



G CONSELLERIA
O SERVEIS SOCIALS
I COOPERACIÓ
B DIRECCIÓ GENERAL
COOPERACIÓ

STEI
INTERSINDICAL

ATED
جمعية تاسمطان للبيئة والتنمية
Association Tassamtaïenne
Pour l'Environnement et le Développement

Etude De Marché : Identification des activités Economiques Liées a La Promotion de l'entreprenariat féminin dans la Province de Chefchaouen



Es para STEI Intersindical (Sindicato de trabajadoras y trabajadores de la Educación de las Islas Baleares) Intersindical y para la ONGD Ensenyants Solidaris una satisfacción el participar en el financiamiento de esta guía que permite identificar actividades económicas para la inserción de las mujeres en el ámbito laboral en la provincia de Chefchaouen.

Con más de 20 años de colaboración conjunta compartimos con ATED el trabajo local de desarrollo humano en el norte de Marruecos. La solidaridad y la cooperación internacional, a nuestro entender, va más allá de la ejecución de proyectos y debe girar en torno al objetivo compartido de una transformación social mundial, y en concreto en el eje mediterráneo, que se sustente en la ruptura de la dicotomía norte-sur.

La necesidad de comprometerse con la igualdad de género, la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres es uno de los elementos claves de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Somos conocedores de las dificultades que estos principios tienen en llegar a determinadas poblaciones debido a las miradas arcaicas machistas, sobre el rol de la mujer y sobre la igualdad de género, que predominan en diferentes sociedades; por tal motivo creemos que el trabajo que se presenta tiene una gran importancia para entender las posibilidades de abrir campos de inserción laboral de las mujeres en la provincia de Chefchaouen.

Queremos felicitar a ATED por el estudio realizado y a todas las personas que trabajan de manera comprometida por la equidad de género y la defensa de los derechos de las mujeres en Centro de Escucha y Atención a las Familias (CEAF) de Chefchaouen que atiende a mujeres y niñas/os víctimas de violencia familiar.

Sin igualdad de oportunidades, sin independencia económica no es posible una igualdad de género. Deseamos que el presente estudio permita dar un paso hacia este derecho que tienen las mujeres de cualquier parte del planeta.

Un abrazo solidario:

Juan Rodríguez Recio
Responsable de Cooperación Internacional
STEI Intersindical.
Islas Baleares
España

C'est pour STEI Intersindical (Syndicat de travailleurs et travailleuses de l'Education aux îles Balears) et pour l'ONGD EnsenyantsSolidaris, une satisfaction d'avoir l'opportunité de participer au financement de cette étude qui va permettre l'identification d'activités économiques pour l'insertion des femmes dans le secteur professionnelle de la province de Chefchaouen.

Avec plus de 20 ans de collaboration, nous partageons avec ATED le travail local de développement humain au nord du Maroc. La solidarité et la coopération international, à notre avis, va plus loin de l'exécution de projets et doit s'établir autour d'objectif partagé d'une transformation sociale mondial, et concrètement, placée dans l'axe méditerranée, devra soutenir la rupture de la dichotomie entre le nord et le sud.

Le besoin d'engagement avec l'égalité de genre, l'égalité d'opportunités entre les femmes et les hommes, est une des éléments clé des Objectifs de Développement Durable (ODD) signalés par l'Organisation des Nations Unies (ONU).

Nous reconnaissons les difficultés que ces principes d'égalité ont pour arriver à certaines populations à cause des regards archaïques et machistes, sur le rôle de la femme et sur l'égalité de genre, qui sont prédominants dans des différentes cultures ; pour ce motif, nous croyons que le travail qui est présenté à une grande importance pour comprendre les possibilités d'ouvrir les champs d'inclusion professionnelle des femmes à la province de Chefchaouen.

Nous tenons d'emblée à féliciter ATED pour l'étude réalisé, et à tous les personnes qui travaillent de manière engagé pour l'équité de genre et la défense des droits des femmes au Centre d'écoute et d'appui aux familles (CEAF) de Chefchaouen, qui donne attention aux femmes et enfants victimes de violences familiales.

Sans égalité d'opportunités, sans indépendance économique il n'y a pas possible d'égalité de genre. Nous souhaitons que la présente étude nous permette d'aller encore plus loin dans le droit des femmes à n'importe quelle partie de la planète.

Une étreinte solidaire :

Juan Rodríguez Recio
Responsable de Coopération International
STEI Intersindical.
Iles Baleares
Espagne

INTRODUCTION **GENERALE**

Dans un monde où le marché du travail est en perpétuelle évolution, le salariat est de plus en plus considéré comme un modèle trop rigide qui empêcherait aux collaborateurs d'exprimer tout leur potentiel. C'est dans ce contexte que l'entrepreneuriat apparaît comme un autre itinéraire complémentaire.

La promotion de l'entrepreneuriat est une nécessité pour tout pays. L'entrepreneuriat participe à la dynamique économique. L'existence d'un esprit d'entreprendre et d'un secteur de PME dynamique sont importants pour la création d'emplois, l'augmentation de la compétitivité, la restructuration et la redynamisation des économies et le développement territorial. En effet, la création de nouvelles entreprises est un moteur essentiel de la croissance économique qui permet de créer les valeurs et richesses, de dynamiser le tissu économique et de lutter contre le chômage, la pauvreté et la précarité.

Sur le plan mondial, le nombre de créations d'entreprises change d'un pays à l'autre selon son importance économique et son climat d'affaires. Les Etats-Unis d'Amérique compte 6,6 millions de créations d'entreprises chaque année, soit une nouvelle entreprise toutes les 5 secondes environ et 543.000 par mois.

En Europe, il existe plus de 23 millions d'entreprises (chiffre de 2017) réparties parmi les 28 Etats membres. 93% des sociétés européennes sont des micro-entreprises (moins de 10 salariés), tandis que 99,8% appartiennent à la catégorie des petites et moyennes entreprises (PME), qui emploient moins de 250 salariés. Le nombre et le taux de création d'entreprises diffèrent d'un pays européen à l'autre. Ainsi, en Allemagne 233 789 créations (6,7%), Belgique 47 844 (6,3%), Espagne 336 000 (9,4%), France 482 997 (10%), Italie 330 899 (7,4%), Pays-Bas 159 075 (9,7%), Portugal 175 765 (15,6%), République tchèque 104 441 (9,0%), Royaume-Uni 381 885 (13,1%).

Au Maroc, on compte en 2019 près de 1,8 million d'entreprises immatriculées, dont les deux tiers sont des personnes physiques. En 2019, selon l'OMPIC 94.206 entreprises ont été créées, en hausse de 1,4% par rapport à 2018. C'est le taux de progression le plus faible depuis 2011.

La région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma est celle qui a le plus contribué à la performance de 2018, avec 19.878 entreprises créées, en hausse de 64% en une année. La dynamique créée par l'industrie automobile explique en grande partie cette forte progression, même si 60% des entreprises créées dans la région en 2018 opèrent dans le commerce.

L'entrepreneuriat féminin, est un mouvement qui ne cesse de se développer, il est en pleine expansion depuis une dizaine d'années. La femme joue un rôle non négligeable dans la société en tant qu'opératrice incontournable dans la lutte contre la pauvreté et le chômage.

Sur le plan mondial, et selon la dynamique économique de chaque pays, trois à quatre entreprises sur dix sont créées par des femmes. Ces dernières créent leur entreprise pour assurer leur emploi. Elles disposent d'un budget plus faible et rencontrent plus de difficultés au démarrage. Entre 2012 et 2017, l'effectif de femmes se lançant dans l'entrepreneuriat a en effet doublé, et ce, en grande partie grâce à l'évolution des mentalités et au développement de réseaux d'entrepreneures.

La femme entrepreneur au Maroc Contrairement à ce qu'on peut remarquer dans les pays développés ou ceux de l'Afrique subsaharienne, les femmes entrepreneurs sont peu nombreuses. Seulement entre 10% et 12% des créateurs d'entreprise sont des femmes, mais cette proportion masque la réalité de la dynamique entrepreneuriale féminine, principalement à cause du poids de

l'informel. Car au Maroc, la définition de l'entrepreneuriat féminin dépend grandement de la reconnaissance des secteurs et activités économiques dans lesquels les femmes s'investissent. Certains ne considèrent que les entreprises du secteur formel, ce qui limite considérablement le nombre des femmes qui peuvent être considérées comme entrepreneurs puisque une grande majorité d'entre elles sont présentes dans le secteur informel et réalisent des activités à domicile. Actuellement, l'encouragement de l'entreprise féminine au Maroc s'inscrit dans le cadre d'une approche de promotion et d'amélioration de la situation de la femme dans les différents domaines de la vie active. Cet encouragement commence à avoir ses fruits, puisqu'on constate une évolution remarquable de l'entrepreneuriat des femmes qui apparaît au niveau de leur contribution au développement économique.

Dans ce cadre du développement de l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin, et avec le Gap économique de la Région Tanger-Tétouan-Al Hoceima et pour promouvoir l'équité du genre et l'appui intégral aux femmes victimes de violence familiale au Nord du Maroc et surtout dans la Province de Chefchaouen, cette étude essayera d'identifier les potentialités des différents secteurs économiques de la région et de la Province de Chefchaouen pour orienter les femmes vers l'entrepreneuriat féminin.

SOMMAIRE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCTION GENERALE | 04 |
| PREMIERE PARTIE : POTENTIALITES ECONOMIQUES ET ENTREPREUNARIAT | 09 |
| I- Potentialités économiques de la Région Tanger-Tétouan-Al-Hoceima et indicateurs de l'entrepreneuriat | 10 |
| A- Potentialités économiques de la Région Tanger-Tétouan-Al Hoceima..... | 11 |
| B- Potentialités Economiques de la Province de Chefchaouen..... | 26 |
| C- Indicateurs de l'entrepreneuriat et entrepreneuriat féminin..... | 46 |
| II- L'entrepreneuriat | 52 |
| A- Définitions | 54 |
| B- Types d'entrepreneuriat | 56 |
| C- Caractéristiques de l'entrepreneuriat | 59 |
| III- Entrepreneuriat féminin | 64 |
| A- Définitions et notions | 65 |
| B- Potentialités de l'entrepreneuriat féminin | 67 |
| C- Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat féminin | 67 |
| 1- Les obstacles socioculturels | 68 |
| 2- Les obstacles d'ordre infrastructurel | 69 |
| 3- Les politiques | 70 |
| 4- La législation | 71 |
| 5- Les institutions | 71 |
| 6- Les obstacles d'ordre psychologique | 72 |

DEUXIEME PARTIE :
ETUDE DE L'ENTREPREUNARIAT.....73
DANS LA PROVINCE DE CHEFCHAOUEN

I- Cadrage de l'étude.....75

A- Etat de question.....76

B- Problématique.....77

C- Hypothèses.....77

D- Objectifs de l'étude.....78

E- Choix et intérêt du sujet.....78

F- Délimitation du sujet.....79

G- Champ d'investigation.....79

H- Méthodologie.....79

II- Résultats de l'étude.....81

A- Demande Locale.....82

B- Entreprises Féminines dans la province.....94

C- Offre locale.....98

**III- Promotion de l'entreprenariat féminin dans
la province de Chefchaouen.....99**

A- Bonnes pratiques internationales et nationales.....100

B- Leçons tirés de l'étude102

CONCLUSION.....104

PARTIE 1 : POTENTIALITES
ECONOMIQUES ET
ENTREPRENARIAT

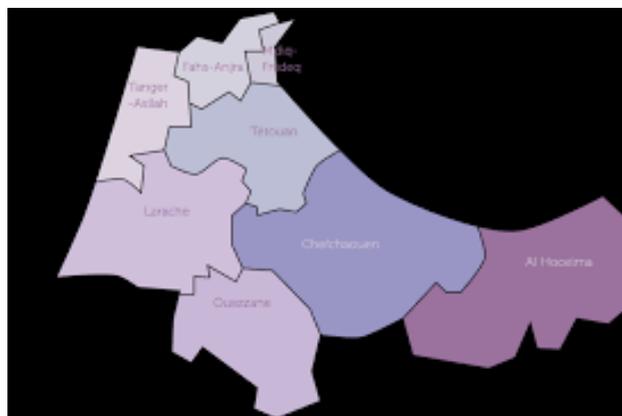
I- Potentialités économiques de la Région Tanger-Tétouan-Al-Hoceima et de la Province de Chefchaouen

L'une des douze régions du Maroc, la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima est située à l'extrême nord-ouest du pays, dans la chaîne montagneuse du Rif, sur une superficie de 17 262 km², représentant 2,43% du territoire national. Elle est limitée au nord par le détroit de Gibraltar et la méditerranée, à l'ouest par l'océan atlantique, au sud-ouest par la région Rabat-Salé- Kénitra, au sud-est par la région Fès-Meknès et à l'est par la région de l'Oriental.



Situation de la région TTA

La région Tanger –Tétouan – Al Hoceima (Données HCP 2016) compte d'après le recensement général de la population et de l'habitat de 2014, un total de 3 556 729 habitants, ce qui représente 10,5% de la population totale du Maroc, soit une densité de 206 habitants au km². Au sein de La région il y a deux préfectures Tanger-Assilah et M'Diq-Fnideq et six provinces : Al Hoceima, Chefchaouen, Fahs-Anjra, Larache, Ouezzane et Tétouan et Son chef-lieu est la ville de Tanger. Et selon le découpage administratif de 2015, la région est constituée de 145 communes territoriales.



Carte de la région de TTA

Sur le plan économique, la région Tanger –Tétouan – Al Hoceima est l'une des régions qui tireront la croissance du pays dans les années à venir. Aujourd'hui, la région contribue à près de 10% du PIB total du royaume, et connaît une activité économique importante. Les principales activités économiques de la région sont l'industrie, l'agriculture, le tourisme, la pêche, l'artisanat et autres. Et autour de ces activités, ont été développés plusieurs écosystèmes économiques regroupant une multitude de projets et investissements, une description détaillée sera faite à ces écosystèmes ultérieurement.

La région Tanger- Tétouan- Al Hoceima possède aussi d'autres atouts, elle est considérée comme un point de passage et d'échanges, un espace historique et géographique, des territoires riches en potentialités économiques et en ressources humaines. La Région est considérée aussi comme un pôle de croissance économique par excellence attirant l'investissement à cause de la position géostratégique privilégiée, l'existence de structures d'accueil et infrastructure de qualité, l'offre foncière adaptée et l'existence d'un cadre de vie agréable...

Chaque province et préfecture de cette région se caractérise par un profil économique et social bien distinct. La Préfecture de Chefchaouenterritoire de cette étude, se caractérise par la présence des activités touristiques et artisanales en plus de la pêche qui a toujours joué un rôle crucial pour les communes situées sur la côte méditerranéenne.

Le développement continu et irréversible jusqu'à maintenant de la région Tanger- Tétouan- Al Hoceima à favoriser entre autre la croissance de l'entrepreneuriat et surtout l'entrepreneuriat féminin sujet de notre étude.

A- Potentialités économiques de la Région Tanger-Tétouan-Al-Hoceima

Dotée de plusieurs écosystèmes économiques solides et variés, et de mégaprojets socio-économiques qui y sont lancés, la région de Tanger- Tétouan- Al Hoceima est incontestablement appelée à renforcer davantage la compétitivité internationale du Maroc et à promouvoir son positionnement sur l'échiquier international.

Les principaux écosystèmes économiques concernent l'industrie ; l'agriculture ; l'artisanat et produits de terroirs ; le commerce ; le tourisme et la pêche maritime... Ces écosystèmes ont des dynamiques de développement très variables au niveau des huit provinces grâce à certains plans de développement.

1- Les écosystèmes industriels de la région

La Ligne Grande Vitesse, les routes et autoroutes, les zones industrielles, le développement des différents outils logistiques de La région de Tanger- Tétouan- Al Hoceima s'est engagée de longue date dans la modernisation de son économie, notamment dans le secteur industriel. Elle a mis en place pour l'atteinte de ses objectifs de croissance durable dans ce domaine la mobilisation de l'ensemble des opérateurs, publics et privés ; la mise en place d'un cadre incitatif et la réalisation et le développement de plusieurs infrastructures de bases.

Le tissu industriel de la région (Ministère du Commerce et de l'Industrie 2014) compte environ 900 entreprises employant près de 111.700 personnes et assure plus de 10 % de la production industrielle nationale ainsi que 25% des exportations industrielles du pays.

A ce titre, La région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima se caractérise par :

□ L'existence de zones d'accueil importantes et modernes telles que : TFZ, ZI de Tanger, ZI Gzenaya, Malloussa, Zone industrielle de Tétouan, ZI Imzouren, projet de zone industrielle à Ait Kamra, Parc industriel de Tétouan et une série de zones d'activités dans les différentes provinces etc.

□ La présence d'un tissu industriel diversifié : agroalimentaire, textile-cuir, électronique-électrique, mécanique-métallique, chimie-parachimie, automobile, aéronautique et BTP... pour lesquelles la région est l'une des plus dynamiques au niveau national

□ Projet structurant Ain Dalia avec la création d'une ville industrielle, fruit d'un investissement chinois, de 4.000 ha dont 200 réservés au secteur du textile

La région confirme sa force industrielle en seconde position après Casablanca-Settat et les principaux Indicateurs clés de ce secteur peuvent être comme suit :

- Production : 40.473 Millions de Dhs 10, 3% Du CA national.
- Exportations : 16.970 Millions de Dhs 24,6% Du CA à l'export national.
- Emplois : 111.617 emplois Des emplois 19,6% à l'échelle nationale.

Le nombre des établissements industriels dans la région, leur effectif, leur production et exportation se répartit comme suit :(Ministère du Commerce et de l'Industrie 2014)

| Secteur d'activité | Etablissements | Effectif | Production(MDH) | Exportations(MDH) |
|-----------------------------------|----------------|----------|-----------------|-------------------|
| Agro-Industrie | 228 | 19275 | 5554 | 1311 |
| Textile et Cuir | 229 | 7719 | 4505 | 644 |
| Electrique et Electronique | 34 | 23569 | 10495 | 10569 |
| Chimie et Parachimie | 182 | 13276 | 1311 | 3991 |
| Métallique – Mécanique | 228 | 48379 | 644 | 12136 |
| Total Région | 901 | 112.218 | 40.473 | 28.454 |
| Région / Maroc | 11,6 % | 19,6 % | 10,3 % | 24,6 % |

A partir du tableau susmentionné, on peut signaler les remarques suivantes :

- La plus grande part des établissements industriels est installée à Tanger et à Tétouan avec une forte main-d'œuvre employée à Tanger.
- L'essentiel de la production et des exportations provient des territoires de Tanger-Asilah et de Fahs-Anjra. Ce dernier prend de l'ampleur dans le schéma industriel de la région avec l'installation de l'usine de Renault.
- L'industrie agroalimentaire se caractérise dans la région par la taille moyenne des unités et sa forte orientation vers le marché local.
- L'industrie du textile et du cuir est fortement consommatrice en main d'œuvre. Elle a mobilisé 43 % des emplois permanents dans les dernières années.
- Les industries électriques et électroniques ont contribué à près du quart du chiffre d'affaires réalisé.

- Les industries métalliques et mécaniques concentrent 21% des établissements pour un chiffre d'affaires de 14.72 MMDH et réalisent 42,6 % du volume d'exportations.
- Les industries chimiques et para-chimiques concentrent 25.8 % des établissements industriels de la région.
- Le développement de l'industrie aéronautique faisant partie des métiers mondiaux du Maroc, est perçu comme l'une des priorités. Le développement de l'activité dans la région a été porté par des filiales de sociétés étrangères qui se sont implantées dans le site de Tanger Free Zone
- L'absence d'agropole à Larache et à Ouezzane malgré le potentiel important notamment en fruits rouges et en olives.

La répartition des investissements par secteur d'activité au sein de la région et comme suit :(Ministère du Commerce et de l'Industrie 2014)

| Secteur d'activité | pourcentage |
|------------------------------|-------------|
| Chimie et parachimie | 26% |
| Textiles et cuir | 25% |
| Agroalimentaire | 25% |
| Métalliques et Mécanique | 20% |
| Electriques et Electroniques | 4% |

Les potentialités industrielles énormes et diversifiées ont classé la région de Tanger- Tétouan- Al Hoceima dans la troisième position sur le plan national comme elles ont favorisé la consolidation et le développement des écosystèmes industriels principaux suivants : l'écosystème de l'automobile, l'écosystème du tissage et confection et l'écosystème de l'agro-industrie.

L'écosystème de l'automobile s'est instauré et développé avec l'implantation de l'unité de Renault à Malloussa à Tanger. Il a créé toute une sphère des industries entour à savoir le câblage, la pneumatique, les pièces de rechanges et autres. Cet écosystème créé un nombre important des emplois et de services (transport, logistique, Port Med...) et il est appelé à un nouveau développement avec l'implantation d'autres maisons de voitures.

L'écosystème du tissage et confection centralisée à Tanger avec des dizaines d'unités employant des milliers de main d'ouvres, et avec l'existence de certaines unités dans la zone industrielles et la ville de Tétouan. La majorité des unités sont liées à des sous-traitances de certaines marques internationales (Zara...). Cet écosystème a fait appel à d'autres industries pour répondre à ses besoins à savoir le matériel de confection, les boutons etc...et aussi à d'autres services (transport, entretien du matériel, logistique,...). Cet écosystème est considéré comme le premier employeur sur le plan régional.

Vu les potentialités importantes de la région en matière de produits agricoles et d'olives sur le plan des Provinces de Larache et d'Ouazzane et de la pêche maritime régionale, l'écosystème de l'agro-industrie compte des dizaines d'unités, la majorité sont installées dans les provinces de Larache et Ouazzane et le reste éparpillé dans région à Tétouan, à Al Hoceima etc....Cet écosystème fait appel aussi à d'autres industries le cas des emballages, de conditionnement...

2- L'écosystème Agricole dans la région TTA

Le secteur agricole occupe une place importante dans l'économie de la région de Tanger-Tétouan- Al Hoceima suite à l'importance de la superficie cultivée, à la proportion considérable d'emplois ruraux(77,8% de la population active occupée rurale en 2016), à l'approvisionnement des unités agroindustrielles. Aussi, La région bénéficie de plusieurs conditions favorables au

développement des activités agricoles à savoir le potentiel hydrique et forestier, pluviométrie, l'irrigation etc.

Les principaux intervenants dans le domaine agricole régional sont deux acteurs principaux : (Direction régionale de l'agriculture 2016) L'Office Régional de Mise en Valeur Agricole du Loukkos (ORMVAL) dont le territoire de commandement est la zone de Loukkos qui s'étend sur une superficie de 2 560 km² dont 1 780 km² (69,5%) relèvent de la province de Larache et les Directions Provinciales de l'Agriculture (DPA qui couvrent plus de 80% de la superficie régionale. Leur zone s'étend sur les préfectures de Tanger-Assilah et de M'diq-Fnideq, les provinces d'Al Hoceïma, Chefchaouen, Fahs Anjra, Ouezzane et Tétouan, en plus de 5 communes rurales du cercle de Larache (province de Larache). Les DPA disposent d'un ensemble de structures d'encadrement des exploitants agricoles installés dans leur zone d'intervention

Dans la région Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, la superficie agricole utile (SAU) s'étend, en 2016, sur 722 441 ha environ, représentant ainsi 42% du territoire régional et 11% de la surface agricole utile du pays. La province d'Al Hoceïma, avec 24% de la SAU régionale, occupe la première place en superficie agricole utile dans la région, suivie par les provinces d'Ouezzane avec 22% et Larache (20%).

