

#UNIVERSITÉSENGHOR

université internationale de langue française
au service du développement africain

MA

La contribution de la technologie numérique dans le développement de l'entrepreneuriat féminin au Tchad : proposition d'un modèle de projet d'inclusion numérique des femmes

Présenté par

Taryam kodjianouba SOPHIE

Pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département Management

Spécialité Management de projets

Directeur de mémoire : Atef ALSHABRAWY

Le 18 octobre 2023

Devant le jury composé de :

M. Mahamat ABDELLATIF Président

Directeur des Etudes et de la Recherche Appliquée à
ISTA – CEMAC

M. Atef ELSHABRAWY Encadreur

Founder of Social Innovation Expert

M. Alioune DRAMÉ Examineur

Directeur du département Management - Université
Senghor

Remerciements

Je tiens à remercier l'ensemble des personnes qui, d'une manière ou d'une autre, ont contribué à la réalisation de ce mémoire et qui m'ont soutenu pendant la période d'étude.

Je pense particulièrement à :

- Mon Directeur du Département, Dr Alioune DRAMÉ, qui a permis que je finisse mon cycle de Master au sein de son département. Merci de m'avoir offert cette chance et opportunité qui représente énormément pour moi ;
- Au Recteur de l'Université Senghor Pr Thierry VERDEL et au Directeur de département Culture Pr Ribio NZEZA BUNKETI BUSE, qui ont permis et accompagné ma réorientation en Management de projets ;
- Mon directeur de mémoire, Pr Atef EL SHABRAWY, merci d'avoir accepté de m'encadrer. Merci pour les conseils, les orientations et la disponibilité ;
- M. Mehdi BENBOUBAKEUR, Directeur Général du Printemps Numérique, mon institution d'accueil pour le stage. Merci pour cette opportunité qui lance une base dans ma carrière professionnelle ;
- Dominique ARGANT, ma tutrice de stage. Merci Dominique pour tout. J'ai pris un réel plaisir à travailler avec toi ;
- Ma famille d'accueil pour mon séjour de stage à Montréal, Famille NAGUIDENGAR;
- Mes aînés Ariane KOUASSI de la 16 e promotion et Fidèle NDJOULOU de la 4eme promotion pour les orientations, les corrections, la disponibilité et les conseils;
- Toute la 18e promotion de l'Université Senghor ;

A tous mes frères, sœurs et amis, Ali Dakour, Sylvain Djerampété, Maman Pascaline comme je l'appelle, Anderson DIEDRI, Ousmane BA, merci d'avoir toujours été là.

Dédicace

A

Mon feu père, Kodjianouba KOULNDI, merci pour les sacrifices

Ma tendre mère Denise DIMNOYADE

Toutes les femmes qui portent le poids de toute une famille, demain sera meilleur

Gloria Kodjianouba, ta grande sœur t'aime énormément.

Résumé

A l'instar de l'Afrique dans sa globalité, les pays de l'espace francophone doivent faire face à des nombreux défis parmi lesquels, la question du chômage des jeunes et des femmes. Dans ces conditions, l'entrepreneuriat des femmes semble de plus en plus être considéré par les Etats et les partenaires au développement comme une piste de solution. Cependant, « Entreprendre » ne suffit pas, il faut surtout savoir être au rendez-vous avec les avancées technologiques pour atteindre l'efficacité de son business.

Dans sa politique de développer et rendre accessible le secteur du numérique, le gouvernement de la République du Tchad à travers le Ministère des postes et de l'économie numérique a mis en place en 2020 un **Plan stratégique de développement du numérique des postes à l'horizon 2020-2030**. Composé de neuf (9) axes, les jeunes et les femmes sont au centre des projets phares (axe *stratégique 1* : faire de l'économie numérique un moteur de croissance ; axe *stratégique 4* : développer le capital humain et promouvoir la recherche scientifique ; axe *stratégique 9* : accès et inclusion numérique).¹

Cependant, malgré l'existence des politiques d'inclusion numérique des jeunes et des femmes au Tchad, jusqu'en 2023, l'inclusion numérique n'est pas effective. Contrairement aux femmes (entrepreneures) dans la sous-région, l'utilisation du numérique n'a pas encore atteint son apogée chez les femmes entrepreneures au Tchad (2 femme sur 10 a accès au numérique)².

Face à cette situation, nous nous intéressons à la question d'inclusion numérique des femmes considérée comme facteur de croissance des entreprises et outil d'autonomisation des femmes.

Dans un premier temps nous allons faire un état des lieux de l'entrepreneuriat féminin, présenter les caractéristiques et défis auxquels les femmes entrepreneures font face, tout en présentant le style de management qu'adoptent les femmes dans la gestion de leur entreprise. Nous allons ensuite dresser le profil numérique du Tchad et chercher à comprendre les enjeux d'inclusion numérique des femmes et les initiatives d'inclusion numériques existantes. Enfin, dans l'optique de contribuer à l'inclusion numérique des femmes entrepreneures, nous allons formuler des recommandations, présenter sous la forme d'un modèle de projet en adoptant une approche incluant les bénéficiaires sur la base des résultats de nos enquêtes, pour une zone pilote N'Djamena située au centre ouest du Tchad, par ailleurs capitale politique du Tchad.

¹ Ministère des Postes et de l'économie numérique du Tchad, *Plan stratégique de développement du numérique et des postes à l'horizon 2020-2030*, juin 2020, p.17

² Observatoire tchadien des Télécommunications, *Etude sur l'évaluation des politiques publiques dans le secteur des TIC*, décembre 2020, p.6

Mots-clefs : Entrepreneuriat féminin, inclusion numérique, autonomisation des femmes, économie numérique, développement économique.

Abstract

Like Africa as a whole, the countries of the French-speaking world must face numerous challenges, including the issue of unemployment among young people and women. Under these conditions, women's entrepreneurship increasingly seems to be considered by States and development partners as a solution. However, "Entrepreneurship" is not enough, you must also know how to keep up with technological advances to achieve the efficiency of your business.

In its policy of developing and making accessible the digital sector, the government of the Republic of Chad through the Ministry of Posts and the Digital Economy established in 2020 a Strategic Plan for the development of digital posts on the horizon 2020-2030. Composed of nine (9) axes, young people and women are at the center of the flagship projects (strategic axis 1: making the digital economy an engine of growth; strategic axis 4: developing human capital and promoting scientific research; axis strategic 9: access and digital inclusion).

However, despite the existence of digital inclusion policies for young people and women in Chad, until 2023, digital inclusion is not effective. Unlike women (entrepreneurs) in the subregion, the use of digital technology has not yet reached its peak among women in Chad (2 women in 10 have access to digital technology).

Faced with this situation, we are interested in the question of digital inclusion of women, considered as a factor of business growth and a tool for women's empowerment.

Firstly, we will take stock of female entrepreneurship, present the characteristics and challenges that women entrepreneurs face, while presenting the management style that women adopt in the management of their business.

We will then draw up the digital profile of Chad and seek to understand the challenges of digital inclusion of women and existing digital inclusion initiatives. Finally, with a view to contributing to the digital inclusion of women entrepreneurs, we will formulate recommendations, presented in the form of a project model by adopting an approach including the beneficiaries based on the results of our surveys, to a N'djamena pilot zone located in west-central Chad, also the capital and a target for legally formed companies.

Keywords: Female entrepreneurship, digital inclusion, women's empowerment, digital economy, economic development.

Liste des abréviations

- ADETIC : Agence de Développement des Technologies de l'Information et de la Communication
- AGR : Activités Génératrice de Revenus
- ANIE : Agence Nationale des Investissements et Exportations
- ANSICE: Agence Nationale de Sécurité Informatique et Certification Électronique
- ARCEP: Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes
- ccTLD: Country Code Top Level Domain (nom de domaine de premier niveau national)
- G7 : Le Groupe des sept est un groupe de discussion et de partenariat économique de sept pays
- GEM: Global Monitor Entrepreneurship
- GSMA: Global Organization Unifying the Mobile
- IMRAD: Introduction Méthode Résultat et Discussion
- INSEED : Institut National des Statistiques, des Etudes Economiques et Démographiques
- ODD: Objectifs de Développement Durables
- ONUDI : Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel
- STEM: Sciences Technologies Ingénierie et Mathématiques
- TPE: Très Petites Entreprises
- PIB: Produit Intérieur Brut
- PME: Petites et Moyennes Entreprises
- PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement
- PTN : Plan Tchad Numérique
- PAPIRET : Plan d'Action Prioritaires d'Innovation et de Réforme de l'Economie Numérique au Tchad
- TIC: Technologies de l'Information et de la communication

Sommaire

Introduction	1
1. Entrepreneuriat féminin et inclusion numérique des femmes : chiffres et tendances actuelles	9
1.1. L'entrepreneuriat féminin	9
1.3. Formulations des questions et objectifs de recherches et les résultats attendus	22
2. Revue de littérature	24
2.2. Les Théories sur l'entrepreneuriat féminin et l'inclusion numérique	32
2.3. Formulation des hypothèses	40
3. Numérique et entrepreneuriat féminin au Tchad : étude l'existant et proposition d'un projet d'inclusion numérique des femmes entrepreneures	42
3.1. Méthodologie de recherche	42
3.1.4. La méthode quoi, pourquoi et comment	43
3.1.5. Les outils de collecte et de traitement	43
3.2. Le stage	43
3.3. Etude de l'existant	45
3.4. Analyse du niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures au Tchad	50
4. Etude de faisabilité de la mise en place d'un incubateur numérique féminin à N'Djamena (Tchad)	54
4.1. Analyse du besoin et recommandations	54
4.1.2. Recommandations	55
4.2. La mise en œuvre de l'incubateur numérique féminin.....	55
Conclusion	67

Introduction

« **Pour un monde digital inclusif : innovation et technologies pour l'égalité des sexes** », tel est le thème retenu pour la célébration de la journée internationale de la femme 2023 par le Programme des Nations Unies pour les femmes (ONU FEMMES). Ce thème reste révélateur.

Le monde a connu ces trois dernières décennies, une révolution, considérée comme une des plus grandes de son histoire. Cette révolution avance à un rythme très accéléré et a permis le développement social et économique de plusieurs pays à travers le monde : **la révolution numérique.**

Nous nous situons dans une ère placée sous le signe de l'innovation ou les technologies numériques offrent aux pays des perspectives uniques pour accélérer la croissance économique et connecter leurs habitants aux services et aux emplois.

Le numérique en effet, est défini selon Didier Dubasque comme : *“la représentation de toutes les applications qui utilisent un langage binaire qui classe, trie et diffuse des données. Ce terme englobe les interfaces, smartphones, tablettes, ordinateurs, ainsi que les réseaux qui transportent les données.”*³

Dans un article du 20 avril 2022, La Banque Mondiale rapporte que, l'économie numérique pèse 15,5 % du PIB mondial et a augmenté deux fois et demie plus vite que le PIB mondial au cours des dernières années.⁴

L'accès aux technologies numériques est célébré en tant que levier d'autonomisation des femmes et envisage toutes les femmes comme entrepreneures potentielles, en attente de la technologie pour se réaliser économiquement.⁵ Au-delà de la question de la mixité, l'inclusion numérique des femmes représente aujourd'hui un véritable enjeu sociétal et politique pour les entreprises et les territoires. D'ici 2035, 80% des métiers seront liés au numérique.⁶

Selon un rapport de G7⁷, 240 millions d'emplois seraient créés si les femmes saisissaient les métiers du numérique et de la technologie. Cependant, l'inégalité en termes d'accès et d'utilisation des outils numériques reste encore grande (moins de 30% des femmes sont représentés dans le secteur du numérique).

³ Didier Dubasque, *Comprendre et maîtriser les excès de la société numérique*, Presse de l'EHESP, 2019, p. 17

⁴ Banque Mondiale, *Développement numérique*, avril 2022, <https://www.banquemondiale.org/fr/topic/digitaldevelopment/overview>, consulté le 10/03/2023

⁵ Hannah McCarrick, Dorothea Kleine, *Inclusion numérique, entrepreneuriat féminin et sujets néolibéraux*, Impasses numérique (2020), p. 133 à 146

⁶ Amandine Raynaud, *Femme et numérique: état d'urgence*, Livre Blanc, 2021, p.5

⁷ Le Groupe des sept est un groupe de discussion et de partenariat économique de sept pays réputés pour être les plus grandes puissances avancées du monde qui détiennent environ les 2/3 de la richesse nette mondiale.

On distingue trois niveaux d'inégalités :

- L'accès à un équipement (mobile, ordinateur, internet)
- L'accès aux compétences et à la maîtrise des outils
- L'accès à l'information

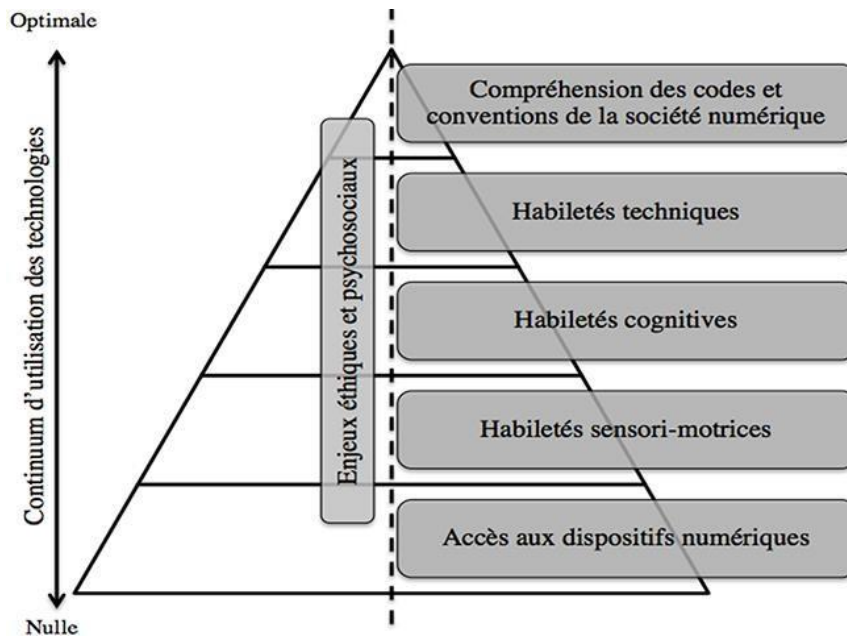


Figure 1 : Pyramide d'accessibilité numérique, Revue francophone de la déficience Intellectuelle, février 2017

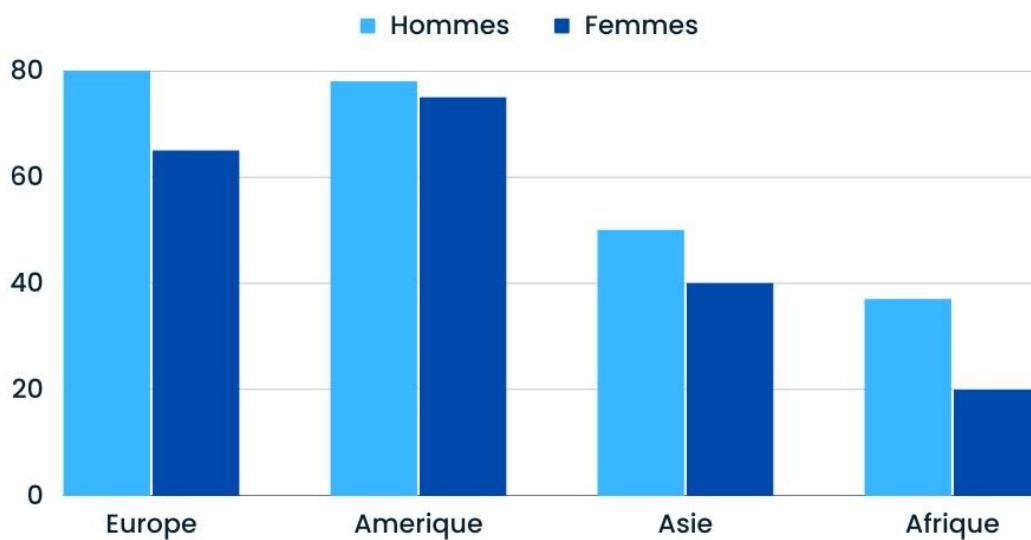


Figure 2: Fossé de l'Internet, Inclusion numérique dans l'Agenda paix femmes, Paix et Sécurité en Afrique des Nations Unies.

1. Contexte

Nous nous situons dans le contexte tchadien. A cet effet, nous présenterons le contexte légal, politique, économique et technologique de l'environnement numérique du Tchad.

Contexte politique

Le gouvernement de la République du Tchad dans sa politique de développement du secteur des technologies et du numérique a mis en place des plans stratégiques sectoriels. Il s'agit notamment :

- Plan National de développement des Infrastructures de Communication et de l'Information élaboré en mai 2007;
- Plan Tchad Numérique 2017-2021 (PTN);
- Et un plan d'actions pour accélérer les processus du PTN, le Plan d'Actions Prioritaires d'Innovation et de Réforme de l'Economie numérique au Tchad (PAPIRET 2019-2020).⁸

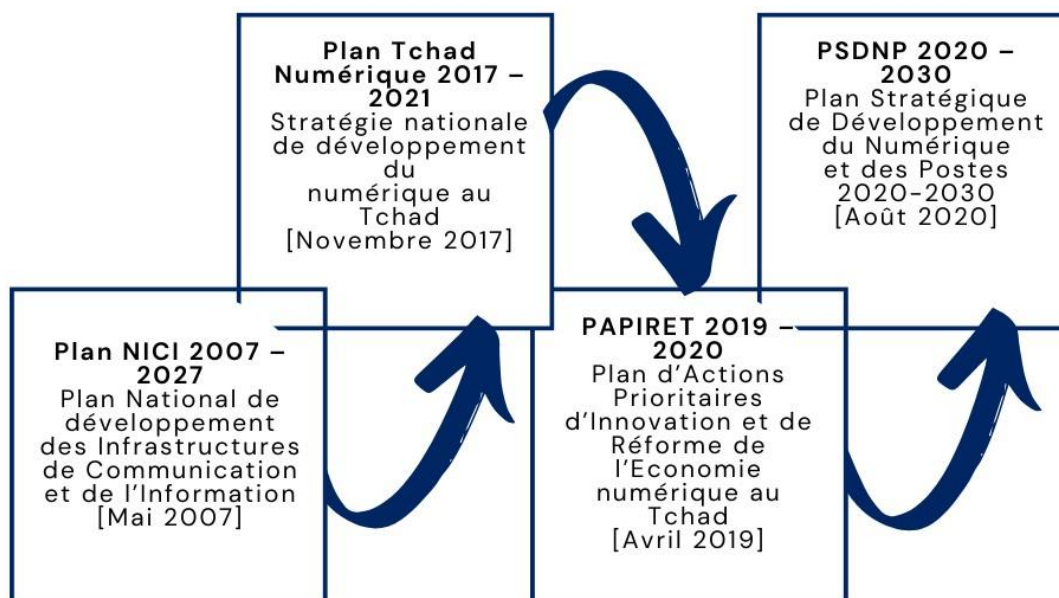


Figure 3 : les différents politiques stratégiques mis en œuvre pour le développement du secteur numérique au Tchad, Ministère des Postes et de l'économie numérique du Tchad

La mise en œuvre des stratégies formulées dans ces documents a été suspendue avant l'atteinte des différents objectifs fixés et les résultats escomptés. Le tableau ci-dessous présente le niveau de réalisation atteint dans les différents axes.

⁸ Ministère des Postes et de l'économie numérique du Tchad, *Plan stratégique de développement du numérique et des postes à l'horizon 2020-2030*, P. 11

Contexte légal

Selon Internet sans Frontières, le préambule de la constitution tchadienne s'engage explicitement à respecter les textes internationaux et régionaux de défense des droits humains. Son préambule garantit aussi la liberté e-communication, d'expression, de la presse, d'assemblée et d'association (article 27), ainsi que le droit inviolable aux communications privées (article 45).⁹

Plusieurs lois dans le domaine de la communication électronique ont été promulguées:

- Loi N 014/PR/2014 portant sur les Communications électroniques
- Loi N°006/PR/2015 portant création l'Agence Nationale de Sécurité informatique et du Certification Electronique (ANSICE)
- Loi N°009/PR/2015 portant sur la cyber sécurité et la lutte contre la cybercriminalité
- Loi N°007/PR/2015 portant sur la protection des données à caractère personnel
- Loi N°008/PR/2015 portant sur les transactions électroniques

Toutes ces lois et l'ensemble de leurs articles régissent la législation numérique au Tchad.

Contexte technologique

En 2018, le Tchad a le taux d'internet le plus bas au monde (1,7%), We are social. Le marché est dominé par deux opérateurs de téléphonie (Aritel et Moov) et des fournisseurs d'accès à Internet (9).

L'infrastructure de la large bande du Tchad se compose de 1142 km entre N'Djamena et la partie ouest faisant frontière au Cameroun et Genana¹⁰. Ce réseau fibre optique traverse 12 villes avec 48 noyaux, et une capacité de transmission jusqu'à 100G.

Contexte économique

Des réformes et des efforts ont été faits. Le gouvernement de la République du Tchad a décidé d'entreprendre une restructuration du secteur de l'économie numérique, afin de créer des conditions optimales pouvant permettre aux Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) de booster l'économie nationale. Désormais, les taxes sont levées sur l'importation des appareils électroniques (ordinateurs, téléphones, tablettes de tout type). Le Tchad veut accélérer sa transformation par le numérique. Les Technologies de l'Information et de la Communication seront intégrées dans les différents secteurs stratégiques notamment l'entrepreneuriat qui est une piste de plus en plus explorée pour résoudre la problématique du chômage et du sous-emploi des jeunes et des femmes et considéré comme vecteur de création de richesse, d'emploi et d'innovation.

⁹ Etat des lieux du contexte numérique des défenseurs des droit humains dans les 10 pays africains <https://www.ritimo.org/Fiche-pays-securite-numerique-Tchad>, consulté le 18 aout 2023

¹⁰ Ville frontière entre le Tchad et le Soudan

Cependant, l'on note une présence très insuffisante des femmes dans le secteur des TIC. Seulement 1,3% selon un rapport de Internet Society de 2020.

