du projet ; **3/** la croissance du secteur d'activité et la position concurrentielle dans celui-ci et enfin **4/** la structure financière à court terme et à long terme (le fonds de roulement et le ratio dettes/actifs).

Les femmes entrepreneures doivent être plus conscientes des points forts et des points faibles de leur entreprise et des risques de leur projet et monter un argumentaire solide des facteurs atténuants ces risques lors de la négociation avec le prêteur éventuel (Carter *et al.* 2001). Le recours à un expert-comptable pour le montage d'un plan d'affaires cohérent est souhaitable. Il existe également un grand nombre de structures d'accompagnement, qui pourront soutenir l'entrepreneuse tout au long du parcours de création d'entreprise et qui sont méconnues par la majorité des femmes entrepreneures (Refis, Valeau, 2006).

Une bonne évaluation de son projet, ses besoins financiers et des sources de fonds possibles : on ne finance pas de la même façon la R&D d'un nouveau produit de haute technologie et l'achat d'un bâtiment industriel. Afin d'économiser temps et argent, il faut connaître les types de financement disponibles et les critères de crédit disponibles. Mobiliser son réseau de femmes d'affaires ou demander conseil à ses contacts, amies entrepreneures, comptables et

professionnels du domaine seraient de bonnes stratégies à déployer pour mieux assurer la cohérence entre le besoin et le mode de financement (Roessl et al. 2008). Pour les institutions financières, il s'agit d'être plus réaliste dans ses demandes de crédit et de penser à partager le risque financier entre le porteur de projet, la banque (Marlow, McAdam, 2012) et d'autres partenaires tels que les fournisseurs ou vendeurs. Or, d'après les responsables interrogés, les femmes entrepreneures sont en général moins informées et recourent moins au réseautage.

Choisir un prêteur réceptif: les institutions prêtent de l'argent selon un certain rendement ; c'est une facette de leur commerce. Lorsqu'une femme chef d'entreprise fait une demande de financement, c'est une cliente potentielle et un prêt est un produit qu'elle paie. Un prêteur est un fournisseur d'argent avec lequel une relation d'affaires probablement à long terme va se nouer. Il faut accorder autant d'importance au choix d'un prêteur qu'au choix d'un associé ou d'un partenaire stratégique. Dans le choix d'un partenaire financier, il faut penser à la réceptivité et ouverture de l'institution, éléments beaucoup plus importants à long terme qu'une faible différence sur le taux d'intérêt à payer.

Bien comprendre les raisons d'un refus : il s'agit de bien connaître les raisons précises d'un refus et ne pas se contenter de réponses évasives. Se servir des commentaires du prêteur pour modifier son plan d'affaires ou la structure de son projet est une stratégie gagnante, un premier refus ne doit pas être décourageant. Les institutions font des choix stratégiques en termes de marché, cela peut être par secteur d'activité ou par taille d'entreprise ou par montant prêté. Un projet peut ne pas intéresser une certaine institution mais correspondre parfaitement à une autre.

C. Stratégies pour les banques

De nos entretiens avec les responsables bancaires, il ressort que certains éléments sont à développer par les institutions financières pour mieux aider et servir la femme entrepreneure :

- Etre à l'écoute des besoins spécifiques des femmes chefs d'entreprises et développer la relation d'affaires avec elles. Ceci est d'autant plus vrai, qu'en dépit de l'importance des fonds levés grâce au dispositif « Ilayki », un renforcement des moyens du fonds serait souhaitable ainsi qu'une meilleure communication du dispositif dans la mesure où souvent les banques ignorent son existence et refusent l'emprunt aux femmes qui se présentent dans les agences¹⁹ ;
- développer des outils conseils auprès des femmes entrepreneures dans leur démarche de financement, soit des guides identifiés à cet effet ; et
- développer des liens avec les réseaux de femmes d'affaires afin d'accentuer et de favoriser le maillage

entre les femmes et les institutions financières et se tenir ainsi à l'affût de leurs besoins.