Le nombre des coopératives agricoles dans la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma est passé de 325 en 2009 à environ 1.300 en 2019, soit une moyenne de 120 nouvelles coopératives par an. Selon des données de la direction régionale de l'Agriculture de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, cette évolution est principalement due à la dynamique qu'a connue le secteur des coopératives au sein de la région depuis le lancement du Plan Maroc Vert en 2009. Le Plan agricole régional de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma a également contribué à promouvoir le secteur des coopératives au sein de la région, et ce en lui accordant une grande importance, tout en veillant à l'accompagnement des jeunes agriculteurs entrepreneurs.

Indicateurs économiques des principales filières agricoles (Agence de développement agricole 2016)

| Indicateurs économiques | Productions végétales | Productions animales | Total |
|----------------------------------|-----------------------|----------------------|--------|
| Chiffre d'affaires (Millions DH) | 6 804 | 2 485 | 9 289 |
| Valeur ajoutée (Millions DH) | 4 085 | 1 022 | 5 107 |
| Emplois en 1000 j/t | 25 289 | 9 738 | 35 027 |

Les productions végétales dans la région Tanger-Tétouan-Al Hoceïma sont notamment les céréales (blé tendre, blé dur, orge...) les légumineuses (fève, petit pois, pois-chiche, lentille), les fourrages (luzerne, bersim, avoine et vesce), les cultures maraîchères (pomme de terre, tomate, oignon, fève en vert), l'arboriculture (olivier, amandier et le figuier), les cultures industrielles (notamment sucrières) et oléagineuses et l'horticulture (principalement à Larache).

Les cultures industrielles concernent essentiellement la canne à sucre, la betterave à sucre ainsi que les cultures oléagineuses. Le périmètre du Loukkos (zone relevant de la province de Larache) constitue l'une des principales zones de production des cultures sucrières au Maroc. Il a l'avantage de produire à la fois la betterave en bour et en sol irrigué et la canne à sucre en zone

irriguée. Elles occupent en moyenne respectivement environ 5.000 ha et 4.200 ha, soit l'équivalent de 10 % de la superficie betteravière nationale et 20% des plantations de la canne à sucre du pays.

Le secteur agricole de la région bénéficie de la stratégie Plan Maroc Vert qui est articulée autour d'une approche globale qui couvre l'ensemble des acteurs de l'agriculture et repose sur deux piliers majeurs : l'agriculture moderne et l'agriculture solidaire. Les objectifs du PMV ambitionne d'ériger le secteur agricole en véritable levier du développement socio-économique afin d'accélérer la croissance, de réduire la pauvreté et d'assurer la durabilité à long terme de l'agriculture en vue de consolider son intégration aux marchés national et international par le biais de :

- Faire de l'agriculture le principal levier de croissance sur les 10 - 15 prochaines années.
- Adopter l'agrégation comme modèle d'organisation de l'agriculture.
- Assurer le développement de l'agriculture dans son ensemble sans exclusion.
- Promotion de l'investissement privé.
- Adopter une approche contractuelle pour réaliser le Plan Maroc Vert.
- Pérenniser le développement de l'agriculture.
- Préparer la refonte du cadre sectoriel

L'Articulation opérationnelle du Plan Maroc Vert repose sur une approche globale intégrant l'ensemble des acteurs opérant dans le secteur agricole dans un cadre contractuel à tous les niveaux (interprofessions, régions et opérateurs économiques) et reposant sur deux piliers: le premier concerne l'agriculture moderne et à forte valeur ajoutée dont l'objectif est de consolider et de développer une agriculture performante, adaptée aux règles du marché, grâce à une nouvelle vague d'investissements privés, organisés autour de nouveaux modèles d'agrégation équitables. Et le second pilier concerne l'agriculture solidaire et intégrée en développant une approche orientée vers la lutte contre la pauvreté, en augmentant significativement le revenu agricole des petits exploitants, notamment dans les zones fragiles

Les potentialités importantes de la région en matière de produits agricoles surtout avec l'appui du Plan Maroc Vert ont développé l'écosystème agricole. Cet écosystème est à mi-chemin entre le secteur industriel en terme d'approvisionnement en matières premières et le secteur commercial et surtout pour les marchés de gros en terme d'approvisionnement aussi. Il emploie un nombre important de la main d'œuvre surtout au niveau rural. Comme il fait appel aux autres différents produits et services à savoir les machines, le transport...

3- L'écosystème de l'artisanat et produits de terroirs

a- L'Artisanat

La région Tanger-Tétouan-Al Hoceima est très riche en produits de l'artisanat et de terroirs qui racontent son histoire et rappellent son passé. Elle tient une place particulière dans la dynamique nationale de développement de l'artisanat : elle constitue le quatrième pôle artisanal du Royaume en termes de chiffre d'affaires et d'emploi. Le caractère rural d'une partie des artisans et les modes de production traditionnels lui confèrent également un fort enjeu social.

Le Département de l'Artisanat, en concertation avec les Parties prenantes, a lancé le Plan de Développement Régional de l'Artisanat (PDRA) pour la région. Ce plan matérialise la stratégie de développement de l'Artisanat dans la région, et les engagements pris par les différentes parties.

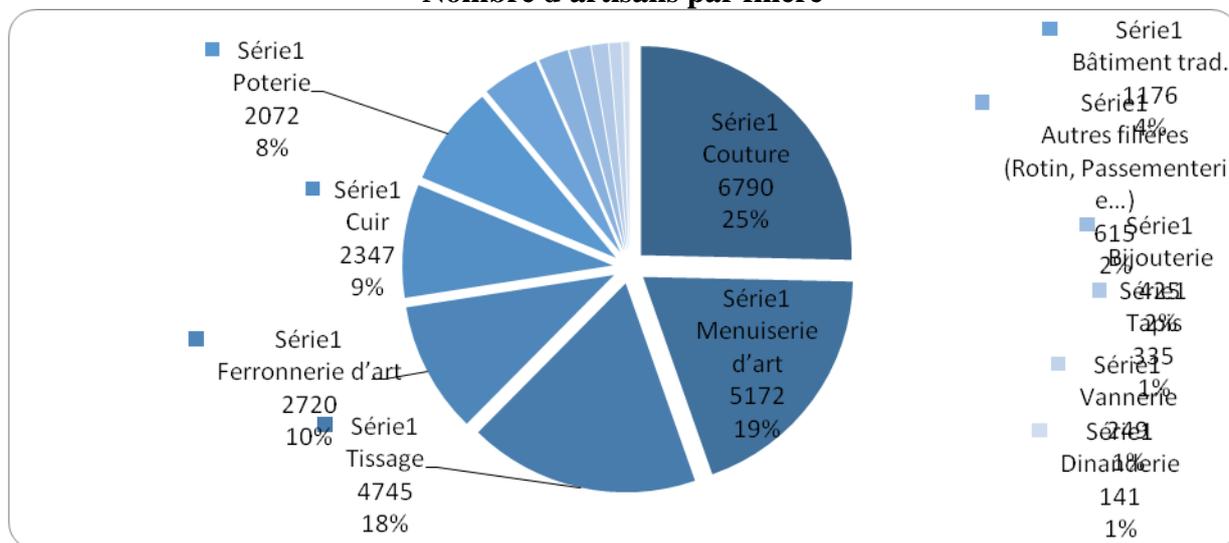
Sur le plan de l'offre artisanale qui est positionnée majoritairement bas et moyen de gamme, et en termes de production ou de commercialisation, la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima comprend deux principaux groupes économiques :

- Un artisanat urbain et proche du littoral qui s'adresse à un marché touristique non ciblé mais en développement ;
- Un artisanat rural produisant essentiellement des objets à caractère utilitaire pour un marché de proximité : tissage et poterie, et dont les producteurs ont peu de contacts directs avec les consommateurs finaux.

L'offre des produits d'artisanat de la région manque d'authenticité et souffre d'une pauvreté du design. Les produits de la région se limitent à des produits utilitaires destinés à la consommation locale. Ils n'offrent qu'une faible valeur ajoutée à des produits peu attractifs. Mais quelques atouts se dégagent certaines filières liées au bâtiment et à la décoration se démarquent et présentent un réel potentiel de développement : la menuiserie d'art, la ferronnerie d'art, le rotin ou le zellige peuvent prétendre accéder aux marchés prometteurs que représentent les projets touristiques et immobiliers en cours. Elles nécessitent néanmoins des efforts pour répondre aux attentes de ces marchés, notamment en termes de volumes de production. D'autres filières, comme le tissage d'Ouezzane, la couverture de Chefchaouen et la poterie d'OuedLaou bénéficient de spécificités régionales qu'il conviendra de valoriser. Aussi, une dizaine d'entreprises proposent des produits de qualité pouvant bénéficier d'un positionnement moyen à haut de gamme.

Sur le plan des acteurs, la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima compte à peu près de 27 000 artisans représentant les 13 principales filières de l'artisanat de la région : (Direction régionale de l'artisanat 2014)

Nombre d'artisans par filière



Nombre d'artisans par filière

| Filières | Total | % |
|-------------------------|--------------|-----------|
| Couture | 6 790 | 25 |
| Menuiserie d'art | 5 172 | 19 |

| | | |
|--|---------------|------------|
| Tissage | 4 745 | 18 |
| Ferronnerie d'art | 2 720 | 10 |
| Cuir | 2 347 | 9 |
| Poterie | 2 072 | 8 |
| Bâtiment trad. | 1 176 | 4 |
| Autres filières (Rotin, Passementerie...) | 615 | 2 |
| Bijouterie | 425 | 2 |
| Tapis | 335 | 1 |
| Vannerie | 249 | 1 |
| Dinanderie | 141 | 1 |
| Total | 26 787 | 100 |

L'artisanat de la région est essentiellement composé de mono artisans (95%) représentant la majorité des artisans, ils exercent tous les métiers, avec une prédominance pour les métiers du textile (tissage et couture) et des métaux (fer forgé et dinanderie), mais il existe aussi quelques PME et des coopératives qui seront détaillées ultérieurement.

Sur le plan des marchés potentiels quatre grands marchés représentent des débouchés potentiels pour l'artisanat de la région à savoir :

- La clientèle locale, qui recherche essentiellement des produits utilitaires.
- La clientèle touristique : conséquente en raison de la forte attractivité de la région, notamment durant la période estivale, mais ne se traduit pas par une demande pour les produits d'artisanat de la Région. L'inaccessibilité des espaces de commercialisation et le faible intérêt exprimé pour les productions régionales expliquent cette situation.
- Le marché B2B : l'offre actuelle de l'artisanat de la Région ne permet pas de répondre aux exigences de ce marché, en raison d'un niveau de qualité trop faible et de volumes de production insuffisants.
- Le marché export : ce marché est difficilement accessible pour la production artisanale de la région en raison du faible niveau de qualité et de l'insuffisance des volumes de production.

b- Les produits de terroirs.

La diversité culturelle transmise à travers les générations et la grande richesse en biodiversité reflétée par la multitude des écosystèmes écologiques, ont fait de la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima une vitrine riche en produits de terroirs. Pour cela, La région se caractérise par un potentiel important en termes de produits de terroir notamment les figues, miel et fromage de chèvre ainsi que le potentiel oléicole. Aussi, au sein de la région, il existe un centre régional pour la valorisation des plantes aromatiques et médicinales qui est planifié, en vertu d'une convention signée entre le Conseil régional et l'Université Abdelmalek Essaâdi

La Région Tanger-Tétouan-Al Hoceima abrite donc une richesse et une diversité importante en matière de produits de terroir et de plantes aromatiques et médicinales à savoir : (PDR région Tanger-Tétouan-Al Hoceima 2017)

• Huile d'olive

□ Terroir de production : L'olivier se trouve essentiellement dans les zones montagneuses et semi montagneuses d'Ouezzane, de Chefchaouen (45 000 ha), de Tétouan (10 125 ha) et de Larache (2500 ha).

□ Spécificités :

- Le caractère montagneux de la zone et le système Bour attribuent à l'huile d'olive des caractéristiques organoleptiques spécifiques
- L'huile d'olive tient une place importante dans les habitudes alimentaires et en médecine traditionnelle de la région

• Amande

□ Terroir de production : L'amandier est produit au niveau de l'ensemble des Communes de la Province d'Al Hoceima. La superficie plantée s'élève à environ 25 000 Ha. La production annuelle d'amandes dans la Province d'Al Hoceima est d'environ 800 tonnes commercialisée principalement au niveau des souks locaux de la province durant presque toute l'année

□ Spécificités :

- Les amandes de la Province d'Al Hoceima possèdent un goût typique
- Les amanderaies de la Province d'Al Hoceima sont conduites en extensif et en zones pluviales
- La culture de l'amandier ne bénéficie ni d'apport d'engrais ni de traitement phytosanitaires. Elle est considérée comme étant une culture biologique

• Figue d'Ouezzane

□ Terroir de production : L'aire géographique, dans laquelle on trouve le figuier est située dans la zone d'Ouezzane. Il s'étend sur une superficie de 1000 ha avec une production annuelle estimée à 500 T.

□ Spécificités :

- La zone d'Ouezzane est connue pour les qualités gustatives de ses figues locales (Rhouddane et Bayda).
- Le figuier se développe bien dans des zones à faible hygrométrie et à fort ensoleillement avec des étés chauds et secs. Il résiste bien à la chaleur et aux terrains arides et pauvres, et se bouture facilement.
- La variété Rhouddane a comme particularité de ne pas avoir besoin de pollinisateur, ce qui n'est pas le cas pour toutes les autres variétés. C'est un arbre rentable qui peut fournir deux récoltes par an.

• Figue de barbarie Dellahia

□ Terroir de production : La figue de barbarie Dellahia est présente dans plusieurs communes de la province d'Al Hoceima (BniGmilMeksouline (350 ha), BniBoufrah (350 ha), BniGmilMstassa (150 ha) et Senada (50 ha)), sur une superficie globale de 900 Ha dont environ 200 Ha considéré comme culture spontanée. La production annuelle est estimée à 4000 T avec un rendement moyen de 12 T/Ha. Cette production est réservée essentiellement à l'autoconsommation. La commercialisation concerne environ 30% de la production et s'opère principalement au niveau local.

□ Spécificités : C'est une variété adaptée aux conditions pédoclimatiques des zones montagneuses d'Al Hoceima et présentant une grande résistance aux températures extrêmes avec de faibles exigences édaphiques. Le climat et le terroir de la région lui confèrent ses caractéristiques organoleptiques.

• Samet (sirop de raisin)

□ Terroir de production : Le sirop de raisins Samet est principalement produit au niveau du Douar Maakacha à 20 km de Bab Taza

□ Spécificités : Le Samet est un sirop de raisins obtenu à partir d'un savoir-faire ancestral réalisé à la main. Il est présent dans la province de Chefchaouen au moins depuis le 16ème Siècle. C'est un produit des régions anciennement viticoles de Bab Taza et Mokrisset.

• Miel

□ Terroir de production : Le miel est produit au niveau de l'ensemble de la région. Au niveau de la province d'Al Hoceima, la production annuelle de miel est estimée à 100 tonnes. Cette quantité est produite par un parc de ruches composé de plus de 10 000 ruches dont 95% sont modernes

□ Spécificités :

- L'apiculture est une activité ancestrale dans la région avec un savoir-faire reconnu.

- La région est très riche en plantes aromatiques et médicinales mellifères qui sont exploitées par les apiculteurs.

Elle est très connue pour son miel d'arbousier particulièrement au niveau de Chefchaouen et pour son miel de bruyère produit dans la Province de Larache. Al Hoceima possède des ressources mellifères variées et réputées dans tout le pays, notamment l'Organumelongatum fournissant le miel de Thym (Ziitra) connu sous le nom de « Zouy ».

- La commercialisation des miels en milieu rural s'effectue essentiellement par vente directe. En milieu urbain, les ventes se font au souk et dans les grandes surfaces.

• Petits pois d'Ait Kamra

□ Terroir de production : Le terroir de production du petit pois s'étend sur les communes d'Ait Karma, Izemmouren et Ben Abdellah (Province d'Al Hoceima). La culture y est pratiquée depuis longtemps sur une superficie globale de 1000 ha avec une production annuelle de 50 tonnes.

□ Spécificités :

- Le petit pois d'Ait Kamra est une légumineuse alimentaire qui trouve sa spécificité dans sa texture douce et son goût typique très sucré. Sa notoriété est consolidée par le fait que la totalité de la production, en moyenne 50 tonnes annuellement, s'écoule très rapidement.

- La récolte s'échelonne de mi-février au mois d'avril en fonction des dates de semis

• Olive de table

□ Terroir de production : Les olives de table préparées traditionnellement sont tenues des oliveraies présentes dans toute la région d'Ouezzane. Ces oliveraies comptent environ 34 500 pieds permettant une production annuelle de 517,5 T.

□ Spécificités :

- Les olives sont majoritairement de la variété picholine marocaine. Le produit peut être considéré comme quasiment biologique, car les olives proviennent généralement d'arbres non traités et n'utilisent que très peu d'engrais chimique.

- Les olives de tables relèvent d'un savoir-faire local très ancien qui permet de transformer les olives amères en olives de table de manière naturelle.

• Orange Zghiri

□ Terroir de production : L'aire géographique, dans laquelle on trouve l'oranger doux, est située dans la zone d'Ouezzane, notamment au niveau de Teroual, Zghira et Ahmed Cherif. L'oranger occupe une superficie de 90 Ha avec une production annuelle de 680 T.

□ Spécificités :

- Les oranges Zghiri sont petites, très parfumées, juteuses et sucrées, et sont spécifiques à la zone d'Ouezzane en particulier.

• Plantes aromatiques et médicinales

□ Terroir de production : Les plantes aromatiques et médicinales se trouvent dans toutes les zones forestières de la région ainsi que sur certaines parcelles des Organisations Professionnelles Apicoles. Elles se trouvent aussi dans les forêts du Rif, notamment au niveau des forêts de la Commune rurale de Targuiste.

□ Spécificités :

- Les plantes de la région sont connues chez tous les opérateurs du domaine au niveau national et même chez certaines populations grâce à leurs typicités. Certaines même sont endémiques. Au niveau de la région d'Al Hoceima, il existe une espèce sauvage mellifère prédominante, dans la Commune Rurale de Targuiste : le Thym de Targuiste. Cette espèce est endémique au Maroc et n'existe que dans cette région.

- Les plantes aromatiques et médicinales rentrent dans les recettes culinaires des populations. Elles sont source de revenu et de remèdes. La commercialisation se fait sous forme de plantes séchées, d'huiles essentielles et d'eau florale. La plus grande partie est vendue aux intermédiaires ou exportée.

En plus des produits de terroirs susmentionnés, la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma possède d'autres produits de terroirs de l'artisanat, certains d'entre eux seront présentés dans le cadre des potentialités de la province de Chefchaouen à savoir les produits de poterie, les produits de tissage (mandil) et autres...

c- L'Économie sociale et solidaire

Au sein de l'économie sociale, le secteur coopératif a connu un développement précoce et un choix stratégique pour le Maroc et pour la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, afin d'assurer une mobilisation pour la modernisation et un développement des secteurs traditionnels, notamment l'agriculture et l'artisanat.

Après le lancement en Mai 2005 de l'Initiative Nationale de Développement Humain (INDH), et la mise en œuvre d'un ensemble de stratégies sur le plan national le cas du Plan Maroc Vert et autres stratégies sectorielles, le secteur coopératif ne cesse s'accroître. Dans ce cadre, la région compte environ (Données ODCO2017)

1650 coopératives en 2016 en occupant la deuxième position sur le plan national, avec 2% de la population active de la région et l'existence de 54 projets générateurs de revenus AGR dont les bénéficiaires directs sont de 5 707 Bénéficiaires.

Le nombre des coopératives de la région connaît une prédominance du secteur agricole avec 72%, suivi du secteur de l'artisanat 19%, le reste est distribué entre : Art et Culture ; Eau et Forêts ; Habitat ; Tourisme ; Exploitation des carrières ; Services ; Transport... l'ensemble des coopératives représentent 30 filières différentes dans les 9 secteurs d'activité susmentionnés.

Les coopératives agricoles de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma passent donc de 325 en 2009 à environ 1.300 en 2019, Avec une moyenne de 120 nouvelles coopératives par année, le nombre des coopératives agricoles dans la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma n'a cessé d'augmenter. Cette croissance s'explique par la dynamique qu'a connue le secteur des coopératives au sein de la région du au lancement du Plan Maroc Vert et au Plan agricole régional de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma qui a participé à la promotion de ce secteur.

- **La répartition des coopératives par province dans la région est comme suit :** (Données ODCO2017)

| Province | Nombre | Pourcentage |
|-----------------------|---------------|--------------------|
| Larache | 579 | 35,1% |
| Ouezzane | 250 | 15,2% |
| Al Hoceïma | 247 | 15,0% |
| Chefchaouen | 240 | 14,5% |
| Tanger assilah | 158 | 9,6% |
| Tétouan | 135 | 8,2% |
| FahsAnjra | 28 | 1,7% |
| M'diqFnideq | 13 | 0,8% |

| | | |
|--|--|--|
| | | |
|--|--|--|

- Répartition des AGR par secteur dans la région TTAH est comme suit :

| Secteur d'activité | Pourcentage |
|----------------------------|--------------|
| Agriculture | 29,0% |
| Services | 18,0% |
| Pêche artisanale | 15,0% |
| Artisanat | 12,0% |
| Tourisme | 10,0% |
| Environnement | 9,0% |
| Forêts | 4,0% |
| Culture et jeunesse | 3,0% |

Au sein de la région, Un Plan de développement régional de l'économie sociale a été élaboré sur un horizon de 5 ans avec un budget de 95,2 millions de dirhams pour la création de 2500 emplois, augmenter les revenus des bénéficiaires de 30% et créer 200 nouvelles AGR.

L'écosystème de l'artisanat et de produits de terroirs et parmi les écosystèmes primordiales des provinces les plus défavorisées dans la région le cas de Chefchaouen, Ouazzane, Al Hoceima... Cet écosystème valorise les produits de terroirs de la région, il crée des richesses locales, comme il développe le partenariat entre plusieurs coopératives et AGR dans la région. Cet écosystème représente aussi le noyau dur de l'économie sociale et solidaire dans la région. Une présentation détaillée sera faite ultérieurement sur la base de l'expérience de la province de Chefchaouen.

4- L'écosystème touristique

Le tourisme est considéré parmi les secteurs clés participant au développement économique de la Région, et ce du fait de sa situation géographique privilégiée et de ses atouts autant naturels, paysagers que de sa proximité de l'Europe.