D'une situation politique et sécuritaire incertaine, d'un système éducatif avec d'énormes difficultés, et d'une lourde pression culturelle, l'environnement entrepreneurial tchadien est peu propice aux affaires. Si l'entrepreneuriat nécessite d'énormes sacrifices, au Tchad l'entrepreneuriat féminin en est doublement.

2. Intérêt de l'étude

Considéré comme un levier d'entrepreneuriat et un moyen pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin, notre préoccupation se base sur l'inclusion numérique des femmes entrepreneures au Tchad. Notre travail présente un triple intérêt : scientifique, social et personnel.

Intérêt scientifique

De plus en plus, les écrits s'intéressent à la question de l'inclusion numérique des femmes en général et celles qui exercent une activité en particulier. Ces écrits tournent autour du rôle du numérique dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin, et du rôle de la femme dans l'économie numérique et du rôle du numérique dans l'autonomisation des femmes. L'intérêt de ce travail réside dans le fait qu'il met en lumière les facteurs d'inclusion numérique des femmes mais aussi, fait un lien entre l'entrepreneuriat féminin et le numérique, vu comme un levier économique.

Intérêt social

"... toute action de développement vise un changement social pour le bien-être des populations et l'amélioration de leur condition de vie" MENGUE 2012.¹¹

Les femmes constituent une ressource majeure pour le Tchad. Elles sont présentes dans plusieurs circuits de développement, mais leur apport est très peu valorisé et soutenu.

Les résultats peuvent servir de plaidoyer afin de soutenir les efforts des femmes et mettre en place des moyens pouvant les aider à atteindre leur pleine croissance.

Intérêt personnel

Travailler pour l'inclusion numérique des femmes et moins encore des femmes entrepreneures constitue une passion pour moi. J'ai été témoin des situations face à laquelle, le numérique aurait été d'une grande aide. Depuis lors, mon objectif est de mettre au service des nécessiteuses, mes compétences et savoir-faire. Accompagner la femme dans son épanouissement reste un objectif de vie et de carrière.

¹¹ Marie Thérèse MENGUE, *Développement et changement social en Afrique*, Yaoundé, Presse de l'UCAC, 2012, page 373.

3. Délimitation du sujet

Nous délimitons notre zone d'étude à N'Djamena, la capitale du Tchad. Le choix de la délimitation spatiale de notre étude se justifie à trois niveaux :

- **La maîtrise des données** : dans l'intérêt de produire un travail de qualité, nous voulons maîtriser des données afin de bien les analyser pour une zone comme Ndjamenana, avec une population de 1,4 millions d'habitants dont 680 689 femmes.
- **La représentativité** : N'Djamena étant la capitale du Tchad, il ya une forte agglomération et représentativité de toutes les autres régions, en termes de diversité, de secteurs d'activité, de profil.
- **L'aspect Formel des entreprises**: Nous voulons travailler avec des entreprises formelles. Ce critère n'est pas un critère d'exclusion mais aussi pour permettre de formaliser les activités des femmes car la plupart évolue dans le secteur informel, 85% pour reprendre les chiffres.

N'Ndjamena est la seule ville du Tchad où on peut trouver une Agence pour enregistrer les entreprises, l'ANIE (Agence Nationale des Investissements et Exportations). Ainsi, la plupart des entreprises qui sont localisées en dehors de N'Djamena ne sont pas enregistrées.

Nous subdivisions notre travail de recherche en quatre chapitres. Le premier chapitre aborde les tendances de l'entrepreneuriat féminin et de l'inclusion numérique des femmes, un état de lieu de l'entrepreneuriat féminin au Tchad, les objectifs, les questions et résultats de recherche attendus. Le deuxième chapitre passe en revue les termes et notions clés de notre étude, les travaux sur l'inclusion numérique des femmes, l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat numérique féminin. Le troisième présente la méthodologie adoptée dans le cadre de notre recherche, présente la population cible, les outils de collecte et d'analyse de données. Enfin le dernier chapitre présente notre proposition de modèle de projet, basé sur une étude de faisabilité de la mise en place d'un incubateur numérique féminin.

1. Entrepreneuriat féminin et inclusion numérique des femmes : état des lieux

Notre thème de recherche comporte deux grandes tendances : entrepreneuriat féminin et inclusion numérique.

Dans ce chapitre, nous allons parler en premier lieu de l'entrepreneuriat féminin en présentant les composants, les chiffres et le style de management des femmes dans leurs entreprises, et les difficultés auxquelles elles font face dans l'exercice de leur activité entrepreneuriale.

La seconde partie traite de la question de l'inclusion numérique des femmes, des facteurs d'inclusion numérique et une biographie des premières femmes dans le domaine des sciences, technologies, ingénierie et mathématiques (STEM).

Enfin, nous allons présenter les objectifs et questions de recherche et les résultats attendus.

1.1. L'entrepreneuriat féminin

L'activité entrepreneuriale, domaine autrefois réservé aux hommes, a connu des mutations spectaculaires depuis des années 1980 avec la montée des femmes entrepreneures qui prennent davantage de la place dans le tissu entrepreneurial. Elles représentent une part croissante de l'économie de leur pays et y jouent un rôle très important. Les femmes dirigent désormais un tiers de toutes les entreprises de l'économie formelle à travers le monde.¹²

Selon le rapport de 2020 du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), l'entrepreneuriat féminin a contribué à hauteur de **7%** à l'économie mondiale en 2020. Il existe donc une relation directe entre l'entrepreneuriat féminin, le développement économique et l'autonomisation des femmes.

Le programme phare de développement durable à l'horizon 2030 et ses 17 objectifs de développement durable (ODD) que les leaders mondiaux ont adapté en 2015 fait partie intégrante des questions d'autonomisation de la femme. Ce n'est qu'en garantissant les droits des femmes et des filles dans l'ensemble que nous parviendrons à assurer la justice et l'inclusion, et à développer des économies qui bénéficient à toutes et tous.¹³

¹² Organisation Internationale du Travail (OIT), *Le développement de l'entrepreneuriat féminin*

¹³ Des promesses à l'action l'égalité des sexes dans le Programme de développement durable à l'horizon 2030

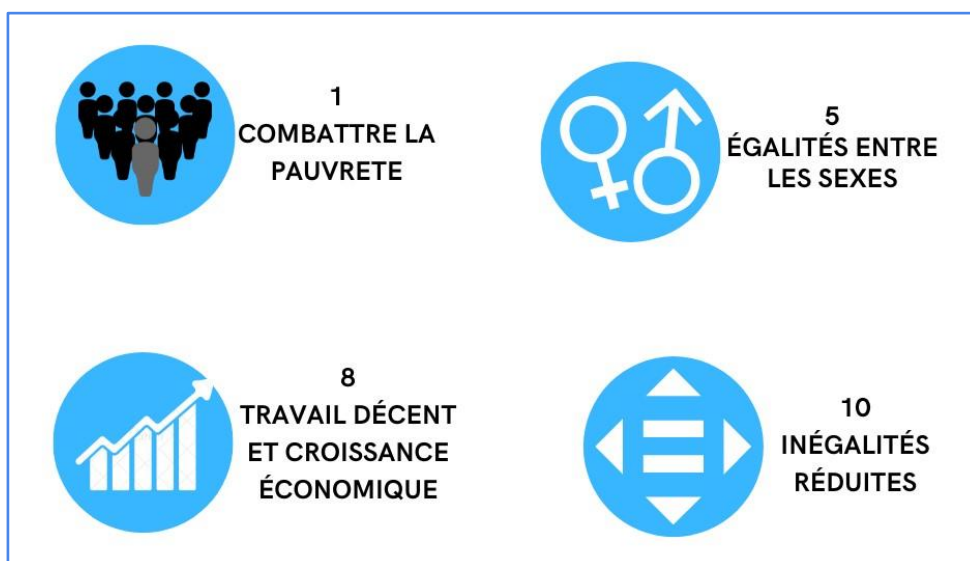


Figure 6 : les objectifs de développement durable en lien avec les conditions de la femme, Agenda 2030 des Nations Unies

Dans les pays en voie de développement, la majorité des femmes qui entreprennent le font par nécessité. Le taux et écart de création d'entreprise par les femmes varie d'une localité à une autre et en fonction des situations économiques de chaque pays. Dans un rapport de GEM, les femmes dans les pays à faible revenu sont deux fois plus susceptibles de créer des entreprises que les femmes dans les pays à revenu élevé. En 2021, le taux de création d'entreprise féminine le plus élevé au monde est en République Dominicaine, 47 % contre la Pologne et le Royaume Unis avec respectivement 1,6 et 1,5%. Dans la même année, on enregistre un taux de 16,7% des entreprises détenues par les femmes au monde, contrairement à l'année 2019 qui était de 19,1%, soit une différence de 3%¹⁴. Cette baisse s'explique par l'avènement de la Covid 19, l'évolution du marché et l'incapacité des femmes à s'adapter et se réinventer. Néanmoins, elles détiennent un tiers des entreprises à forte croissance qui proposent des solutions innovantes sur le marché international.

L'entrepreneuriat féminin est de plus en plus vu comme un moteur de développement économique dans les pays en voie de développement. Il joue un rôle de grande envergure dans la réduction du taux de chômage et de la pauvreté mais aussi en matière d'égalité de sexe.¹⁵

Actuellement le nombre des femmes qui créent des entreprises est en croissance, malheureusement, elles exercent dans des domaines souvent à faible revenu et sont confrontées à des facteurs limitant leur performance.

¹⁴ GEM 2021/2022: Women's Entrepreneurship report from crisis to opportunity

¹⁵ Mohammedia, Kawtar TIJARI, *Entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes : quelle réalité en Afrique ?* Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales, (Doctorante)

Tableau 2: Impact de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie à travers le monde

Pays	Impact économique
Monde	<ul style="list-style-type: none"> ● 16,7% des entreprises dirigées par les femmes dans le monde ● contribution de 7% à l'économie mondiale
France	<ul style="list-style-type: none"> ● 41% des créations d'entreprises en 2021 ● 1 .72 000 entreprises ont été créés en 2022 (+2,1%) ● 6% des nouvelles entreprises créées emplois 1 salarié (Tool Advisor: la création d'entreprise en france)
Canada	<ul style="list-style-type: none"> ● 18% des entreprises détenues par les femmes ● 988 400 travailleuses autonomes
Etats unis	<ul style="list-style-type: none"> ● 11 millions d'entreprise détenues par des femmes ● 1 700 milliard de dollars de chiffre d'affaire
Afrique	<ul style="list-style-type: none"> ● 27% des entreprises créées par des femmes
Ouganda	39,1% des femmes entrepreneures

Tool Advisor: la création d'entreprise en France, Banque Mondiale

1.1.1. Les obstacles liés à l'entrepreneuriat des femmes

En général, les femmes lancent moins d'entreprises que les hommes en raison des obstacles auxquels elles font face. Dans quelques rares pays, l'entrepreneuriat féminin est égal ou supérieur à celui des hommes (GEM 2015-2016). C'est le cas notamment du Vietnam, Philippines, Thaïlande, Malaisie, Pérou et Indonésie (Kelly et al., 2016).

Parmi les obstacles à l'entrepreneuriat féminin, la Banque Mondiale identifie neuf facteurs dans un rapport de 2006¹⁶ :

¹⁶ Nene Kane, Razane Chroqui (dir.), *L'entrepreneuriat féminin en Afrique, entre bricolage et survie*, Coll. Etudes Africaines, L'Harmattan, 2021, 257 pages

1. La discrimination légale ;
2. Les normes sociales sexistes ;
3. Le risque élevé de violence sexiste ;
4. L'écart d'éducation et de compétences entre les hommes et les femmes ;
5. Le manque de confiance et de l'aversion au risque ;
6. L'accès limité aux finances et aux actifs ;
7. L'accès limité au réseau d'information ;
8. Le manque d'autorité sur l'allocation des ressources productives par le ménage;
9. La contrainte de temps dus aux travaux ménagers et à la garde des enfants.

Thomas Sauveton, dans un article du 21 février 2020 classe les difficultés des femmes entrepreneures en trois grandes catégories:

1. L'auto censure

Beaucoup de femme hésitent à se lancer dans l'entrepreneuriat car elles doutent de leur capacité et manque de confiance en elles, aussi, l'entourage et/ou la famille les décourage.

Pascale Pitavy explique que dès l'adolescence, on met la fille en situation de soumission alors que le garçon est constamment en situation de prise de parole, d'affirmation ou de prise de risque.

" ... La seule chose qui peut encore bloquer, c'est le frein personnel des femmes. La plus pernicieuse ennemie de la femme, c'est sa peur d'entreprendre. Il n'existe qu'une seule façon d'entreprendre, c'est l'action..."¹⁷. Wafa J.C fondatrice de Cdigitale.com .

2. Le monde viril de l'entrepreneuriat

Le domaine de l'entrepreneuriat a toujours été vu comme un domaine masculin. Preuve, il manque des modèles de réussite des femmes dans l'écosystème entrepreneurial, ce qui n'avantage pas les femmes.

3. Équilibre entre travaux domestique et vie professionnelle

Dans l'Union européenne, 79% de femmes cuisinent et/ou font le ménage tous les jours, contre 34% des hommes. Il y a moins de femmes qui arrivent à concilier les travaux domestiques et ceux professionnels.

¹⁷ Wafa J.C fondatrice de Cdigitale.com <https://www.linkedin.com/pulse/les-trois-principaux-obstacles-quefemmes-rencontrent-thomas-sauveton/?originalSubdomain=fr> , consulté le 19/08/2023

Dans leur édition d'octobre 2020 consacrée à l'entrepreneuriat féminin, les Études du Conseil Economiques, Sociaux et environnementale menées par Eva Escadron identifie des stéréotypes liés à l'orientation sectorielle (métier), au rapport de confiance en soi, du rapport culturel et de l'articulation de temps comme frein à l'entrepreneuriat féminin, et qui sont d'ailleurs d'actualité.

Selon les métiers : Rares sont les métiers qui se déclinent au féminin. L'on voit souvent une absence d'un vocabulaire spécifique pour désigner une femme dans un corps de métier, car ceux-ci, à la base sont attribués au sexe masculin. Le choix entretenu et transmis involontairement par les parents, professeurs et conseillers d'orientation a une influence sur le choix de métiers. Les femmes sont plus présentes dans le secteur d'aide, de soin etc. et moins présentes dans le secteur technique et scientifique. Les stéréotypes liés à l'orientation ne sont pas spécifiques qu'à l'entrepreneuriat, cependant, le domaine d'étude reste l'un des facteurs déterminant dans l'entrepreneuriat.

Selon le sexe : L'entrepreneuriat en lui-même a une connotation masculine.

D'après une étude intitulée "*tour de France de l'entrepreneuriat féminin*", menée fin 2019 par le laboratoire "Bouge ta boîte" et la chaire "Femmes et renouveau économique" de l'école de management de Grenoble, seules 45,5% des femmes entrepreneures interrogées étaient en mesure de citer un exemple de femme entrepreneure inspirante.

Selon les rapports culturels relatifs à l'argent, la gestion de temps et la confiance en soi : Nous sommes sans doute ignorés des rapports qui existent entre les inégalités de revenus entre les hommes et les femmes. Ces rapports constituent un frein aux activités entrepreneuriales des femmes car elles ont tendance à sous-évaluer leurs besoins financiers, ce qui impacte leurs activités. En même temps, les femmes en général ont moins confiance en elles que les hommes. Développer une activité suppose être au-devant, prendre de l'initiative et de risque.

Marie Leger et Anahi Morales Hudon dans la Revue Recherches féministes intitulé *Entrepreneuriat féminin autochtones: limites des approches existantes et nouvelles perspectives endogènes* classent les obstacles que rencontrent les femmes entrepreneures en trois catégories: les obstacles individuels, les obstacles socioculturels, les obstacles structurels.

Ci-dessous la figure de classement.

OBSTACLES INDIVIDUELS	
<p>FACTEURS SOCIODEMOGRAPHIQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sexe, âge, appartenance ethnique, et localisation géographique • Accès difficile au réseau de transport public 	<p>FACTEURS PSYCHOLOGIQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difficultés à concilier les priorités professionnelles et les attentes de la communauté • Représentation inégalitaire entre les hommes et les femmes au sein des communautés autochtones
OBSTACLES SOCIOCULTURELS	
<p>FACTEURS SOCIOÉCONOMIQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problématique sociale (Viol) • Attente des membres et hiérarchie communautaire 	<p>FACTEURS CULTURELS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dualité entre l'attachement au mode de vie de la communauté et des valeurs capitales • Manque de modèles culturels et de mentors autochtones en entrepreneuriat
OBSTACLES STRUCTURELS	
<p>FACTEURS FINANCIERS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difficultés d'accès au financement • Manque de modèle spécifique pour l'acquisition des crédits 	<p>FACTEURS ORGANISATIONNELS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difficultés à déterminer les besoins du marché • Difficultés à préciser la clientèle potentielle et produire un plan d'affaire

Figure 7: les obstacles liés à l'entrepreneuriat féminin (femmes autochtones en mouvement, Marie Léger et Anahi Morales Hudon), 2017

BOITE À TÉMOIN

A travers un entretien, nous avons pu avoir les témoignages de quelques femmes entrepreneures au Tchad, qui ont accepté de nous parler dans l'anonymat, des difficultés qu'elles rencontrent en tant que femmes entrepreneures.

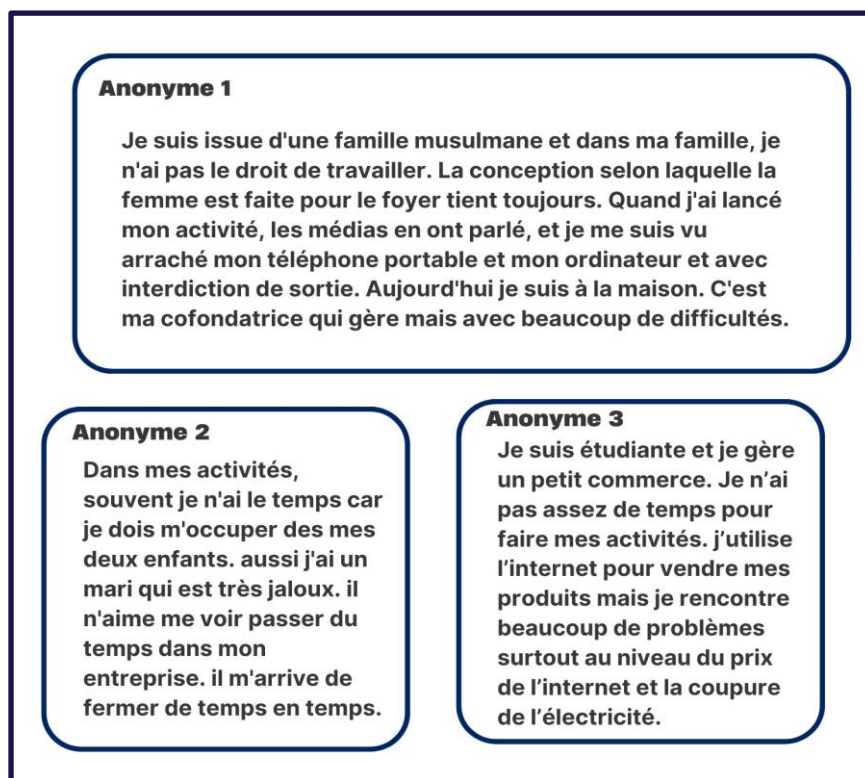


Figure 8: Données de l'enquête

1.1.2. Les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin revêt un certain nombre de caractéristiques. Ce sont entre autres des caractéristiques liées au secteur d'activité, des caractéristiques sociodémographiques, des caractéristiques liées à la motivation et au style de management.

1.1.2.1. Les caractéristiques liées au secteur d'activité, statut juridique et taille de l'entreprise

Le secteur d'activité qui enregistre le plus d'entreprises dirigées par les femmes sont le secteur du commerce général, secteur artisanal, service et vente au détail. Le secteur social enregistre 18,5% des entreprises dirigées par les femmes en 2022 selon la GEM. Les secteurs comme la technologie et l'éducation, enregistrent moins d'entreprises que les femmes, soit 2,7% contre 4,7% de leurs homologues hommes en 2021.¹⁸

Quant au statut juridique des entreprises qu'elles dirigent, les auteurs sont unanimes que rares sont des femmes qui constituent une société. Elles optent le plus souvent pour des entreprises individuelles (51,2%). On est donc dans la plupart des cas face aux TPE (très petite entreprise) et micro entreprises (42,75% ont 0 à 10 salariés).

¹⁸ GEM 2021/2022 Women's Entrepreneurship Report, From crisis to opportunity

Le Centre de recherche sur les PME (Lambrecht et Pirnay , 2003) attribue cette caractéristique de taille, non pas au fait que l'entreprise soit gérée par une femme mais au secteur d'activité et au niveau de formation de l'entrepreneure.¹⁹

1.1.2.2. Les caractéristiques liées à la démographie, formation et motivation à entreprendre

Selon un rapport de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) sur l'entrepreneuriat féminin en Egypte, en Jordanie, au Maroc, en Tunisie, au Liban et en Palestine, les femmes entrepreneures sont en général jeunes (-40 ans), et en majorité diplômées des universités. Au Liban, elles affirment intégrer les entreprises familiales dès l'âge de 10 ans. En France, la tendance n'est pas la même. Les femmes entrepreneures sont plus âgées que leurs homologues masculins.

Dans notre lecture, la plupart des femmes ont atteint le niveau universitaire et ont des études dans le domaine de la gestion ou autres domaines connexes. Celles qui n'ont pas un niveau élevé entreprennent par nécessité. Leur motivation à entreprendre est liée à leur épanouissement et celui de leur famille, l'indépendance financière, l'affirmation de soi (cas des femmes en Afrique subsaharienne).