Afin de faciliter l'accès des femmes chefs d'entreprise au financement, les stratégies suivantes seraient à déployer par les banques :

- faire confiance à l'entrepreneure ;
- être un partenaire d'affaires et un conseiller ;
- demeurer ouvert et à l'écoute ;
- comprendre les besoins de l'entrepreneure ;
- offrir les services financiers correspondant aux besoins ;
- expliquer clairement les conditions de financement ;
- trouver les meilleures sources de financement ; et
- revoir annuellement l'analyse financière avec l'entrepreneure.

VI. CONCLUSION

Au Maroc, le marché des entreprises dirigées par des femmes est en pleine croissance surtout si on prend en considération le secteur informel. Ces entrepreneures prennent une part de plus en plus active dans les affaires et des gains économiques importants pourraient être réalisés si les banques ciblent plus efficacement leurs produits et services sur les femmes entrepreneures.

Ceci est d'autant plus vrai que les résultats de notre étude exploratoire révèlent que ces femmes ne sont pas l'objet d'un sexisme financier et que se sont plutôt les caractéristiques des entreprises féminines qui limitent leur accès au financement bancaire. En s'installant dans les secteurs en croissance tels que l'industrie et les nouvelles technologies, les femmes se façonneraient un environnement où l'accès au financement serait plus facile. Toutefois, cet objectif ne pourrait être atteint sans promouvoir leur culture du risque et consolider leurs compétences en gestion, communication et réseautage. L'appréhension du refus de prêt et l'aversion pour l'endettement comptent parmi les motifs principaux pour justifier le recours moins fréquent des femmes entrepreneures au financement institutionnel et c'est à se demander si leur potentiel est reconnu à leur juste valeur.

NOTES

1. (2017) site web du Ministère de l'économie et des finances. Egalité de genre, politiques publiques et croissance économique au Maroc. [en ligne] : <https://www.finances.gov.ma/>
2. (2017) site web du Conseil Economique, Social et Environnemental. Promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la vie économique, sociale, culturelle et politique. [en ligne] : http://www.ces.ma/Pages/Auto-saisines/AS-18-2014-Les-discriminations-a-l_égard-des-femmes-dans-la-vie-economique.aspx
3. Ibid.
4. (2017) site web de l'OCDE. [en ligne] : https://read.oecd-ilibrary.org/development/les-femmes-et-l-entreprise-2014/etendre-les-options-de-financement-des-entreprises-dirigees-par-des-femmes-dans-la-region-mena_9789264227521-8-fr#page2
5. (2016) site web du journal Le Matin. [en ligne] : <http://lematin.ma/journal/2016/ces-freins-qui-empechent-une-veritable-eclosion/257086.html>