Durant ces cinq dernières années, ce secteur a enregistré une nette amélioration en nombre d'arrivés, de nuitées et d'infrastructures d'hébergement. Cette évolution est expliquée en grande partie par la mise en valeur des atouts suivants, dont dispose la région :

- Un littoral qui lui permet le développement du tourisme balnéaire sur 447 Km entre deux côtes : littoral Atlantique (sport glisse, surf) et littoral Méditerranéen (voile, sports nautiques).
- Un écosystème riche et diversifié : lié aux conditions naturelles et écologiques de la région qui recèle d'opportunités immenses (parcs naturels ; montagnes du Rif...) pour le développement de l'écotourisme.
- D'importants médinas et sites historiques et culturels lui permettant de développer un tourisme culturel grâce aux différents passages de civilisations diverses (7 médinas, grottes d'Hercule, la Cité Gotta, les tombeaux romains, le site de Lixus, etc.).
- Une montagne et un littoral bordé par les flancs de la chaîne du Rif et ponctué de plages et de criques (dont la plus panoramique est la baie d'Al Hoceima), ont tendance à conférer à la région une vocation touristique de premier ordre. En effet, le maillage de ces milieux, offre une diversité du paysage et une richesse écologique et biologique permettant à la région de devenir un pôle touristique important à l'échelle nationale.

Les indicateurs clés du secteur touristique régional peuvent énoncés ainsi : (Données Ministère du Tourisme 2016)

- Dominance des hôtels de 1, 2 et 3 étoile dans la région
- La part des hôtels 5 étoiles dans la région est 2 fois moins importante à Tanger Tétouan-Al Hoceima qu'à Marrakech-Safi (13%).
- la Région à cheval sur deux territoires touristiques : Cap Nord et Maroc Méditerranée.
- Le nouveau découpage introduisant Al Hoceima dans le périmètre de l'ancienne région Tanger - Tétouan, a engendré un enrichissement considérable du potentiel touristique : Nouvelle destination méditerranéenne « Balnéaire et Loisirs » qui induit un renforcement du potentiel balnéaire et de l'offre nature de la région.
- La région se positionne aussi autour des produits culturels des villes et le développement du produit Nature dans les arrières pays visant par la valorisation de l'identité culturelle des médinas et l'exploitation de son potentiel touristique et aussi par le développement durable des territoires ruraux à travers l'expansion du tourisme de nature.
- L'infrastructure hôtelière de la région, est constituée de 156 établissements hôteliers classés (7% du total national) de 15.665 lits (9% du total national) assurant 9% de l'offre national en termes de chambres (7.716 chambres). Les hôtels classés de 5 étoiles représente 10% de l'infrastructure hôtelière classée alors que ceux de 4 étoiles en représentent 31%.

Capacité des établissements classés dans la région Tanger-Tétouan-Al-Hoceima(Données Ministère du Tourisme 2016)

| Province/préfecture | Lits | Chambres | Etablissements |
|---------------------|-------|----------|----------------|
| Tanger - Assilah | 8 708 | 4 216 | 70 |
| Tétouan /MdiqFnideq | 4 700 | 2 388 | 36 |
| Al Hoceima | 1 049 | 508 | 19 |

| | | | |
|--------------------|-----|-----|----|
| Chefchaouen | 830 | 415 | 25 |
| Larache | 378 | 189 | 6 |

Le plan de développement touristique de la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima a pour objectifs à horizon 2020 de réaliser ce qui suit :

- 0,9 million d'arrivées de touristes (contre 450.000 en 2010)
- Création de 23.000 emplois directs
- Capacité litière additionnelle de 17.800 lits pour atteindre 27.300 lits (hôteliers et assimilés)
- 6.070 millions de DH de recettes touristiques (contre 2.290 MDH en 2010).
- La création d'une offre d'animation totalement intégrée et de niveau international : centres sportifs, cité des loisirs, centre balnéo-ludique, etc.
- La réorientation de Cala Iris en direction du développement durable et de l'authenticité (réaménagement du port de pêche) et son enrichissement par de nombreuses animations (activités sportives de niche).
- La proposition d'une offre éco-tourisme avec hébergement traditionnel et durable.

L'écosystème touristique est parmi les écosystèmes économiques ayant un horizon lumineux à cause de l'existence de beaucoup de potentialités dans le domaine de l'écotourisme et le tourisme dans l'arrière-pays c'est le cas de la province de Chefchaouen et d'autres Communes de la région. Cet écosystème fait agir plusieurs domaines à savoir le transport (interne : Taxis, Interurbain : Taxis, Train... International : aérien et maritime...), l'artisanat et produits de terroirs, la restauration et services divers, le commerce etc... et il représente une niche d'emploi de la main d'œuvre locale.

5- L'écosystème de pêche maritime

La région Tanger- Tétouan-Al Hoceima dispose d'un littoral d'une longueur de 447 kms sur deux façades maritimes océanique et méditerranéenne qui lui confère une situation géographique favorable pour l'expansion du secteur de la pêche maritime. Celui-ci contribue à hauteur de 11% à la valeur commercialisée nationale et représente une activité d'appoint non négligeable (soit 2% du PIB), notamment grâce à sa contribution dans la mobilisation d'une importante main d'œuvre principalement au niveau des communes rurales côtières où l'agriculture n'est pas un secteur florissant.

Le secteur de pêche (Données Ministère de l'agriculture et pêche maritime 2015) emploie environ 16.100 personnes dans la Région, dont la plus grande partie est active dans les ports de Tanger, Al Hoceima, M'diq et Larache. Toutefois, ce secteur demeure artisanal et sous équipé, il ne représente que 4% en quantité et 7% en valeur par rapport à la production nationale.

Les indicateurs clés du secteur de pêche dans la région sont comme suit :

- Valeur commercialisée 700,6 Millions de Dhs soit 10,6% De la valeur commercialisée nationale.
- La production du secteur est de 43,789 Millions de tonnes soit 3,4% Du poids national.

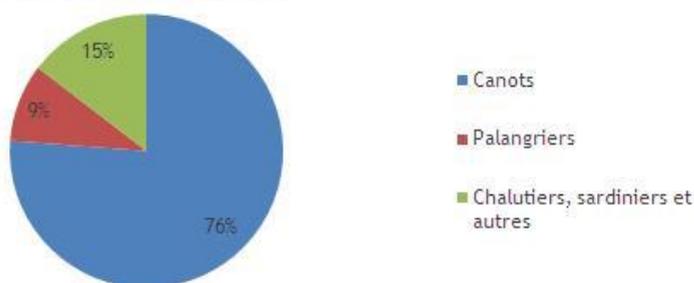
- La flotte dans la région compte 3 879 unités et le nombre d'emplois actifs dans le secteur est de 16 819 Emplois.
- Il y a plus de 2000 canots de pêche dans la région TTAH contre 47 000 au niveau national soit 4,2% du total national.
- Le port de Larache vient en tête avec une production de 18.507 tonnes, générant une valeur de 161milliards de DH.

Répartition des types de pêche au niveau de la région. (Données Ministère de l'agriculture et pêche maritime 2015)

| Type de pêche | pourcentage | Nombre de flottes |
|------------------|-------------|-------------------|
| Pêche Haute Mer | 1% | 24 |
| Pêche littoral | 17% | 647 |
| Pêche artisanale | 83% | 3 208 |

Répartition de la flotte de pêche au niveau de la région

Répartition de la flotte de pêche



L'écosystème de pêche maritime approvisionne à la fois les marchés locaux en poissons frais et l'industrie agro-alimentaire. Il développe des petits industries de filets, de glaçons, de moteurs de canots et d'entretien de bateaux... Comme il représente une ressource primordiale pour les habitants des communes côtières de la région en matières d'emploi et de richesses...

6- L'écosystème commercial de la RTTA

Avec le développement à la fois de l'industrie et des infrastructures de la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima liées au transport, routes, logistiques etc... et avec la multiplication des grandes surfaces et boutiques de marques, marchés de gros, marchés communaux et marchés de proximité, les kaissariats, les souks ruraux et aussi avec Ledéveloppement des unités de vente de proximité sur les plans urbain et rural, le commerce constitue une des principales activités de l'économie de la région.

En effet, il présente une source de revenu non négligeable pour la population de la région. Alors que le commerce moderne, tel le phénomène commercial de galerie ou de centres commerciaux, s'est implanté dans les grands centres urbains en particulier à Tanger et à Tétouan, l'activité commerciale de la région a, cependant, gardé son caractère traditionnel et demeure en majorité pratiquée dans des souks urbains et ruraux. Par ailleurs, l'activité de contrebande, notamment dans les villes de Tétouan et M'DiçFnideq vu leur proximité de la zone franche de Sebta, a permis la création d'une intense activité commerciale parallèle. L'afflux de commerçants attirés par cette situation, donne à la branche du commerce un contour difficile à cerner avec exactitude.

Le secteur du commerce et de la distribution (Données Ministère Du Commerce et d'Industrie 2016) est caractérisé par la prédominance du commerce de proximité qui constitue le principal canal de distribution des biens de consommation. Ces unités commerciales représentent sur le plan national 58% du chiffre d'affaires du secteur, 36% des emplois et 80% des points de vente. Les statistiques de La région Tanger- Tétouan-Al Hoceima sont quasiment inexistantes.

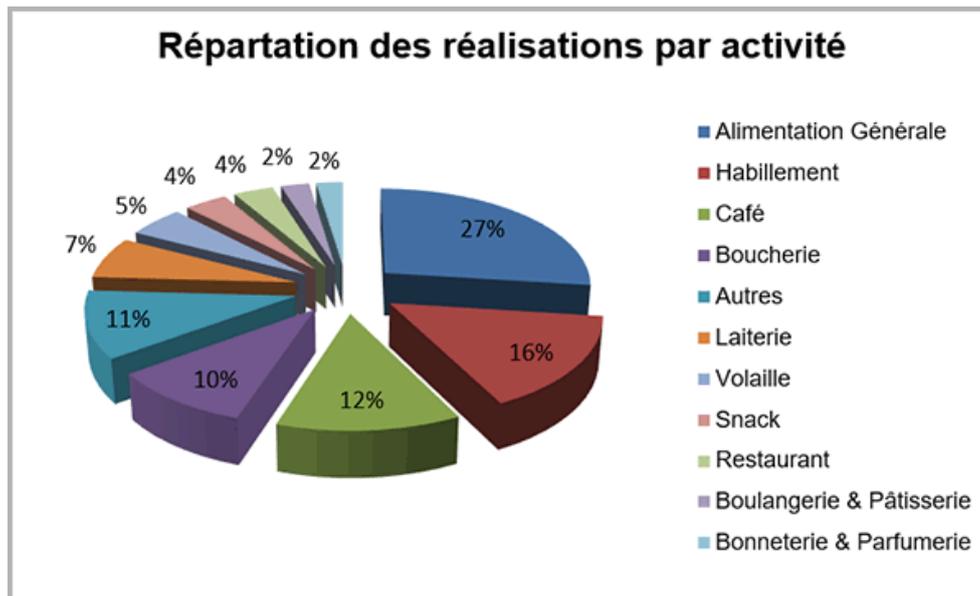
Pour le développement du commerce de proximité, un programme de développement (Programme RAWAJ), a été lancé pour l'amélioration de son modèle commercial à travers l'adoption de nouvelles techniques de vente, le développement d'offres plus attrayantes et une maîtrise des charges de l'activité commerciale.

A cet effet, le Ministère a mené un programme de soutien aux projets de modernisation du commerce de proximité conçus par les intervenants dans le secteur et visant à assurer un niveau de standard qualité, d'hygiène et de sécurité répondant aux attentes et exigences des consommateurs, à améliorer l'attractivité et l'embellissement du point de vente et à développer et renforcer le savoir-faire du commerçant.

Ce programme a contribué au financement de l'expertise du point de vente, l'acquisition et l'installation des équipements nécessaires à la modernisation du local et la formation du commerçant sur les techniques de gestion et de vente et le respect des normes d'hygiène et de sécurité.

Plus de 25.780 commerçants ont bénéficié de ce programme, répartis au niveau des différentes régions du Royaume : (Données Ministère Du Commerce et d'Industrie 2016)

| Région | Nombre de points de vente modernisés |
|---------------------------|--------------------------------------|
| Beni Mellal-Khénifra | 985 |
| Dakhla-Oued-Eddahab | 2224 |
| Darâa-Tafilalet | 1443 |
| Fès-Meknès | 2971 |
| Grand Casablanca-Settat | 3805 |
| Laâyoune-Saguia El Hamra | 2736 |
| Marrakech-Safi | 2377 |
| Oriental | 2647 |
| Rabat-Salé-Kénitra | 2435 |
| Souss-Massa | 1979 |
| Tanger-Tétouan-Al Hoceima | 1762 |
| Guelmim-Oeud Noun | 421 |
| Total | 25 785 |



Enfin, avec l'augmentation de la démographie régionale et de ses besoins, du développement économique et industriel régional irréversible et de la multiplication des infrastructures régionales et surtout celles directement liées au commerce, l'écosystème commercial ne cessera de se développer dans le futur tout en absorbant une tranche importante de la main d'œuvre et en écoulant la production agricole, industrielle et artisanale sur les marchés nationaux et internationaux.

B- Potentialités économiques de la Province de Chefchaouen

La Province de Chefchaouen est située au nord-ouest du pays, sur le massif du pays de Jebala avec une population de (Données RGPH 2014) 456.701 habitants (236.036 hommes et 220.665 femmes), y est majoritairement rurale (87,47%) vivant sur une superficie totale de 3 443 km² avec une densité moyenne de 129 habitants par km². Cette province est limitée au nord-ouest par la province de Tétouan, au nord-est par la Méditerranée sur une longueur de 120 km, à l'est par la province d'Al Hoceima, au sud-est par la province de Taounate, au sud-ouest par la province d'Ouezzane et à l'ouest par la province de Larache.



C'est une province qui relève de la région administrative de Tanger-Tétouan-Al Hoceima. L'organisation administrative de la Province de Chefchaouen est essentiellement à dominante rurale ; elle comprend une commune urbaine (ou municipalité), Chefchaouen rurales, quatre cercles (BabBerred, Bab Taza, Bouahmed et Mokrisset) et 27 communes rurales¹ : BabBerred, Iounane, Tamorot, Bni Ahmed Charkia, Mansoura, Bni Ahmed Gharbia, Oued Malha, Amtar, BniRzine, BniSmih, M'Tioua, Ouauzghane, Bab Taza, Bni Salah, BniDerkoul, BniFaghloom, Fifi, Derdara, Tanaqoub, Laghdir, BniSelmane, Bni Mansour, BniBouzra, Stehat, Tizgane, Tassift et Talambote.

La situation de la province de Chefchaouen donc est marquée par ses atouts socio-économiques de diversification de ses potentialités humaines, naturelles et culturelles, grâce à sa position géographique spécifique, son environnement, sa riche histoire, ses reliefs difficiles, son climat, ses atouts naturels comme le Parc National de Talassemtane et le Parc Naturel de Bouhachem et sa position centrale dans la Réserve de Biosphère Intercontinentale de la Méditerranée (RBIM). Cette situation a favorisé la prédominance du secteur primaire (Agriculture- Forêt – Elevage et Pêche) qui occupe près de 80% de la population active.

En poursuivant la même méthodologie des systèmes économiques comme a été présentée pour la région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima, l'économie de la province de Chefchaouen est marquée par la dominance sur le plan rural des écosystèmes de l'agriculture et forêts, de pêche maritime, de l'artisanat et produits de terroirs, du tourisme rural et du commerce. Les Communes de Derdara et Bab Taza, deux communes rurales de la province faisant partie du territoire de l'étude connaît elles aussi la présence de tous les écosystèmes du monde rural à l'exclusion de l'écosystème de la pêche maritime. Cependant, pour la ville de Chefchaouen la seule ville urbaine de la province, elle connaît la présence des écosystèmes suivants : le tourisme culturel, l'artisanat et produits de terroirs et le commerce.

Le secteur industriel au niveau de la province a été exclu de ces écosystèmes. Il demeure très faible malgré les potentialités importantes dont dispose la Province et qui se rapportent aux moyens humains disponibles ainsi qu'aux ressources naturelles qui peuvent être transformées dans plusieurs

domaines tels ceux des forêts, des plantations fruitières, de la production animale et des minéraux. Actuellement, la Province dispose de d'une zone des activités économiques pour les jeunes promoteurs à l'entrée de la ville de Chefchaouen, d'une unité de filature et de tissage au centre de la ville qui vient de cesser son activité, d'une unité de trituration d'olives au centre de Bni Ahmed Gharbia, de deux unités de trituration d'olive au centre de Bni Ahmed charquia, de deux unités de trituration d'olive au centre de Laghdir, d'une unité de séchage des figues au centre de Bni Ahmed...Donc, l'activité industrielle de la province de Chefchaouen abrite seulement 18 établissements industriels (Données de la Délégation de Commerce et Industrie Tétouan 2016). Ces établissements emploient un total de 196 personnes environ soit une moyenne de 10 employés par établissement, ce qui reflète la petite industrie dans la province. Le chiffre d'affaire généré par ces établissements est très limité, ce qui veut dire que le tissu industriel de la province reste encore à l'état rudimentaire.

a-Province de Chefchaouen : Potentialités économiques du monde rural

Le territoire de la Province de Chefchaouen est presque totalement rural, il englobe les tribus Ghomaris d'une part et la zone Jbala constituant l'arrière-pays comprenant le haut Loukkous et des tribus dont principalement Lakhmas (Oulia et Soufla), Ghezaoua, Beni Mestara, Beni Ahmed. Selon le dernier découpage administratif de 2009, la province de Chefchaouen se compose de 27 communes rurales et une commune urbaine. La projection de la population de la Province de Chefchaouen (Données du Centre d'Etude et de Recherches Démographiques CERED 2019) est comme suit :

| | 2014 | 2020 | 2024 | 2030 |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Province Chefchaouen | 456 701 | 479 932 | 494 172 | 512 768 |
| Rural | 399 302 | 417 691 | 428 935 | 443 817 |
| Urbain | 57 399 | 62 241 | 65 237 | 68 951 |

La distribution de la population de la province selon le sexe est comme suit (Données RGPH 2014) :

| Homme | Femmes | Total |
|--------------|---------------|--------------|
| 236 036 | 220 665 | 456 701 |

La principale ressource des habitants dans le milieu rural de la province de Chefchaouense base sur l'écosystème agricole, qui emploie 85% de la population active. Les autres écosystèmes ont moins d'importance.

1- Ecosystème agricole

Située dans le Rif, chaîne montagneuse du Maroc, la province de Chefchaouen se caractérise par sa topographie accidentée et tourmentée, ce qui défavorise le secteur de l'agriculture au niveau de la province. Cependant, la province dispose d'une pluviométrie importante, mais les sols demeurent peu favorables en plus du faible niveau de mécanisation, d'irrigation, et d'utilisation de semences sélectionnées, contribuant à l'émergence d'une agriculture traditionnelle largement dépendante des aléas climatiques. Le périmètre rural de la province est dominé par l'agriculture céréalière, l'élevage caprin sur les sommets et une arboriculture de figuiers et d'amandiers. N'empêche que d'une autre part, les forêts, ont favorisé le développement de la production forestière.

Concernant les ressources en terre à l'échelle provinciale, la superficie agricole utile (SAU données de la Direction régionale de l'agriculture 2016) s'élève, à 106 676 ha, dont les terres Melk sont les plus dominantes avec 99%. L'irrigation ne concerne que 9 353 ha, traduisant un taux d'irrigation faible de 8,7%. Ainsi, les types de cultures pratiquées dans ces terres concernent les céréales, les légumineuses et les maraichères, alors que les cultures oléagineuses et industrielles sont inexistantes dans la province. Donc, les céréalières représentent la culture la plus prépondérante puisqu'elles occupent une superficie de 23 100 ha, soit 21,6% de la SAU provinciale, et ce, malgré le caractère accidenté du relief. Ces cultures assurent ainsi une production de l'ordre de 210 800 quintaux, traduisant une productivité de 9,1 qx/ha.

Les légumineuses sont cultivées sur 3% de la SAU, soit une superficie de 3 220 ha, occasionnant la production de 13 930 quintaux durant la campagne 2015-2016. Les féveroles et les fèves sont les plus pratiquées puisqu'ils occupent plus des $\frac{3}{4}$ de la superficie consacrée à ce type de culture.

Les cultures maraichères et fourragères De leur part, les cultures maraichères sont cultivées sur une superficie de 180 ha, produisant un total de 17 400 quintaux durant la campagne 2015-16. Quant aux cultures fourragères, elles sont pratiquées sur une superficie de 1 950 ha avec une production de 102 000 quintaux.

Les plantations arboricoles s'étendent sur une superficie de 52 013 ha, produisant 654 930 quintaux de fruits. L'olivier demeure le plus répandu avec 83% des superficies consacrées à ce type de culture, représentant 66% de la production réalisée. Afin de promouvoir l'extension des plantations arboricoles, La campagne 2015-16 a connu la plantation de 1321 nouveaux pieds d'oliviers, 240 nouveaux pieds de figuiers, puis 425 nouveaux pieds de diverses autres espèces.

Pour la production animale eten ce qui concerne le cheptel, son importance est due à l'abondance de la végétation et au caractère accidenté de la zone qui fait que certaines terres ne sont pas cultivables. On dénombre presque toutes les espèces, mais il y a peu de moutons, car le caractère accidenté ne leur convient pas. Ce dernier aspect est à l'origine de la prédominance de la chèvre. La production de viandes rouges est estimée à 1 037,4 tonnes en 2016, dont 70% de viandes bovines, le reste est réparti entre les viandes ovines et les viandes caprines.

Les forêts naturelles couvrent une superficie de 118 957 ha de la province et sont dominées par les feuillues naturelles qui en constituent presque les 2/3 avec 72,2%. Aux forêts naturelles, il faut ajouter 16 119 ha de superficies reboisées jusqu'à 2016. La variété des essences qui les compose et dont les principales sont : le chêne-liège, le sapin, le cèdre et le pin maritime, en plus l'unique massif de sapins « *Abies marocana* » existant dans le continent africain est cantonné dans cette province. La forêt constitue une ressource économique importante pour la population rurale, et elle participe Les programmes de reboisement sont exécutés pour préserver et développer cette richesse économique et écologique et lutter contre la dégradation dont elle fait l'objet (pressions humaine et animale, incendies).La forêt constitue aussi une ressource budgétaire non négligeable au profit des communes rurales concernées. En 2016, presque 6 millions de dirhams ont été générés par l'exploitation forestière au niveau de la province de Chefchaouen.

Comme vous le constater que l'écosystème agricole représente un secteur clé pour l'économie de la province, en termes de main d'œuvre, de ressources pour la population et d'approvisionnement des différents marchés et souks hebdomadaires. En plus de développement de certains services le cas du transport, des crédits....

2- Ecosystème du tourisme rural

La situation avantageée de la province de Chefchaouen, son relief diversifié unissant à la fois, plages, montagnes et forêts constituent des atouts qui la prédisposent à occuper une place favorite en tant que destination touristique orientée vers le tourisme rural, responsable et écologique.

Ce choix est dicté par l'existence de nombreux sites réputés telles que le fameux pont de Dieu à Akchour, la forêt du parc de Talasemtane et la forêt du parc régional de Bouhachem qui couvre 80000 ha et aussid'un littoral méditerranéen (sur 160 km) parcouru de vallées concevant plusieurs sites archéologiques (Targha, Tiguisas, Taghssa , Jebha).De même, la province de Chefchaouen dispose d'infrastructures de transport en mesure d'attirer un grand nombre de touristes telles que la rocade méditerranéenne qui relie le chef-lieu de Chefchaouen aux différentes stations d'estivages de cette même côte dans des conditions plus favorables.