1.1.2.3. Les caractéristiques liées au style de management

Selon certains auteurs, il existe une différence entre le style de management chez les hommes et les femmes et ceci s'explique par le caractère et certains traits comportementaux.

Annie Cornet, professeure à Hec Liège affirme que les études récentes montrent que “ *les femmes sont très en phase avec les nouvelles formes d'organisations de travail et de management comme le management participatif, l'halocratie... elles sont davantage centrées sur l'écoute, la participation, la bienveillance et l'empathie*”. Les auteurs comme Fabienne Bister pense qu'il n'y a pas de différence dans la façon de gérer une entreprise entre les hommes et les femmes.

¹⁹ Annie Cornet, Christina Constantinidis, *Entreprendre au féminin Une réalité multiple et des attentes différenciées*, Revue française de gestion 2004/4 (no 151), pages 191 à 204

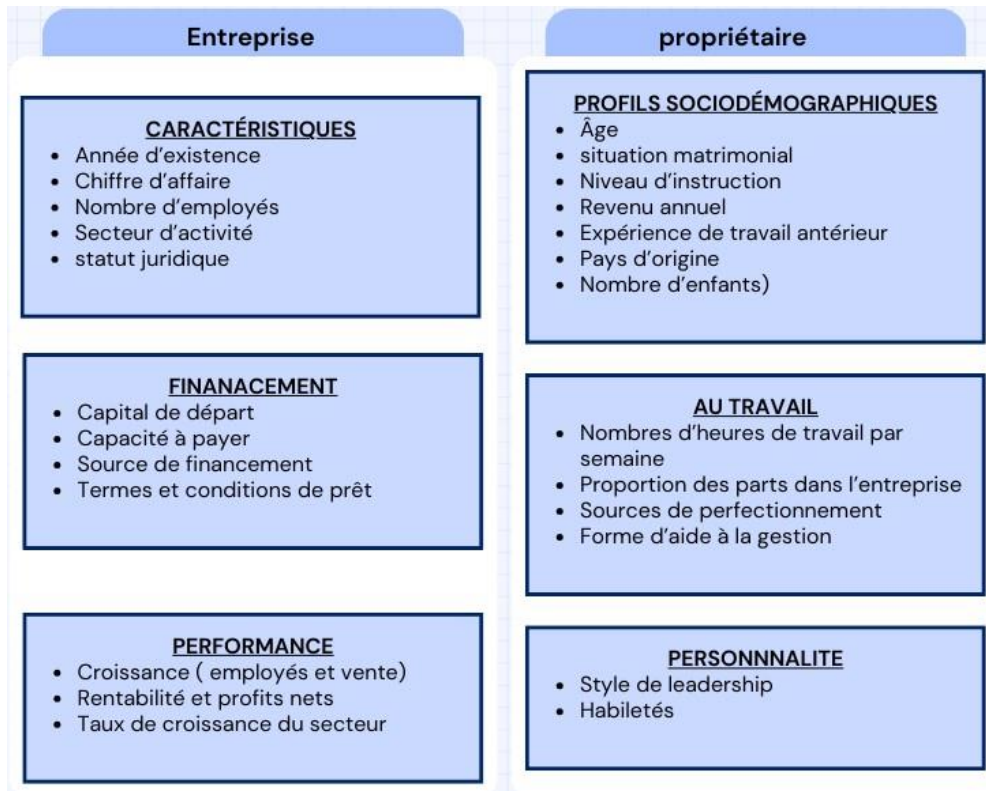


Figure 9 : Caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin, Portrait statistiques des femmes entrepreneures, Industrie commerce du Québec, 2000

1.1.3. Etat des lieux de l'entrepreneuriat féminin au Tchad

Pays enclavé de l'Afrique centrale, le Tchad est l'un des pays les plus pauvres au monde, avec un Indice de Capital Humain de 0.30 en 2023 selon la Banque Mondiale et un PIB de de 4,1% par habitant, selon la même source. La Covid 19 est venue entravée la situation et les femmes en sont les plus touchées. Avec un système éducatif qui privilégie les garçons aux filles, l'écart de sexe en matière d'accès aux opportunités professionnelles et l'exercice des activités formelles se fait ressentir.

Reconnu de plus en plus comme un moyen pour réduire la pauvreté et promouvoir l'autonomisation des femmes, l'entrepreneuriat féminin fait face à de nombreux défis parmi lesquels le financement, la formation, le réseautage etc.

Dans un rapport de 2021 de l'Institut Nationale des Etudes Statistiques et Démographiques (INSEED), les femmes constituent 51% de la population totale au Tchad. Elles restent très touchées par la pauvreté, la discrimination et leur situation économique, éducative et sociale est très critique (Agence Française de Développement).

Classé 187ème sur 189 pays, l'indice de développement humain (PNUD 2018), le taux d'alphabétisation des garçons est 10 fois plus important que les filles. L'analphabétisme et les inégalités d'accès à l'éducation constituent une véritable entrave pour les femmes. Elles ont

des difficultés à évoluer dans les domaines techniques, ce qui a pour conséquence l'intégration des nouvelles technologies dans leur activité (entrepreneuriale).

Lorsqu'il faut se pencher sur la question de la place de la femme dans l'entrepreneuriat et le numérique, les défis liés à leur épanouissement restent grands. Elles exercent principalement en milieu urbain des activités génératrices de revenus (AGR) et en milieu rural l'élevage et l'agriculture. Que ce soit en zone urbaine ou rurale, l'entrepreneuriat féminin (souvent vulnérable et informel) constitue un potentiel économique non négligeable et constitue un levier principal de l'économie domestique, du bien-être familial, et joue un rôle indispensable dans le maintien de l'équilibre des ménages. Ces femmes (entrepreneures) rencontrent plus souvent des contraintes économiques, juridiques et socioculturelles. A cela s'ajoutent l'insuffisance financière et le manque de niveau d'éducation et de formation professionnelle, qui les excluent du processus de développement.

Le domaine du numérique n'est pas du reste. Selon un rapport d'Internet Society de 2020, seulement 1,3% des femmes sont représentées dans le secteur des technologies. Pendant que sous d'autres cieux les femmes exploitent les ressources numériques pour améliorer leur condition de vie, un grand effort reste à faire au Tchad. Fortement analphabètes et partagées entre les travaux domestiques, avec une forte soumission et un rôle principal de reproduction, la femme tchadienne peine à voir ses efforts à entreprendre et s'autonomiser progresser. Cependant, nul n'ignore l'apport de la femme à l'édifice du développement. Ainsi, l'accompagner pour promouvoir ses initiatives devient une nécessité.

1.2. Inclusion numérique des femmes

“Nous recommandons que d'ici 2030, chaque adulte ait un accès abordable aux réseaux numériques, ainsi qu'aux services numériques financiers et de santé. Ceci serait un moyen de contribuer grandement à la réalisation des Objectifs de développement durable”. Organisation des Nations Unies.

L'inclusion numérique est un processus réunissant un ensemble d'offres, de services et d'actions, qui vise à rendre le numérique accessible à chaque individu, principalement la téléphonie et internet. Et aussi à leur transmettre des compétences numériques qui leur permettront d'utiliser ces outils pour leur insertion sociale et économique.²⁰

L'exclusion numérique, par opposition à l'inclusion numérique, revêt plusieurs facettes.

²⁰ Magazine Groupe Orange, <https://www.orange.com/fr/magazines/parlons-inclusion-numerique#> consulté le 19 août 2023

1.2.1. Les enjeux et défis de l'inclusion numérique des femmes

En Afrique subsaharienne, 25% de la population n'a pas de couverture réseau, 49% n'ont pas internet. Selon Global System for Mobile Communications (GSMA), les raisons sont dues aux manques de compétences, et ou au manque de revenus.

1.2.1.1. Les facteurs d'inclusion numérique

L'inclusion numérique ou e-inclusion est mesurée grâce à l'accès des communautés spécifiques aux technologies numériques, les niveaux d'alphabétisation numérique et la sécurité des consommateurs dans les espaces numériques.

Dans une étude de marché réalisée par la Banque des Territoires intitulée “ ***Inclusion Numérique, un marché comme les autres***”, 6 facteurs d'inclusion numérique ont été cités:²¹

1. **Détecter le public cible** : l'exclusion numérique s'applique à une partie de la population, souvent fragile et défavorisée. Dans notre présente étude, le public cible sont les femmes entrepreneures.
2. **Faciliter l'accès au numérique** : l'étude distingue deux niveaux d'accès :
 - L'accès aux équipements (téléphone, ordinateurs, tablette etc.) doit être accessible au public ciblé, en termes de coût et de disponibilité, développer des matériels adaptés à la population cible ;
 - Usage : disponibilité des services d'accompagnement à l'usage.
3. **Accompagner la montée en compétence** : L'utilisation du numérique requiert un certain niveau de compétence. Il s'agit ici de promouvoir de programme d'acquisition de compétences afin de faciliter l'utilisation des outils numériques.
4. **Financer l'inclusion publique** : Accompagner financièrement les start-up et organisations qui œuvrent dans le domaine de l'inclusion numérique.
5. **Favoriser la confiance dans le numérique** : mettre en place des structures qui garantissent la protection des données à caractère personnel.
6. **Etudier, accompagner et déployer** des projets d'inclusion numérique et mettre en place des services communautaires publics.

²¹ Banque des Territoires, *Inclusion numérique un marché différent des autres?*

https://www.banquedesterritoires.fr/sites/default/files/2022-03/Banque%20des%20Territoires_Etude%20de%20march%C3%A9%20inclusion%20num%C3%A9rique_Mars_2022.pdf

consulté le 21 août 2023



Figure 10 : Activités clés d'inclusion numérique, Banque des territoires, mars 2022

1.2.2. L'entrepreneuriat féminin à l'ère du numérique

Sur les 3,9 milliard de personnes qui sont encore déconnectées, 58% sont des femmes.²¹

De plus en plus, les femmes créent des entreprises (16,7%) dans le monde. Elles choisissent de lancer des activités sur le web, synonyme de modernité et d'indépendance. Dans cette dynamique, intervient la notion d'accessibilité.

L'accessibilité en effet est la capacité ou la possibilité d'entrer dans un lieu, un espace, ou avoir accès à quelque chose, le numérique représente le dernier cas. Le numérique devient accessible quand on arrive à se l'offrir, à le posséder, à l'utiliser, à le vivre. Mais vivre le numérique suppose de développer et de maintenir des infrastructures y donnant accès²².

Avec la révolution numérique, beaucoup d'auteurs pensent que le numérique offre des leviers considérables aux femmes (Antonio and Tuffley 2014 ; Hilbert 2011). Dans cette perspective, L'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) a lancé en 2018 une plateforme numérique dédiée à l'entrepreneuriat féminin en Afrique francophone. L'objectif de cette plateforme est d'assurer la visibilité aux femmes entrepreneures francophones sur les cinq continents, accroître leurs accès aux opportunités de financement, d'investissement et l'accès

²¹ Rapport 2018 sur l'état de la francophonie numérique

²² Rapport 2018 sur l'état de la francophonie numérique, consulté 30 juin 2023

à l'information. Elle est destinée aux porteuses de projets souhaitant faire connaître et développer leurs activités.

Selon Amina Mag ²³(Décembre 2022) : les nouvelles technologies constituent une opportunité unique pour le continent africain qui pourrait à terme devenir le centre névralgique de l'économie numérique mondiale. Avec plus de 1,2 milliard d'habitants, dont la moitié a moins de 30 ans, l'Afrique dispose déjà d'un terrain hautement favorable au développement rapide du secteur des technologies. Un avantage d'autant plus important à l'heure où l'épidémie de la Covid-19 a montré la nécessité de l'utilisation des nouvelles technologies dans tous les secteurs. Mais si l'essor de l'économie numérique en Afrique doit être célébré et son succès encouragé, l'accès limité des femmes reste un défi à surmonter. Plus encore, si les tendances actuelles se poursuivent, le potentiel de croissance et d'expansion du secteur de la technologie pourrait exacerber les inégalités déjà existantes entre les hommes et les femmes en matière de revenus, de richesse et de leadership.²⁴

A l'initiative eTrade for Women de renchérir que La transformation numérique offre des opportunités de croissance aux entreprises africaines, mais les femmes sont peu nombreuses à entreprendre dans ce secteur. Alors que l'Afrique mise sur l'essor du digital pour accélérer son développement économique en vertu de l'Agenda 2063, la place que réserve la révolution numérique aux femmes laisse encore à désirer, moins de 9 % des start-ups technologiques africaines étaient dirigées par des femmes en 2016.²⁵

L'Union Internationale des Télécoms quant à elle célèbre tous les derniers jeudis du mois d'avril depuis 2011 la journée internationale de la fille dans les TIC pour rappeler que les métiers du numériques sont aussi accessibles aux femmes qu'aux hommes, qu'il faut inciter les femmes à s'y orienter afin d'en faire carrière.

Tous ces travaux et études mettent en exergue un mal commun, la faible participation des femmes dans l'économie numérique et convergent tous vers un point commun : **l'inclusion numérique des femmes et des femmes entrepreneures.**

²³ Magazine de la femme africaine et antillaise

²⁴ Amina Mag, *l'inclusion des femmes numérique, condition nécessaire au rayonnement du continent africain*, <https://aminamag.com/l'inclusion-des-femmes-dans-leconomie-numerique-condition-necessaire-aurayonnement-du-continent-africain/>, consulté le 15 avril 2023

²⁵ Etrade, *Femmes entrepreneures du Numérique en Afrique* <https://etradeforall.org/fr/masterclass/femmesentrepreneurs-du-numerique-en-afriquedeveloppez-votre-potentiel-de-croissance/>

1.2.3. Les femmes piliers du développement numérique en Afrique

Lors des plus grands événements de la technologie dans en Afrique (Congo Tech Day, Forum du numérique et du développement etc.), les femmes y participent en présentant des projets et solutions innovants qui répondent au besoin des bénéficiaires.

- **Au Rwanda Dukataze : Autonomiser les filles grâce aux conseils en ligne**

Dukataze est une plateforme en ligne lancée par une jeune Rwandaise Amina Umuhoza, la plateforme défend l'autonomisation des femmes dans son pays. à travers des séances d'orientations, de conseils et de formations, la plateforme vise à donner aux jeunes filles des compétences nécessaires pour une autonomisation économique et sociale. La plateforme comprend en effet un composant de commerce électronique qui promeut les produits fabriqués par des femmes Rwandaises.

Au Nigeria

Zenafri : application de jeux éducationnels

Elizabeth Kperrun est la fondatrice de Zenafri une application de jeux vidéo éducationnels pour jeunes et enfants en Afrique. Trois jeux éducatifs ont été développés depuis 2015 : AfroTalez, First Words et Teseem visent l'apprentissage des langues africaines et présentent les contes traditionnels africains. Les apprentissages scolaires souvent en anglais sont mieux acquis par la suite quand la langue maternelle est bien maîtrisée. Une série animée interactive et un jeu ont été développés plus spécifiquement pour les jeunes filles.²⁶

Au Kenya

Sautti Africa : plateforme mobile destinée aux femmes commerçantes

Lancée par deux femmes Julia Lipowiecka et Lance Hadley, Sautti Africa est une plateforme mobile qui permet aux femmes de faire du commerce transfrontalières, en toute sécurité.

Les échanges commerciaux transfrontaliers de petite échelle sont au cœur de l'activité d'environ 16 millions de personnes dans la région et représentent près de 2 milliards de dollars par an.

1.3. Formulations des questions et objectifs de recherches et les résultats attendus

Notre étude s'intéresse à l'inclusion numérique des femmes entrepreneures.

²⁶ AFD Digital challenge : 5 innovations au services des femmes africaines <https://www.afd.fr/fr/actualites/afddigital-challenge-5-innovations-au-service-des-femmes-africaines> , consulté le 11 aout 2023

1.3.1. Questions de recherche

Le problème que notre étude tente de résoudre est celui du faible niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures.

Notre question principale est de savoir : Comment l'inclusion numérique peut-elle contribuer au développement de l'entrepreneuriat féminin au Tchad ?

Pour mieux répondre à cette question, trois questions secondaires en découlent :

- Quel est le niveau d'accès et d'inclusion numérique des femmes entrepreneures au Tchad ?
- Quels sont les exemples d'utilisations du numérique ayant facilité la création, la croissance et la durabilité des entreprises dirigées par les femmes au Tchad ?
- Quels sont les obstacles et les défis dans l'adoption et l'utilisation des outils numériques par les femmes entrepreneures ?

1.3.2. Objectifs de recherche

L'objectif général de notre étude est le renforcement et la promotion de l'entrepreneuriat féminin au Tchad grâce à l'inclusion numérique des femmes entrepreneures.

Les objectifs secondaires sont:

- Identifier les besoins des femmes entrepreneures du Tchad à l'utilisation du numérique;
- Favoriser la croissance et le développement des entreprises des femmes grâce au numérique;
- Proposer un projet d'inclusion numérique des femmes (entrepreneures), sur la base des résultats des enquêtes.

1.3.3. Les résultats attendus

Les résultats escomptés à la suite de ce travail sont:

- La croissance et la rentabilité des entreprises dirigées par les femmes améliorées;
- Les défis d'inclusion numérique des femmes identifiés;
- Des solutions numériques sont adoptées et utilisées par les femmes entrepreneures;
 - Un projet de création d'un incubateur numérique de féminin proposé.

En conclusion à ce chapitre, nous retenons que l'entrepreneuriat féminin et l'inclusion numérique des femmes sont au cœur des préoccupations aujourd'hui. Il existe un lien direct

entre les deux et les actions sont remontées vers l'adoption des solutions numériques pour rehausser les entreprises des femmes.

Dans le prochain chapitre, nous allons passer en revue les mots clés qui constituent notre champ d'étude, mettre en lumière les théories sur l'entrepreneuriat féminin et l'inclusion numérique des femmes.

2. Revue de littérature

Pour évoluer dans notre travail de recherche, nous allons passer en revue les termes et notions clés de notre étude, les travaux sur l'inclusion numérique des femmes et l'entrepreneuriat féminin.

2. 1. Définition des concepts

2.1.1. Entrepreneuriat féminin

Composé de deux mots clés: entrepreneuriat et femme, nous allons définir l'entrepreneuriat en premier.

a. Entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un concept qui renferme plusieurs définitions. Malgré de nombreux travaux sur le sujet (plus de 1000 publications par an présentées dans plus de 50 colloques et une vingtaine de revues spécialisées²⁷), l'on n'est pas arrivé à une définition unanime.

Quoique cette diversité dans la définition, le terme renvoie à Entrepreneurship en anglais et renvoie généralement à trois notions: entreprise, entrepreneur et esprit d'entreprise.²⁸

Thierry VERSTRAETE définit l'entrepreneuriat comme une initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaire (du moins ce qui est apprécié ou évalué comme tel), dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour des parties prenantes auxquels le projet s'adresse.²⁹

Il existe deux typologies de l'entrepreneuriat: l'entrepreneuriat motivé par la nécessité d'entreprendre et celui motivé par les opportunités du marché.³⁰

²⁷ Copyright 1999 - École des HEC, Montréal

²⁸ (Julier et Marchesnay, 1996)18

²⁹ Thierry Vestræete, Fayolle, revue de l'entrepreneuriat, 2005

³⁰ Austin, Stevenson et Wei-Skillern, *Rapport sur le développement en Afrique, 2011 OCDE extrait des sources Global Entrepreneurship Monitor (GEM), diverses années ; 2006*

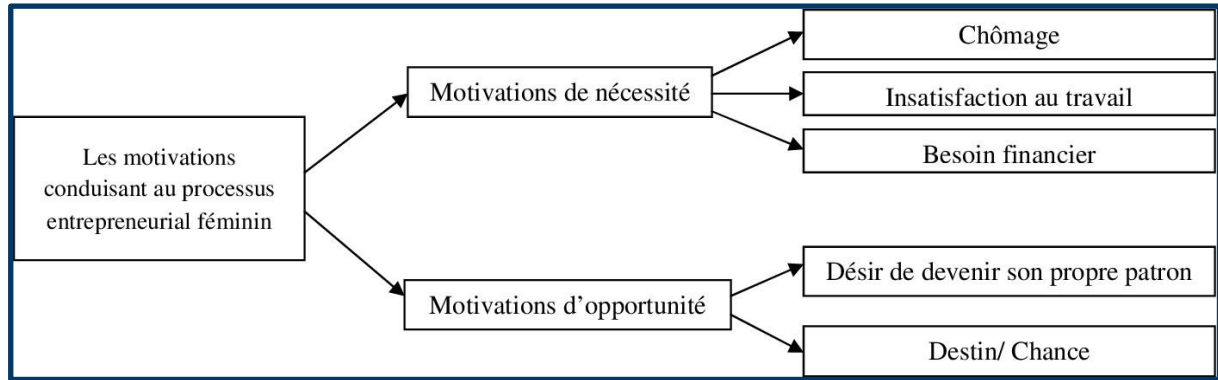


Figure 11: typologie de l'entrepreneuriat, Rapport sur le développement en Afrique, 2011 OCDE

L'entrepreneuriat se traduit par l'action d'entreprendre et se traduit par le signe de l'innovation. Ainsi, l'entrepreneur est placé au cœur de l'entrepreneuriat. "L'entrepreneur par son action innovatrice constitue l'élément central du développement économique", Schumpeter.

L'Organisation de la Coopération et de Développement Economique définit l'entrepreneuriat comme le résultat de toute action humaine pour entreprendre en vue de générer de la valeur via la création ou le développement d'une activité économique identifiant et exploitant de nouveaux produits, de nouveaux procédés ou de nouveaux marchés.³¹

Verstraet et Fayolle 2004 définissent l'entrepreneuriat en quatre paradigmes :

- 1) **L'opportunité d'affaires** : Plusieurs travaux portent sur l'identification des opportunités d'affaires comme une étape cruciale pour se lancer en entrepreneuriat. Drucker (1985) a décrit trois catégories différentes d'opportunités : 1) **la réaction aux changements**, cela se traduit par les changements liés à l'environnement, aux événements, à la politique etc. 2) **la création de nouvelles informations**, comme cela se traduit par l'invention de la technologie; 3) **l'exploitation des inefficacités d'un marché**.