6. (2017) site web de l'Economiste. [en ligne] : <http://www.leconomiste.com/article/996682-entrepreneuriat-feminin>
 7. Enquête AFEM (2015). [en ligne] : <http://www.egalite.ma/attachments/article/528/>
 8. Opérant dans 218 TPE (2 à 19 employés) ; 157 PME (20 à 249 employés) et 24 Grandes entreprises (250 employés et plus).
 9. 95% de l'ensemble des entreprises au Maroc emploient moins de 6 salariés.
 10. 47% inférieur à 4 millions de dirhams.
 11. (2017) Portail national pour l'égalité de genre. [en ligne] : <http://www.egalite.ma/attachments/article/130/Guide%20incubateurs%20AFEM.pdf>.
 12. Enquête AFEM (2015). [en ligne] : <http://www.egalite.ma/attachments/article/528/>
 13. Propos tenus par Myriam Ezzakhrajy, secrétaire générale de l'AFEM. [en ligne] : <http://www.la-croix.com/Journal/Autrement-dit/Les-Marocaines-deviennent-chefs-dentreprise>
 14. Propos tenus par Wassila Ibrahim, vice-présidente de l'AFEM, 60 minutes pour comprendre : les PME au Maroc. [en ligne] : <https://www.youtube.com/watch?v=lkQWrxb0fI>
 15. Par maternalité, il est entendu l'ensemble des processus psychoaffectifs qui se développent chez une femme à l'occasion de ses maternités successives.
 16. (2017) site web de la Caisse Centrale de Garantie. [en ligne] : <http://www.ccg.ma/fr/espace-media/actualites/realisations-chiffrees-du-produit-ilayki>
 17. (2018) site web de Perspectives. [en ligne] : <http://www.perspectivesmed.ma/entrepreneuriat-feminin-peut-mieux-faire-selon-le-bit/>
 18. Selon l'étude de l'AFEM, en 2015, seulement 22% des entreprises féminines opèrent dans l'industrie avec prédominance du textile et de l'agro-alimentaire.
 19. Propos tenus par Myriam Ezzakhrajy, Secrétaire générale de l'AFEM. [en ligne] : <http://www.la-croix.com/Journal/Autrement-dit/Les-Marocaines-deviennent-chefs-dentreprise>
- REFERENCES
- [1] Bourdieu P. (1998), *La domination masculine*, Seuil, Paris, 142 pages.
 - [2] Byrne J. et Fayolle A. (2010). "A feminist Inquiry into Entrepreneurship Training", in D. Smallbone, J. Leita, M. Raposo, F. Welter, *The Theory and Practice of Entrepreneurship: Frontiers in European Entrepreneurship Research*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, p. 76-100.
 - [3] Bouhachi D. et St-Cyr L. (1997), «Les institutions financières ignorent-elles une clientèle potentielle?», *Gestion*, vol. 22, no 1, p. 17-26.
 - [4] Carrier C., Julien, P.A. et Menvielle, W. (2006), Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années, *Gestion* 2006/2, vol. 31, HEC Montréal
 - [5] Carter S., Anderson S. et Shaw E. (2001), *Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Literature*, Report to the Small Business Service, Royaume-Uni, 116 pages.
 - [6] Chavan M. (2005), «Demystifying the women entrepreneurship in Sydney, Australia. A best practice model», *Actes de la 50e conférence de l'International Council for Small Business*, Washington, 16-18 mai.
 - [7] Coleman S. (2000), «Access to capital and terms of credit: A comparison of men- and women-owned small businesses», *Journal of Small Business Management*, vol. 38, no 3, p. 37-52.
 - [8] Deng S., Hassan L. et Jivan, S. Female entrepreneurs doing business in Asia: a special investigation, *Journal of small business and enterprise*, 12 (1995), p. 60-80.
 - [9] Dolinsky A., Caputo R. K., Pasumarty K. et Quazi H. (1993), "The effects of education on business ownership: A longitudinal study of women", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(1), p. 43-53. Duchéneaut B., Orhan M. (2000), *Les femmes entrepreneurs en France*, Editions Seli Arslan, Paris.
 - [10] Haines G.H., Orser B.J. et Riding, A.L. (1999), «Myths and realities: An empirical study of banks and the gender of small business clients», *Revue canadienne des sciences de l'administration*, vol. 16, no 4, p. 291-307.
 - [11] Lafortune A. et St-Cyr L. (2000), *La perception de l'accès au financement des femmes entrepreneures*, rapport d'expertise présenté au ministère de l'Industrie et du Commerce, 72 pages.
 - [12] Lee-Gosselin H. (2009), « Les femmes entrepreneures : des questionnements à renouveler », in Gasse Y. (Ed.), *L'entrepreneuriat francophone : évolution et perspectives*, l'Harmattan, p. 63-72.
 - [13] Légaré M.-H. et St-Cyr L. (2000), *Portrait statistique des femmes entrepreneures*, rapport présenté au ministère de l'Industrie et du Commerce, Québec, 68 pages.