Aussi, en termes d'activités, la province dispose de potentialités touristiques importantes et diversifiées tels que des monuments historiques, de nombreuses plages de sable et de vastes forêts et parc avec une faune et une flore très variées. On y trouve des activités tels que des randonnées à pied et à dos des mulets selon la demande, la dégustation des produits du terroir et de la gastronomie locale, des excursions en forêt, des visites des coopératives d'apiculture, du sel, du couscous, des figes..., des visites de marchés hebdomadaire. Les touristes se voient aussi proposer de faire des stages en agro écologie-permaculture, ou des cours-ateliers de cuisine locale (préparation du pain, de crêpe locales, du couscous et de la bissara...), du yoga et coaching ou encore de la méditation à la nature.

L'hébergement des touristes se fait dans des maisons d'hôtes, des gîtes, des auberges ou partager les habitations de la population rurale à bas prix et delà participer à des programmes de randonnées dans les forêts, parc et aux bords des fleuves et cascades, Le Cas du Pont de Dieu, sur la route vers Akchour. L'animation est assurée par des giteurs ou à travers des ONG partenaires qui prennent en charge diverses actions comme la mise en place d'un atelier de poterie ou de tissage ou autres.

L'écosystème du tourisme rural au niveau de la province de Chefchaouen demeure caractérisé par son aspect saisonnier durant la saison estivale pour les communes côtières et par l'existence limitée de ce secteur dans les autres communes du manque de moyens et d'investissement, de faiblesse des infrastructures de base (réseaux routiers, gites, ...) et de la mentalité de fermeture chez certains membres de la population. Mais, malgré ces points faibles, cet écosystème a pu développer les ventes pour l'artisanat et produits de terroirs, le transport et a représenté des ressources stables pour les exerçant de ce secteur dans les campagnes.

3- Ecosystème de l'artisanat et produit de terroirs

Le secteur de l'artisanat joue, au niveau de la province de Chefchaouen, un rôle primordial tant au niveau social qu'au niveau économique. Ce secteur est très lié au secteur touristique et compte une multitude d'artisans regroupés en coopératives qui exercent les métiers d'art notamment le Textile comme le cas du tissage du mendil surtout dans la région de Targha..., la poterie dans la zone de Oued Laou et entourage, la Ferronnerie et la Menuiserie artisanale surtout au niveau de certains souks hebdomadaires.

Les produits de l'artisanat (la poterie, la menuiserie, la forge traditionnelle, le tissage du mendil, la bijouterie, la confection traditionnelle et le produit cuir) constituent en permanence un grand pourvoyeur d'emplois dans la mesure où ce secteur occupe des effectifs importants d'artisans, de maîtres artisans et d'apprentis, en plus des saisonniers, de ceux qui exercent leurs activités à domicile et des commerçants.

Concernant les produits de terroirs, certaines communes rurales de la province de Chefchaouen produisent du miel surtout dans les zones forestières. Les familles rurales de la région ont chacune quelques ruches pour produire une quantité du miel qui lui suffirait pour sa consommation et soin annuels. Certains apiculteurs produisent le miel exclusivement selon les techniques traditionnelles, les Organisations Professionnelles Apicoles produisent le miel selon les techniques modernes d'élevage et d'extraction ainsi que d'emballage. La zone est très riche en plantes aromatiques et médicinales mellifères qui sont exploitées par les apiculteurs. La province est très connue pour son miel d'arbousier. Le miel a une importance au niveau culturel dans l'alimentation, en particulier pendant le ramadan, et pour ses vertus thérapeutiques (miel de thym et miel d'arbousier).

Au niveau de la province se fait aussi la production de sirop de raisin appelé en arabe dialectal le Sametau Douar Maakacha à 20 km de Bab Taza. Le Samet est obtenu à partir d'un savoir-faire ancestral réalisé à la main. Il est présent dans la province de Chefchaouen au moins depuis le 16ème Siècle. C'est un produit des régions anciennement viticoles de Bab Taza et Mokrisset.

En plus, au sein de la province il existe des plantes aromatiques et médicinales qui rentrent dans les recettes culinaires des populations de la région. Elles sont source de revenu et de remèdes. La commercialisation se fait sous forme de plantes séchées, d'huiles essentielles et d'eau florale. La plus grande partie est vendue aux intermédiaires ou exportée par des coopératives.

Les produits propres de la province d'origine de l'artisanat et des produits de terroirs, donne à cet écosystème une importance primordial surtout en création des postes d'emploi, des revenus pour la population rurale et participe au développement et à la promotion touristique de la région.

4- Ecosystème pêche maritime

La province de Chefchaouen bénéficie de 120 km de la façade maritime environ le long de la côte méditerranéenne qui commence de Kaa-Asras (C.R. de Tizgane) jusqu'au centre de Jebha, dans la commune rurale de M'tioua à la frontière de la Province d'Al Hoceima.

Cette zone économique bénéficie d'un port à Jebha, un village de pêcheurs à Chmaala et de trois points de débarquements aménagés à Amter, Targha et Kaa-Asras. En ce qui concerne la flotte de pêche immatriculée, (Données de la Direction régionale de l'agriculture et pêche maritime 2016) on compte 513 unités, principalement des canots de pêche (458 unités) en plus des sardiniers (38 unités), des chalutiers (10 unités) et des palangriers (7 unités).

La capacité totale de cette flotte est de 916 tonnes et elle mobilise un effectif de 2 100 marins pêcheurs. Au cours de l'année 2016, les débarquements enregistrés par l'Office National des Pêches de Jebha ont atteint 2166 tonnes de poissons pour une valeur d'environ 14,3 millions de dirhams. La valeur du poisson bleu avec sa grande quantité (94,4 % de l'ensemble des débarquements) constitue la majorité de la valeur réalisée.

L'écosystème de pêche maritime, à côté de l'agriculture représentent les principales ressources des communes côtières de la province de Chefchaouen, grâce à la garantie d'un nombre important d'emploi et à l'approvisionnement du marché régional en matière de poissons.

5- Ecosystème commercial

Le secteur du commerce est considéré comme un des principaux supports économiques de la province de Chefchaouen. Il demeure sans conteste l'une des activités les plus florissantes. Il se focalise essentiellement dans les centres urbains et communes ruraux ainsi que dans les souks hebdomadaires qui sont au nombre de 24.

Cette activité est axée principalement sur la vente des produits alimentaires, des matériaux de construction, des articles vestimentaires et ménagers. Ce secteur connaît une période de dynamisme des transactions commerciales au cours de l'été surtout au niveau des communes côtières, générée par une forte demande occasionnée par l'afflux massif de touristes et le retour des MRE originaires de la province.

L'écosystème du commerce dans la province de Chefchaouen présente à la fois des points forts concernant l'écoulement de la production des autres écosystèmes agriculture, artisanat et produits de terroirs et pêche maritime...sur les marchés au niveau local, régional et national. Mais aussi des points faibles puisqu'il reste encore au stade embryonnaire et se limite à quelques unités commerciales de vente des produits.

b-Potentialités économiques du deux communes de Derdara et Bab Taza

Les communes deDerdara et Bab Taza surtout pour les deux douars de Khzana et Magou sont deux communes rurales dans la province de Chefchaouen faisant partie du territoire de notre étude. La Commune de Derdara est à quelques kilomètres de la ville de Chefchaouen, elle compte 11547 Habitants (Données HCP- Recensement 2014), Dont 47.38% de femmes. Elle est située sur une superficie de 920 kilomètres carrés. Tan disque, la Commune de Bab Taza, elle est située à l'est de la province, sur une superficie de 211 Km2 et elle compte 28713 habitants (Données HCP- Recensement 2014), dont 47.38% de femmes. Les écosystèmes dominants des deux communes sont ceux liés à l'agriculture et aux produits de terroirs, au tourisme rural et au commerce.

• **1- Potentialités économiques de la Commune de Derdara**

La population active (15-59 ans)(Données HCP- Recensement 2014), de la Commune atteint 60,3% de la population totale. L'analphabétisme est un élément négatif dans la commune. Il atteint 28,40% pour les hommes et 60,11% pour les femmes. Le chômage des femmes ne dépasse pas 0,44% en tant compte de 1355 femmes au foyer, alors que le taux de chômage des hommes atteint 17,75%. Les écosystèmes existant au sein de la commune sont les suivants :

- **Ecosystème de l'agriculture et produits de terroirs**

La commune de Derdarapossède des potentialités naturelles importantes et variées, elle comprend une vaste superficie forestière représentant 52,36% de la superficie totale de la commune, dans laquelle il existe une couverture végétale variée et originale et une richesse animale abondante est très importante, mais les moyens d'exploiter cette richesse forestière restent faibles et Il ne donne pas la possibilité de faire un bon usage durable de ce potentiel.

Compte tenu du caractère montagneux de la situation géographique de la commune, les terres agricoles représentent 46,74%. Mais, malgré ces énormes potentiels hydriques et forestiers, la structure géologique de la surface de la terre de la commune, les changements causés par l'activité humaine, la rendent constamment exposée à un ensemble de risques naturels, principalement des érosions majeures du sol et des inondations dans les zones plates, sans parler des incendies de forêts qui constituent une menace annuelle pendant la saison de l'été.

Malgré la dépendance de la population à l'agriculture, ce secteur est resté modeste et ne répond pas à tous leurs besoins en raison de plusieurs contraintes objectives liées au manque de terres arables et à une grande faiblesse de l'irrigation de celles-ci, et aussi de la petite taille des exploitations agricoles en plus de la dépendance totale aux méthodes traditionnelles.

La commune a bénéficiée de certains programmes du Plan Maroc Vert exécutés par des associations locales et encadrés par le ministère de l'Agriculture le cas de la plantation d'oliviers dans la région d'Amharshin (250 hectares).

Les indicateurs du secteur agricole dans la commune sont comme suit habitants (Données Direction Régionale d'Agriculture 2015) :

- 4300 ha de terres arables
- 688 ha, terres agricoles arables et irriguées
- 3612 ha de terres agricoles arables et non irriguées
- 95,16% des terres cultivées sont directement exploitées par le propriétaire
- 2,15% des terres agricoles sont louées à des tiers.
- 95% de la production agricole vient des céréales et légumineuses.
- Le rendement moyen est de 8 quintaux par hectare.

La commune de Dardara, dispose de certains produits de terroirs à savoir Le fromage de chèvre qui est l'un produits qui ont déjà reçu son label "AjbaneChefchaouen", et dont l'unité de production installée à Granja dans le territoire de la commune compte parmi les principales unités de production, s'est vu décerner dernièrement la médaille d'or du meilleur produit du terroir, lors d'un concours national. Aussi, au sein de la commune il y a la production d'autres produits le cas du miel, de la viande des caprins beldi, les figues, le mendil....etc.

Malgré les grandes qualifications que possède la commune par sa situation géographique et par ses capacités naturelles, l'agriculture comme écosystème reste liée à autoconsommation et reste ouverte sur les nouvelles techniques et projets du Plan Maroc Vert.

- Ecosystème du tourisme rural

La Commune de Dardara fait partie du Parc Naturel de Bouhachem qui couvre un territoire de 105.470 ha et englobe les six communes rurales situées autour du JbelBouhachem. Ce territoire accueille une biocénose très diversifiée et représentative de la faune(Partridge, lapin,Sanglier...) et la flore rifaine dans des formations forestières parmi les plus belles du Maroc à biodiversité floristique élevée le cas du Zenaie, Toutaïev, Subéraie, Pinède, Cédraie... accompagnées d'un ensemble de plantes aromatiques et médicinales.

La commune comme d'autres territoires du Parc se caractérise aussi par une gastronomie reconnue à travers la diète méditerranéenne comme faisant partie du patrimoine universelle de l'humanité le cas de soupe de fèves (bissara), ainsi par la pratique des cultures agricoles anciennes.

Sur les plans culturel et architecturella commune encourage la mise en valeur de richesses ethnologiques locales pour renforcer le sentiment d'appartenance des populations à leur territoire et réappropriation de leurs racines. Tout en visant aussi la protection et la valorisation du patrimoine archéologique, historique, religieux et paysager qui constitue une richesse contribuant au développement du tourisme rural. Parmi ce patrimoine architectural les villages (douars) comptent des mosquées, des zaouïas et des maisons traditionnelles avec toit de chaume (aujourd'hui remplacé par le toit en zinc à deux ou quatre pentes) et murs constitués de briques élaborées par les habitants (mélange de boue et de paille séché au soleil). La disposition des pièces d'une maison est bien particulière et dessine souvent une cour intérieure. En plus de cette architecture, le soin (murs chaulés à l'indigo) et la décoration (fleurs) apportent beaucoup de charme aux constructions.

Les points forts susmentionnés, en plus de certains produits de terroirs (viande caprin beldi, fromage du lait de chèvres, le miel local, le mendil...) et leur processus de fabrication ou d'élevage ont favorisé le développement du tourisme rural et d'écotourisme qui respecte l'environnement. Ceci c'est traduit par la création de gites touristiques (le cas de Gite du Douar Mansoura et du Gite de Douar Mawizeger) et de l'auberge Dardara. Et aussi par la montée du nombre de touristes soit qu'ils viennent directement à la commune soit que leur visite est liée à celle de la ville de Chefchaouen.

La commune de Dardara jouit d'énormes potentialités en matière de développement de l'écosystème du tourisme rural et responsable qui aura dans le futur des retombées positives sur la population locale.

- Ecosystème commercial

L'écosystème du commerce reste complémentaire pour les autres écosystèmes de la Commune de Dardara (l'agriculture, produits terroirs...) ou en phase de lancement. La majorité des unités commerciales sont installées dans les centres de la commune à savoir Dardara et DaraKoubae. Le reste est un petit commerce de proximité existant au sein des douars pratiquant la vente au détail dans lesquels le consommateur se rend fréquemment, voire quotidiennement.

Vu la proximité de la commune à la ville de Chefchaouen, la majorité de la population de la commune se rend aux marchés et commerces de la ville pour s'approvisionner.

Le développement de cet écosystème dans la commune de Dardara reste étroitement lié au développement et au rendement des autres écosystèmes agriculture, produits de terroirs et tourisme rural.

• 2- Potentialités économiques de la Commune de Bab Taza

La population active (15-59 ans) de la Commune de Bab Taza (Données HCP- Recensement 2014) atteint 60,6% de la population totale. L'analphabétisme atteint 31.96% pour les hommes et 61.37% pour les femmes. Le chômage chez les femmes est de 14.19 %, alors que le taux de chômage des hommes atteint 16.43 %. Le douar Khzana compte 7000 habitants environ (Données Commune Bab Taza 2011) dont les femmes représentent 53% et le douar Magou compte 6500 habitants dont les femmes représentent 47%. Les écosystèmes économiques existant au sein de la commune sont similaires à celles de la commune de Dardara qui sont :

- Ecosystème de l'agriculture et produits de terroirs

La commune rurale de Bab Taza couvre une superficie de 29124 ha (Données Commune Bab Taza 2011) dont le domaine forestier de la commune représente un taux de 83 %, classée parmi les taux les plus élevés sur le niveau national. La superficie cultivable représente un taux de 42 % de la superficie totale. La commune dispose de diverses ressources naturelles importantes surtout celles d'origine la forêt. La végétation forestière est dominée par les formations de chêne de liège. Aussi, la commune dispose de plusieurs richesses animales.

Le secteur agricole est l'activité dominante de la commune, malgré son niveau de rendement qui reste très modeste, en raison de plusieurs contraintes liées à la nature et à la petite taille des exploitations agricoles et au faible pourcentage de terres irriguées en plus de la dépendance de la population aux méthodes traditionnelles à tous les stades de la production.

Récemment, la population dans le cadre des associations et coopératives a Le secteur agricole est le groupe dominant, tandis que le rôle des autres secteurs dans les services et le commerce reste limité au centre. Malgré la dépendance de la population à l'agriculture, son niveau économique reste modeste, en raison de plusieurs contraintes liées à la nature et à la petite taille des exploitations agricoles et au faible pourcentage de terres irriguées en plus de la dépendance de la population aux méthodes traditionnelles à tous les stades de la production.

Récemment, le bloc de population dans le cadre des associations et coopératives a tenté d'améliorer la situation grâce à l'exploitation collective de projets sectoriels concernant le boisement, en particulier les oliviers.

La population a également commencé à produire et à distribuer du lait par le biais d'une coopérative, et à créer d'autres coopératives féminines pour les tapis, le tissage et les professions manuelles qui ont bénéficié d'une assistance technique et financière pour le succès de leur travail et l'amélioration du niveau de vie.

Les indicateurs du secteur agricole dans la commune de Bab Taza sont comme suit (Données Direction Régionale d'Agriculture 2015):

- 9845ha de terres arables
- 2137 hectares de terres arables propices à la culture irriguée
- 7708 hectares de terres arables et irriguées
- 9697 hectares de terres agricoles exploitées directement par le propriétaire
- arboriculture importante mais familiale.

Concernant les produits de terroirs, la commune dispose des plantes aromatiques et médicinales dont la commercialisation se fait sous forme de plantes séchées, d'huiles essentielles et d'eau florale. La plus grande partie est vendue aux intermédiaires ou exportée. La production du miel par le biais des ruches pour la consommation et soin annuels. Certains apiculteurs produisent le miel exclusivement selon les techniques traditionnelles, les Organisations Professionnelles Apicoles produisent le miel selon les techniques modernes d'élevage et d'extraction ainsi que d'emballage. En plus, au sein de la commune on trouve le tissage des couvertures ou des mendils surtout dans le douar Khezana, la cuisine locale, Bissara...etc

Les grandes potentialités existantes au sein de la commune au niveau de l'écosystème de l'agriculture et produits de terroirs sont jusqu'à maintenant peu exploitées. Le développement de ce créneau aura sans doute des répercussions favorables pour le territoire et la population.

- Ecosystème du tourisme rural

La Commune de Bab Taza fait partie du Parc National de Talassemtane singularisant par la beauté exceptionnelle de ses paysages et par la biodiversité remarquable qu'il recèle. Il a été créé en octobre 2004. Il couvre une superficie de 64.000 ha (Monographie RTTA – DGCL 2015). Ce territoire est une unité de protection entend réunir la sapinière de Tassaot à celles des djebels Tisouka et Lakraa (Lechhab), ainsi que les sites exceptionnels du Djebel Kelti (petite cédraie inaccessible) et des falaises, cluses et gorges profondes de l'Oued Laou à écoulement pérenne. Le Parc permet d'envelopper une exceptionnelle phytocénose de plus de 200 plantes vasculaires, ainsi qu'une zoocénose composée de 37 espèces de Mammifères, de 117 d'Oiseaux, 32 de Reptiles et Batraciens et le singe magot qui s'abrite dans les grottes. Plus de 117 espèces d'oiseaux y ont été dénombrées, dont les plus spectaculaires sont le gypaète barbu et l'aigle royal.

Les ressources culturelles, conjuguées aux potentialités naturelles, à l'artisanat et produits de terroirs, aux infrastructures et produits touristiques (gites touristiques, circuits ruraux). Offrent au Parc National de Talassemtane et à la commune de Bab Taza un potentiel écotouristique d'importance régionale, nationale et méditerranéenne. Il fait officiellement partie de la Réserve de Biosphère Transcontinentale de la Méditerranée (Maroc – Espagne).

Les potentialités économiques et touristiques susmentionnées ont facilité le développement d'un écotourisme et un tourisme rural au sein de la commune de Bab Taza d'une façon éthique et consciente, d'aller vers les douars, les gens et la nature. De découvrir les costumes, les traditions, le mode de vie, la simplicité de la vie rurale, la cuisine et gastronomie locale ; l'artisanat et les produits de terroirs. Avec tout ça, et avec le dynamisme de la population, de ses associations et de ses coopératives cet écosystème peut avoir un meilleur rendement et développement continu et un respect de l'environnement.

- Ecosystème commercial

Le commerce dans la commune de Bab Taza est concentré au centre de la Commune et aux deux grands douars de la commune Magou et Khzana lieu de l'existence du souk hebdomadaire de la commune (souk de Mercredi de Khzana où existent des dizaines de commerces surtout de biens de premières nécessités). Le commerce de petite taille caractérise l'activité commerciale de la commune et en général, il y a une absence de professionnalisme.

Le commerce reste aussi complémentaire pour les autres écosystèmes de la Commune de Bab Taza tout en restant basé sur les produits de l'agriculture et du terroir pour les transactions journalières ou hebdomadaires qui restent elles aussi très limitées surtout avec la proximité de la

commune à la ville de Chefchaouen qui répond à la majorité des besoins de la commune. Cet écosystème, n'offre pas de grandes perspectives d'avenir pour la population mais peut être la situation change dans le futur avec le développement des autres secteurs.

C-Potentialités économiques de la ville de Chefchaouen, Chef-lieu de la province

La Commune de Chefchaouen, Chef-lieu de la Province, située à 600 mètres d'altitude en plein cœur du territoire Rif au nord du Maroc. Présentant des atouts patrimoniaux et naturels incontestables.

La ville s'est développée autour d'une médina d'environ 10km² dont l'édification remonte au XV^{ème} siècle. Elle est totalement piétonnière, y circulent seulement des tricycles pour le transport et des ânes. Construite sur un plan andalou elle présente des singularités par rapport aux autres médinas marocaines la rendant particulièrement attrayante.

La ville est peuplée de 42 786 habitants en 2014 dont 48,3% de femmes, avec un taux de croissance annuel moyen de 1,24%. La croissance démographique est alimentée par l'arrivée de populations rurales alentours qui s'installent dans les quartiers périphériques à la médina et qui sature à une densité de population de 600 hab/ha.

L'activité économique de la ville est dominée par les écosystèmes du tourisme culturel, de l'artisanat et produits de terroirs et du commerce.

1- Ecosystème du tourisme culturel et de patrimoine

La ville de Chefchaouen dénommée la « Perle bleue » du Maroc est une des destinations touristiques les plus importantes du pays, avec l'accueil en moyenne de plus 150 000 touristes par an et ce grâce à ses potentiels historique, naturel, infrastructures touristiques, patrimoine matériel et immatériel et sa population accueillante.

La ville de Chefchaouen donc dispose d'une ancienne médina, assez tranquille d'une superficie de 30 hectares et d'une population évaluée à 18 000 habitants environ et dont la densité de la population atteint 600 hab. /ha. A côté de la médina il y a une ville coloniale d'une superficie de 120 hectares et des zones périphériques de 318 hectares. Aussi, Chefchaouen compte un important patrimoine religieux, 20 mosquées et oratoires le cas de La Grande Mosquée de Chefchaouen de watae Hamam..., ceci lui a valu le nom de El-Madina Es-Saliha (la Ville sainte), en plus de la kasbah, des portes de la ville et de plusieurs monuments et de constructions typiques de la ville.