Selon Shane et Venkataraman (2000), l'identification d'une opportunité est purement objective. C'est à dire que tous les individus ne sont pas à mesure d'identifier une opportunité et de l'exploiter, même s'ils sont tous témoins.

- 2) **la création d'une organisation** : Le paradigme sur la création d'une organisation suppose qu'il n'y pas préalablement le projet entrepreneurial. Il convient ici d'exploiter un marché totalement vierge et/ou vide, identifié comme une opportunité à exploiter.
- 3) **La création de la valeur** : Le troisième paradigme qui est la création de la valeur fait le lien économique, financier et social de l'activité entrepreneuriale. Dans le processus

³¹ Organisation de Coopération de Développement Economique (OCDE) 2017

de développement de l'entreprise, l'entrepreneur crée de la valeur (économique, sociale et financière) pour assurer la pérennité de l'entreprise.

- 4) L'innovation :** l'innovation se définit comme "l'introduction de quelque chose de nouveau pour remplacer quelque chose d'ancien dans un domaine quelconque" (Larousse). L'innovation doit être l'essence même de l'entrepreneuriat car une entreprise qui n'innove pas court un grand risque de perdre son marché.

Plusieurs auteurs ont essayé de définir l'entrepreneuriat féminin sous différents angles de vue : le style de management, le type de leadership, le contrôle etc. Ce terme est ambigu et peut parfois porter à confusion (Cornet et Constantinidis, 2004).³²

Le dictionnaire Littré définit l'entrepreneuriat féminin comme la recherche, la création et l'apport de la richesse chez une femme. Cet apport désigne un bien matériel, technique ou financier appartenant à un individu ou un groupe d'individus³³. Lorsqu'il faut définir l'entrepreneuriat féminin, la notion de femme entrepreneure s'impose.

Selon Belcourt, Burke et Lee-Goselin (Belcourt, 1991), l'entrepreneure est « *cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise* ».

Lavoie (Lavoie, 1988) décrit l'entrepreneure, qu'il a aussi appelée propriétaire-chef d'entreprise, propriétaire-dirigeante d'entreprise ou encore femme chef d'entreprise, comme « *une femme qui seule ou avec des partenaires a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe à sa gestion courante* ».

Nous avons également retenu la définition du Groupe Canadien de Travail sur l'Entrepreneure comme « *une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui la dirige de manière innovatrice et créatrice en développement de nouveaux produits et en conséquent de nouveaux marchés* » (GTEM 1997).³⁴

L'entrepreneuriat féminin est l'esprit d'initiative des femmes qui se prennent en charge, qui s'organisent pour créer des activités économiques rentables dans le secteur formel, informel. Et c'est là qu'intervient la notion d'autonomisation de la femme.

³² Fatima Tahir Metaïche, Abdeslam Bendiabdellah , *Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir, Dans Marché et organisations 2016/2 (n° 26)*, pages 219 à 240 Éditions L'Harmattan

³³ Dictionnaire Littré 2019

³⁴ Hind Bouzekraoui Driss Ferhane , *Les Facteurs Enclencheurs De L'entrepreneuriat Feminin Chez Les Étudiantes Universitaires : Revue De La Littérature*, p.6

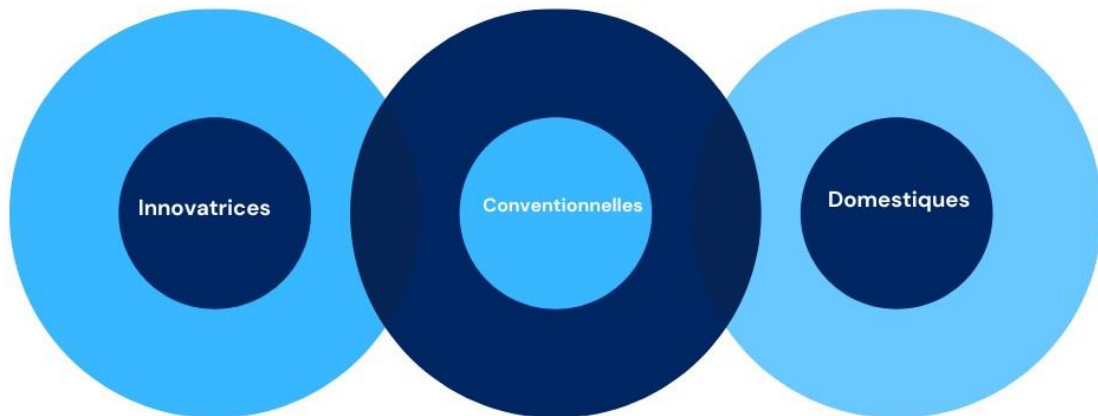


Figure 12 : Typologies des femmes entrepreneures, Goffee et Scase (1985)

2.1.2. Inclusion numérique

De manière simple, l'inclusion numérique désigne la possibilité pour toutes et tous d'avoir accès à l'univers du numérique.

Mais qu'est-ce que le numérique ?

Didier Dubasque, dans son ouvrage: *Comprendre et maîtriser les excès de la société numérique* définit le numérique comme une représentation de toutes les applications qui utilisent un langage binaire qui classe, trie et diffuse des données. Ce terme englobe les interfaces, smartphones, tablettes, ordinateurs, téléviseurs ainsi que les réseaux qui transportent les données. Il envisage à la fois les outils, les contenus et les usages.³⁵

Le numérique est en train de révolutionner de plus en plus nos vies, à un point où on parle même de la **culture numérique** (Marcello Vitali Rosati 2014) pour faire référence à l'emploi systématique des technologies numériques dans tous les aspects de la vie. On parle désormais de la gouvernance numérique, de l'économie numérique, de l'éducation numérique, le emangement etc.

Très souvent confondu avec le digital, le numérique est composé de quatre grandes technologies : l'intelligence artificielle, l'internet, la blockchain et la réalité virtuelle.³⁶ Il est lié à l'informatique et à l'électronique.

Marcello Vitali Rosati le définit comme l'ensemble des pratiques qui caractérisent notre quotidien. C'est la représentation d'informations ou des grandes physiques au moyen des caractères, tels que les chiffres, ou au moyen des signaux à valeurs discrètes.

³⁵ Didier Dubasque, *Comprendre et maîtriser les excès de la société numérique*, Presses EHESP, 2019

³⁶ Comment ouvrir: les technologies numériques, définition différence et type

<https://commentouvrir.com/tech/les-technologies-numeriques-definition-differences-et-types/>, consulté le 20 aout 2023

Cela se dit des systèmes, dispositifs ou des procédés employant ce mode de représentation discret, par opposition à analogique.³⁷ Dictionnaire Larousse.

Introduit dans les années 1990 après l'avènement du web et de internet, le numérique renferme cinq caractéristiques représentées en graphique ci- dessous.

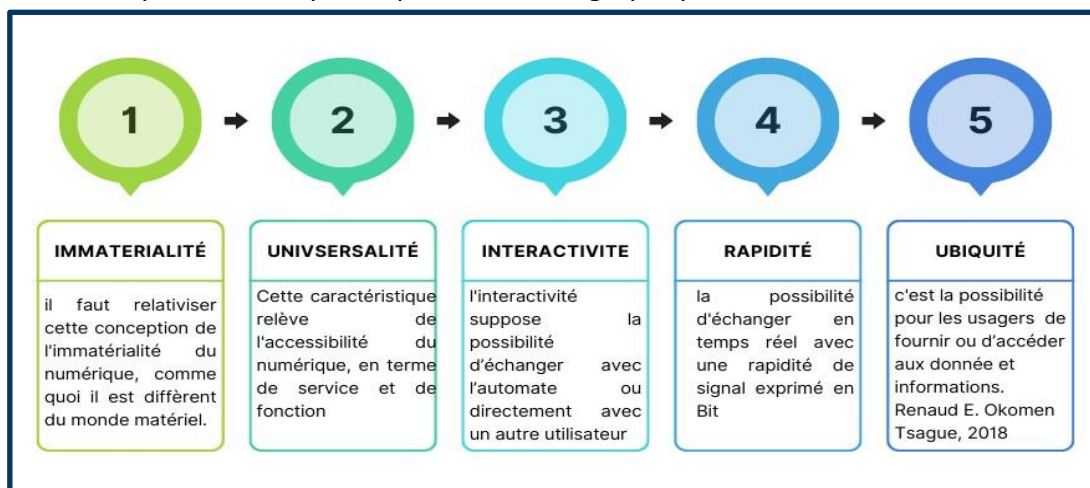


Figure 13: les caractéristiques du numérique, données collectées par l'auteur du mémoire

L'inclusion numérique est en effet un processus qui vise à rendre accessible à chaque individu principalement la téléphonie, l'internet et leur transmettre les compétences numériques qui leur permettront de faire de ces outils un levier pour leur insertion économique et sociale. La question d'inclusion numérique est souvent associée aux droits des personnes fragiles et/ou défavorisées.

La disparité d'usage du numérique peut se mesurer à plusieurs niveaux:

- **Au niveau mondial** : Selon l'Union Internationale des Télécommunications (UIT), 87% des personnes sont connectées dans les pays développés contre 47% dans les pays en voie de développement;
- **Au niveau des pays** : la disparité peut aussi être observé dans les pays entre les zones urbaines et les zones rurales;
- **Au niveau des sexes** : disparité entre les hommes et les femmes;
- **Au niveau de l'âge** : disparité entre les personnes âgées et les jeunes;

Selon SOFRECOM³⁸, pour que le numérique soit inclusif, on doit prendre en compte plusieurs services (santé, éducation, emploi etc.), des services qui ne sont dans la plupart des cas pas disponibles dans certaines zones.

³⁷ Chapitre 1. Qu'est-ce que le « numérique » ? Regards sur le champ lexical qui l'accompagne, Didier Dubasque Comprendre et maîtriser les excès de la société numérique, page 17 à 22

³⁸ Entreprise de service technologique basé en France

2.1.3. Autonomisation des femmes

Autonomisation de l'anglais "Women empowerment" est un concept multidimensionnel, qui englobe plusieurs aspects.

Commençons par définir l'autonomisation: Selon les auteurs Samman et Santos (2009), Alsop et Heinsohn (2005) et Rowlands (1997), "l'autonomisation est le processus par lequel les individus acquièrent, après résistance ou contraintes le pouvoir sous diverses formes". L'autonomisation de la femme est définie par la Banque Interaméricaine pour le Développement (BID) comme l'expansion des droits, des ressources, et de la capacité des femmes à prendre des décisions et à agir de façon indépendante dans les sphères sociales, politiques et économiques. C'est un processus par lequel celles-ci augmentent leur capital humain, financier et matériel au fur et à mesure qu'elles bénéficient des opportunités économiques (CEA, 2017).³⁹

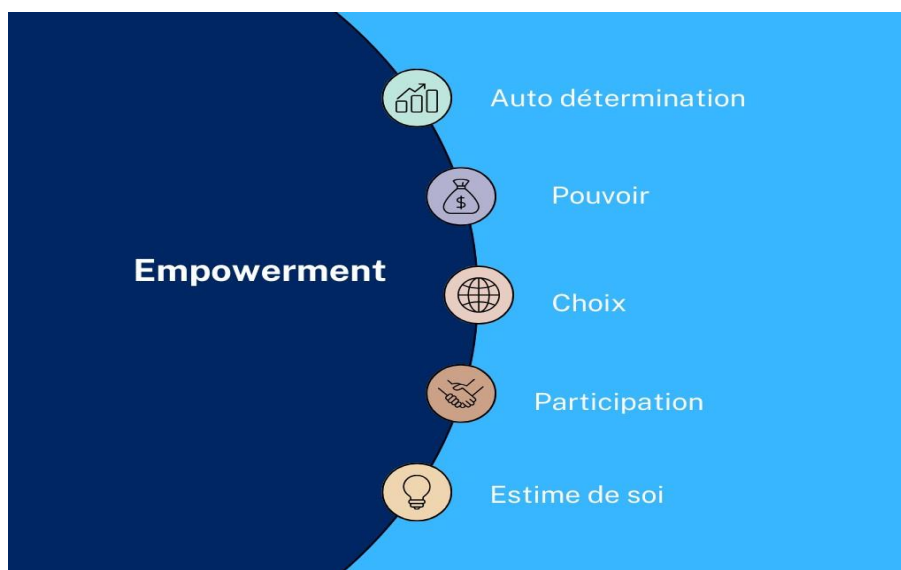


Figure 14 : le concept de l'autonomisation, Observatoire de la Francophonie économique, 2019

Cinq composantes constituent l'autonomisation :

1. La composante économique

Cette composante renvoie à la possibilité des femmes d'avoir accès à certaines ressources (emplois, revenus, services ...) pour répondre à l'ensemble de leurs besoins et aux personnes dont elles ont la charge (enfants et parents).

Les Nations Unies identifient trois dimensions à l'autonomisation économique des femmes qui, chacune, peuvent être améliorées par l'adoption de mesures concrètes. La première dimension est celle des opportunités économiques qui peuvent être favorisées par des actions visant notamment à accroître l'employabilité et l'entrepreneuriat des femmes (Chergui, 2022)

³⁹ Observatoire de la Francophonie économique, *Enjeux Et Perspectives Économiques En Afrique Francophone*, Dakar, 4-5-6 février 2019

tout en favorisant leur accès au secteur financier. La seconde dimension est celle de l'amélioration des statuts légaux et des droits des femmes, en particulier en matière d'accès à la propriété, à la succession et à l'héritage. La troisième dimension est celle de la participation et l'inclusion des femmes dans les processus décisionnels économiques.⁴⁰

2. La composante interpersonnelle

Elle est liée à la place qu'occupe la femme au sein de sa famille, son ménage et sa capacité à participer à la prise de décision (Malhotra et al., 2002 ; Rowlands, 1998). Elle inclut son pouvoir de prise de décision sur sa vie sexuelle, la maternité, l'utilisation ou non de la contraception, la liberté de contracter un mariage et le choix du conjoint mais aussi et surtout l'absence de violences.

3. La composante socioculturelle

La composante socioculturelle couvre toutes les normes sociales telles que l'accès à certains moyens de transport, l'accès à l'éducation pour les filles. Elle couvre « une gamme de sous-domaines de l'autonomisation, des systèmes de mariage, les normes concernant la mobilité physique des femmes, le système de soutien social non familial et aux réseaux disponibles pour les femmes » (Malhotra et al., 2002 : 11).

4. La composante politique et légale

Elle couvre la reconnaissance juridique et constitutionnelle des droits des femmes (Malhotra et al., 2002). Il s'agit ici de la protection légale des droits des femmes et de leur participation à la vie politique et institutionnelle.

5. La composante psychologique

Ce domaine fait aussi référence à la confiance en soi, à l'estime personnelle et au « sense of agency 2 » de l'individu, soit la réflexion derrière l'action, la conscience collective de la justice, potentiel de mobilisation.⁴¹

⁴⁰ AIFA, E. 1 et DOGNON, Y. 2, AIFA & DOGNON, *L'autonomisation de la femme : survol théorique sur la complexité et la mesure du concept*, / Revue AME Vol 4, No 4 (Octobre, 2022) 523-541

⁴¹ AIFA, E. 1 et DOGNON, Y. 2, AIFA & DOGNON, *L'Autonomisation de la femme : survol théorique sur la complexité et la mesure du concept*, Revue AME Vol 4, No 4 (Octobre, 2022) 523-54

Indicateurs les plus utilisés	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prise de décision domestique⁶ - Finance, allocation des ressources, dépenses du ménage - Matière domestique et familiale (nourriture...) - Relative aux enfants (bien-être, scolarité...) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accès et contrôle des ressources - Accès et contrôle sur l'argent, le revenu familiale, les actifs, budget ... ▪ Mobilité et liberté de mouvement
Indicateurs moins utilisés :	
<ul style="list-style-type: none"> - Contribution économique au ménage - Utilisation du temps et division du travail domestique - Violence conjugale Connaissances managériales - Management de la ferme - Connaissances comptables - Contrôle managérial du prêt 	<ul style="list-style-type: none"> Support social - Réseau de support traditionnel - Statut social de la famille d'origine - Actif apporté lors du mariage - Contrôle sur le choix des épouses
Indicateurs moins utilisés :	
<ul style="list-style-type: none"> Espace publique - Participation politique - Confiance dans les actions de la communauté - Développement de collectivité sociale et économique 	<ul style="list-style-type: none"> Interaction dans le couple - Communication dans le couple - Négociations et discussions sur la sexualité - Appréciation dans la famille - Sentiment de sa propre valeur, estime personnelle

Figure 15 : Indicateurs d'autonomisation au niveau individuel/ménage, Traduction libre de Malhotra et al. (2002, p.25)

2.1.4. Développement économique

Le développement économique, c'est stimuler un territoire en concevant et animer des projets économiques. C'est la capacité à accompagner des entrepreneurs locaux à se développer⁴².

Perrou (1969) le définit comme l'ensemble des changements sociaux et mentaux d'une population qui le rend apte à accroître cumulativement et durablement son produit réel global. Souvent associé à la croissance en PIB, le développement implique d'autres indicateurs comme les Indicateurs de Développement Humain (IDH), qui permet de mesurer l'aspect du développement humain. Il implique trois variables: l'espérance de vie, l'éducation et le revenu.

Cinq facteurs déterminent le développement économique :

1. Les facteurs de production ;
2. Les progrès techniques et technologiques ;
3. Le rôle de la mobilité ;

⁴² Arnaud PECHENOT, *Intelligence territoriale*, <https://intelligence-territoriale.fr/developpement-economique>, consulté le 12 juillet 2023

4. La disponibilité des matières premières ;
5. L'accès à l'énergie.

Dans un communiqué de presse du 03 mars 2023, la Banque Mondiale affirme que près de 2,4 milliards de femmes en âge de travailler dans le monde ne bénéficient pas des mêmes droits que les hommes. ⁴³

2.1.5. Economie numérique

L'économie numérique désigne un ensemble d'activités économiques menées à l'aide des technologies numériques comme Internet. ⁴⁴ L'économie numérique renferme quatre catégories de métiers: les métiers techniques, les métiers créatifs, les métiers analytiques et les métiers commerciaux.

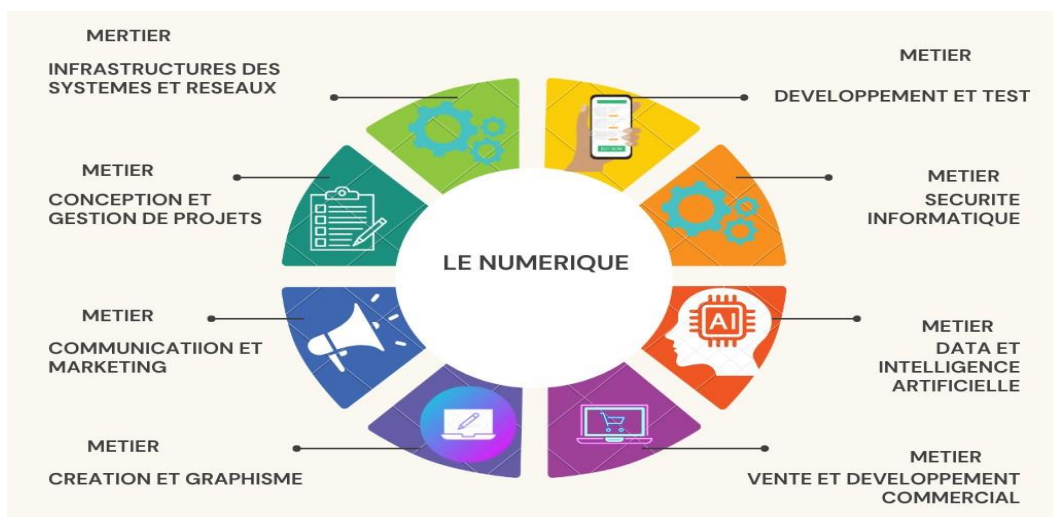


Figure 16 : les métiers liés à l'économie numérique, MICHEL TSHIMANGA, LinkedIn, août 2023

2.2. Les Théories sur l'entrepreneuriat féminin et l'inclusion numérique

Dans cette partie, nous présentons les théories sur l'entrepreneuriat féminin et l'inclusion numérique.

⁴³ Banque Mondiale, Le rythme des réformes en faveur de l'égalité des droits des femmes chute à son niveau le plus bas depuis 20 ans
<https://www.banquemondiale.org/fr/news/press-release/2023/03/02/pace-of-reform-toward-equalrights-for-women-falls-to-20-year-low#:~:text=Pr%C3%A8s%20de%202%2C4%20milliards,pr%C3%A8s%20de%2020%20%25%20en%20moyenne.>

⁴⁴ RevenuQuebec, <https://www.revenuquebec.ca/fr/une-mission-des-actions/vous-aider-a-vousconformer/quest-ce-que-leconomie-numerique/#:~:text=On%20entend%20par%20C3%A9conomie%20num%C3%A9rique,de%20technologies%20num%C3%A9riques%20comme%20Internet>, consulté le 21 août 2023

2.2.1. Les théories sur l'entrepreneuriat féminin

Les premières études ont été menées par Eleanor Schwartz en 1976 intitulées "*Entrepreneurship: a new female frontier*", publié par le journal Contemporary Business. Cette étude était basée sur 20 entretiens avec des femmes entrepreneures. Schwartz a combiné un descriptif et une recherche exploratoire pour identifier les traits, les motivations et les attitudes communes à ces 20 femmes. Concluant, les principaux facteurs étaient les mêmes que pour les hommes : le besoin de réussite, d'indépendance, d'économie, de récompense et de satisfaction au travail.

Vers la fin des années 1980, des études analysant la deuxième vague de des femmes cheffes d'entreprise ont commencé à apparaître dans des revues universitaires. Au cours des premières années de recherche sur les femmes entrepreneurs, les articles publiés appartenaient au genre des études théoriques conventionnelles et consistaient essentiellement en des études comparatives entre les sexes.⁴⁵

Depuis lors, l'intérêt du monde académique, politique et managérial n'a cessé de croître.⁴⁶ Deux grandes théories se dégagent: la théorie féministe et la théorie fonctionnaliste.