 - [14] Marleau M. (1995), *Le sexisme financier: les difficultés des femmes entrepreneures à obtenir du financement*, Research report, Canadian Federation of Independent Business.
 - [15] Marlow S. et Mcadam M. (2012). "Gender and entrepreneurship: Advancing Debate and Challenging myths: Exploring the mystery of the underperforming female entrepreneur", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, (in press).
 - [16] Miles M.B. et Huberman, M.A. (2003). *Analyse des données qualitatives* (2e éd.). Bruxelles : Édition de Boeck.
 - [17] Moliner P., Rateau, P. et Cohen-Scali, V. (2002). *Les représentations sociales : pratique des études de terrain*, presses universitaires de Rennes.
 - [18] OCDE (2012), *Women In Business: Policies To Support Women's Entrepreneurship Development In The MENA Region*.
 - [19] OCDE / IDRC (2013), *New Entrepreneurs and High Performance Enterprises in the Middle East and North Africa*, Editions OCDE, Paris. doi : 10.1787/9789264179196-en, Compétitivité et Développement du secteur privé.
 - [20] Orhan M. et Scott D. (200&), «Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model», *Women in Management Review*, vol. 16, no 5, p. 232-243.
 - [21] Refis J. (2006). « Contribution à la connaissance de l'accompagnement à la levée de fonds destiné aux jeunes entreprises de croissance : le cas de la France », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 5, n° 1.
 - [22] Riding A.L. et Swift C.S. (1990), «Women business owners and terms of credit: Some empirical findings of the Canadian experience», *Journal of Business Venturing*, vol. 5, no 5, p. 327-340.
 - [23] Roessl D., Fink M. et Kraus S. (2008). « L'approche néo institutionnelle et ses implications pour le management des relations avec les stakeholders en phase start-up », *Revue Internationale PME*, vol. 21, n° 3-4, p. 91-115.
 - [24] Robinson P. et Sexton E. A. (1994), "The effect of education and experience on self-employment success", *Journal of Business Venturing*, Vol. 9 (2), p. 141-156.
 - [25] Rosa P., Carter S. et Hamilton D. (1996), «Gender as a determinant of small business performance: Insights from a British study», *Small Business Economics*, vol. 8, no 4, p. 463-478.
 - [26] Schwartz (1979), cité dans Rachdi F.Z., « L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire », Laboratoire ERMES (Toulon) EDHEC Nice France, huitième congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, In [\[http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33761083/Etude_exploratoire_Lentrepreneuriatfeminin.pdf?\]](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33761083/Etude_exploratoire_Lentrepreneuriatfeminin.pdf?), consulté le 2 Mai 2017.
 - [27] Shinnar R.S., Giacomini O. et Janssen F. (2012), "Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture, Entrepreneurship Theory and Practice", vol. 36, Issue 3, p. 465-493.
 - [28] St-Cyr L., Audet J., Carrier C. et Légaré, M.-H. (2002), «L'entrepreneuriat féminin du secteur manufacturier québécois : caractéristiques et accès au finan financement», *Actes du 6e congrès international francophone sur la PME*, HEC Montréal, octobre.
 - [29] St-Pierre J., Beaudoin R. et Desmarais M. (2001), « *Le financement des PME canadiennes : satisfaction, accès, connaissance et besoins* », rapport présenté à Industrie Canada, 113 pages.
 - [30] Strauss A. L. et Corbin, J. (2004), « *Les fondements de la recherche qualitative : techniques et procédures de développement de la théorie* » Fribourg, Suisse : Academic Press Fribourg.
 - [31] Valeau P. (2006), « L'accompagnement des entrepreneurs durant les périodes de doute », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 5, n° 1.
 - [32] Vygotsky L.S. (1978), "*Mind in society: the development of higher psychological processes*". Cambridge, MA: Harvard University Press.
 - [33] Welter F. (2007), "Entrepreneurship in West and East Germany", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 4(2), p. 97-109.

- [34] Wilson Carter S., Shaw E., Lam W. et Wilson F. (2007), "Gender, Entrepreneurship and bank lending: the criteria and processes used by bank loan officers in assessing applications", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(3), 427-444.