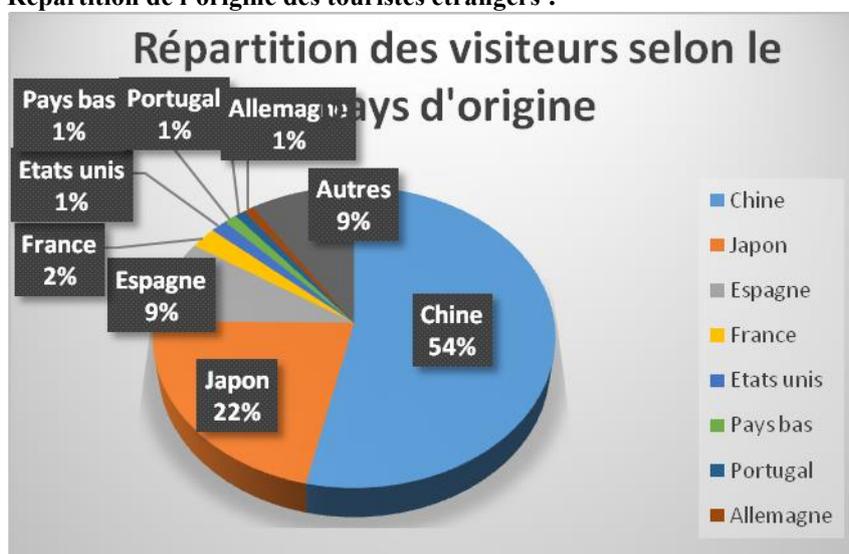
La ville de Chefchaouen a une beauté naturelle brute. Au milieu de 60 000 hectares du massif montagneux et des forêts de cèdres, de sapins et de pins, des randonnées multiples parcours qui mèneront à Kalaa, à la montagne de Tissouka, à Akchour ou à Azilane, au célèbre pont Dieu, arc naturel situé à 25 mètres de hauteur près d'Akchour, les cascades de Cherfat entourant la mosquée

et dont les mélodies composées par l'eau, les sources Ras Al Maa ou encore la grotte de Toughoubit...Ces potentialités naturelles ont favorisé le développement de l'écotourisme dans la ville de Chefchaouen.

Sur le plan de l'infrastructure touristique, la ville de Chefchaouen dispose de 351 lits en 5 hôtels classés, 1079 lits en 27 hôtels non classés, 189 lits dans 11 maisons d'hôtes, des restaurants, des bazars, des campings et des auberges, 11 guides touristiques locaux agréés, une succursale d'une agence de voyage.

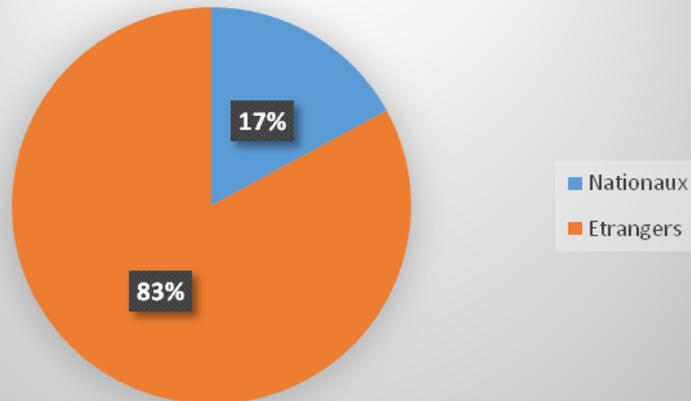
Les potentialités importantes et diversifiées de la ville de Chefchaouen ont fait l'attraction de plusieurs touristes nationaux et internationaux. Selon une étude de positionnement de la ville de Chefchaouen (Données de la Commune de Chefchaouen 2019), les principaux indicateurs du marché touristique de la ville de Chefchaouen se présentent comme suit :

- Répartition de l'origine des touristes étrangers :



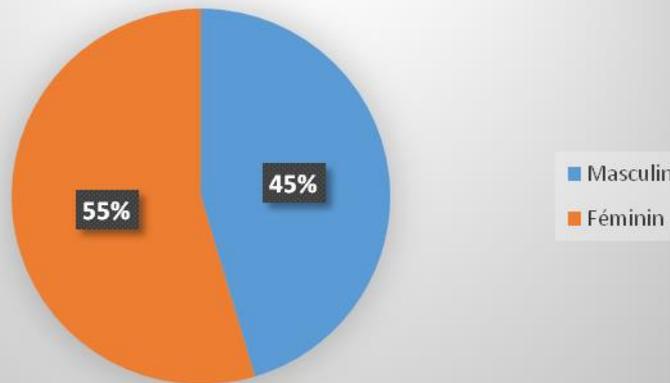
- Répartition de l'origine des touristes :

Répartition Nationaux/Etrangers



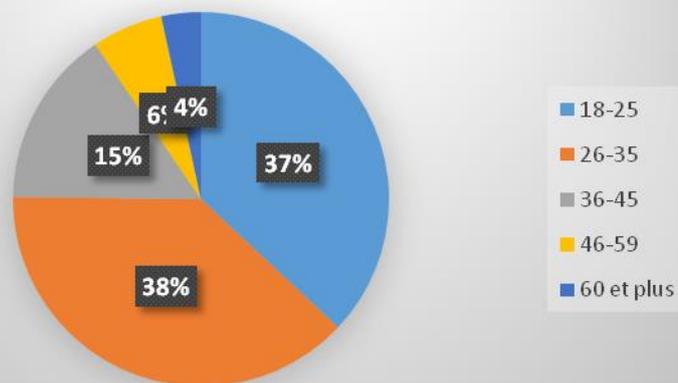
- Répartition des touristes selon le sexe :

Les visiteurs par sexe

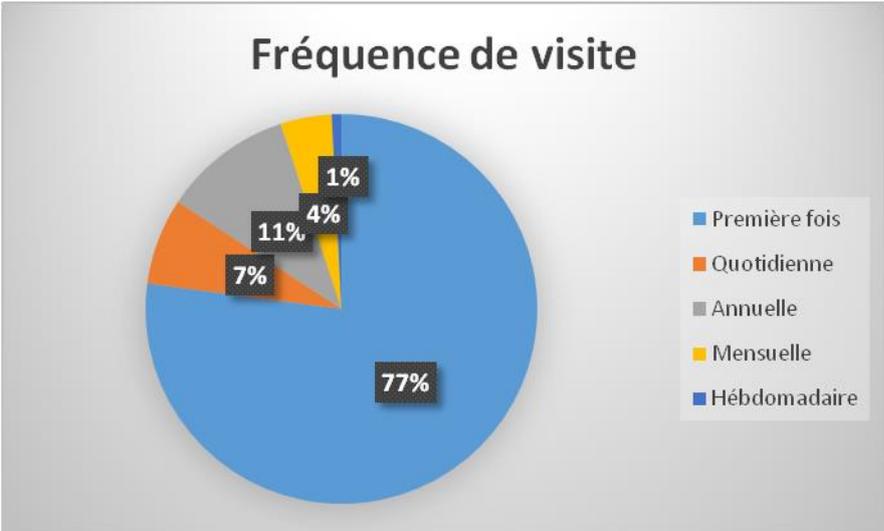


- Répartition des touristes selon l'âge :

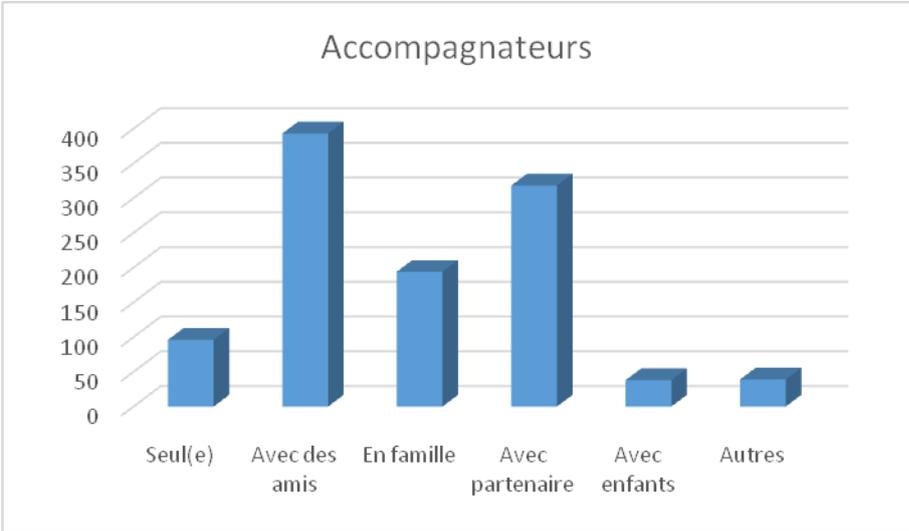
Répartition des visiteurs par âge



-Répartition selon la fréquence de visite des touristes :



- Répartition des touristes selon les accompagnateurs :



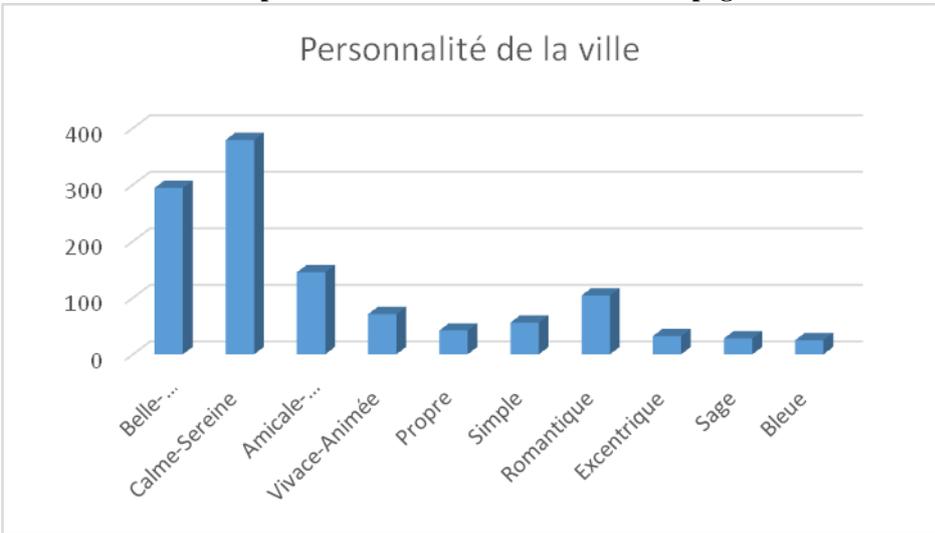
- Répartition des touristes selon la motivation de visite :



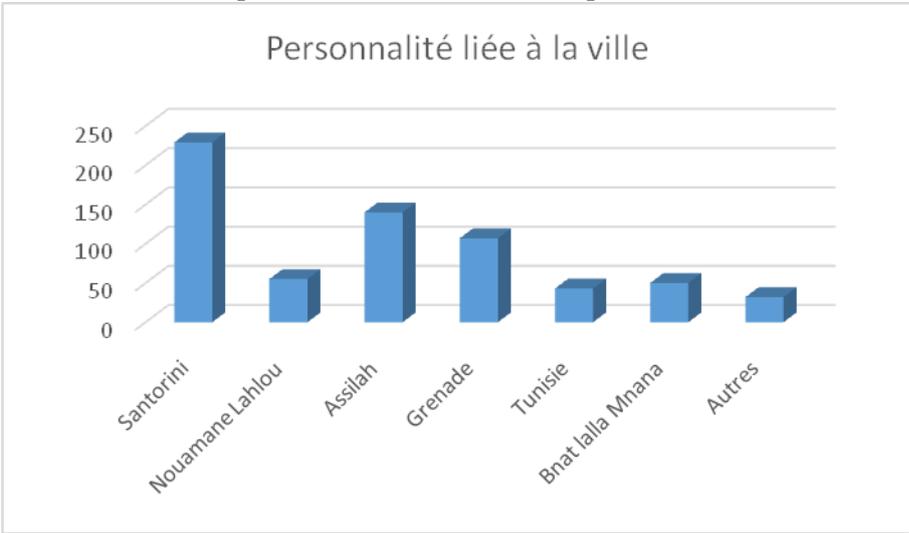
- Répartition des touristes selon la source d'information :



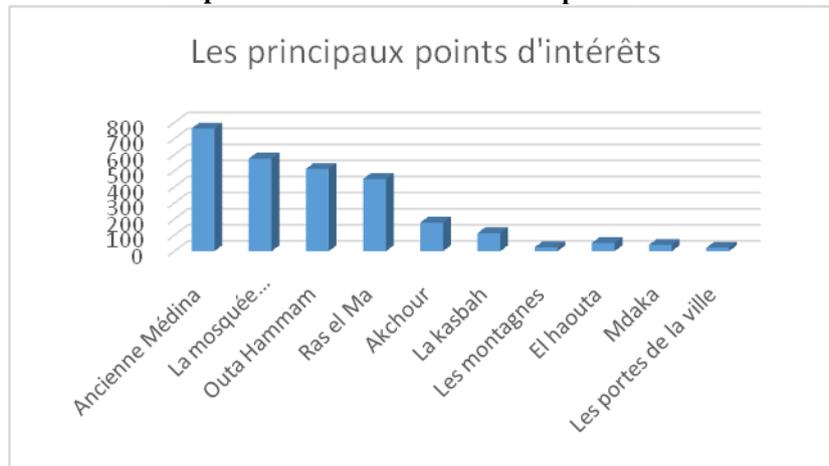
- Répartition des touristes selon les accompagnateurs :



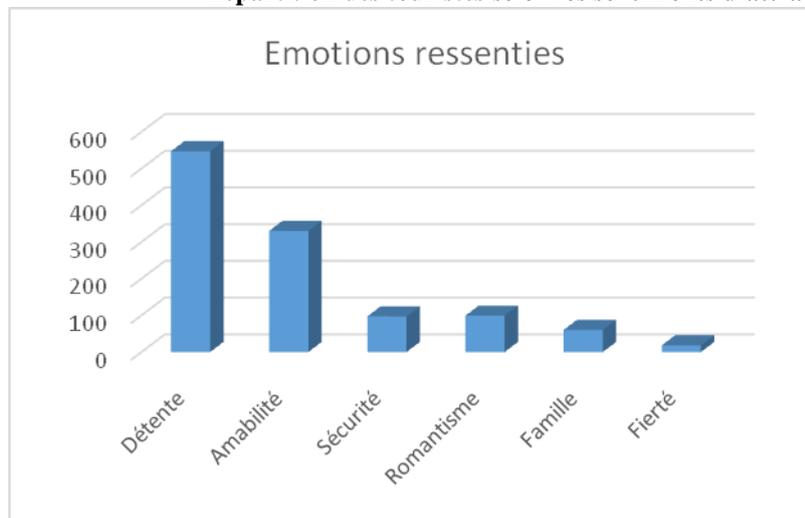
- Répartition des touristes selon la personnalité de la ville :



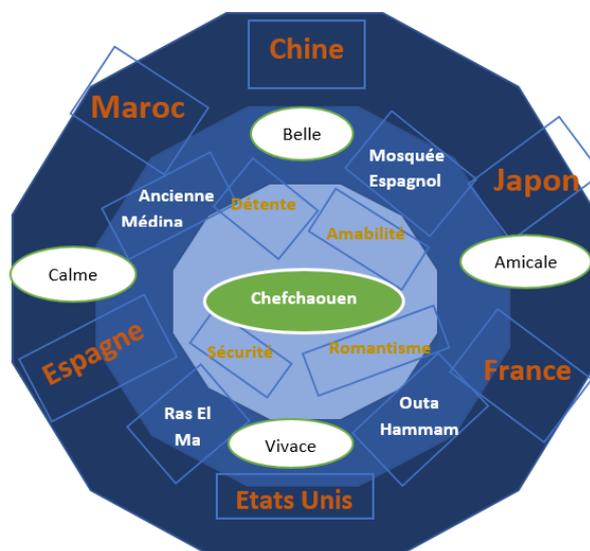
- Répartition des touristes selon les points d'intérêts dans la ville :



- Répartition des touristes selon les sentiments d'attraction :



- Conclusion des avis des touristes



En plus d'un potentiel matériel et naturel de la ville de Chefchaouen, un mouvement humain et culturel de la population a permis la pérennité d'accroissement et du développement du tourisme dans la ville, en apportant un savoir éminent et un art raffiné qui feront de la ville de Chefchaouen et de ses environs un centre de confluences intellectuelles, marchandes et spirituelles, lui conférant une douceur de vivre tant célébrée de nos jours. Tous ceci, rend l'écosystème de l'éco-tourisme un secteur dominant et primordial de l'économie locale.

2- Ecosystème de l'artisanat et produits de terroirs

La ville de Chefchaouen a développé à travers son histoire un savoir-faire ancestral en matière d'artisanat basée sur la transformation de matières premières souvent locales en produits artisanaux pour les usages quotidiens et des objets d'art pour les occasions cérémoniales. Cet artisanat dont les produits touchent des domaines variés allant du vestimentaire au culinaire ainsi que d'autres outils d'équipement ménagers sont très convoités à titre d'usage ou en cadeaux de souvenirs.

Il s'agit principalement de l'artisanat du bois pour meubles, du bois peint à la main, de liège, de la céramique, de tissage à base de laine pour mendil et djellaba, de cuir pour les babouches et sacheries, ainsi que d'orfèvrerie et dinanderie pour bracelets et bijoux. Le secteur comprend, entre autres, des tisserands en médina, des forgerons, des menuisiers et ébénistes. On se balade par les ruelles de la médina et on se donne l'opportunité de rencontrer dans les bazars ou chez les artisans eux-mêmes des pièces d'une rare beauté. La ville dispose aussi d'un Centre d'artisanat réputé, un véritable musée vivant des labeurs artisanaux qui offre l'occasion de guider le visiteur par toutes les phases du processus de fabrication des différents produits artisanaux propres de la région de Chefchaouen et de JebalaGhomara.

Le nombre d'artisans des deux sexes exerçant dans la ville de Chefchaouen (Données de la Commune de Chefchaouen 2015) atteint 4000. Le nombre des coopératives est de 20 regroupant 359 artisans et le nombre des associations œuvrant dans le domaine de l'artisanat est de 5 regroupant 550 artisans et 78 artisanes. La production artisanale elle est soit commandée pour l'autoconsommation de la population Chaouï locale ou dans les autres villes du Maroc ou à l'étranger, soit elle est mise à la vente aux bazars et aux autres boutiques pour les touristes visitant la ville.

Concernant les produits de terroirs, Le 20 novembre 2010, la ville a été inscrite au patrimoine de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco) (Données de la Commune de Chefchaouen 2011). Cette inscription a été rendue possible grâce à la Diète méditerranéenne. « Celle-ci se caractérise par un modèle nutritionnel demeuré constant dans le temps et dont les principaux ingrédients sont l'huile d'olive, les céréales, les fruits et légumes frais ou séchés, une proportion limitée de poisson, des produits laitiers et viande, et de nombreux condiments et épices ». Chefchaouen est donc reconnue Communauté Emblématique de la Diète Méditerranéenne, patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO, avec trois autres villes du pourtour méditerranéen, Soria en Espagne, Koroni en Grèce, Cilento en Italie. Cette reconnaissance est le point de départ d'une

prise de conscience de l'immense richesse encore vivante sur le territoire de Chefchaouen. La Diète Méditerranéenne est un complexe culturel transversal, un style de vie complet fondé sur l'ensemble des savoir-faire, connaissances et traditions qui vont de la « table au paysage ». La Diète se manifeste aussi à travers les fêtes et les célébrations qui leur sont associées. Ce patrimoine commun des peuples méditerranéens est déterminé par le climat et l'espace méditerranéen et tient un rôle essentiel dans la construction et la consolidation identitaires de ces peuples. Ce patrimoine culturel immatériel que porte Chefchaouen fait aujourd'hui l'objet de réflexion afin de s'engager dans la voie de la préservation et de la perpétuation de ses savoir-faire, valeurs, traditions et ressources naturelles.

En plus des produits de la Diète, la ville de Chefchaouen utilise les produits de terroirs produits ou réalisés dans les milieux ruraux de la province soit dans la restauration des touristes, soit pour la vente directe à la population locale ou aux touristes.

Malgré les potentialités de cet écosystème d'artisanat et de produits de terroirs, avec l'absence d'une stratégie locale pour la préservation des métiers artisanaux, ces métiers sont menacés de disparition, notamment les filières de tissage et de tannerie qui connaissent une régression remarquable suite à la disparition de grands Maîtres, le manque d'intérêts manifestés par les jeunes en substitution, ainsi que la concurrence fatale des marchés de la contrebande et des produits chinois bon marché.

3- Ecosystème du commerce

Le secteur commercial représente un créneau très important pour l'économie locale de la ville de Chefchaouen surtout en matière d'emploi et de satisfaction des besoins vitaux de la population locale.

Le secteur compte (Données de la Commune de Chefchaouen 2014). 5 grossistes en produits alimentaires, 3 grossistes en fruits et légumes, 3 grossistes en poissons, 16 grossistes de ciment, 3 pâtisseries modernes, des centaines de magasins et plus de 350 marchands ambulants.

Le commerce de détail forme la grande partie du commerce local. La plus part des détaillants s'installent à la médina, au swika, Watahamam, Mdaka, Bab Souk...comme ils se trouvent au marché municipal (Ancien marché hebdomadaire de la ville, Lundi et jeudi), au nouveau marché hebdomadaire et aussi éparpillé dans les différents quartiers de la ville.

La marchandise commercialisée au sein de la ville provient des grossistes de Casablanca, du marché de gros de Tétouan, de l'artisanat de Fès, Marrakech...des produits agricoles et de terroirs de la province de Chefchaouen, de l'artisanat et produits de terroirs locaux et autres.

Le développement de l'écosystème du commerce dans la commune de Chefchaouen ne cesse de se développer dans les dernières années, et il le fera dans le futur surtout avec la croissance de la population et le développement du Tourisme dans la ville.

C- Indicateurs de l'entrepreneuriat et entrepreneuriat féminin

Les entrepreneurs et les entrepreneurs féminins sont reconnus depuis longtemps comme des moteurs importants de la croissance économique, de l'emploi, de l'innovation et de la productivité par les analystes, les chercheurs, les théoriciens de l'économie et lespreneurs de décisions. L'entrepreneuriat est considéré donc comme un instrument clé permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations.

Ce constat apparaît encore plus manifeste depuis quelques décennies, les décideurs publics de nombreux pays et des organisations internationales ayant explicitement admis l'importance de l'entrepreneuriat et affirmé leur engagement en faveur de l'amélioration de l'environnement entrepreneurial par la suppression des obstacles ou la conduite d'actions mieux ciblées.

Les documents publics traitant de l'entrepreneuriat l'amalgamaient généralement avec les petites et moyennes entreprises (PME), voire incluait les travailleurs indépendants, alors qu'aucune de ces deux catégories ne traduit pleinement la réalité de l'entrepreneuriat. Cet état de fait reflète des statistiques plus nombreuses sur les PME et les travailleurs indépendants, mais aussi l'ambiguïté qui entoure généralement l'entrepreneuriat. Celle-ci a été encore accentuée par la nécessité pour les pouvoirs publics d'établir des comparaisons internationales de l'entrepreneuriat. En l'absence de définitions précisant la nature de l'entrepreneuriat et d'indicateurs comparables à l'échelle internationale, ils se sont retrouvés quelque peu démunis lorsqu'il a fallu élaborer des mesures, notamment pour tirer des enseignements des meilleures pratiques internationales.

Ces insuffisances et l'importance croissante des politiques sur l'entrepreneuriat ont accru la nécessité de disposer d'une base plus fiable d'indicateurs comparables au niveau international et d'une mesure de l'entrepreneuriat approuvée à l'échelle internationale. L'objectif était de pouvoir fournir des informations non seulement sur le nombre d'entrepreneurs ou l'ampleur de l'entrepreneuriat, mais aussi sur les déterminants et sur l'impact. La création d'une économie plus entrepreneuriale n'est en effet pas une fin en soi, mais le moyen d'atteindre un but plus large.