2.2.1.1. La théorie fonctionnaliste

L'approche fonctionnaliste est caractérisée par la masculinité. Selon cette approche, les femmes sont naturellement défavorisées à entreprendre selon certaines caractéristiques. Lebegue (2011) la nomme comme une approche radicale qui se fonde sur une conception naturelle de chaque sexe en termes de psychologie et de l'émotion. Ce qui rend la femme moins capable pour entreprendre que les hommes. Cette approche qualifie les hommes de plus compétents et apte au monde du travail et les femmes à gérer la vie de famille.(Ely et Padavic, 2007).⁴⁷

Les recherches sur cette théorie essaient de démontrer à travers des caractéristiques psychologiques, du style de gestion, la personnalité que la femme est moins qualifiée pour entreprendre.

A travers ces caractéristiques, les hommes et les femmes sont comparés pour déterminer le profil et l'influence que celui peut avoir sur la performance de l'entreprise.⁴⁸

⁴⁵ https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137444516_3#:~:text=The%20first%20article%20on%20business,20%20interviews%20with%20female%20entrepreneurs

⁴⁶ Christina Constantinidis , *Femmes entrepreneures Dans Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat (2014)*, pages 287

⁴⁷ Femmes entrepreneures, Christina Constantinidis Dans Références 2014, pages 287 à 300 Éditions Presses de Sciences Po

⁴⁸ (Bellu, 1993 ; Fagenson, 1993 ; Masters et Meier, 1988 ; Sexton et Bowman, 1986 ; Sexton et BowmanUpton, 1990 ; Zapalska, 1997).

Ces travaux ont servi à démontrer la capacité ou non, de la femme à entreprendre. Les résultats confirment donc que les femmes seraient à priori moins capables que les hommes à entreprendre, et que l'entrepreneuriat est une activité masculine.

Quelques chercheurs ont remis en question la théorie fonctionnaliste et la méthodologie utilisée par celle-ci. L'échantillonnage était en majorité les hommes, compte tenu de l'absence des femmes dans le domaine, jusqu'en 1970. Un deuxième questionnement est celui de la réussite de l'activité entrepreneuriale à partir des critères essentiellement masculins. Ce qui soulève la question de savoir dans quelle mesure ces critères s'appliquent aux femmes (Stevenson, 1986 et 1990).

En général, la théorie fonctionnaliste est basée sur des rôles sexués et démontre l'incapacité et l'incompétence de la femme à entreprendre.

2.2.1.2. La théorie féministe

L'approche féministe a fortement critiqué l'approche fonctionnaliste qui est basée sur le rôle sexué, qui à la base se distingue du genre. L'approche féministe met la lumière sur les notions de sexe (qui est biologique) et genre (qui est une construction sociale et culturelle qui influent sur le rôle de l'homme et de la femme dans la société).

L'approche féministe est dominée par deux analyses : social et libéral qui se distingue du point de vue de leur objectif et type d'argumentation.

a. Le féminisme libéral

Le féminisme libéral se base sur la philosophie de la politique libérale selon laquelle tous les êtres sont égaux, chacun doté de la raison et qui cherche à satisfaire son intérêt personnel. Les différences peuvent exister entre l'homme et la femme. Cependant, ils ont tous le même potentiel.

Le féminisme libéral défend le fondement selon lequel, les hommes et les femmes peuvent avoir les mêmes accomplissements. La différence qu'il peut exister dans l'écart en termes d'accomplissement chez les hommes et les femmes est lié au fait que les femmes ont longtemps été discriminées, elles n'ont pas eu accès aux ressources en termes de financement, de formation etc.

b. Le féminisme social

Le féminisme social décrit la différence entre l'homme et la femme comme fondement et ceci se laisse voir dès leur naissance et suscite la façon de concevoir et percevoir le monde. Les femmes et les hommes ne sont pas identiques à leur naissance et n'ont pas vécu les mêmes expériences sociales dans la vie.

Le féminisme social fait apparaître la notion de "*mode de connaissance*" qui n'est autre que le mode de socialisation spécifique aux filles et aux garçons. Il affirme que ni le mode de

socialisation du garçon, ni celui de la fille est supérieur l'un à l'autre mais il peut engendrer des comportements différents, mais tous, efficaces.

2.2.2. Les théories sur l'inclusion numérique

Les premiers ordinateurs étaient des femmes. La NASA⁴⁹ employait des femmes appelées “ *Calculatrices humaines* ” pour calculer la trajectoire des missiles. Dans les années 1960, elles représentent plus de 40% de l'effectif dans les entreprises du secteur informatique. Selon Isabelle Collet, informaticienne et chercheuse sur les questions de genre et de discrimination envers les femmes dans l'information et les sciences, en 1990, le secteur attire désormais plus des hommes. Contrairement à l'époque des femmes, l'informatique ne donnait pas accès aux métiers de prestige et est considéré comme “ secteur bidouille⁵⁰”. L'absence aujourd'hui des femmes dans le secteur de la technologie est due à des différences biologiques.

D'autres parts, des auteurs ont mis en place des théories pour expliquer l'adoption de la technologie et justifier ou pas, la présence des femmes et autres minorités dans le secteur.

2.2.2.1. La théorie de la diffusion des innovations

La théorie de la diffusion (ROGERS 1962) explique la façon dont les innovations sont diffusées parmi les individus. Cette théorie est représentée à travers une courbe appelée ***courbe de diffusion d'une innovation*** et explique à chaque niveau d'individu le processus et l'adoption de la technologie.

La théorie de la diffusion des innovations distingue cinq catégories d'individus:

- 1ere catégorie : **les innovateurs**. Ils sont les premiers à adopter la technologie, avant tout le monde.
- 2e catégorie : **les primo**. C'est la catégorie de ceux qui adoptent facilement l'innovation.
- 3e catégorie : **la majorité précoce**. Ceux qui réfléchissent avant l'adoption.
- 4e catégorie : **la majorité tardive**. Cette catégorie adopte l'innovation après qu'elle ait été adoptée par un grand nombre de personnes.
- 5e catégorie : **les retardataires** : c'est la catégorie de ceux qui adoptent l'innovation après qu'elle soit devenue courante.

⁴⁹ National Aeronautic and Space Administration

⁵⁰ Se rapporte à une personne naïve

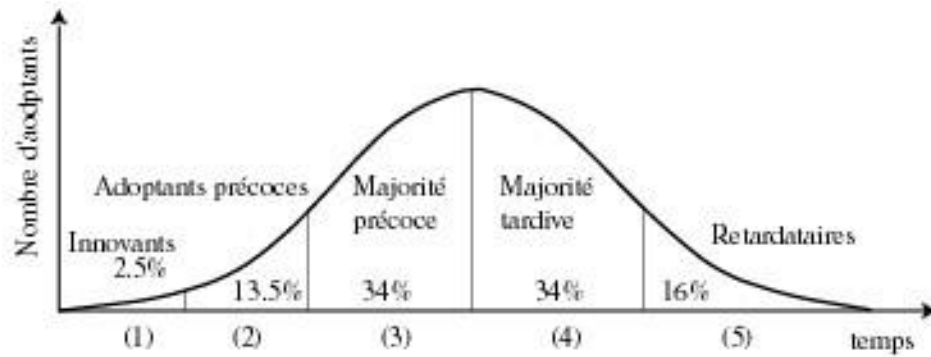


Figure 18: courbe de la diffusion d'une innovation, Rogers (1962)

La théorie de la diffusion de l'innovation peut finalement être classée en 5 étapes :

- La connaissance (étape de découverte)
- La persuasion (étape d'évaluation de l'innovation)
- La décision (étape d'adoption ou de rejet)
- L'implémentation
- La confirmation

2.2.2.2. La théorie du modèle d'acceptation des technologies (TAM)

Le mode d'acceptation des technologies s'inspire de la théorie de l'action raisonnée (La théorie d'action raisonnée est dictée par l'intention et la motivation de l'individu).

Élaboré par Davis (1998), le modèle d'acceptation des technologies se base sur deux variables : l'utilité de la valeur perçue (perceived usefulness) et la facilité d'usage perçue (perceived ease of use).

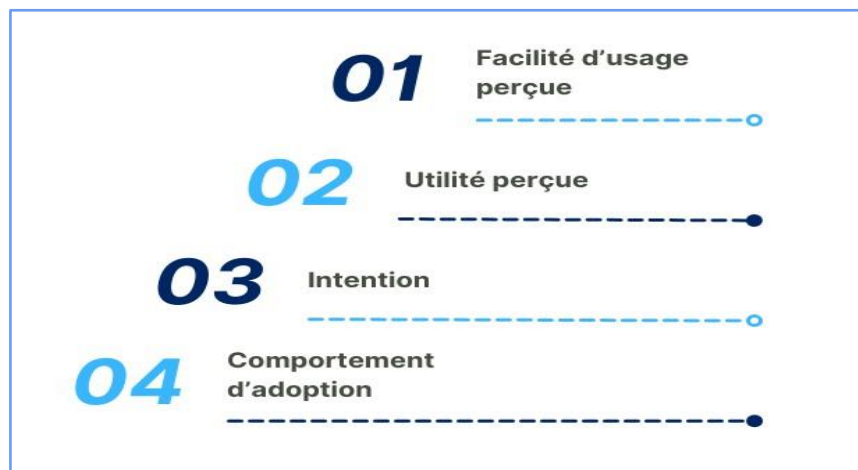


Figure 19: Présentation synoptique d'un modèle TAM Davis, 1998

Pour Davis, l'utilité perçue est le niveau auquel l'individu estime l'amélioration de son travail grâce à l'usage d'une innovation. La facilité d'usage perçue pour sa part est le degré auquel un individu juge que l'utilisation d'une innovation ne nécessiterait pas beaucoup d'efforts.

2.2.2.3. La théorie unifiée de l'acceptation et l'utilisation de la Technologie

La théorie unifiée de l'acceptation et l'utilisation de la technologie développée par Venkatesh et al. En 2003 est en effet le résumé des modèles des différentes théories sur l'inclusion numérique (acceptation et adoption).

Selon la théorie unifiée de l'acceptation et l'utilisation de la technologie, l'adoption de la technologie est le résultat et l'intention d'un individu, l'influence de la performance de la technologie par rapport au résultat attendu et au besoin. Il y a également des facteurs comme l'influence sociale et la facilité à utiliser la technologie qui entrent en jeu aussi.

La performance attendue se résume en la croissance de l'utilisateur et la facilité. L'utilisateur doit donc être capable d'utiliser la technologie, sans faire autant d'effort. Les conditions de simplicité renvoient aux ressources financières et techniques. L'influence sociale renvoie aux avis de l'entourage et leur perception et expérience d'utilisation. Ce modèle introduit des variables comme l'âge, le genre et l'expérience.

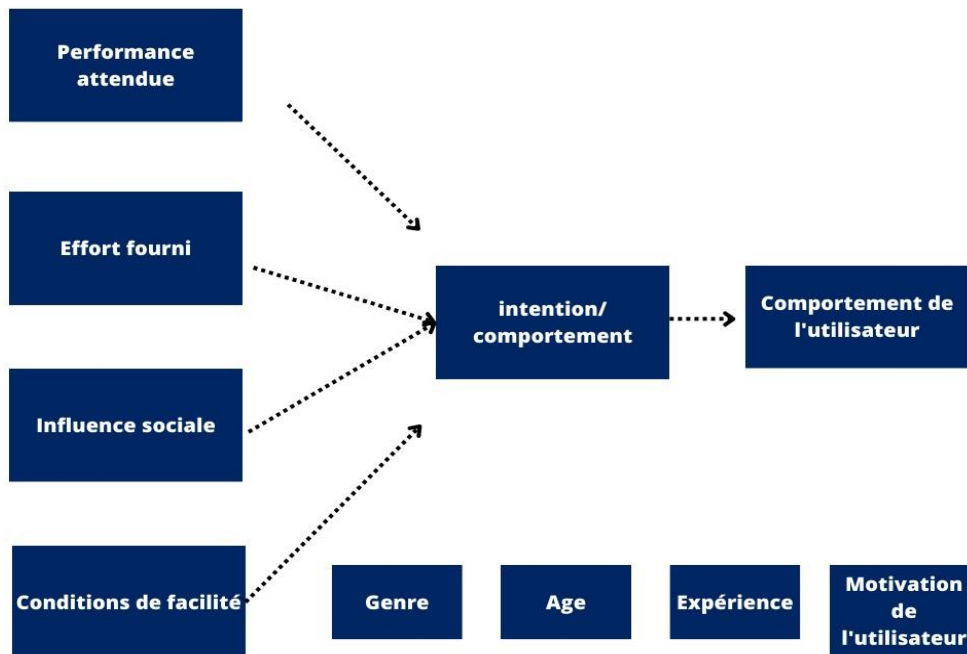


Figure 20: La théorie unifiée de l'acceptation et de l'utilisation de la technologie (Venkatesh et al., 2003)

Résumé des théories sur l'entrepreneuriat féminin et inclusion numérique

Il n'est plus à démontrer le rôle que jouent les femmes dans la sphère du développement à travers l'entrepreneuriat. Plusieurs auteurs ont exprimé à travers des théories, leur point de vue par rapport à la question. Certains pensent que le domaine de l'entrepreneuriat est purement masculin, vu les difficultés auxquelles les femmes font face (Ely et Padavic, 2007).

Sur la même question, certaines pensent que le sexe n'a rien à voir avec les capacités des femmes à développer et diriger des entreprises. Intervient donc à ce niveau la question de genre, qui ne doit pas être confondue avec le sexe : une approche féministe, perçue comme une critique à la première théorie. Situé à deux niveaux (libéraux et sociaux), la théorie féministe pense que l'homme et la femme ont les mêmes potentiels. Chacun doit connaître sa limite par rapport à une chose ou l'autre.

Quant à l'inclusion numérique, les différentes théories présentées nous ont permis de voir les facteurs d'adoption du numérique par un individu. Un individu peut accepter l'usage et l'adoption de la technologie pour une raison ou une autre. Cependant l'utilisation de la technologie requiert des compétences et des ressources.

Dans notre lecture du sujet, en dehors des ressources et compétences, l'adoption de la technologie doit être un état d'esprit. L'analyse des auteurs n'a pas fourni d'exemple sur la finalité de l'adoption de la technologie. Selon ONU Femmes, 63% des femmes ont accès à Internet, 46,4% d'entre elles sont présentes sur les réseaux sociaux. Selon We are Social, les personnes présentes sur les réseaux sociaux y passent en moyenne 2h26 minutes par jour. Les femmes sont au-dessus de la moyenne en termes d'accès à internet.

La question que nous nous posons, qu'est ce qu'elles font en réalité sur Internet?

Les critères d'adoption de la technologie varient d'un milieu à un autre et dans certaines zones, les femmes sont réellement défavorisées à cause des stéréotypes et/ou d'autres raisons. Cependant, nous pensons qu'une étude approfondie devrait être faite sur la finalité de l'accessibilité et l'adoption. Si 63% des femmes ont accès à internet, cela veut dire qu'elles ont accès aux ressources, peut-être moins aux compétences et ceci en fonction des milieux. Comment utilisent-elles réellement ces ressources? Les femmes entrepreneures utilisent-elles d'internet pour améliorer leur compétence? Dans le cadre de leur activité, profitent-elles de leur connectivité pour accroître leur business? Nous pensons qu'au-delà de l'aspect compétence et accessibilité, l'intérêt doit aussi être un facteur déterminant. Les actions peuvent aussi être orientées à susciter l'intérêt de celles-ci.

Quant à l'entrepreneuriat, la femme est par essence entrepreneure. Le statut d'entrepreneure que nous associons à la femme n'est pas lié à la création d'une entreprise mais sa capacité à gérer la famille. Les femmes, surtout en Afrique, sont connues pour ce rôle de gestion de la famille. La performance des entreprises dirigées par des femmes n'est pas assez forte car c'est la conséquence des actes et positions entretenues dans le temps. Les femmes n'ont pas toujours accès aux ressources, à égalité avec les hommes. Nous pensons donc que les femmes ont les mêmes capacités de gestion, ou même mieux que les hommes (observation).

2.2.3. Les bienfaits de la réduction des disparités entre hommes et femmes

La participation économique des femmes reste considérable. Avec les avancées technologiques, l'inégalité entre les hommes et les femmes implique un coût colossal. Selon le Fond Monétaire International, les obstacles liés à l'entrée des femmes dans la vie active ont un coût supérieur à toutes les inégalités entre les sexes.

Une augmentation de la productivité : Des données présentées dans des situations où les disparités entre les hommes et les femmes sont atténuées, l'amélioration du résultat du travail est efficace. L'inclusion numérique des femmes permet l'amélioration de la production exprimée par l'augmentation progressive du nombre des femmes dans la main d'œuvre et la création d'entreprises innovantes.

Une augmentation de la croissance : L'apport des nouvelles compétences dans le monde du travail implique automatiquement l'augmentation et l'amélioration de la croissance. En effet, l'élimination de la disparité entre les hommes et les femmes peut entraîner une augmentation de 35% du PIB.⁵¹

Un essor du secteur des services: l'implication des femmes dans le secteur de la technologie permet l'essor du secteur des services. Si les obstacles auxquels les femmes font face sont pris en considération, le taux d'imposition peut aller jusqu'à 50%.

2.3. Formulation des hypothèses

Pour rappel, le problème que notre étude tente de résoudre est celui du faible niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures au Tchad.

Notre question principale est de savoir:

Comment l'inclusion numérique peut-elle contribuer au développement de l'entrepreneuriat féminin au Tchad ?

Les questions secondaires qui en découlent sont:

- Quel est le niveau d'accès et d'inclusion numérique des femmes entrepreneures au Tchad ? (Accès et compétences) ?
- Quels sont les exemples d'utilisations du numérique ayant facilité la création, la croissance et la durabilité des entreprises dirigées par les femmes au Tchad ?
- Quels sont les obstacles et les défis dans l'adoption et l'utilisation des outils numériques par les femmes entrepreneures ?

⁵¹ <https://www.imf.org/fr/Blogs/Articles/2018/11/28/blog-economic-gains-from-gender-inclusion-even-greater-than-you-thought>

Pour répondre donc à ces questions, nous avons formulé trois propositions de recherche :

H1 : les femmes entrepreneures au Tchad font face à plusieurs défis liés au déploiement des solutions numériques;

H2 : les modèles de projets existants ne répondent pas au besoin des femmes entrepreneures dans la conception et l'implémentation;

H3 : les technologies numériques peuvent aider à promouvoir l'entrepreneuriat féminin au moyen de la communication, du réseautage, de la formation, du mentorat et de l'accès au financement.

En conclusion, ce chapitre nous a permis de définir les termes clés de notre champ d'étude. Nous avons mis en lumière quelques théories de l'entrepreneuriat féminin et de l'inclusion numérique. Nous avons aussi présenté nos hypothèses de recherches. Dans le prochain chapitre, nous allons présenter le profil numérique du Tchad et la méthodologie adoptée pour cette étude.

3. Numérique et entrepreneuriat féminin au Tchad : étude l'existant et proposition d'un projet d'inclusion numérique des femmes entrepreneurs

Ce chapitre est subdivisé en trois grandes parties : méthodologie de recherche et l'étude de l'existant.

3.1. Méthodologie de recherche

De manière générale, notre méthodologie de recherche est basée sur les méthodes suivant :

- La méthode IMRAD ;
- La méthode basée sur l'objectif ;
- La méthode basée sur les types de données ;
- La méthode quoi, pourquoi et comment (pour l'analyse des données).

3.1.1. La méthode IMRAD

Introduction, Méthode, Résultat et Discussion (IMRad) est une méthode qui consiste à commencer par un paragraphe d'introduction, à décrire les méthodes utilisées, à présenter les résultats obtenus et à terminer par la discussion.

Généralement utilisé dans le domaine de la santé, nous avons adopté cette méthode car elle structure de façon très claire notre travail et relie les parties les unes aux autres.

3.1.2. La méthode basée sur l'objectif

Deux composants constituent la méthode basée sur l'objectif :

- **La recherche théorique:** La recherche théorique nous a permis de recueillir des données existantes sur notre travail à travers des recherches ;
- **La recherche appliquée:** cette méthode consiste à identifier une solution à la problématique. Après l'analyse du problème à partir des données, une piste de solution est envisagée.

3.1.3. La méthode basée sur les types de données

La méthode basée sur les données présente deux types de données : qualitatives et quantitatives.

- **Méthode quantitative :** cette méthode nous a permis d'avoir des données à travers des enquêtes, les entretiens et sondages.
- **Méthode qualitative :** à travers les outils mis en place, nous avons recueilli les avis des uns et des autres sur la question.

3.1.4. La méthode quoi, pourquoi et comment

Quoi : la question quoi s’interroge sur la taille de notre échantillonnage, quel outil de collecte et d’analyse utilisé;

Comment : comment utiliser ces outils choisis pour mener à bien aux résultats escomptés;

Pourquoi : pourquoi le choix de ces outils.

3.1.5. Les outils de collecte et de traitement

A chaque niveau de notre recherche, nous avons utilisé des outils, pour exécuter différentes tâches tels que la planification de notre calendrier de recherche, la collecte et le traitement des données et l’illustration visuelle de notre travail.