Compte tenu de l'expérience de l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques l'OCDE en matière de développement de données internationales, de nombreux groupes et pays ont sollicité son aide et ses conseils pour élaborer un cadre des indicateurs de l'entrepreneuriat en s'appuyant sur son réseau international de statisticiens, d'analystes et de responsables gouvernementaux. A cet effet, l'OCDE a créé le Programme d'Indicateurs de l'Entrepreneuriat OCDE-Eurostat (PIE) lancé en 2006 qui connaît la participation de la majorité des grands pays du monde, et qui regroupe des travaux de recherche et de définition novateurs visant à améliorer la compréhension et l'évaluation actuelles de l'entrepreneuriat. Ce cadre d'indicateurs se présente comme suit :

Le cadre des indicateurs de l'entrepreneuriat OCDE

- 1- Incidence
 - Création d'emploi (Croissance de l'emploi)
Croissance économique (Produit intérieur brut réel ; PIB réel par habitant)
- 2- Rendement entrepreneurial
 - Entreprises : Taux de création d'entreprises (taux de naissance d'entreprises)
 - Taux de cessation d'entreprises (taux de décès d'entreprises)

- Création d'emploi Part des entreprises à forte croissance (emploi)
 - Création de richesses Part des entreprises à forte croissance (chiffre d'affaires)
- 3- Rendement entrepreneurial
- ❖ Cadre réglementaire
 - Obstacles administratifs à l'entrée
 - Obstacles administratifs à la croissance
 - Réglementation des faillites
 - Réglementation des produits
 - Impôts sur les sociétés et le capital
 - Réglementation en matière de sécurité, de santé et d'environnement
 - Réglementation du marché du travail
 - Système judiciaire et juridique
 - Sécurité sociale et assurance-maladie
 - Impôts sur le revenu ; impôts sur le patrimoine/droits de succession
 - ❖ Situation du marché
 - Droit de la concurrence
 - Accès aux marchés étrangers
 - Lois antitrust
 - Accès aux marchés intérieurs (interprovinciaux)
 - Niveau d'intervention du secteur public
 - Marchés publics
 - ❖ Accès aux financements
 - Accès à l'emprunt
 - Investisseurs-tuteurs
 - Accès au capital-risque
 - Accès à d'autres types de fonds propres
 - Marchés d'actions
 - ❖ Création et diffusion de connaissances
 - Investissement dans la recherche et le développement
 - Partenariats université/industrie
 - Coopération technologique entre les entreprises
 - Diffusion de la technologie
 - Accès à haut débit
 - ❖ Capacités entrepreneuriales
 - Formation et expérience des entrepreneurs
 - Formation à la gestion d'entreprises et à l'entrepreneuriat (qualifications)
 - Infrastructures entrepreneuriales
 - Immigration
 - ❖ Culture
 - Attitude du public à l'égard des risques
 - Attitudes à l'égard des entrepreneurs
 - Désir de créer une entreprise
 - Formation à l'entrepreneuriat (état d'esprit)

Les indicateurs du PIE susmentionnés n'ont pas tous le même degré de sophistication. Certains font depuis longtemps partie de collectes de données régulières, tandis que d'autres ne sont en place que dans un nombre restreint de pays et n'ont pas encore de définition harmonisée, les échanges et les travaux pour l'établir étant toujours en cours.

Pour cela, en 2017, l'OCDE a développé son programme d'indicateurs de l'entrepreneuriat qui regroupe les indicateurs suivants :

- A. Créations d'entreprises
- B. Faillites
- C. Travail indépendant
- D. Perspectives économiques et perspectives de créations d'emplois
- E. Entreprises par classe de taille
- F. Emploi par taille d'entreprise
- G. valeur ajoutée par taille d'entreprise
- H. Chiffre d'affaires par taille d'entreprise
- I. rémunération des salariés par taille d'entreprise
- J. Productivité de la main-d'œuvre par taille d'entreprise
- K. Taux de naissance des entreprises
- L. Taux de décès des entreprises
- M. Survie des entreprises
- N. Créations et destructions d'emplois dues aux naissances et décès d'entreprises
- O. Taux d'entreprises à forte croissance
- P. Concentration des échanges
- Q. Échanges par taille d'entreprise
- R. Proximité du marché
- S. Échanges par type de contrôle capitalistique des entreprises
- T. Travail indépendant : différences hommes-femmes
- U. Travail indépendant chez les jeunes
- V. revenus du travail indépendant
- W. attitude à l'égard de l'entrepreneuriat
- X. Investissements de capital-risque

Le Programme d'Indicateurs d'Entrepreneuriat définit l'entrepreneuriat comme le phénomène associé à l'activité entrepreneuriale, action humaine consistant à entreprendre pour générer de la valeur en créant ou en développant des activités économiques grâce à la découverte et à l'exploitation de nouveaux produits, procédés ou marchés. Concernant les sources des indicateurs, les indicateurs A et B proviennent de la base de données de l'OCDE concernant les indicateurs actualisés de l'entrepreneuriat. La source de l'indicateur C est la base de données des principaux indicateurs économiques (PIE) de l'OCDE. Quant à l'indicateur D, il est tiré des résultats de l'enquête sur l'avenir des entreprises (Future of business Survey), conçue par Facebook en collaboration avec la Direction des statistiques de l'OCDE et la Banque mondiale. Pour les indicateurs E à O, la source est la base de données de l'OCDE sur les statistiques structurelles et démographiques des entreprises (SDBS). Les indicateurs E à J font référence aux statistiques structurelles sur les entreprises, tandis que les indicateurs L à P proviennent des statistiques démographiques des entreprises, généralement calculées à partir des répertoires d'entreprises. Les indicateurs P à S proviennent de la base de données TEC (statistiques du commerce en fonction des caractéristiques des entreprises) de l'OCDE. Les données SDBS et TEC sont recueillies chaque année à l'aide de questionnaires harmonisés soumis aux offices statistiques nationaux. Les indicateurs du travail indépendant proviennent des enquêtes sur la population active et des données de recensement (indicateurs T et U), ainsi que des enquêtes sur les revenus (indicateur V). L'indicateur W est tiré de l'enquête sur l'avenir des entreprises (Future of Business Survey). L'indicateur X provient de la base de données de l'OCDE sur le financement de l'entrepreneuriat.

Sur le plan mondial, le nombre de créations d'entreprises change d'un pays à l'autre selon son importance économique et son climat d'affaires. Les Etats-Unis d'Amérique compte 6,6 millions de créations d'entreprises chaque année, soit une nouvelle entreprise toutes les 5 secondes environ et

543.000 par mois. Le nombre de créations d'entreprises en France a augmenté de 17,9% en 2019 d'un total de plus de 815.000 entreprises contre 691.283 en 2018....

La Banque mondiale a classé les pays selon leur importance au niveau de la création d'entreprises dans une étude importante analysant l'activité d'entrepreneurs dans plus de 130.000 entreprises au sein de 139 économies. Les pays classés en tête sont respectivement comme suit : La Nouvelle-Zélande, le Canada, Hong Kong, la Macédoine, l'Azerbaïdjan, le Singapour, l'Australie, la Géorgie, l'Arménie, l'Irlande, la Corée du Sud, la Jamaïque, Kosovo, la Suède, le Royaume-Uni, la Belgique...

Pour les pays de l'OCDE et selon les statistiques du panorama des indicateurs de 2017, les taux de création d'entreprises dans les services ont été plus élevés que dans l'industrie, contribuant à hauteur de deux tiers environ à l'ensemble des créations d'emplois imputables aux nouvelles entreprises en 2014. Néanmoins, dans la plupart des économies, les nouvelles entreprises industrielles ont représenté moins de 15 % des créations d'emplois. En outre, entre 2008 et 2014, l'emploi dans le secteur manufacturier a diminué dans tous les pays de l'OCDE.

Pour les pays européens, le taux de création d'entreprises varie selon les 28 membres de l'Union, Parmi les pays ayant le taux le plus élevé dans les dernières années, on trouve le Portugal, Le Royaume uni et la France...

Créations d'entreprises dans quelques pays de l'Union européenne (Eurostat 2019)

| Pays | 2015 | | 2016 | | 2017 | |
|--------------------|---------|-------------------------|---------|-------------------------|---------|-------------------------|
| | Nombre | Taux de création (en %) | Nombre | Taux de création (en %) | Nombre | Taux de création (en %) |
| Allemagne | 244 477 | 7,1 | 231 811 | 6,7 | 233 789 | 6,7 |
| Belgique | 45 393 | 6,2 | 45 731 | 6,1 | 47 844 | 6,3 |
| Espagne | 330 958 | 9,5 | 366 362 | 10,3 | 336 000 | 9,4 |
| France | 426 302 | 9,5 | 447 663 | 9,8 | 482 997 | 10,0 |
| Italie | 329 414 | 7,5 | 350 646 | 7,9 | 330 899 | 7,4 |
| Pays-Bas | 152 955 | 10,1 | 157 705 | 9,9 | 159 075 | 9,7 |
| Portugal | 164 529 | 15,7 | 166 620 | 15,5 | 175 765 | 15,6 |
| République tchèque | 94 300 | 8,2 | 99 406 | 8,6 | 104 441 | 9,0 |
| Royaume-Uni | 383 075 | 14,3 | 414 355 | 14,6 | 381 885 | 13,1 |

Pour l'entreprenariat féminin, et dans les mêmes pays de l'OCDE, une femme occupée sur dix est une travailleuse indépendante. Et dans la majorité des pays, les travailleuses indépendantes exercent principalement dans le secteur des services (70 % ou plus), et ce surtout à leur propre compte.

Au Maroc, le taux de féminisation de l'emploi selon les principales professions en milieu urbain et rural se présente comme suit : (Données HCP 2019),

Taux de féminisation de l'emploi (en%) selon la profession principale milieu urbain

| Profession principale | 2007 | 2017 |
|--|-------------|-------------|
| Membres des corps législatif, élus locaux, responsables hiérarchiques | 12.6 | 10.9 |
| Cadres supérieurs et membres des professions libérales | 27.4 | 39.8 |
| Cadres moyens | 38.8 | 41.7 |
| Employés | 28.1 | 25.0 |
| Commerçants, intermédiaires commerciaux et financiers | 6.1 | 6.4 |
| Exploitants agricoles, pêcheurs, forestiers, chasseurs... | 11.6 | 8.6 |
| Artisans et ouvriers qualifiés des métiers artisanaux... | 18.2 | 14.2 |
| Ouvriers et manœuvres agricoles et de la pêche... | 32.6 | 25.5 |
| Conducteurs d'installation-machines et de l'assemblage... | 4.0 | 4.7 |
| Manœuvres non agricoles, manutentionnaires et travailleurs de petits métiers | 22.0 | 23.9 |
| Professions mal désignées | - | 20.4 |
| Travailleurs n'ayant déclaré aucune profession | 21.9 | 48.6 |
| Total | 21.0 | 19.6 |

Taux de féminisation de l'emploi (en%) selon la profession principale : milieu rural

| Profession principale | 2007 | 2017 |
|--|-------------|-------------|
| Membres des corps législatif, élus locaux, responsables hiérarchiques | 0.0 | 16.6 |
| Cadres supérieurs et membres des professions libérales | 15.7 | 25.1 |
| Cadres moyens | 18.8 | 52.1 |
| Employés | 7.1 | 6.3 |
| Commerçants, intermédiaires commerciaux et financiers | 4.3 | 3.4 |
| Exploitants agricoles, pêcheurs, forestiers, chasseurs... | 16.5 | 16.7 |
| Artisans et ouvriers qualifiés des métiers artisanaux... | 19.8 | 8.9 |
| Ouvriers et manœuvres agricoles et de la pêche... | 51.0 | 47.8 |
| Conducteurs d'installation-machines et de l'assemblage... | 1.0 | 0.6 |
| Manœuvres non agricoles, manutentionnaires et travailleurs de petits métiers | 9.2 | 7.0 |
| Professions mal désignées | - | 16.9 |
| Travailleurs n'ayant déclaré aucune profession | 8.3 | - |
| Total | 32.9 | 27.5 |

Pour la création de l'entreprise féminine, on compte 5000 femmes entrepreneures environ au Maroc (0,5 % de la population active). Les femmes représentent de 10% à 12% des entrepreneurs. Et ce de même pour le taux de création d'entreprises. La majorité des entreprises gérées par des femmes sont des PME/PMI, parmi lesquelles 50 % concernent le secteur textile et habillement, et 47 % les services. 70 % des entreprises dirigées par des femmes ont été créées après 1980. 70 % des entreprises dirigées par les femmes sont localisées à Casablanca. 84 % des PME dirigées par des femmes emploient moins de 10 salariés. 65 % des femmes chef d'entreprises sont âgées de 30 à 39 ans. Le secteur informel constitue un réservoir d'opportunités pour les femmes, dans des domaines tels que la couture, l'habillement traditionnel, l'artisanat et le commerce. La promotion des

coopératives féminines dans les zones rurales et péri-urbaines constitue une opportunité pour assurer l'intégration de la femme entrepreneure dans l'économie marocaine.

Au niveau de la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, le nombre d'entreprises créées en 2018 est de l'ordre de 19.878. Cette dynamique de création est liée aux potentialités de la région, au développement des différentes infrastructures et aux différents investissements injectés dans la région. Le nombre des femmes entrepreneures voisine la moyenne nationale 10%, et la majorité des femmes exercent dans l'économie informelle. Pour la Province de Chefchaouen, il n'y a pas de statistiques exactes à cause de l'inexistence d'un guichet unique de création d'entreprises sur place et la majorité des femmes exercent dans les activités informelles.

II- L'Entreprenariat

Dans l'histoire du développement économique de l'Humanité, l'entreprise a joué un rôle moteur dans la multiplication des richesses. Mais, l'entreprise moderne n'a pas fait son apparition avant le XVIème siècle. Avant cette période, l'entreprise était essentiellement une entreprise marchande. Les premières activités que l'on pourrait qualifier d'entrepreneuriales étaient essentiellement liées aux échanges. Les marchands se sont développés dans l'Antiquité mais le mouvement s'est arrêté en occident avec les invasions orientales qui ont laissé la place à un régime féodal essentiellement autarcique.

Le Haut-Moyen âge n'est pas une période faste pour l'Europe occidentale. C'est l'Empire byzantin qui paraît le plus développé en matière de commerce (mais le système bancaire n'y est pas libre). Il faut attendre le XIème siècle pour voir des prémices d'une relance du commerce sous l'impulsion des Croisades qui concentrent à nouveau les regards vers l'Orient et donnent surtout lieu aux premières innovations réellement importantes. Les moulins à eau en font partie mais la plus marquante réside sans doute dans le développement des instruments de mesure qui permettent de rationaliser commerce et production.

Certes, quelques marchands deviennent industriels en faisant travailler des artisans qui leur fournissent des marchandises à vendre. Mais la rémunération à la pièce rappelle à quel point cette organisation est éloignée des formes modernes de l'entreprise. Dans le même temps, les banques connaissent aussi une phase de développement pour faire face à la montée des échanges mais cette spécialisation concentre leur activité surtout sur le change. L'entreprise dans cette période est donc essentiellement commerciale et financière.

La Renaissance apporte de nombreux changements dans le paysage économique : les caravelles accroissent les capacités de transport, en même temps que l'imprimerie fait son apparition. Le changement le plus important se situe cependant au chapitre des mentalités : le climat de la Réforme crée un courant favorable à l'individualisme.

Les raisons qui poussent les individus à se lancer dans l'aventure de la création d'entreprises, et les facteurs influençant l'intention entrepreneuriale (facteurs individuels, socioculturels ou économiques...) ont fait l'objet d'une attention importante des chercheurs sur l'entrepreneuriat.

La naissance du concept d'entrepreneur Selon le dictionnaire universel du commerce publié à Paris en 1723 , « l'entrepreneur » est celui qui entreprend un ouvrage. Alors que durant le moyen âge, « être entrepreneur » désigne simplement celui qui entreprend une tâche , la définition d'entrepreneur évolue aux fils des siècles XVI et XVII pour aboutir à la définition de Alembert et de Diderot qui définissent l'entrepreneur comme « celui qui se charge d'un ouvrage » ; cette définition a peu varié comme le montre la définition du Petit Robert (Edition 1992), l'entrepreneur est celui qui « entreprend quelque chose », une personne qui « se charge de l'exécution d'un travail ».

Deux précurseurs ont mis l'entrepreneur au cœur du débat économique ; ce sont sans doute JB Say, économiste libéral français du 19ième siècle et Schumpeter, économiste libéral autrichien. L'entrepreneur est avant tout animé par une idéologie individualiste selon Jean batiste Say créant son affaire dans un souci d'indépendance et quelque soit le secteur d'activités. Quant à Schumpeter, la notion d'innovation est centrale : il s'agit d'un entrepreneur héroïque qui place sa démarche au cœur de l'innovation.

Après cette période, la notion d'entrepreneuriat connaîtra un éclatement de recherches et études liées aux définitions liées à l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin, aux différents types et modes d'entrepreneuriat et aux caractéristiques des entrepreneurs et femmes entrepreneures.

A- Définitions de l'entrepreneuriat

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat constitue un phénomène complexe qui attire de plus en plus à la fois les chercheurs dans les domaines de l'économie et de la gestion, les décideurs politiques et les investisseurs. Pour cadrer le domaine de l'entrepreneuriat, nous essayons de définir ce concept au niveau général et aussi de définir l'entrepreneuriat féminin qui a connu un grand essor dans les dernières décennies.

L'entrepreneuriat au cours du temps a pris plusieurs significations. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. Parmi ces définitions on peut citer :

- Thierry Verstraet qui a défini l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa

-L'entrepreneuriat est le processus qui amène les personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou une solution de carrière viable, à arriver avec les projets à apprendre à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprise.(Stevenson – Verstraet. T : « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène» revue de l'entrepreneuriat Voll, n : 1 – 2001).

-L'entrepreneuriat, c'est l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique, évoluant avec cette valeur pour finalement affecter l'économie, et ce, dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un territoire.

- L'OCDE en 2007 stipule que l'entrepreneuriat est 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 ». Toutes les variables qui favorisent ces actions humaines en vue d'un résultat économique contribuent à expliquer l'entrepreneuriat.

- Un nombre de chercheurs limitent l'idée de l'entrepreneuriat à la création d'entreprises (Gartner, 1989 ; 1990).

-D'autres s'arrêtent à divers aspects liés à la création d'entreprises, mais aussi à leur évolution.

On peut remonter loin dans le temps pour retrouver différentes notions associées à ce concept. Tout au début du XVIIe siècle, Olivier de Serre proposait sa discussion sur les règles de bonne gestion d'une firme. Cantillon, au XVIIIe siècle, était l'un des premiers à parler directement de l'entrepreneur selon la définition moderne. Les notions abordées touchent, par exemple, la mobilisation et l'organisation de ressources, la prise de risque ou la capacité de faire face à

l'incertitude, la production de biens et services, l'innovation et le changement, la recherche d'opportunités d'affaires et, finalement, la création de valeur nouvelle ou l'innovation (Bruyat et Julien, 2000; Commission européenne, 2003; Caree et Thurik, 2005).

De ces définitions de l'entrepreneuriat nous avons retenu huit et qui sont liées, soit à la création d'une nouvelle entreprise ou de son propre emploi; la création de nouveaux produits ou processus; la prise de risque tant pour l'entrepreneur que pour l'entreprise; l'innovation, quelle qu'en soit la forme (radicale ou incrémentale); la création de valeur; la capacité de l'entreprise à générer des profits et à croître, le repérage et l'exploitation d'une ou de plusieurs opportunités d'affaires et la mobilisation des ressources, qu'elles soient limitées ou non.

Les fondements du concept d'entrepreneuriat

| Origines | Concepts | Sources contemporaines |
|-------------------|--|--|
| Serre (1600) | Capacité de mobiliser et de gérer des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter une entreprise | Mahé de Boislandelle (1988) Landström (1999) |
| Cantillon (1734) | . Capacité de prendre le risque de créer son propre emploi Capacité d'un individu de se prendre en main et de prendre des risques dans un environnement incertain | Gartner (1989; 1990) Friis et coll. (2002) Roberts et Woods (2005) Lash et Yami (2008) |
| Turgot (1769) | Combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante | Crozier et Friedberg (1977) CE (2003) Filion (2007) |
| Smith (1776) | Capacité pour un individu de se prendre en main et de prendre des risques, assurant ainsi la mise en œuvre des projets : inclut la capacité de produire des biens et de créer de la valeur, qui en retour influence l'entrepreneur | Cossette (1994) Landström (1999) Bruyat et Julien (2000) Ahl (2006) |
| Say (1803) | Capacité de créer une organisation et de la gérer de façon à générer des profits ou à la faire croître : donc une dimension de profits et de croissance | Churchill et Lewis (1983) D'Amboise (1997) Carree et Thurik (2005) |
| Knight (1921) | Capacité à gérer l'incertitude et le risque. Pour cet auteur, les risques peuvent être « calculés », tandis que l'incertitude ne peut l'être | Audretsch (2002) Friis et coll. (2002) |
| Schumpeter (1934) | Capacité à introduire des innovations (produits/méthodes/etc.) et de provoquer ou de profiter d'un déséquilibre dans le marché. Inclut la création de valeur dans un processus dialogique entre l'entrepreneur et le marché | Nooteboom (2006) |

| | | |
|----------------|---|---|
| Kirzner (1973) | Inclut la capacité à détecter et à exploiter des occasions, ce qui équivaut à détecter les imperfections du système pour rétablir l'équilibre | Dutta et Crossan (2005) Companys et McMillen (2007) Julien et Vaghely (2008) |
|----------------|---|---|

B- Types et modes d'entrepreneuriats

L'entrepreneuriat est un monde vaste qui regroupe plusieurs types et modes. Parmi les modes les plus dominants on peut citer :

a- Créer son entreprise en franchise :

Entreprendre en franchise est une démarche de commercialisation impliquant deux principales parties : le franchiseur et les franchisés. C'est un système dans lequel le franchiseur (une entreprise) permet aux franchisés (d'autres entreprises indépendantes, à la fois juridiquement et financièrement) de reprendre un concept, vendre et distribuer des produits ou services moyennant une compensation financière. Ainsi, le franchisé peut bénéficier de la notoriété de la marque du franchiseur, de son expertise, de son identité visuelle, d'une renommée déjà acquise ou encore de produits ou services déjà connus sur le marché. En retour, il s'acquitte d'un droit d'entrée lors de la signature du contrat et des « royalties » durant la collaboration. Pour le franchiseur, ça lui évite d'ouvrir plusieurs firmes. Ce qui lui permet assez d'argent qu'il peut réinvestir ailleurs.

b- Créer une entreprise par essaimage :

Dans ce cas présent, le salarié quitte carrément l'entreprise il est pour créer son entreprise. Celle-ci propose un service dont son ancienne entreprise. Ceux qui font généralement cela sont des gens expérimentés, compétents et aguerris. Ils utilisent aussi le carnet d'adresses auxquels ils avaient accès dans leur ancien emploi. Cette nouvelle entreprise peut voir le jour avec l'aide de son ancienne entreprise ou non.

Ce type d'entrepreneuriats est un phénomène qui concerne en premier lieu des sociétés technologiques et innovantes. En effet, Il s'agit de la création d'une entreprise à partir de technologies développées essentiellement dans l'organisation d'où origine cette entreprise : Université / Centre de recherche / Entreprise privée. Très souvent, l'essaimé est le responsable d'un service que l'entreprise décide d'externaliser. Bien qu'il ne s'agisse pas toujours du moyen de commercialisation le plus efficace pour toutes les techniques, l'essaimage technologique est considérée par ceux qui sont attentifs au développement économique comme un moyen de créer des emplois bien rémunérés et des emplois dérivés ; cette forme de création d'entreprise génère 10 fois plus de retombées en création d'emplois qu'une licence concédée à une entreprise existante pour lancer un nouveau produit sur le marché.

On distingue trois sous-catégories de l'entrepreneuriat par essaimage :

- L'essaimage à chaud (ou social) : permet à l'entreprise « qui essaime » de résoudre un problème de sureffectif ou de mettre en place une politique de restructuration ;
- L'essaimage à froid (ou actif) : concerne les salariés porteurs de projet de création d'entreprise ;
- L'essaimage stratégique : permet de mettre en œuvre une politique économique gagnant/gagnant pour externaliser une activité.

C'est une option à considérer si vous avez le statut de salarié, d'autant plus que vous bénéficierez d'un accompagnement d'expert pour une collaboration profitable aux différentes parties prenantes.

Louis Jacques Fillion a défini trois autres types d'essaimage :

- Essaimage interne (spin-off) : Un membre du personnel de l'organisation essaimante (ou plusieurs selon Pirnay (2000)) crée une entreprise à partir d'une technologie développée au sein de l'organisation essaimante.
- Essaimage externe (spin-in) : Une entreprise est créée par un chercheur externe à l'organisation essaimante mais en utilisant une technologie développée au sein de celle-ci.
- Essaimage de sortie (spin-out) : L'entreprise est créée parce que l'organisation essaimante ne veut plus de cette technologie.

C- Créer une entreprise en Intrapreneuriat :

Depuis la publication d'*Intrapreneuring* (Pinchot, 1985), la notion d'intrapreneuriat a pris de plus en plus d'importance. Malgré l'absence de consensus sur sa définition, on qualifie généralement d'acte intrapreneurial les activités entrepreneuriales au sein même d'une organisation établie (Antoncic&Hirisch, 2001 ; Zahra, 1991). Ainsi, une entreprise confie à un de ses cadres la mission de créer et développer un centre d'activité spécifique (agence, succursale, usine, filiale, établissement à l'étranger). Le salarié est doté des moyens financiers nécessaires au lancement et peut même être associé au capital, dans certains cas (Jacques Arlotto, 2005). Généralement, Il peut arriver que le salarié d'une entreprise ait une idée d'entreprise et cette idée se trouve être innovante. L'entreprise se propose à ce salarié de le financer, mais son service qu'il souhaite fournir restera un bien de l'entreprise de l'entreprise. Ces salariés sont généralement des cadres qui sont des experts de leur domaine. Et comme on le dit : « Ils n'ont plus rien à prouver ». Ils se donnent de nouveaux challenges. Il faut souligner que ce n'est pas tous les salariés qui ont cette envie.

Donc, d'intrapreneuriat est un genre d'entrepreneuriat par essaimage, mais en interne. En effet, dans ce cas, l'employeur encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certaines habitudes entrepreneuriales au sein même de l'entreprise. Pour l'intrapreneur, cela représente une excellente opportunité d'apprentissage, d'expérimentation et de découverte, la prise de risque en moins. Il évolue tout de même dans le giron de l'entreprise, avec une restriction plus ou moins importante de la liberté d'action. Pour l'entreprise, l'avantage s'inscrit principalement dans l'innovation et l'aspect « ruche dynamique », notamment dans les structures de service. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, l'entrepreneuriat n'est pas seulement l'affaire de l'instinct. Une formation pointue et transversale vous aidera à dégrossir le travail et à maximiser les chances de succès.

d- Créer une entreprise en Entrepreneuriat ex-nihilo :

C'est la forme d'entrepreneuriat la plus plébiscitée par les jeunes porteurs de projet. Elle se base sur la concrétisation d'une « nouvelle » idée avec un investissement initial nul ou négligeable

(pas de reprise, ni de rachat de fonds ou de franchise...). La motivation derrière cette forme d'entreprendre peut être une innovation, une réponse à des problèmes rencontrés au quotidien par le porteur du projet ou encore l'identification d'un changement du microenvironnement qui pourrait être favorable à une affaire.

Si le porteur de projet décide de se mettre à son propre compte après avoir travaillé dans une entreprise, il devra veiller au respect de l'obligation de loyauté vis à vis de son ancien employeur, en fonction des clauses de son contrat de travail. Certains salariés signent en effet des contrats prévoyant une clause qui interdit le lancement d'une activité concurrente pendant une période bien déterminée.

C'est le type d'entrepreneuriat le plus plébiscité aujourd'hui. Il consiste à faire éclore une idée qui répond à un besoin bien défini. C'est un travail de longue haleine car on reprend à zéro et ce, dans un marché qu'on ne maîtrise pas toujours. Il faut adapter l'idée que l'on veut développer afin de résoudre de manière efficiente les problèmes constatés.

e- Créer une entreprise par la Reprise d'entreprise :

C'est une forme d'entrepreneuriat qui consiste à reprendre une activité ou une entreprise déjà existante. Le créateur ici est une personne physique ou morale appelée repreneur. Il peut s'agir d'une ou de plusieurs personnes reprenant une PME, une start-up ou même une grande entreprise. A moins que l'exploitant n'exerce en nom propre, une question va se poser très tôt au repreneur : créer une nouvelle société et déposer de nouveaux statuts ou reprendre la société en cours ? Tout dépend de la situation. Concernant les relations avec les clients et les fournisseurs, le message de continuité représente en général un avantage non négligeable. Le repreneur n'aura pas besoin de solder les comptes clients et fournisseurs pour ne pas remettre en cause d'éventuels avantages antérieurs durement acquis.

Il existe d'autres classifications des types et modes d'entrepreneuriat, Parmi ces classifications on signale :

- L'entrepreneur classique : c'est le créateur seul motivé par des considérations économiques pour la création de l'entreprise. Il peut s'agir aussi de plusieurs personnes qui créent ensemble une même entreprise.
- L'entrepreneur organisationnel : il s'agit des formes entrepreneuriales. Des activités d'exploration au sein d'une entreprise déjà existante.
- L'entrepreneur social : il s'agit de la création visant la maximisation de l'utilité sociale plutôt que la rentabilité économique. C'est un type d'entrepreneuriat essentiellement consacré aux peuples. On ne cherche pas à faire beaucoup de profit parce que la cible visée n'est pas assez nantie. L'argent produit permet d'assurer le service dont bénéficieront ses populations ciblées. Les bibliothèques sont des illustrations parfaites dans ce cas d'entrepreneuriat.
- L'entrepreneur postmoderne : c'est l'entrepreneur dont la motivation principale est de donner du sens à sa vie plus que d'améliorer ses revenus. En plus, son choix d'entreprendre n'est ni exclusif ni définitif. Il peut mener en même temps à un travail salarié et à une activité entrepreneuriale. Il entre et peut ressortir de l'activité entrepreneuriale selon l'opportunité.

Une autre classification met l'accent sur :

- ❖ Entrepreneuriat de type Auto-création : L'auto-création d'emploi constitue généralement une alternative, voir une solution, pour ceux qui éprouvent des difficultés à trouver un emploi.
- ❖ Entrepreneuriat non marchand ou social : le principe de base ici est de créer des entreprises dont l'activité économique a été conçue de manière à créer de la « valeur sociale », à mettre en œuvre des solutions innovantes à des problèmes sociaux (dans les domaines de la création d'emploi, du développement durable, de l'environnement, de la santé...). Les entreprises de microcrédit, à l'image de la Grameen Bank de Mohamed Younes, constituent un bon exemple.
- ❖ Entrepreneuriat public : les entreprises publiques et les différents établissements des gouvernements au niveau National, provincial ou local, orienté vers le service aux citoyens, constituent l'essentiel de l'entrepreneuriat public.

L'entrepreneuriat est donc, sous toutes ses formes, réalisées dans le cadre formel ou informel ou à travers d'autres formes ou structures le cas des coopératives ou même des associations, un moyen incontournable de création d'emploi et de richesse. Le soutien de l'entrepreneuriat suppose tout, d'abord, la levée des barrières qui freine l'action entrepreneuriale.

C- Caractéristiques de l'entrepreneuriat

Plusieurs sont les caractéristiques de l'entrepreneuriat et de la motivation des hommes et femmes à s'aventurer dans ce domaine. Parmi les principales caractéristiques entrepreneuriales on peut citer :

- Création d'entreprise
- Création de nouveaux produits, méthodes de production, marchés, sources d'approvisionnement, etc.
- Prise de risque
- Création de valeur
- Dépistage et exploitation d'une occasion d'affaires
- Mobilisation des ressources
- Désir d'accomplissement
- Recherche du pouvoir
- L'autonomie
- La confiance en soi
- Haut niveau d'énergie et de dynamisme
- Persévérance malgré les obstacles
- Tolérance au stress
- Capable de faire face à la concurrence
- Personne orientée vers l'action
- Innovateur
- Capacité de concevoir des projets, de conceptualiser et de se projeter dans l'avenir
- Détecteur d'occasion d'affaires,
-  tre bon dans les relations

- Etre un créateur et un intuitif tout en demeurant réaliste
- Confiance en soi
- Persévérance
- Energie, talent et habiletés à prendre des risques calculés
- S'organiser pour trouver les «moyens» d'atteindre des objectifs

MILLER & TOULOUSE (1980)

- Personnalité particulière du dirigeant
- Contrôle interne
- Innovateur
- Proactif
- Preneur de risque

HORNADAY(1982)

- Confiance en soi
- Energique – Dynamique
- Talentueux
- Habile à bien s'entendre avec les gens
- Habile dans la prise de risques calculés
- Fait preuve d'initiative
- Responsable face au défi
- Indépendant
- Leader
- Flexible
- Polyvalent, connaissance du produit, du marché et de la technologie
- S'adapte aux suggestions, critiques
- Fait preuve de créativité
- Besoin de réalisation
- Prévoyant
- Orienté vers les _profits
- Possède de l'acuité
- Persévérant
- Optimiste

MILLER (1989)

- Fanatique talentueux
- Persuasif
- Il sait trouver les ressources
- Audacieux et s'allie à des partenaires utiles
- Goût du risque
- Initiative
- S'organise pour franchir les obstacles
- Indépendant

- Motivé par la réalisation des ambitions
- Travaillant
- Le succès est important
- Développement technique plutôt que la recherche
- Imaginatif
- Obstiné
- Utilise le temps de ses loisirs
- Pressé d'atteindre ses objectifs,
- Peu préoccupé par le pouvoir

FILION (1991) (1980)

- Visionnaire
- Détecteur d'opportunités
- Résolution de problèmes - preneur de décision
- Innovateur
- Bon dans les relations d'affaires
- Preneur de risque, mais calculés
- Initiative, leadership
- Intuitif – Jugement
- Réaliste
- Va au-devant des défis
- Non-conformiste
- Indépendant
- Le profit n'est pas le seul élément de motivation
- Flexible
- Travailleur et persévérant
- Opportuniste
- Créateur
- Imaginatif
- Communicateur
- Utilisateur de l'argent des autres
- Hommes d'affaires
- Orienté vers l'action
- Optimiste
- Apprend des erreurs

BLAIS, TOULOUSE (1992)

- Sait saisir les informations et anticiper le changement

SPENCER & SPENCER (1993)

- Pensée stratégique
- Détecteur d'opportunités pouvoir agir
- Gestion des relations entre les individus et relations d'affaires
- Forte habileté de communication

- Initiative
- Confiance en soi
- Leadership de changement
- Monitorat au lieu de contrôler et diriger
- Préoccupation pour un travail de haute qualité
- Persistance

GASSE (1995)

- Confiance
- Autonomie
- Persévérance
- Pouvoir
- Connaît ses capacités
- Besoin d'accomplissement
- Innovateur
- Orienté vers l'action
- Comportement cognitif
- Gère son stress

GASSE (1997)

- Visionnaire
- Démontre de l'entrepreneuriat
- Excellent dans la résolution de problème
- Connaissance en gestion financière
- Bons dans les relations interpersonnelles
- Créateur
- Leader
- Coach
- Prévoit les futures alliances
- Communicateur
- stratégiques

McCLELLAND (1961) dans ROBERTS E.B. (1991)

- Orienté vers le futur
- Preneur de décision dans un contexted'incertitude
- Innovateur d'affaires
- Preneur de risquesmodérés
- Ne tolère pas l'autorité ou toute autre forme de leadershipsupérieur au sien
- Coordonne les efforts et les activités autres personnes
- Travaillant - Innovateur dans la manière de faire les choses

ROBERTS E.B. (1991)

- Haut degré d'accomplissement
- Intuitif
- Apporte une nouvelle technologie plutôt que l'expérience
- Extraverti
- Jugement
- Contrôle et va au-devant des défis (willin_gness)
- Un fort désir d'Indépendance
- Gestion participative

- S'entoure d'une équipe multidisciplinaire performante
- Favorise les relations avec les autres

JULIEN (2000)

- Visionnaire
- Sait profiter des opportunités et des modes du moment.
- Un être social : contact régulier avec employés, partenaires, fournisseur et surtout, clients - Réseau
- Communiquer sa vision
- Entraîner l'organisation à changer, innover
- Observateur
- Possède une bonne sensibilité pour comprendre les changements clés

III- L'Entrepreneuriat féminin

A- Définition de l'entrepreneuriat féminin

Dina Lavoie définit la femme entrepreneure comme « la femme qui, seule ou avec un ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante ».

Les premières investigations sur l'entrepreneuriat et l'homme en tant qu'entrepreneur naissent dans les années 30 contrairement à l'entrepreneuriat féminin, dont les premières recherches et documentations trouvent leur origine dans les années 70 surtout aux États-Unis. Néanmoins, il faudra attendre le début du millénaire pour que l'entrepreneuriat féminin soit considéré comme un réel domaine d'étude et de recherche.

D'après Christina Constantinidis, qui a participé à l'écriture du chapitre sur l'entrepreneuriat féminin au sein du Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat (2014), l'entrepreneuriat féminin se verrait composé de trois courants de pensée : l'approche fonctionnaliste, les approches féministes et les approches socioconstructivistes.

- Approche fonctionnaliste :

Les fonctionnalistes partent du postulat que l'homme et la femme naissent avec des rôles sexués, renvoyant à une vision naturaliste et biologique des deux sexes. Chaque rôle correspondrait donc à un ensemble de valeurs et de caractéristiques. La sexualisation des rôles s'appuierait sur le corps physique, mais aussi sur le psychisme. D'après les fonctionnalistes, la femme serait moins prédisposée pour l'entrepreneuriat, justifiant ce propos par un manque de compétences et de capacité. Certains chercheurs en viennent même à expliquer que le système de valeurs propre au genre féminin serait la justification d'une moindre performance des entreprises détenues et gérées par des femmes. Les traits de caractère spécifiques aux hommes et aux femmes impliqueraient aussi le fait que les hommes aient des prédispositions pour la sphère publique et les femmes, pour la sphère privée. Autrement dit, l'homme serait né avec des compétences et des valeurs lui permettant de s'adapter parfaitement au monde professionnel et à la politique entre autres, tandis que la femme, disposant d'une plus grande sensibilité et compréhensibilité, serait prédisposée à la vie familiale. (Exemple dans les études de Fasci et Valdez, 1998 ou de Rosa, Carter et Hamilton, 1996).

Plusieurs critiques à l'égard des recherches concernant le fonctionnalisme. Les auteurs de ce courant, en partant de ce système de valeur faussé, introduisent donc un biais méthodologique au sein de leurs différentes études. Ce biais implique que la femme soit infériorisée, d'où l'affirmation par les fonctionnalistes que la femme est moins apte à l'entrepreneuriat : « La conclusion générale de ces travaux n'est guère surprenante : les femmes, a priori, seraient moins capables ou moins compétentes que les hommes pour l'entrepreneuriat, a priori perçu et a fortiori construit comme une activité masculine ».

- Approches féministes :

Il existe deux principaux courants féministes, soit la théorie du féminisme libéral et la théorie du féminisme social. Les approches féministes ont largement critiqué la sexualisation des rôles affirmés par les fonctionnalistes. Leur principale critique, voire différenciation, est l'introduction de la notion de genre qui correspond au « sexe socialement construit », différent du sexe biologique comme expliqué auparavant. De plus, les études de genre soulignent deux processus conduisant au

« sexe socialement construit » : les mécanismes de séparation et les processus de hiérarchisation. Les mécanismes de séparation se manifestent au travers de l'attribution de rôles, de fonctions et de compétences spécifiques à chacun des sexes, contribuant à déterminer ce qui est considéré comme masculin ou féminin et menant à des représentations stéréotypées des sexes. Les processus de hiérarchisation désignent la structuration de la société autour d'une norme masculine, conduisant à valoriser davantage les caractéristiques, les valeurs ou les comportements perçus comme masculins, au détriment de ceux identifiés comme féminins.

La théorie du féminisme libéral repose sur des valeurs universalistes, affirmant que tous les êtres humains sont des individus égaux ; dans ce cadre, les différences sont secondaires par rapport à la qualité d'individu universel. Cependant, même si les féministes libérales affirment que les hommes et les femmes sont similaires, ils et elles sont traitées de manière inégale. Cette injustice reposerait sur le lien de subordination qu'il existe entre la femme et l'homme dans la société. Le postulat de départ défendu par la majorité des féministes est le suivant : les femmes et les hommes ont la même capacité à entreprendre et à créer. Néanmoins, la manière dont est subordonnée la femme à l'homme a une conséquence majeure : la discrimination directe. Les différentes injustices vécues au quotidien par ces dernières sont une accumulation de barrières et d'obstacles à leur réussite et à la réalisation de leur plein potentiel.

La théorie du féminisme social émerge dans les années 90 et impose une approche innovante par rapport aux deux précédentes. Le féminisme social est aussi connu sous les noms de féminisme de la différence ou de féminisme maternel. Cette théorie confirme aussi que les femmes et les hommes sont différents et s'appuie sur ce postulat. Néanmoins, ce courant introduit une perspective novatrice, selon laquelle la différence qui distingue les femmes serait une valeur ajoutée, une force transformée en point positif. Selon Ely et Padavic, la théorie du féminisme social invite à « célébrer les femmes dans leur différence » et joue avec la différence homme/femme, car elle revendique donc une perspective féminine différente et complémentaire de la perspective dominante masculine, et par là sa reconnaissance à part entière. Cette théorie part du postulat que les femmes entrepreneures possèdent des attributs uniques et précieux pour le monde de l'entrepreneuriat, identifiés comme des ressources plutôt que comme des freins. Ce courant de pensée ne vient plus justifier les difficultés par la subordination de la femme, mais place le débat sous un autre angle, celui de la complémentarité et de l'égalité dans la différence.

- Approches socioconstructivistes :

Les approches socioconstructivistes dénoncent la méthodologie et les choix épistémologiques des autres théories. D'après ces dernières, les autres approches appuient leurs études sur une dichotomie entre masculin et féminin ainsi qu'une vision homogène du groupe des femmes entrepreneures. Les approches socioconstructivistes ont voulu déplacer le curseur du paradigme. Pour la première fois, la norme masculine est pointée du doigt, notamment pour son rôle dans la construction du terme d'entrepreneuriat. Toutes les recherches réalisées auparavant se sont focalisées sur la sexualisation des rôles et ont considéré l'entrepreneuriat selon le référentiel de la domination masculine. Selon les socioconstructivistes, cette vision oriente toutes les études vers des résultats similaires et stériles à terme : le positionnement des individus dans des catégories sexuées conduit à reproduire dans la recherche l'inégalité des sexes et la subordination des femmes dans la société. Les socioconstructivistes innoveront en proposant un changement de positionnement épistémologique, pour

étudier la manière dont le genre est réalisé ». Ils essayent de comprendre le fonctionnement du genre et son utilisation afin de le déconstruire. De plus, ils apportent une nuance importante : le genre ne doit plus être envisagé comme un rapport propre aux individus, mais comme une catégorie que l'on retrouve dans tous les domaines de notre environnement.

B- Potentialités de l'entrepreneuriat féminin

Plusieurs potentialités économiques sur le plan national, et dans la région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima offrent un bon terrain pour l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin et donnent plusieurs bonnes raisons de créer et de développer beaucoup d'entreprises et d'investir dans la région à savoir le potentiel économique prometteur, les infrastructures de normes internationales, des plates formes industrielles et commerciales, une qualité de vie incomparable et une bonne compétitivité.

La Région TTA regorge de toutes les potentialités qui la prédestinent à s'ériger en pôle économique et locomotive de développement régional et local. Au niveau de la première partie on a défini les différents écosystèmes économiques de la Région TTA et de la Province de Chefchaouen qui peuvent être des stimulateurs de la création d'entreprises et d'entreprises féminines dans la Région..

En plus des potentialités susmentionnées, l'entrepreneuriat féminin bénéficie d'autres atouts et points forts à savoir : L'encadrement, l'appui et l'assistance par certains structures et programmes, la formation et la formation personnalisée, le financement par le biais de certains lignes de crédits ou par des bourses et le réseautage. Mais, malgré ces potentialités l'entreprise féminine souffre d'un ensemble d'obstacles qui ralentissent la croissance de l'entrepreneuriat féminin.

C- Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat féminin

Tous les entrepreneurs sont confrontés à des obstacles lorsqu'ils créent et font tourner leur entreprise. Si une grande partie de ces obstacles est commune aux hommes et aux femmes, dans bien des cas, ils sont plus importants pour les femmes chefs d'entreprise. La culture et la société soutiennent rarement l'entrepreneuriat féminin. Parmi les obstacles les plus touchant à l'entrepreneuriat féminin, on peut citer les obstacles socioculturels, d'ordre infrastructurel, politiques, législatifs, institutionnels et psychologiques.

1) Les obstacles socioculturels

La participation économique et sociale des femmes au travail a fortement augmenté au cours des dernières décennies. Lorsqu'elles s'engagent sur le marché du travail, que ce soit en tant que salariées ou indépendantes, les femmes sont en effet confrontées à une série d'obstacles subtils, liés au genre et aux idées préconçues sur les rôles que chaque sexe doit jouer.

Le concept selon lequel l'entrepreneuriat est un phénomène «masculin» a des origines historiques anciennes. Il est en outre entretenu par des processus culturels, sociaux et économiques, et est ancré dans les attitudes et les normes sociales et culturelles.

Cela rend l'entrepreneuriat féminin moins légitime. Ce manque de légitimité a une incidence sur la position sur le marché des entreprises gérées par des femmes et sur leur image, entrave la mobilisation de ressources pourtant essentielles et empêche la réalisation pleine et entière de leur potentiel entrepreneurial.

Les rôles traditionnellement attribués à l'homme et à la femme peuvent également avoir pour conséquence que les femmes se restreignent elles-mêmes, dans leur entreprise et dans leurs activités, à des professions, des secteurs et des domaines d'activité «féminisés», comme les services de coiffure féminines, de l'événementiel féminin et mariage, de santé, de l'artisanat féminin...