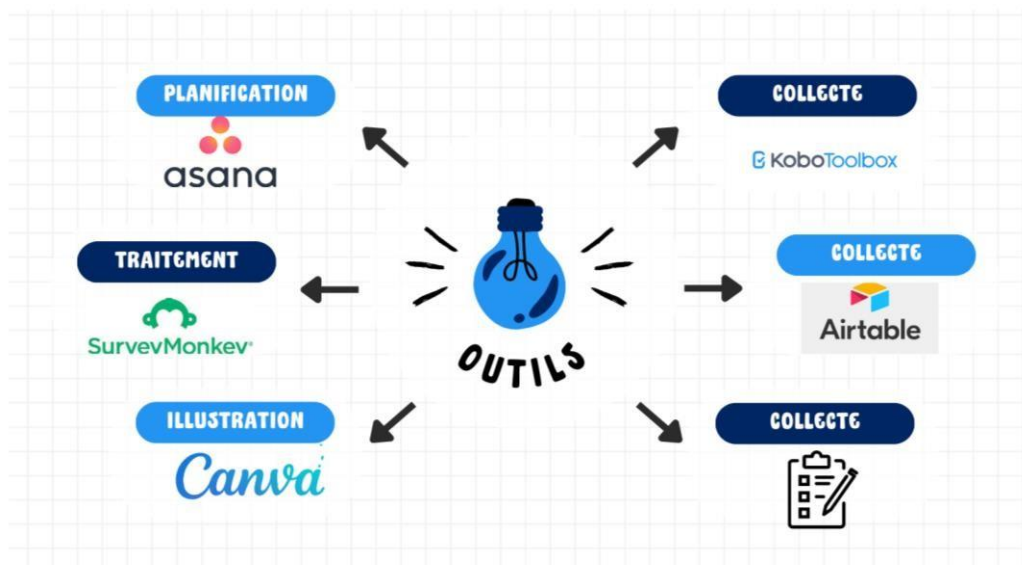


Figure 21: les outils utilisés pour la collecte, le traitement de nos données et pour la planification et l'illustration de nos figures

3.2. Le terrain d'étude

Du 15 mai au 14 octobre 2023, soit une durée de 5 mois, nous avons passé un stage à la Direction de Développement Stratégique et Affaires Publiques du **Printemps Numérique(PN)** à Montréal.

3.2.1. Présentation de la structure

Le Printemps numérique (PN) est un organisme à but non lucratif créé en 2013, dont la mission première est de connecter les individus, les organisations et les idées pour faire progresser et rayonner l'intelligence numérique.

Le PN poursuit les objectifs suivants :

- Mettre l'intelligence numérique au service de l'ensemble de la société;
- Favoriser le développement et le rayonnement économique des industries numériques
- Réduire la fracture numérique
- Stimuler l'innovation dans les industries numériques

Depuis 2019, le PN présente annuellement **MTL connecte** : la **Semaine numérique de Montréal**. Un événement majeur à portée internationale qui aborde la transformation numérique de façon transversale, à travers ses impacts économiques, sociaux, culturels et environnementaux.



Figure 22 : Chiffres sur la participation à MTL connecte, la semaine Numérique de Montréal édition 2022, Printemps Numérique

L'un des programmes majeurs du MTL connecte est **Explore MTL connecte**, axé sur l'accessibilité des connaissances numériques aux jeunes dans les pays en voie de développement. Spécialement cette année, le programme se veut inclusif avec un objectif de participation de 1000 femmes. A cet effet, des sessions spécialement orientées pour les jeunes femmes intéressées par la technologie avec la présentation de cas de réussite, de parcours inspirants et d'opportunités de développement de carrière ont été mises en place.

Durant cette période de stage, nous avons contribué activement à la réussite de MTL connecte et nous avons pilotés le volet Explore MTL connecte. Cette expérience nous a permis de voir au-delà de notre champ d'étude, les facteurs d'inclusion numérique des jeunes et des femmes. Aussi, comment planifier un programme de formation axé sur le numérique. A cet effet, plusieurs outils numériques ont été utilisés pour l'exécution des différentes tâches notamment Asana, une plateforme qui permet de planifier les tâches, mais permet aussi de collaborer avec des collègues de travail, sur une tâche ou autre. Asana présente une vue globale sur l'avancée de nos tâches et peut être utilisée pour les présentations en équipe. Le

deuxième outil était airtable. C’est une sorte de base de données qui permet de stocker des informations d’une organisation/entreprises. Les informations sont classées par projets, année, thématique et cheffe de projet. Airtable était l’outil principale utilisé dans le cadre de MTL connecte. Un dernier outil que nous avons utilisé dans le même cadre était Swapcard. Swapcard est la plateforme qui a servi de cadre pour les formations de Explore MTL connecte.

Explore mtl connecte 2023

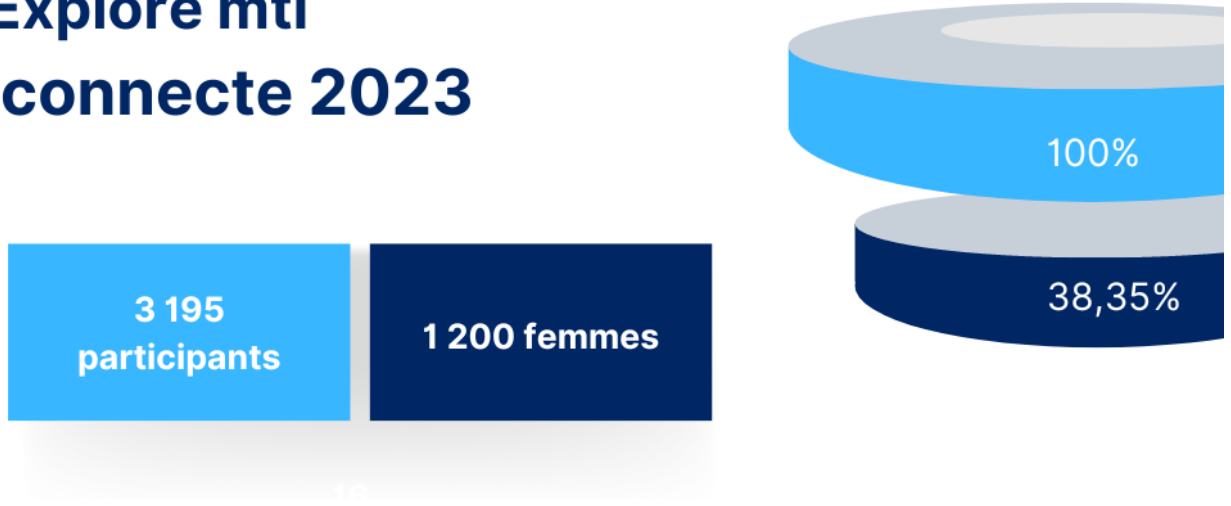


Figure 23: Participation à explore connecte 2023

3.3. Etude de l’existant

3.3.1. Le profil numérique du Tchad

Identifié par le code +235 avec le nom de domaine “.td” (nom de domaine de premier niveau ccTLC), le Tchad affiche 12 millions d’abonnés à la téléphonie mobile, 3,22 millions d’internautes en 2023 contre une population de 18 millions d’habitants. 14,78 millions de la population n’utilise pas Internet, soit 82,1 % de la population totale.

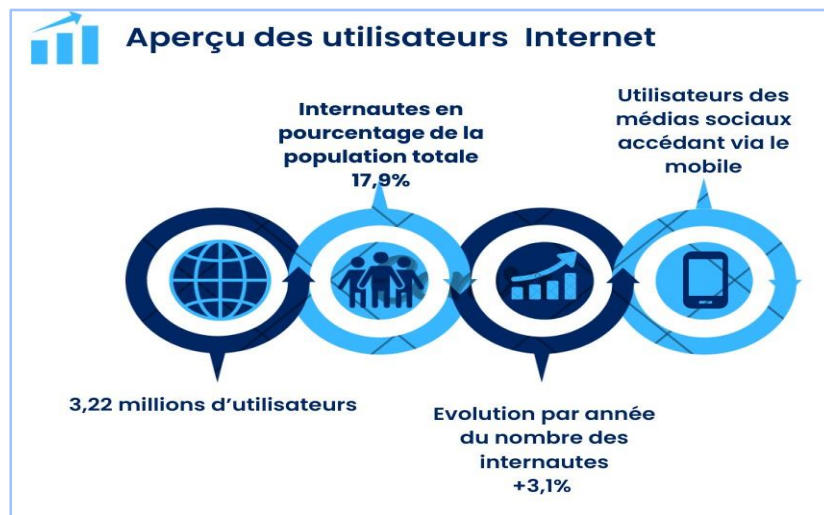


Figure 24: Aperçu du nombre des internautes au Tchad, we are social, 2023

Le taux d'accès à Internet est très faible par rapport à la sous-région. Dans un rapport publié par We are solution et Melwater intitulé Digital Report Global View 2020, le Tchad est classé 7e parmi les pays les moins connectés avec un pourcentage de 2,7% de la population totale.

Cependant, ce chiffre a considérablement évolué ces dernières années d'après la même source, le Tchad compte 491,7 millions d'utilisateurs de médias sociaux en janvier 2023. 21,3 % des utilisateurs de médias sociaux du Tchad sont des femmes, tandis que 78,7 % sont des hommes, un écart de 57,4%.

L'infrastructure de la large bande du Tchad se compose de 1142 km entre ndjaména et la partie ouest faisant frontière au Cameroun et Genana⁵². Ce réseau fibre optique traverse 12 villes avec 48 noyaux, et une capacité de transmission jusqu'à 100G.

3.3.1.1. Les institutions Étatiques

a. Agence de Développement des Technologies de l'Information et de la Communication (ADETIC)

L'AGETIC est un établissement public à caractère administratif placé sous la tutelle du Ministère des postes et de l'économie du numérique. C'est une autorité administrative indépendante intervenant dans le domaine de l'économie numérique. Elle a été créée par la loi N°012/PR/2014 du 14 mars 2014. C'est l'Agence chargée de développer les projets numériques au Tchad. A cet effet, L'Agence de Développement des Technologies de l'Information et de la Communication (ADETIC) a construit et équipé six Centres communautaires multimédia pour réduire la fracture numérique dans les villes du Tchad. Les Centres communautaires multimédia visent à offrir des emplois directs et indirects aux jeunes à travers le développement et la promotion de l'inclusion numérique des provinces et des villes secondaires et tertiaires du Tchad. Il permet aussi d'autonomiser les handicapés physiques en leur offrant des ateliers de recharge des batteries, de réparation des terminaux téléphoniques et des cabines téléphoniques autour du centre.

Les Centres communautaires multimédia disposent entre autres d'une salle informatique devant servir à la formation du public, une salle de cybercafé, une salle de conférence multimédia, une salle dotée de serveurs et un bureau pour les techniciens.

Malgré les efforts consentis par l'**ADETIC** pour répondre aux besoins de population en matière de fourniture de matériel informatique et de formation dans le domaine de TIC, les jeunes porteurs des projets dans le domaine du numérique n'ont pas une structure d'accompagnement qui les aiderait à développer leurs idées en une entreprise innovante car en réalité, ces centres communautaires n'ont jamais opérationnels.

⁵² Ville frontière entre le Tchad et le Soudan

b. Autorité de Régulation des Communications Electroniques et Postales (ARCEP)

L'ARCEP est un établissement public à caractère administratif placé sous tutelle du Ministère des postes et de l'Economie Numérique. Arcep a pour mission principale de veiller à une bonne politique de communication électronique et postale. Il joue auprès des téléphones mobiles et les fournisseurs d'accès à Internet un rôle pour avoir un bon service. Il propose au Ministère de l'Economie numérique les lois en matière de régulation de contrôle des communications électroniques et postales.

c. Agence Nationale de Sécurité Informatique et Certification Électronique (ANSICE)

Rattachée directement à la Présidence de la République, ANSICE est née à la suite de la Convention de l'Union Africaine sur la cyber sécurité et la protection des données à caractère personnel du 27 Juin 2014. ANSICE a pour missions principales de garantir la sécurité des transactions électroniques, de protéger les données à caractère personnel, de lutter contre la cybercriminalité et d'assurer la cyber sécurité.

Privées

a. Wenak Labs

Site web: <https://www.wenaklabs.org/>

WenakLabs est le premier hub technologique au Tchad lancé en février 2014, qui forme, conseille, accompagne et incube les acteurs de l'écosystème du numérique. Ses principales activités sont : le réseautage, l'incubation de projets innovants à caractère social, formations, sensibilisation des jeunes à la culture entrepreneuriale etc. Ils offrent des espaces coworking, une bibliothèque, un fablabs etc. WenakLabs propose des services et programmes axés autour des missions qui visent à :

- Développer la culture numérique des jeunes et aider les entrepreneurs à améliorer leurs compétences ;
- Contribuer à la sensibilisation du grand public aux nouvelles technologies, afin de Susciter la passion de l'ingénierie, de la technologie à travers la compétition first global challenge ;
- Construire une identité durable, en utilisant le digital comme un levier de transformation.

b. Chad Innovation

Site web: <https://chadinnovation.org/>

Chad Innovation est un incubateur lancé en 2018 dans l'optique de bâtir une communauté à travers l'innovation et l'entrepreneuriat. Sa principale activité est l'accompagnement des projets promoteurs. Chad Innovation dispose d'un espace de travail collaboratif qui permettra

aux jeunes d'incuber leurs idées et de le transformer en entreprise. Chad innovation a pour vision de réaliser quelque chose de plus grand qui va durer dans le temps. La mission principale de Chad innovation est de favoriser un vibrant écosystème pour la création et la croissance des entreprises innovantes au Tchad.

c. WomenTech

Lancée en 2021, WomenTech est une association à but non lucratif qui promeut les TIC auprès des femmes pour une meilleure inclusion dans le secteur. Le slogan de WomenTech est : *inclusion numérique et autonomisation de la femme.*

WomenTech a pour vision de bâtir un réseau de femmes entrepreneures et faire d'elles un levier pour l'économie numérique du Tchad.

WomenTech a pour missions de :

- Contribuer à l'autonomisation des femmes à travers le numérique ;
- Contribuer à réduire la fracture numérique en milieu féminin ; ● Contribuer à l'inclusion numérique des femmes.

3.3. 2. Les initiatives numériques de promotion de l'entrepreneuriat féminin

Nous avons consacré cette partie à une étude de terrain, à travers un formulaire auprès des institutions porteuses de ces programmes et projets.

Nous avons identifié 5 projets phares, portés par différentes institutions, parmi lesquels, ceux cités ci haut.

Parmi les institutions auprès desquelles nous avons mené notre enquête, 87% sont des structures formelles, 50% sont des centres d'accompagnement des jeunes, 25% des hubs technologiques, 12,5 % des incubateurs et enfin des établissements d'enseignement supérieur supérieurs 12,5%. 87% de ces programmes sont des formations à l'endroit des filles, et touchent essentiellement les Technologies de l'Information et de la Communication. Ces programmes sont entre autres des formations (37.5%), accompagnement (25%). Les thématiques tournent autour de l'entrepreneuriat, le marketing digital, le data développement.

Au cours de ces formations, les femmes et filles rencontrent généralement des problèmes liés à l'accès à internet, accès à un équipement (téléphone, ordinateur), manque d'accès à l'énergie (5% du pays est électrifié), manque de motivation etc.

Déployé pour la plupart du temps à N'Djamena, ces programmes ont formé en moyenne 315 filles et leur ont permis de développer et / ou créer des entreprise (37,5%) et avoir accès à un emploi (25%).

Tableau 3: Annuaire des projets d'inclusion numérique des femmes au Tchad

Initiatives	Contenus
Déné Magique	Programme de formation 100% dédié aux filles et femmes dans le domaine du numérique
Championnes TIC	L'objectif principal de cette formation est d'outiller les jeunes filles et femmes de tout ce qui est numérique et de leur montrer les opportunités qu'offre le numérique.
Declic	Programme phare de l'Organisation Internationale de la Francophonie qui donne la priorité aux jeunes et aux femmes de se faire former aux métiers du numérique
Projet FINE (femmes Inclusion Numérique et éducation)	contribuer à l'amélioration des conditions de vie des filles et des femmes par leur accès aux technologies de l'information et de la communication
Tech4Chad	<p>Ce projet vise à favoriser l'employabilité et/ou l'auto-employabilité des jeunes à travers le numérique.</p> <p>Trois composantes font la force de ce projet Tech4Chad. D'abord la formation aux métiers du numérique, la sensibilisation aux outils numériques et le renforcement des capacités des acteurs de l'écosystème entrepreneurial tchadien.</p>

3.4. Analyse du niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures au Tchad

Afin d'analyser le niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures au Tchad, nous avons mené une enquête auprès de 100 entrepreneures, membres de l'association Women Success basée à N'Djamena. Nous avons réussi à avoir un échantillonnage de 88 entrepreneures qui ont pu répondre à nos questions, à travers un formulaire de questionnaire.

3.4.1. Description de l'échantillonnage

Notre échantillon est composé de 88 entrepreneures, toutes résidant à N'Djamena et chacune exerce au moins une activité génératrice de revenus. La plupart a légalement enregistré son entreprise (63%) avec des secteurs d'activités très variées et diversifiées.

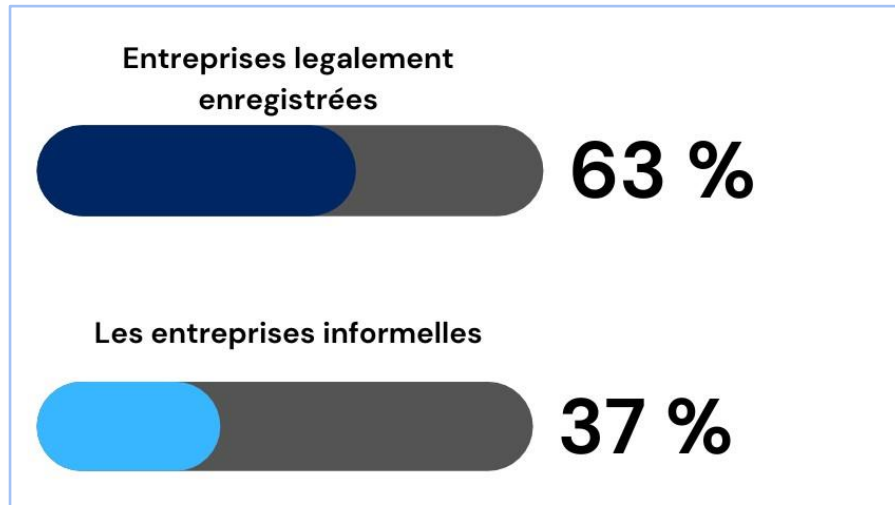


Figure 26 : Données de l'enquête

3.4.2. Le niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures

D'après notre enquête, 64,77% des femmes entrepreneures interrogées ont accès à internet. Plus de la moitié sont en dessous de la moyenne en termes d'utilisation des outils numériques et de compétences numériques (53).

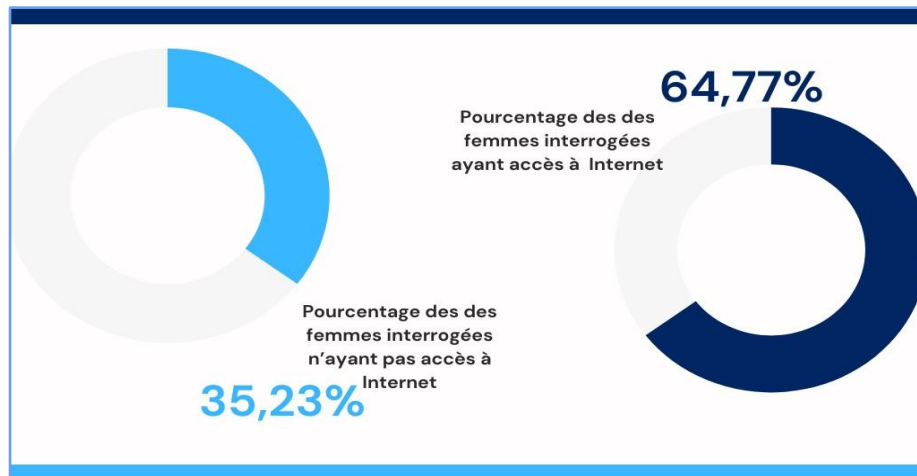


Figure 27 : Nombre des femmes entrepreneures ayant accès à internet, selon l'échantillonnage, Taryam K. Sophie, 2023

3.4.3. Les exemples d'utilisation des outils numériques par les entrepreneures

Les exemples d'utilisation du numérique diffèrent les unes des autres. 36,36% utilisent le numérique pour des transactions financières (mobile money) dans le cadre de leurs activités, 40,91% utilisent les réseaux sociaux pour faire du marketing notamment WhatsApp et Facebook, 21,59% utilisent des sites de e-commerce et 17,04% suivent des formations pour renforcer leur compétence dans la gestion de leur entreprise.

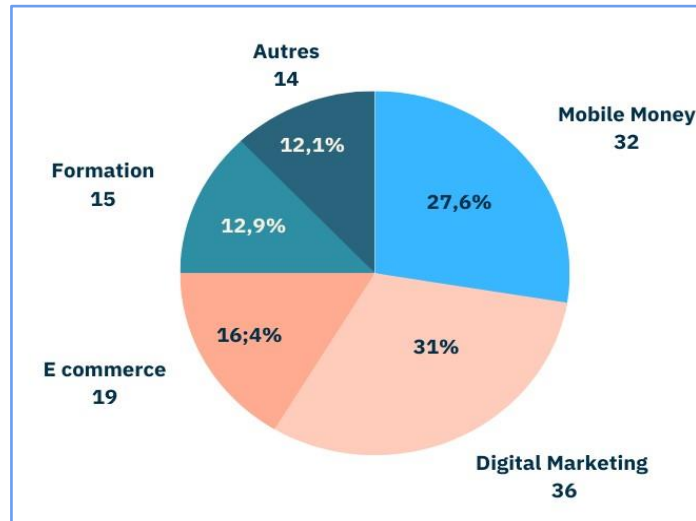


Figure 28 : Les différents exemples d'utilisation des outils numériques, données récoltées, 2023

3.4.4. Les difficultés que rencontrent les femmes entrepreneures dans l'utilisation et l'adoption des outils numériques

Les femmes entrepreneures ont exprimé les difficultés qu'elles rencontrent dans l'utilisation et le déploiement des solutions numériques. Elles sont entre autres liées au manque de compétences (26,14%), aux ressources limitées (25%), à l'inadaptabilité de solution existantes (39,77%), à un manque d'accompagnement (35,23%) et au manque d'informations.

Ce chapitre nous a permis de dérouler notre méthodologie de recherche et de présenter les données de notre étude de terrain, du profil numérique du Tchad et du niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures. A travers une analyse de besoin, nous allons présenter dans le chapitre suivant une étude de faisabilité de la mise en place d'un incubateur numérique féminin, prenant en compte l'aspect entrepreneurial et inclusion numérique des femmes.

4. Etude de faisabilité de la mise en place d'un incubateur numérique féminin à N'Djamena (Tchad)

La décision d'investir dans le cadre de la création d'un projet et particulièrement un projet de la mise en place d'un incubateur numérique féminin requiert au préalable une étude organisationnelle, technique, socio-environnementale et légale. Les résultats qui en découlent permettront ainsi d'évaluer la faisabilité.

Ce chapitre va nous permettre dans un premier temps (première partie) de présenter les résultats et les recommandations de notre étude et la seconde partie présente l'étude de faisabilité de la mise en œuvre de notre incubateur numérique féminin.

4.1. Analyse du besoin et recommandations

4.1.1. Méthodologie de l'étude de marché

L'incubateur numérique que nous souhaitons créer est destiné aux femmes entrepreneures au Tchad, pour une phase pilote N'Djamena. Afin d'identifier et mesurer les besoins, nous avons mené une enquête à deux niveaux: auprès des bénéficiaires et des structures d'accompagnement et/ou qui offrent des formations dans le domaine du numérique aux femmes. Notre étude de type quantitative et qualitative a été faite à partir d'une enquête à travers un formulaire en ligne, soumis à l'attention des femmes entrepreneures de la ville de N'djaména et des différentes structures. L'enquête a été menée auprès des entrepreneures de l'association Women Success⁵³ de la ville de N'djaména.

Notre projet de mise en place d'un incubateur numérique féminin à N'Djamena a été en général très bien perçu par les bénéficiaires. Notre enquête réalisée auprès de 88 entrepreneures nous a permis de savoir que 84,9% des entrepreneures interrogées pensent que c'est une bonne idée d'implémenter un projet d'incubation numérique et ont manifesté le besoin d'être accompagnés à la digitalisation de leur entreprise. Les besoins pour une transformation numérique varient d'une entrepreneure à une autre. 60,23 % ont exprimé le besoin d'être formé, 63,36% ont besoin d'un mentorat, 57,97% pensent pouvoir bénéficier des opportunités de financement à travers les outils et plateformes en ligne et 35,23% désirent agrandir leur réseau.

⁵³ Structure d'accompagnement des femmes à l'auto emploi

Bonne idée	84,09%	74
Mauvaise idée	3,41%	3
j'en sais rien	12,5%	11

Figure 30 : Données de l'enquête

4.1.2. Recommandations

Les recherches nous ont permis de savoir l'importance de l'inclusion numérique des femmes, et à quel niveau le problème se situe. Nos recommandations vont à l'endroit de toutes les parties prenantes (Etat, bailleur de fonds, bénéficiaires, secteur privé etc.).

L'ensemble de nos recommandations fera l'objet d'un projet concret, nommé ici projet de mise en place d'un incubateur numérique féminin. Ces recommandations sont :

1. Mettre en place de programme de formation, de mentorat et d'accompagnement des femmes dans le processus de la digitalisation de leur activité ;
2. Créer des espaces de travail collaboratif réservé aux femmes pour permettre d'échanger, de resauter et de partager des expériences ;
3. Créer des événements, des compétitions et promouvoir les modèles de féminin dans le numérique ;
4. Mettre en place des politiques publiques relatives à la diversité et l'inclusion numérique.

4.2. La mise en œuvre de l'incubateur numérique féminin

De manière plus simple, il faut retenir que les incubateurs sont des structures d'appui à la création d'entreprises qui mettent à la disposition des porteurs de projets un hébergement, des services administratifs, des conseils et le réseautage.

Un incubateur numérique n'est rien qu'une structure d'accompagnement des porteurs de projets innovants dans le domaine du numérique ou à la numérisation des entreprises existantes.

Nous rappelons que le problème que nous essayons de résoudre est celui de l'inclusion numérique des femmes entrepreneures au Tchad. De notre analyse, il ressort une insuffisance d'initiative en matière de promotion de l'entrepreneuriat féminin, d'inclusion numérique des

femmes, une inadaptabilité des initiatives existantes, d'un manque de compétences et d'informations au niveau des femmes.

4.2.1. Cadre juridique et réglementaire

Le Gouvernement a adopté entre 2014 et 2015 plusieurs textes encadrant le secteur des TIC au Tchad. Il s'agit notamment de :

- La Loi 012/PR/2014 du 14 mars 2014 portant création de l'Agence de Développement des Technologies de l'Information et de la Communication (ADETIC) ;
- La Loi 013/PR/2014 du 14 mars 2014 portant Régulation des Communications électroniques et des activités postales qui crée en son article 03 l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (ARCEP) en lieu et place de l'OTRT ;
- La Loi 014/PR/2014 du 21 mars 2014 portant sur les communications électroniques. Elle a pour objet de déterminer les modalités d'établissement et d'exploitation des infrastructures réseaux ainsi que la fourniture des services de communication électronique au Tchad ;

4.2.2. Présentation de la zone visée par le projet

La zone pilote de notre projet est N'Djamena, avec les entreprises dirigées par les femmes et légalement constituée. Nous avons choisi N'Djamena car il y a une forte concentration en matière de business, une représentativité de plusieurs domaines d'activités mais aussi la seule ville du pays où l'on peut avoir des entreprises légalement constituée à raison de la location géographique de l'ANIE (l'agence en charge de délivrer les certificats d'entreprises).

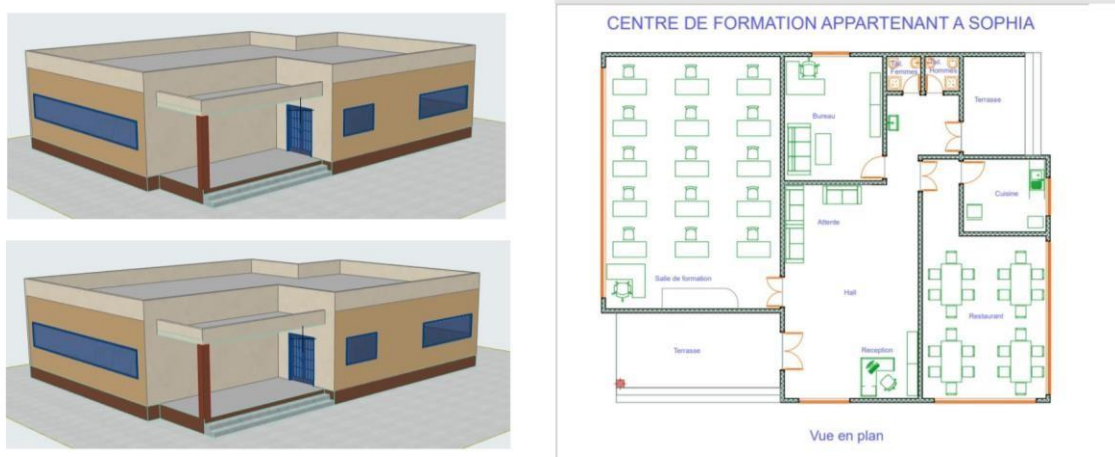


Figure 31: espace aménagé pour la mise ne place de l'incubateur

L'objectif principal

L'objectif principal de notre projet est de contribuer à la promotion de l'entrepreneuriat des femmes grâce au numérique à travers trois composantes: accès aux compétences, accès au financement et promotion et réseautage.

Objectifs spécifiques

1. Permettre aux bénéficiaires d'avoir accès aux compétences numériques nécessaires pour la gestion d'entreprise à travers des périodes d'incubation de courtes et longues durées dispensées en deux langues (français et l'arabe), ainsi prenant compte le faible niveau éducatif des bénéficiaires ;
2. Faciliter leur accès au financement à travers un système de financement (tontine moderne) mis en place et géré par les femmes elles-mêmes pendant la période d'incubation;
3. Contribuer à l'inclusion numérique des femmes entrepreneures.

Résultats attendus

Les résultats attendus quant à la mise en place de cet incubateur sont :

- Croissance et la rentabilité des entreprises dirigées par les femmes améliorées ;
- Utilisation accrue du numérique dans les entreprises dirigées par les femmes ; □
Numérisation des entreprises dirigées par les femmes effectives.

Les bénéficiaires

- **Directes** : les bénéficiaires directes de ce projet sont les femmes entrepreneures
- **Indirectes** : les bénéficiaires indirects sont entre autres la famille, l'Etat et l'entourage.

Les parties prenantes

Les parties prenantes à ce projet sont :

- Les bénéficiaires (directs et indirects)
- Les bailleurs de fonds

4.2.3. Les services offerts au sein de l'incubateur

Espace coworking : c'est un espace de travail partagé et de rencontre pour les entrepreneures. Le coworking permet de favoriser la collaboration entre acteurs et ainsi de créer un écosystème innovant au niveau local. L'espace donne accès à des infrastructures de qualité.

Connexion internet haut débit : Doter l'incubateur numérique d'une meilleure connexion internet afin que les incubées puissent en bénéficier dans l'avancement de leurs projets et au processus de digitalisation de leur entreprise.

Formation : En effet peu de femmes cheffes d'entreprise ont une expérience de formation en gestion. Il est donc impérativement nécessaire de leur former à la gestion. Pendant l'incubation, les incubées bénéficient, en dehors des modules consacrés à la numérisation de leur entreprise, elles bénéficient des formations comme (la planification et la création d'entreprises ; le marketing, la gestion technique et la gestion de la production, l'organisation et gestion des ressources humaines etc.).

Les conseils et l'assistance : coacher, suivre et conseiller les entrepreneures. Il s'agit d'apporter l'expertise et des conseils, sur l'ensemble des problématiques auxquelles le créateur porteur de projet est confronté tels que (accompagnement dans l'élaboration du plan d'affaires final l'aide à l'élaboration d'un cahier des charges , l'aide à la constitution et au renforcement de l'équipe ,conseil par rapport à la structuration de l'entreprise ,l'accompagnement dans la définition de la stratégie marketing de l'entreprise, l'accompagnement en termes de communication et de promotion de l'entreprise , l'intermédiation financière et la recherche de partenaires etc.).

Un espace de financement participatif : créer au sein de l'incubateur un système de financement sous forme de tontine afin de permettre aux femmes de faire de levées de fonds pour développer leur entreprise.

4.2.4. Le processus d'incubation

L'incubateur intervient d'amont en aval du processus d'incubation. Ainsi, nous proposons le processus d'incubation qui se déroulera de la manière suivante :

Incubation : L'objectif principal et l'un des facteurs de succès de tout incubateur numérique performant est d'accélérer le développement des start-up hébergées et de former des entrepreneurs prometteurs à travers un programme d'incubation structuré. Une fois que le projet est intégré dans le dispositif, les porteurs de projets sélectionnés rentrent dans une phase d'incubation. Pendant cette phase, les animateurs et les conseillers de l'incubateur assurent une activité permanente de suivi et d'évaluation des porteurs de projets sélectionnés. Dans cette étape, la mission principale est d'accompagner le porteur de projet, dans la construction globale de son affaire, jusqu'à la constitution de son entreprise. Le programme d'incubation est mis en pratique à travers la mise à disposition des entrepreneurs de moyens matériels (locaux, logistiques et bureautiques) et des ressources immatérielles, de diverses natures.

Post – incubation : A la fin du période d'incubation, la société devrait être assez forte pour survivre à l'extérieur de l'incubateur et dans le marché concurrentiel. Ceci est

l'une des phases les plus critiques de sa vie. Il s'agit ici d'une surveillance de la société nouvellement créée par l'incubateur.

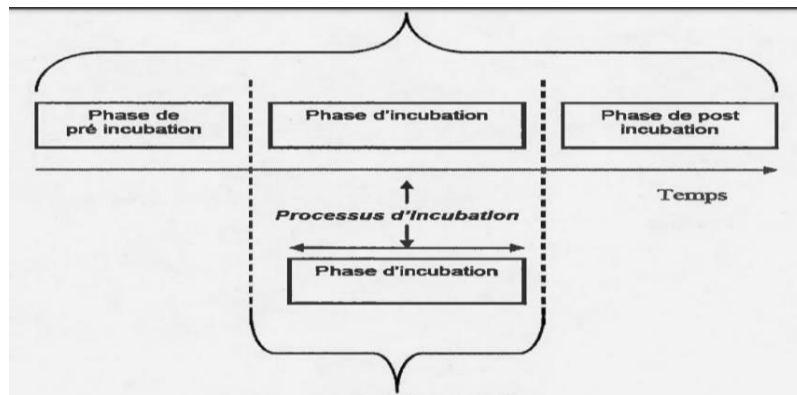


Figure 32: Modèle conceptuel du processus d'incubation,
Masmoudi,2007, p. 118

Durée de l'incubation

Dans presque tous les programmes de soutien de l'incubation, il y a des règlements et des restrictions dans la longueur de temps que la start-up peut passer au sein de l'incubateur et la plupart ont des limites de temps sur le soutien d'incubation. La durée de la période d'incubation est différente selon les règles de l'incubateur. La durée que nous proposons va de 6 mois à une année.

4.2.5. Les outils de gestion de projets

1. Le cadre logique

Tableau 4 : le cadre logique du projet

Objectif global	Logique d'intervention	Indicateurs Objectivement vérifiables	Source de vérification
Objectifs spécifiques	Contribuer à la promotion de l'entrepreneuriat des femmes grâce au numérique	Augmentation de revenus	Flux de transaction sur la plateforme Flux de trésorerie de l'entreprise
Résultats attendus	Croissance et la rentabilité des entreprises dirigées par les femmes améliorées Utilisation accrue du numérique dans les entreprises dirigées par les femmes	Taux élevée d'inclusion numérique des femmes Nombres d'entreprises dirigées par les femmes présentes sur internet	Rapport GEM
Activités	Former les femmes entrepreneurs en gestion D'entreprise; Financer les activités des femmes à travers une tontine moderne; Accompagner les entrepreneures.	Nombres des femmes Formées Niveau de réseautage Nombres des entreprises financées	Rapport de formation

2. La structure de découpage du projet (SDP)

Projet d'inclusion numérique des femmes

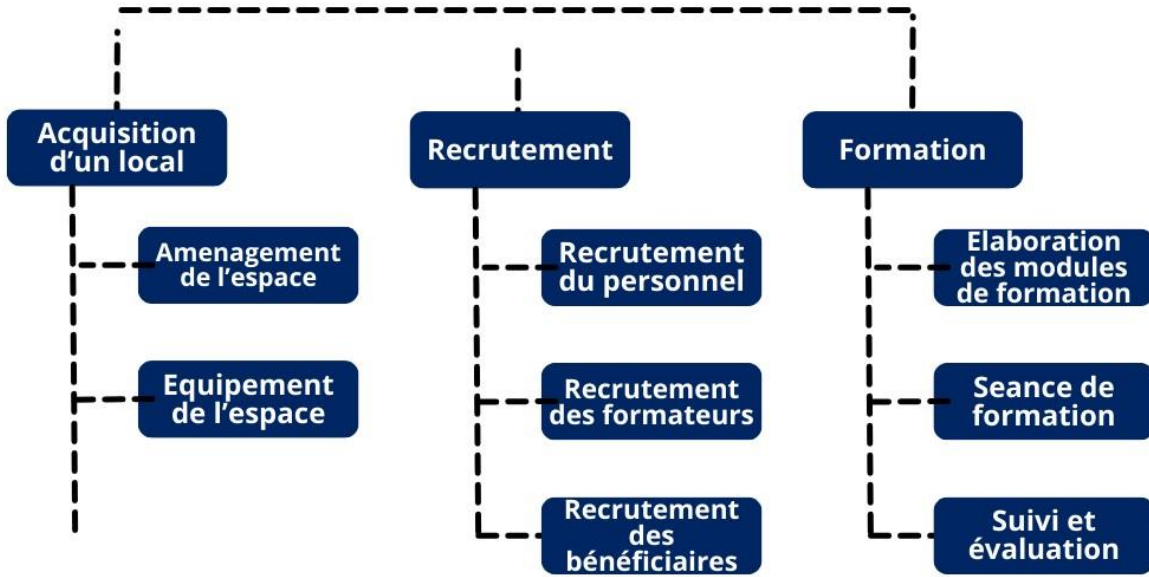


Figure 33: la structure de découpage du projet d'incubateur numérique féminin au Tchad

3. L'analyse SWOT

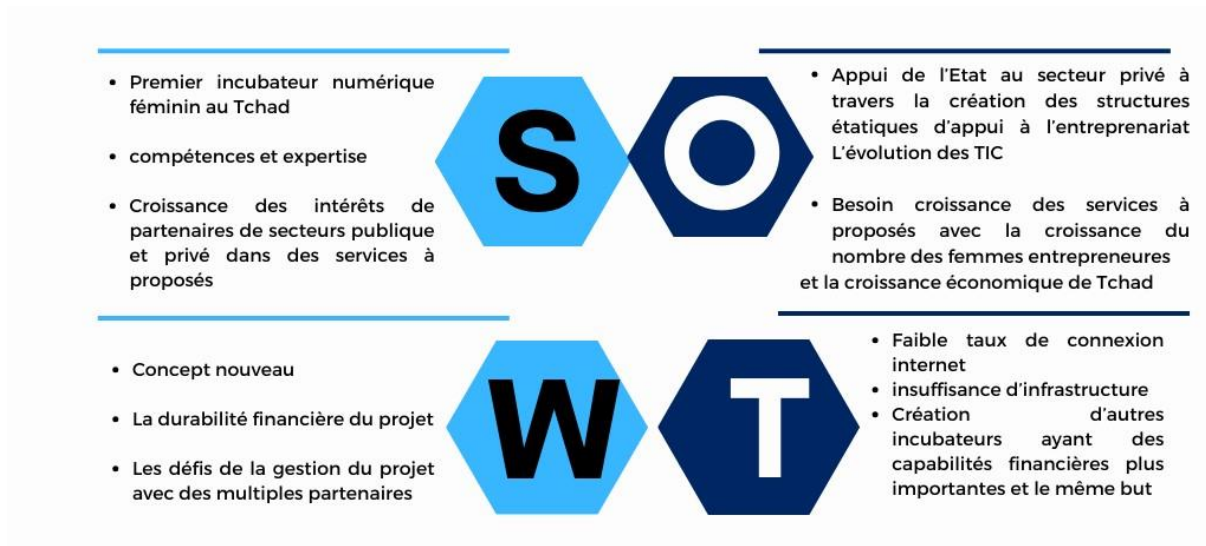


Figure 34 : Analyse SWOT du projet d'incubateur numérique féminin

Résultat et Discussion

L'inclusion du genre dans le domaine numérique a gagné une place importante au niveau des dispositifs politiques publics car il s'agit en réalité d'un élément fondamental de développement et d'éradication de la pauvreté. Les disparités entre les hommes et les femmes dans le numérique se font ressentir partout. Dans un processus où il est reconnu comme un

moyen efficace de développement, de développement de l'entrepreneuriat et outil d'autonomisation des femmes, il est important de rehausser le niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures.

En effet, l'entrepreneuriat féminin constitue une chaîne de valeur considérable dans l'économie des pays et de la famille. Si entreprendre en tant que femme est un défi énorme, entreprendre en tant que femme au Tchad l'est doublement. Entre instabilité politique, pesanteurs sociales et culturelles, avec un niveau d'éducation très faible, l'adoption des outils numériques est un réel défi.

Avant de présenter nos résultats, nous rappelons notre hypothèse de recherche :

H1 : les femmes entrepreneures au Tchad font face à plusieurs défis liés au déploiement des solutions numériques

H2 : les modèles de projets existants ne répondent pas au besoin des femmes entrepreneures dans la conception et l'implémentation

H3 : les technologies numériques peuvent aider à promouvoir l'entrepreneuriat féminin au moyen de la communication, du réseautage, de la formation, du mentorat, accès au financement.

Il est aussi important de rappeler que les questionnaires étaient adressés aux femmes entrepreneures et structures d'accompagnement et de formation.

Les questionnaires soumis en ligne nous confirment que les femmes entrepreneures font face à plusieurs défis dans le déploiement des solutions numériques (hypothèse 1). Ces difficultés sont liées au manque de compétences, ressources limitées, manque d'accompagnement et d'information.

25% d'entre elles disent qu'elles ont des ressources limitées. En effet, nous sommes sans ignorer que tant bien même que les solutions numériques permettent l'accroissement de l'entreprise, elles nécessitent des ressources financières, dépendamment du type de solution adoptée. 26,14% ont des compétences limitées. Nous l'avons si bien dit, l'utilisation de la technologie requiert un certain niveau de compétences. Sur une échelle de 1 à 5, nous avons essayé de voir le niveau de compétence numérique de ces femmes, 53/88 sont en dessous de la moyenne. 39,77% pensent que les solutions existantes ne sont pas adaptées. En effet, dans le choix de programmes proposés par les structures d'accompagnement, la plupart répond à la norme des bailleurs de fonds et non aux besoins des bénéficiaires. Nous pensons que le contenu de ces formations devrait être orienté sur la gestion et l'accroissement de l'entreprise, du développement personnel en tant que cheffe d'entreprise et des opportunités de financement. Les formations doivent être pratiques. 35,23% affirment ne pas être accompagnés dans le déploiement de leurs solutions. En effet, nous jugeons nécessaire qu'il ait un accompagnement post formation sur une durée déterminée, pour voir le niveau de numérisation des entreprises. Dans notre questionnaire adressé aux structures

d'accompagnement, 62,5 % n'ont un système de suivi post formation, ce qui a un effet sur le rendement et les résultats. 20,45% des femmes ne sont pas réellement informées de l'impact que le numérique peut avoir sur leur activité. Pour elles, le numérique s'arrête sur les réseaux sociaux. Rares sont celles qui sont au courant de l'existence des plateformes de financements, rares sont celles qui pensent qu'il faut une certaine visibilité de l'entreprise pour profiter des opportunités, moins encore celles qui pensent qu'il est impossible de se former sur la gestion de l'entreprise en ligne. Les autres difficultés (11,36%) sont directement liées au manque d'infrastructures (électricité, coût élevé d'internet) et ces aspects touchent les efforts du gouvernement à soutenir l'entrepreneuriat, non seulement féminin mais en général car ce sont des conditions presque obligatoires pour le développement de ce secteur.

La deuxième hypothèse selon laquelle les modèles de projets existants ne répondent pas au besoin des femmes entrepreneures dans la conception et l'implémentation se confirme également à travers notre enquête menée auprès des structures qui proposent des programmes de formation pour l'inclusion numérique des femmes. Cette hypothèse a été soulevée comme une des difficultés auxquelles les femmes entrepreneures font face. Selon ces structures, les formations sont orientées sur le développement web et mobile, le community management, le marketing digital. La question que nous nous posons, une entrepreneure, avec un niveau d'éducation pas très élevé, a-t-elle réellement besoin de savoir coder? de développer des applications ? Nous pensons que le contenu de ces programmes doit être repensé. D'un autre côté, les banques et les opérateurs de téléphonie mobiles proposent des services de mobiles money, avec beaucoup de failles et un système non sécurisé. Le mobile money est le canal de plus en plus utilisé pour de l'arnaque au Tchad. Il n'y a pas de données officielles à ce propos, cependant, 2 utilisateurs sur 3 sont victimes de fraude ou d'arnaque à travers ces moyens. Les femmes sont méfiantes et pensent que ces solutions ne sont pas adaptées à elles.

Enfin, les technologies numériques peuvent aider à promouvoir l'entrepreneuriat féminin au moyen de la communication, du réseautage, de la formation, du mentorat, l'accès au financement (hypothèse 3). Cette hypothèse se confirme à travers les modèles de réussite que nous avons présentés et les données présentées dans la première partie de notre travail.

Il est évident que l'adoption et l'utilisation du numérique présentent plus d'avantages que d'inconvénients. L'inclusion numérique des femmes ne doit pas seulement être un programme politique mais une priorité politique et au-delà. Il ne suffit pas de juste déployer un projet. Nous l'avons vu, des projets d'inclusion numérique des femmes se multiplient de jour en jour mais l'impact est toujours faible. Et nous pensons qu'il y a plusieurs paramètres à prendre en compte notamment le contenu du programme, le besoin des bénéficiaires et l'avant et l'après déploiement. Nos recommandations ci-dessus serviront de piste pour les acteurs de développement impliqués dans la question.

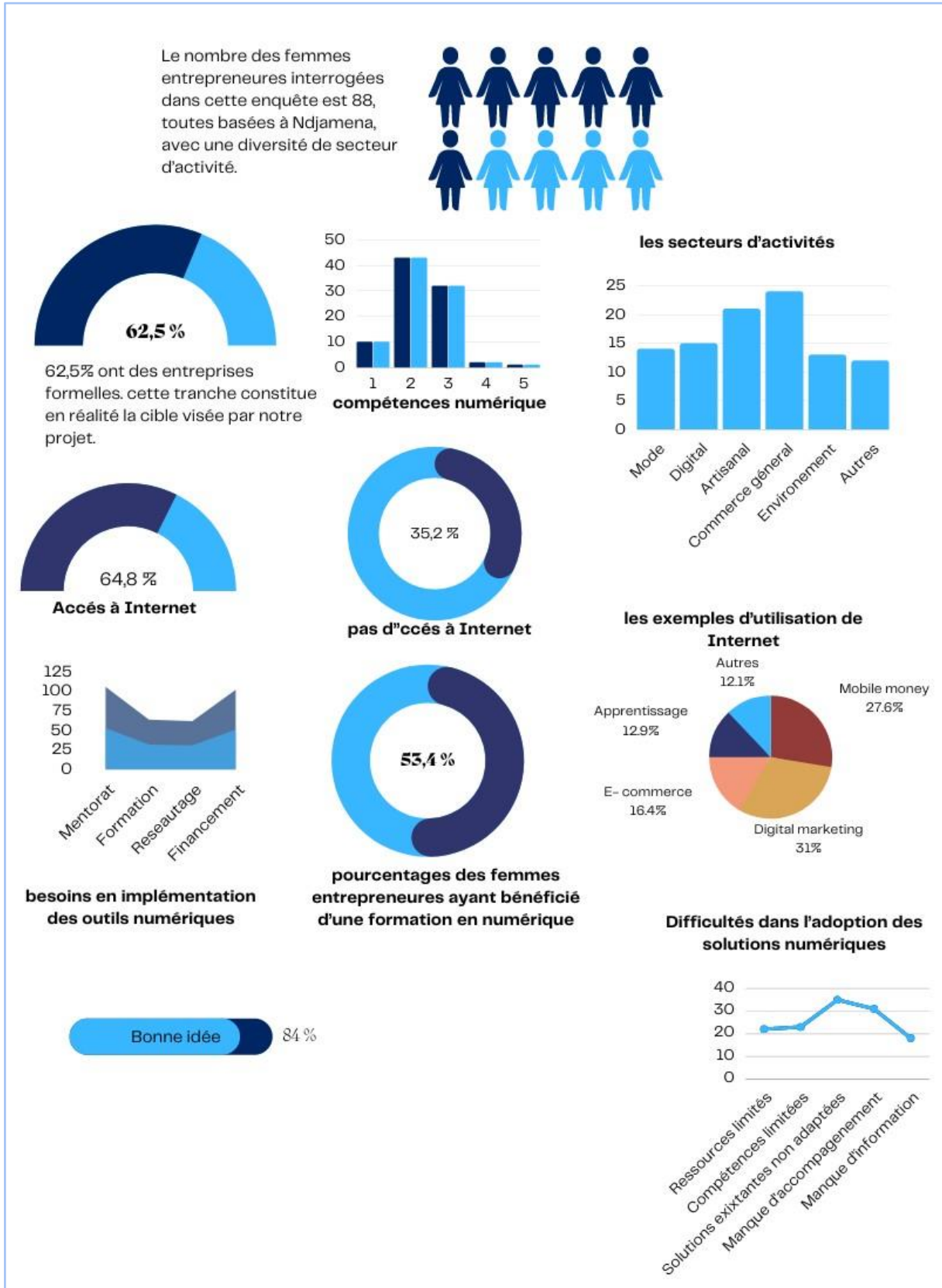


Figure 34 : Vue générale de nos résultats de l'enquête

Le chapitre 4 et le dernier de notre étude a présenté en grande partie les résultats de nos enquêtes, qui nous ont permis de répondre à nos hypothèses. Sur cette base, nous avons formulé des recommandations qui ont abouti à un modèle de projet: l'incubateur numérique féminin.

Conclusion

Le numérique constitue un levier important pour la croissance des entreprises et l'autonomisation des femmes. Dans notre étude, nous avons exploré de la documentation portant sur le sujet tout en formulant notre objectif et hypothèse de recherche. A travers une revue de littérature, nous avons pu déterminer les facteurs d'inclusion numérique des femmes et des difficultés qu'elles rencontrent en tant que femme et entrepreneure. Un formulaire d'enquête nous a permis d'en savoir plus sur le niveau d'inclusion numérique des femmes et les difficultés dans l'adoption des outils numériques dans l'exercice de leur travail. Les résultats de notre enquête ont relevé que certaines femmes ont des difficultés à adopter les outils numériques dans l'exercice de leur travail car elles manquent de compétences, d'autres d'informations, d'accompagnement etc. Dans notre analyse du problème, l'implication de tous les acteurs (Etat, partenaires au développement, bénéficiaires, secteurs privés) pourrait être une piste de solution. C'est en cela que constitue notre proposition de modèle de projet : l'incubateur numérique féminin. Au-delà d'être un cadre qui permet l'inclusion numérique des femmes, l'incubateur par essence est un espace d'accompagnement et de promotion de l'entrepreneuriat. Notre modèle de projet prend donc en compte les deux variantes de notre travail: entrepreneuriat et inclusion numérique.

Durant notre étude, nous avons été confrontés à plusieurs difficultés notamment la collecte des données. En effet, il a été très difficile d'avoir les données sur le sujet sur le Tchad, par manque de documentation disponible en ligne et en papier. Il n'y a pas de structure qui fournit des données sur la question de l'entrepreneuriat et du numérique au Tchad. Les quelques données trouvées ne sont pas non plus actualisées.

Aussi, nous étions confrontés à la difficulté liée au temps. Les heures allouées au stage étaient de 35h/par semaine, en dehors du temps de travail sur la recherche. C'était donc très difficile d'allier les deux, en plus de gérer la pression et le stress dans l'organisation et les préparatifs de MTL connecté.

La troisième difficulté était liée à l'adaptation du rythme et du mode de travail. Le travail était en grande partie à distance (5%), il fallait donc s'habituer à un nouvel environnement de travail et de nouveaux outils collaboratifs.

Nous aimerions être dans une situation de stage en deux temps: un premier à Montréal pour être en situation et un deuxième temps au Tchad pour une collecte de données sur le terrain, ce qui pourrait nous permettre d'avoir une forte représentativité et d'analyser mieux la question.

Références Bibliographiques

Les ouvrages généraux

Management de la diversité et genre au Cameroun: *une approche en termes d'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin*, Humanisme et Entreprise 2011/5 (no 305), p. 49-64. DOI 10.3917/hume.305.0049

Didier Dubasque, *Comprendre et maîtriser les excès de la société numérique*, Presse de l'EHESP, 2019, 214 p.

Marie Thérèse MENGUE, *Développement et changement social en Afrique*, Yaoundé, Presse de l'UCAC, 2012, 374 p.

Nene Kane, Razane Chroqui (dir.), *L'entrepreneuriat féminin en Afrique, entre bricolage et survie*, Coll. Etudes Africaines, Le Harmattan, 2021, 257 pages

Les œuvres spécialisées

Conseil Economique, Social Et Environnementale, *Femme et entrepreneuriat*, Evan Escandon, octobre 2020, 96 p.

Mathata Mireille Pulcherie Laure Ouattara, *L'entrepreneuriat féminin et l'autonomisation économique des femmes commerçantes en Côte d'Ivoire: une approche historique*, mars 2020, 447 p.

Chantal MORLEY, *L'inclusion des femmes dans le développement numérique: lire l'histoire pour agir au présent*, Bruxelles, Femmes et Sciences, février 2020, 36 p.

Banque des territoires, *L'inclusion numérique, un marché comme les autres? Etude de marché*, 16 pages

Fatima Tahir Metaiche, Abdeslam Bendiabdellah, *Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir*, Dans *Marché et organisations* 2016/2 (n° 26), pages 219 à 240 Éditions Le Harmattan

Autres publications Mémoires

Fanny P. Paquin, *Entrepreneuriat féminin: du démarrage de l'entreprise à l'opération effective, quels facteurs expliquent l'aboutissement des démarches entrepreneuriales chez les femmes au Québec?* Université de Montréal, 2021, 145 p.

Akissi Ariane Tatiana KOUASSI, *Le numérique au service de l'inclusion financière des femmes rurales : du cas de ALIDé au Bénin à la proposition d'un modèle pour la Côte d'Ivoire*, Université Senghor, 2019, 93 p.

Kondia François LOMPO, *Enjeux et défis de la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes en milieu rural au Burkina Faso: cas de la région de Gulmu*, Université Senghor, 2019, 86 p.

Articles

Femmes plurielles, *vers l'inclusion numérique et au-delà*, N072, mars 2021, 17 pages

Claire Bernard, Caroline Le Moign, Jean Paul Nicolai, *Entrepreneuriat féminin*, 2013

Rapports officiels

Union Européenne et DAI Belgique, *Analyse Genre Tchad*, septembre 2021, 82 pages

Ministère des postes et de l'économie numérique, *Plan stratégique de développement du numérique et des postes 2020-2030*, juin 2020, 124 p.

Ministère du budget, *Etude sur l'évaluation des politiques publiques dans le secteur des TIC*, décembre 2020, 62 p.

Doing Business, *Economy Profil Chad*, 2022

L'Agenda Femmes, paix et sécurité en Afrique, *l'Inclusion numérique*, juillet 2022, 22 p.

GEM 2021/2022, *Women's entrepreneurship report from crisis opportunity*, 184 p.

Nations Unies, *Rapport sur l'entrepreneuriat féminin*, 2019, 56 p.

Reuves

Mathata Mireille Pulchérie-Laure OUATTARA, *Entrepreneuriat féminin et autonomisation des femmes : état de l'art* »

HIND BOUZEKRAOUI, Driss FERHANE, *Les facteurs enclencheurs de l'entrepreneuriat féminin chez les étudiants universitaires: revues de littérature*, 10 p.

Observatoire de la Francophonie Économique, *Enjeux et perspectives économiques en Afrique francophone*, Dakar, février 2019, 223 p.

Aifa et Dognon, *Autonomisation de la femme, survol théorique sur la complexité et la mesure du concept*, octobre 2022, 541 p.

Entrepreneuriat féminin en Afrique, No2 février 2022, Idée Afrique. 47 p.

Annie Cornet, Christina Constantinidis, *Entreprendre au féminin Une réalité multiple et des attentes différenciées*, Revue française de gestion 2004/4 (no 151), 204 p.

Webographie

Etat des lieux du contexte numérique des défenseurs des droit humains dans les 10 pays africains

<https://www.ritimo.org/Fiche-pays-securite-numerique-Tchad> Wafa J.C fondatrice de
[Cdigitale.com](https://www.digitale.com) <https://www.linkedin.com/pulse/les-trois-principaux-obstacles-que-femmes-rencontrentthomas-sauveton/?originalSubdomain=fr> Magazine Groupe Orange,
<https://www.orange.com/fr/magazines/parlons-inclusion-numerique#>

L'inclusion des femmes numérique, condition nécessaire au rayonnement du continent africain,
<https://aminamag.com/linclusion-des-femmes-dans-leconomie-numeriquecondition-necessaire-au-rayonnement-du-continent-africain/> Etrade, *Femmes entrepreneurs du Numérique en Afrique* <https://etradeforall.org/fr/masterclass/femmes-entrepreneurs-du-numerique-enafriquedeveloppez-votre-potentiel-de-croissance/>

AFD Digital challenge : 5 innovations au services des femmes africaines

<https://www.afd.fr/fr/actualites/afd-digital-challenge-5-innovations-au-service-des-femmesafricaines>

Comment ouvrir: les technologies numériques, définition différence et type

<https://commentouvrir.com/tech/les-technologies-numeriques-definition-differences-ettypes/>

Tables des matières

Remerciements	1
Dédicace	ii
Résumé	iii
Abstract	iv
Liste des abréviations	V
Sommaire	Vi
Introduction	0
1. Contexte	2
2. Intérêt de l'étude	4
3. Délimitation du sujet.....	5
1. Entrepreneuriat féminin et inclusion numérique des femmes : chiffres et tendances actuelles.....	6
1.1. L'entrepreneuriat féminin.....	6
1.1.1. Les obstacles liés à l'entrepreneuriat des femmes	8
1.1.2. Les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin	12
1.1.3. Etat des lieux de l'entrepreneuriat féminin au Tchad.....	14
1.2. Inclusion numérique des femmes.....	15
1.2.1. Les enjeux et défis de l'inclusion numérique des femmes.....	16
1.2.2. L'entrepreneuriat féminin à l'ère du numérique	17
1.2.3. Les femmes piliers du développement numérique en Afrique	19
1.3. Formulations des questions et objectifs de recherches et les résultats attendus	19
1.3.1. Questions de recherche	20
1.3.2. Objectifs de recherche	20
1.3.3. Les résultats attendus	20
2. Revue de littérature	22
2.1.1. Entrepreneuriat féminin.....	22
2.1.2. Inclusion numérique.....	25
2.1.3. Autonomisation des femmes	27
2.1.4. Développement économique.....	29
2.1.5. Economie numérique	30
2.2. Les Théories sur l'entrepreneuriat féminin et l'inclusion numérique	30
2.2.1. Les théories sur l'entrepreneuriat féminin	31

2.2.2. Les théories sur l'inclusion numérique.....	33
2.2.3. Les bienfaits de la réduction des disparités entre hommes et femmes	37
2.3. Formulation des hypothèses.....	37
3. Numérique et entrepreneuriat féminin au tchad : étude l'existant et proposition d'un projet d'inclusion numérique des femmes entrepreneures	39
3.1. Méthodologie de recherche	39
3.1.1. La méthode IMRAD	39
3.1.2. La méthode basée sur l'objectif	39
3.1.3. La méthode basée sur les types de données	39
3.1.4. La méthode quoi, pourquoi et comment	40
3.1.5. Les outils de collecte et de traitement.....	40
3.2. Le stage	40
3.2.1. Présentation de la structure.....	40
3.3. Etude de l'existant	42
3.3.1. Le profil numérique du Tchad	42
3.3. 2. Les initiatives numériques de promotion de l'entrepreneuriat féminin.....	45
3.4. Analyse du niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures au Tchad.....	46
3.4.1. Description de l'échantillonnage.....	46
3.4.2. Le niveau d'inclusion numérique des femmes entrepreneures.....	47
3.4.3. Les exemples d'utilisation des outils numériques par les entrepreneures.....	47
3.4.4. Les difficultés que rencontrent les femmes entrepreneures dans l'utilisation et l'adoption des outils numériques.....	48
4. Etude de faisabilité de la mise en place d'un incubateur numérique féminin à N'Djamena (Tchad).....	49
4.1. Analyse du besoin et recommandations.....	49
4.1.1. Méthodologie de l'étude de marché.....	49
Figure 30: Expression de besoin des futures bénéficiaires, données collectées	50
4.1.2. Recommandations	50
4.2. La mise en œuvre de l'incubateur numérique féminin	50
4.2.1. Cadre juridique et réglementaire	51
4.2.2. Présentation de la zone visée par le projet.....	51
4.2.3. Les services offerts au sein de l'incubateur	52
4.2.4. Le processus d'incubation	53
4.2.5. Les outils de gestion de projets.....	55

Conclusion	61
Listes des illustrations	68
Liste des figures.....	Erreur ! Signet non défini.
Listes des figures	68
Liste des tableaux.....	69
Annexe	70

Listes des illustrations

Listes des figures

Figure 1: Pyramide d'accessibilité numérique.....	2
Figure 2: Fossé de l'Internet, Inclusion numérique dans l'Agenda paix femmes, Paix et Sécurité en Afrique des Nations Unies.....	2
Figure 3: les différents politiques stratégiques mis en œuvre pour le développement du secteur numérique au Tchad.....	3
Figure 4: Présence en ligne des tchadiens.....	6
Figure 5 : Climat des affaires au Tchad.....	6
Figure 6: les objectifs de développement durable en lien avec les conditions de la femme...10	
Figure 7: les obstacles liés à l'entrepreneuriat féminin (femmes autochtones en mouvement)	14
Figure 8: témoignage réalisé des femmes entrepreneures tchadiennes.....	15
Figure 9: Caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin, Portrait statistiques des femmes entrepreneures.....	17
Figure 10: activités clés d'inclusion numérique.....	20
Figure 11: typologie de l'entrepreneuriat, Rapport sur le développement en Afrique.....	25
Figure 12: Typologies des femmes entrepreneures.....	27
Figure 13: les caractéristiques du numérique, données collectées par l'auteure du mémoire	28
Figure 14: le concept de l'autonomisation, Observatoire de la Francophonie.....	29
Figure 15 : Indicateurs d'autonomisation au niveau individuel/ménage.....	31
Figure 16: les métiers liés à l'économie numérique.....	32
Figure 17 : les théories sur l'entrepreneuriat féminin.....	35
Figure 18: courbe de la diffusion d'une innovation.....	36
Figure 19: Présentation synoptique d'un modèle TAM.....	37
Figure 20: La théorie unifiée de l'acceptation et de l'utilisation de la technologie.....	38
Figure 21: les outils utilisés pour la collecte, le traitement de nos données et pour la planification et l'illustration de nos figures.....	42
Figure 22 : Chiffres sur la participation à MTL connecte, la semaine Numérique de Montréal Édition 2022.....	43
Figure 23: Participation à explore connecte 2023.....	44

Figure 24: Aperçue du nombre des internautes au Tchad.....	44
Figure 25: nombre d'utilisateurs d'internet au Tchad de 2013 à 2023.....	45
Figure 26 : Les entreprises dirigées par les femmes, selon l'échantillonnage.....	49
Figure 27 : Nombre des femmes entrepreneures ayant accès à internet.....	50
Figure 28 : Les différents exemples d'utilisation des outils numériques.....	50
Figure 29: Les difficultés liés à l'adoption et l'utilisation du numérique par les femmes entrepreneures dans leur entreprises.....	51
Figure 30: Expression de besoin des futures bénéficiaires, données collectées.....	52
Figure 31 : Espace aménagé pour la mise ne place de l'incubateur.....	54
Figure 32: la structure de découpage du projet d'incubateur numérique féminin au Tchad.....	57
Figure 33 : Analyse SWOT du projet d'incubateur numérique féminin.....	59
Figure 34 : Résultat de l'enquête.....	63

Liste des tableaux

Tableau 1: Résultats de l'état des lieux du secteur numérique.....	4
Tableau 2: Impact de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie à travers le monde, Tool Advisor: la création d'entreprise en France.....	11
Tableau 3: Annuaire des projets d'inclusion numérique des femmes au Tchad.....	48
Tableau 4: le cadre logique du projet.....	57

Annexe

PAGE 1

1. Votre structure est elle constituée?



2. Quelle est votre secteur d'activité




3. Avez vous accès à internet ?




4. Utilisez vous des solutions numériques dans votre activité?



5. Quels sont les exemples d'utilisation numérique ayant facilité la croissance, durabilité de votre entreprise



6. Sur une échelle de 1 à 5, vos compétences dans le numérique



7. Quelles sont les difficultés que vous rencontrez dans l'adoption et l'utilisation du numérique?



8. Avez vous déjà bénéficié d'une formation dans le domaine du numérique dédiée à votre activité?



9. Que pensez vous de la mis en place d'un centre numérique pour femmes entrepreneures?



10. Vos besoins à implémenter des solutions numériques