En outre, les normes qui décrivent le comportement attendu de chaque sexe peuvent restreindre l'accès des femmes à des ressources importantes, en termes humains, financiers ou de capital social. Le fait que peu de femmes ont réussi en tant que chef d'entreprise et peuvent servir d'exemple à d'autres constitue un élément hautement dissuasif pour les femmes lorsqu'il s'agit d'envisager une carrière de chef d'entreprise, surtout pour les domaines qui ont été traditionnellement réservés aux hommes, le cas de certaines industries ou des activités demandant une forte valeur ajoutée scientifique ou technologique.

L'idée selon laquelle le chef d'entreprise masculin est la norme est entretenue par les réseaux sociaux, l'éducation, et même par les politiques en place dans de nombreux pays.

L'une des attitudes sociales les plus marquées en ce sens est l'attitude envers l'échec. En effet, les femmes sont plus enclines que les hommes à déclarer que c'est la peur de l'échec qui les retient de se lancer dans l'entrepreneuriat. Au niveau européen, 52 % des femmes ont déclaré que la peur de l'échec les empêcherait de créer une entreprise, contre 42 % des hommes. Et dans tous les pays, les femmes sont plus susceptibles que les hommes de mentionner l'existence de cet obstacle. Ceci empêche à l'acquisition d'expérience, de connaissances et de compétences en gestion qui peuvent être utilisées dans l'entrepreneuriat aux niveaux de lancement ou de développement des activités..

Au Maroc, et surtout dans le monde rural, le rôle de la femme, selon la culture, est limité à la famille souvent associé à la reproduction et le choix pour la femme de développer une activité rémunératrice est souvent dicté par la nécessité. Cette situation, est liée à la femme elle-même, qui manque de confiance en soi peut s'expliquer par des facteurs sociaux et culturels qui n'encouragent pas les femmes à entreprendre, voire envisager cette voie. Et dans plusieurs cas, les femmes doivent se battre pour pouvoir faire face à la société dans son ensemble. Au manque de confiance, s'ajoute le faible niveau de scolarisation, formation et socialisation des femmes qui limite le développement de certaines aptitudes nécessaires à l'entrepreneuriat, tel le goût de l'innovation et le sens de risque.

Les femmes connaissent aussi, le manque de crédibilité et la réticence des différents partenaires (client, fournisseurs, etc.) sont aussi des barrières dont pâtissent les femmes marocaines au démarrage de leur projet. L'entourage familial semble également être un empêchement culturel malgré que, légalement, la femme marocaine n'est plus astreinte à demander l'aval de son père ou à son mari, comme dans les cas de déplacements répétitifs à l'étranger ou en cas de rencontres avec des clients à des heures tardives. Ces pratiques sociales sont justifiées par les coutumes caractérisant

la société marocaine, qui imposent à la femme de s'incliner devant certaines règles de conduite au regard de sa famille et de la société marocaine.

Si quelques dirigeantes de grandes entreprises apparaissent régulièrement dans la presse où le caractère exceptionnel de leur présence est systématiquement souligné, et si quelques actrices du milieu de la production culturelle ou artistique parviennent à se faire un nom, les milliers de femmes travaillant à leur compte, commerçantes, chefs de petites entreprises, associées de coopératives, vendeuses liées au commerce informel demeurent la variable inconnue du monde entrepreneurial marocain. Les contours de la figure féminine de l'entrepreneur au Maroc restent flous.

La conciliation entre vie professionnelle et vie familiale ne semble pas poser des problèmes aux entrepreneures féminines. Pour certaines femmes, elles déclarent que quel que soit l'âge de leurs enfants, concilier le travail et la vie privée demeure une question d'organisation. Ces femmes déclarent également disposer des moyens financiers pour engager une aide-ménagère qui s'occuperait à la fois des tâches ménagères ainsi que de leurs enfants. Ces femmes peuvent également compter sur leur entourage familial pour garder leurs enfants pendant qu'elles travaillent. Mais, pour les femmes issues d'un milieu pauvre ou très modeste et surtout dans les milieux ruraux, elles déclarent qu'elles disposent de peu de moyens financiers pour engager une aide-ménagère qui s'occuperait à la fois des tâches ménagères ainsi que de leurs enfants. Toutefois, dans certains cas, ces femmes comptent sur leur entourage familial.

Sur le plan de la province de Chefchaouen et surtout dans le milieu rural, et malgré la multiplicité des activités réalisées par les femmes, il y a une sous estimation de leurs efforts et résultats. Ceci, est lié à la fois au préjugés articulés sur des mythes ou croyances négatives de la société sur la femme ou au manque du plaidoyer de la femme pour éliminer cette vision et culture négative.

2) Les obstacles d'ordre infrastructurel

Les infrastructures représentent des biens intermédiaires qui facilitent l'investissement, les échanges et améliorent la productivité des autres intrants dans la production. Généralement, il y a plusieurs types d'infrastructures à savoir les Infrastructures physiques le cas des routes, irrigation, eau, électricité, assainissement, téléphone, terrains, plateformes industrielles et commerciales, marchés et souks, incubateurs, technologies et matériels, les infrastructures sociales comme l'éducation, la santé, la formation..et des infrastructures financières liées à des lignes de crédits ou d'appui à l'investissement.

Généralement, à l'exclusion des infrastructures de bases liées à des routes, eau, électricité, assainissement, ou certaines plateformes industrielles et commerciales et marchés et qui entrent dans le cadre des programmes intégrés de certains services extérieurs ou collectivités locales, la région est presque dépourvue d'infrastructures économiques visant à accueillir et développer l'investissement. La quasi-totalité des investissements en infrastructures est réalisée par l'initiative privée et par les investisseurs eux-mêmes.

Les femmes entrepreneurs elles aussi rencontrent de grandes difficultés pour accéder aux infrastructures. Cela est liée d'un côté à l'inexistence des initiatives favorisant l'installation des

femmes entrepreneurs et de l'autre à l'existence de la bureaucratie administrative que la femme peut difficilement surmonter.

Au niveau de la Province de Chefchaouen il y a une quasi absence des infrastructures qui incitent et favorisent les femmes entrepreneures à s'installer ou à développer les activités existantes.

3) Obstacles liés aux politiques

Les pays qui ont réussi à réaliser une croissance économique et à réduire la pauvreté disposaient rarement au départ de meilleurs ressources ou compétences que d'autres pays. Leur succès dépendait de leur capacité à créer une capacité à produire. Ils ont eu recours à des politiques pragmatiques pour créer des incitations et amener les investisseurs à investir et à acquérir de nouvelles technologies.

Mais le succès nécessitait également la capacité du gouvernement ou collectivités locales à mettre en œuvre ces politiques. Cette capacité à exécuter les politiques varie de manière significative selon les Etats, et à l'intérieur d'un même Etat peut varier largement selon le secteur économique et selon la nature des règles à faire respecter et selon les acteurs.

Certains pays sont meilleurs que d'autres pour l'exécution de certaines règles alors que d'autres sont mieux dotés pour exécuter d'autres règles. Il est important de se rappeler ce point au moment d'élaborer les politiques d'investissement et de technologie pour un pays déterminé.

Les stratégies qui ont fonctionné dans un pays ne seront peut-être pas évidentes à mettre en œuvre dans un autre d'où il faut chercher des solutions adaptées.

La politique d'investissement ou d'encouragement regroupe l'ensemble des politiques de l'Etat et collectivités locales en matière de politique fiscale, politique monétaire, politique économique, politique commerciale, politique judiciaire, politique d'incitation et autres politiques qui visent l'afflux des investissements et leur pérennisation et le développement du climat d'affaires.

Au Maroc, malgré l'existence de plusieurs politiques qui visent l'incitation de l'investissement, l'impact de ces politiques est négligeable aux niveaux des territoires sur les plans régional et local.

Aussi, ces politiques générales de développements sont incapables de développer l'entrepreneuriat féminin. Puisque, c'est très difficile d'en mesurer l'impact sur les petites entreprises installés dans la Province de Chefchaouen ou dans les communes rurales.

4) Obstacles liés à la législation

Considérant l'investissement comme un facteur déterminant pour assurer une croissance économique durable et soutenue, le Maroc s'est engagé dans une libéralisation de son économie en

assouplissant les procédures, en offrant une meilleure protection aux opérateurs privés en adoptant de nouvelles lois visant l'amélioration des conditions d'investissement. Parmi ces lois on peut citer : le code du travail, les droits d'auteurs et droits voisins, la propriété industrielle, la liberté des prix et de la concurrence, la protection des données personnelles, l'arbitrage et médiation conventionnelle etc. Mais, le blocage de ces lois réside au niveau d'abord de l'application sur le terrain, la lourdeur de ces lois et décrets d'application, la non application de certaines lois en attendant les décrets d'application et qui demande parfois l'attente des années et aussi, le problème de certaines lois et procédures qui ont été dépassé et qui demandent la mise à jour.

Généralement, au Maroc il n'y a pas de législation spéciale qui favorise l'entrepreneuriat féminin. Aussi, les entreprises féminines trouvent des difficultés pour bénéficier des lois existantes avec les problèmes de la bureaucratie et la lenteur des tribunaux.

5) Obstacles liés aux institutions

Pour réaliser un investissement et créer une entreprise au Maroc et puis la développer, cela demande d'entamer des contacts avec une multitude d'institutions. Les principales institutions ce sont celles qui sont liées aux procédures de création, au soutien et promotion de l'entreprise, au financement et à l'information et au formation.

Pour entamer une démarche de création d'entreprise, deux itinéraires possibles soit à travers le guichet unique, soit de réaliser les différentes procédures de création par un comptable ou soi-même. Avec le manque d'informations et d'encadrement, généralement, les femmes entrepreneures se perdent dans les procédures avec la bureaucratie des différentes institutions chargées au niveau de la création ou dans une perte d'argent due à la méconnaissance des tarifs et des types juridiques des sociétés.

Aussi, malgré l'existence au Maroc de plusieurs organismes de soutien et de promotion de l'entreprise féminine, on décèle que peu de femmes entrepreneures marocaines adhèrent à ces groupements. Et pourtant, ces associations peuvent encourager et appuyer la création d'entreprises pour les femmes, les informer, les encadrer et les assister dans la gestion et la pérennisation de leurs entreprises, ainsi que de développer les compétences managériales des femmes entrepreneurs en leur assurant des formations de Know-how et constituer un réseau pesant à même de jouer un rôle de lobbying auprès des pouvoirs publics et des institutions internationales. Ces institutions s'avèrent un espace de rencontre, d'échange d'information, de formation et de solidarité visant l'amélioration du climat des affaires aux entreprises féminines marocaines.

Cependant, la modique implication des femmes entrepreneures marocaines dans ce type de réseaux est due à leur méconnaissance de ces organismes et à leur manque de temps et d'intérêt.

L'accès au financement se révèle une cloison importante pour la femme entrepreneure marocaine pour obtenir des crédits bancaires. Ces contraintes peuvent se résumer en deux points : le coût exorbitant du crédit (taux de base, durée, etc.) imposé aux femmes entrepreneures, ainsi que les garanties exigées. Elles fustigent que ces cautions exigées par les banques marocaines sont trop élevées et vitupèrent que les banques ne prennent pas en considération d'autres critères tels que l'expérience professionnelle, les diplômes et les compétences. Ainsi, dans la culture de la PME marocaine, l'essentiel du financement de l'entreprise féminine est constitué par l'autofinancement, l'épargne personnelle et l'aide familiale et que le recours au crédit bancaire reste très minuscule.

Finally, there is a lack of information about public institutions that support the creation of businesses, which remains little known for Moroccan women entrepreneurs. Like the Moroccan Agency for Development of Investments (AMDI) or the Regional Investment Centers (CRI). Unfortunately, several women who want to start a business are unaware of these structures. In this regard, information campaigns are inevitable to bring these organizations closer to Moroccan women entrepreneurs.

6) Les obstacles d'ordre psychologique

It happens that women are not confident in themselves and have a negative image of themselves. Due to an institutional environment not very favorable to the creation and development of businesses, and the existence of so many obstacles that slow down the long journey of women towards their economic initiative, they are obliged to pass through the creation of businesses, carriers of growth, creators of wealth and employment.

The different obstacles cited above, provoke a systemic discrimination inherent to the condition of women, and make it very difficult for women to access different products and services, financing, and favorable credit conditions. It is the credibility of these women, which is often put to the test, outside their business when dealing with institutions or certain partners.

Among the main personal characteristics of the entrepreneur, self-confidence and the taste for risk. Develop your self-awareness and your knowledge of yourself: « Know thyself » said Socrates. Self-knowledge is one of the most favorable terrains for the definition of objectives and the realization of the personal. It is a question of developing your capacity to self-evaluate objectively. This is the first step in self-knowledge and a lever of self-confidence; a fundamental competence for entrepreneurship. Through this, the woman is capable of starting businesses, managing her time and activities in the way she wants. This represents one of the main sources of motivation for women entrepreneurs.

The woman entrepreneur also needs to stimulate her motivation and strengthen her perseverance and determination. This is a necessary and fundamental factor for the success of the entrepreneur. It is about connecting to oneself and to one's desire by giving meaning to one's action. Through self-confidence and faith in one's competencies, the will is activated and energy is stimulated. We remind you that immersing oneself in the life of success stories and positive people around you is a major condition for the success of entrepreneurship. It allows you to develop your creativity, sharpen your own strength and your decision-making power. And by having confidence in oneself, the woman entrepreneur can easily have a taste for risk to launch herself into the world of business and the creation of a business.

DEUXIEME PARTIE : ETUDE
DE L'ENTREPREUNARIAT
DANS LA PROVINCE DE
CHEFCHAOUEN

A nos jours, Les femmes dirigent environ un tiers des entreprises de l'économie mondiale. La majorité de celles qui exercent dans les économies en développement sont des très petites ou des micro-entreprises. Certaines attitudes et normes sociales empêchent certaines femmes d'envisager la création d'entreprise, tandis que des obstacles systémiques font que de nombreuses femmes

entrepreneurs opèrent dans l'économie informelle. Cette situation non seulement limite leur capacité de gagner un revenu pour elles-mêmes et leurs familles, mais restreint également leur vrai potentiel de contribuer à la création d'emplois et au développement socioéconomique et durable.

Actuellement, l'encouragement de l'entreprise féminine au Maroc s'inscrit dans le cadre d'une approche de promotion et d'amélioration de la situation de la femme dans les différents domaines de la vie active. Cet encouragement commence à avoir ses fruits, puisqu'on constate une évolution remarquable de l'entrepreneuriat des femmes qui apparaît au niveau de leur contribution au développement économique. Parfois, les femmes entrepreneurs renvoient aux femmes pauvres et précaires disposant de micros entreprises opérant dans l'informel. Lorsqu'un nombre important de femmes ont créés de petites, de moyennes ou des grandes entreprises organisées de manière moderne et gérées de façon professionnelle et exerçant dans le secteur formel et elles représentent de 10 à 12% des entrepreneurs.

Au niveau de la région Tanger-Tétouan-Al-Hoceima, avec l'absence des statistiques officielles des femmes entrepreneurs, les femmes représentent environ 50% de la population totale et constituent presque le quart de la population active. La participation des femmes à la main d'œuvre a augmenté à la fois dans les villes et dans les milieux ruraux et les femmes sont actives, de façon prédominante, dans le secteur informel.

Avec le développement économique continu qu'a connu la région dans les dernières décennies, le nombre des femmes entrepreneurs ne cesse de se développer comme le prouve l'accroissement des entreprises, des coopératives et des associations économiques créées par les femmes et l'existence de plusieurs structures et programmes d'appui et d'encadrement de la création de l'entreprise féminine.

Dans la même perspective, et comme alternative au salariat, au chômage ou d'autres raisons un nombre important de femmes de la Province de Chefchaouen ont préféré le recours à l'entrepreneuriat.

Pour développer l'initiative entrepreneuriale féminine dans la Province de Chefchaouen, le projet « Promotion de l'équité de genre et appui intégral aux femmes et enfants victimes de violence familiale au Nord du Maroc 2ème année », porté par l'ONG STEI Intersindical en partenariat avec l'Association Talassemrane pour l'Environnement et le Développement (ATED) et appuyé par Gouvernement des Îles Baléares programme la réalisation d'une étude d'identification des potentialités des différents secteurs économiques de la région pour orienter l'entrepreneuriat féminin de Chefchaouen. L'objectif général de cette étude est d'aboutir à la réalisation d'une identification des potentialités des différents secteurs économiques sur les plans régional et local et de tracer les différentes pistes pour favoriser et développer l'entrepreneuriat féminin.

I- Cadrage de l'étude

A- Etat de question

L'entrepreneuriat est parmi les concepts les plus étudié et développé dans l'histoire puisque par l'entrepreneuriat, il est entendu l'action de créer la richesse tout en l'appropriant, dans le but de proposer, trouver et d'implanter des solutions répondant aux besoins des individus ou des groupes. Après certain temps, l'entrepreneuriat est considéré comme étant un des facteurs capitaux pour une économie en pleine croissance. En effet, la promotion de l'entrepreneuriat est devenue une nécessité pour le développement de toute nation qui se veut être compétitive.

Plusieurs auteurs et théoriciens ont s'intéresser à ce sujet comme a été signalé auparavant pour en présenter des définitions, des théories et des explications. L'année 1950, a connu l'apparition de la terminologie de l'entrepreneuriat par l'économiste Joseph Schumpeter. Et de cette date à nos jours plusieurs recherches, études et développements ont été réalisé à propos de ce sujet.

L'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin a été sujet de plusieurs études réalisés par des organismes internationales le cas du FMI, BM ou OIT... ou réalisés sur le plan de chaque pays.

Au niveau du Maroc, l'entrepreneuriat et entrepreneuriat féminin a été sujet de plusieurs recherches académiques et études réalisées par des établissements gouvernementaux, secteur privé et société civile pour répondre à des questions économiques d'ordre théoriques ou pratiques, générales ou spécifiques liées à un secteur déterminé ou à un territoire prédéfini.

Dans la même perspective et pour la Région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima, L'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin sera un sujet de recherche et d'étude pour les chercheurs dans l'université Abdelmalek Essaadi, pour certains établissements étatiques au niveau de réalisation de certaines études et monographies et pour les collectivités dans le cadre de réalisation de leur Programme d'Action Communal –PAC-. Mais, la caractéristique dominante de ses recherches c'est qu'elles ne traitent pas directement et spécifiquement le sujet de l'entrepreneuriat féminin pour cela il y a un manque de données et statistiques relatives à ce sujet.

Pour apporter des réponses à ce sujet sur le plan local et plus précisément dans la Province de Chefchaouen, le projet« Promotion de l'équité de genre et appui intégral aux femmes et enfants victimes de violence familiale au Nord du Maroc 2ème année », par le biais de cette étude qui essayera de déterminer les potentialités économiques régionales et provinciales et les opportunités d'entrepreneuriat féminin.

B- Problématique

Depuis les dernières décennies, l'économie mondiale fait face à des transformations majeures comportant plusieurs éléments de changement, dont la féminisation des marchés de l'emploi et de

l'entrepreneuriat. Autrefois considéré comme des domaines réservés au masculin. L'entrepreneuriat tend donc à se féminiser de plus en plus et ce, particulièrement dans les pays industrialisés.

Au Maroc, elle se développe peu à peu et représente aujourd'hui une force de développement non négligeable. Mais, malgré l'accroissement du taux de femmes entrepreneures marocaines, la pénétration des marchés économiques demeure un défi en soi pour plusieurs d'entre elles. L'entrepreneuriat féminin démontre plusieurs problématiques se rattachant aux femmes entrepreneures que ce soit dans un contexte de démarrage, de consolidation, d'expansion ou de transfert d'entreprises. Ces problématiques se traduisent entre autres par l'accès au capital, à la performance, au réseautage, à la conciliation travail-famille, à l'accès au financement et à la formation etc... Considérant l'importance de l'entrepreneuriat féminin comme levier économique au Maroc et sur le plan local, il est important de connaître davantage ce qui motive et guide les choix de ces femmes entrepreneures.

De plus en plus souvent, la classe politique, l'enseignement supérieur, le secteur privé, les sociétés civiles et autres considèrent l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin comme un élément important pour promouvoir des idées novatrices, des activités d'entreprises et le progrès économique.

Ainsi, la question générale qui se pose, comment les croyances professionnelles, entrepreneuriales et sociales influencent-elles l'intention entrepreneuriale des femmes ? Est-ce que la création d'entreprise est un acte qui naît au sein d'un processus ? Comment peut-on tenter d'expliquer les causes qui amènent les femmes à devenir entrepreneur ?

Certes, sur le plan local, le cas de la Province de Chefchaouen, la naissance d'une démarche d'entrepreneuriat féminin trouve son explication aussi dans la problématique de la crise de l'emploi salarié et d'un contexte de grande pauvreté. Elle participe à des stratégies développées par les populations pour faire face à la conjoncture économique et sociale difficile et qui reste très liée aux potentialités économiques locales et aux systèmes économiques dominants et surtout l'agriculture, l'artisanat, les produits de terroirs et le tourisme culturel et rural. A cet effet, se pose la question des bonnes pratiques sur les plans international et national pour orienter et favoriser l'entrepreneuriat féminin dans la Province de Chefchaouen.

C- Hypothèses

Généralement, l'hypothèse est définie comme étant une proposition de réponses aux questions que l'on se pose à propos de l'objectif de notre recherche et que l'observation et l'analyse puissent fournir des réponses. Ou encore, c'est une réponse provisoire et anticipée aux questions posées dans la problématique.

Ainsi nous avons formulé nos hypothèses en liaison à trois questions principales, la première est liée aux facteurs de succès et principaux obstacles de l'entrepreneuriat féminin, la seconde relative aux potentialités économiques de la région de TTA et la Province de Chefchaouen et leurs impacts sur la création et le développement de l'entrepreneuriat féminin et la troisième et dernière sur l'importance des bonnes pratiques nationales et internationales sur le développement de l'entrepreneuriat local.

Question liée aux facteurs de succès et principaux obstacles de l'entrepreneuriat féminin :

- Hypothèse 1 : Il est probable que les facteurs à la base de l'entrepreneuriat féminin soient multiples notamment : l'insuffisance du revenu, la pauvreté, l'auto emploi ou la lutte contre le chômage, le désir d'autonomie professionnelle, d'accomplissement personnel, d'organiser un travail soi-même, de relever un défi qui motiveraient la femme à se lancer dans la carrière entrepreneuriale ... ;

- Hypothèse 2 : Il se pourrait que l'épargne personnelle, les aides et dons, les micro-crédits soient les principales sources de financement de l'entrepreneuriat féminin.

- Hypothèse 3 : L'émergence de l'entrepreneuriat féminin serait ralentie par les contraintes socio-culturelles qui limiteraient l'engagement de la femme dans l'activité entrepreneuriale ;

Question liée aux potentialités économiques de la région de TTA et la Province de Chefchaouen et leurs impacts sur la création et le développement de l'entrepreneuriat féminin :

- Hypothèse 4 : Les potentialités économiques locales laissent des grandes espaces pour le développement de l'entrepreneuriat féminin ;

- Hypothèse 5 : Le Marché régional est en expansion continu et propose des opportunités pour l'entrepreneuriat féminin ;

Question liée à l'importance des bonnes pratiques nationales et internationales sur le développement de l'entrepreneuriat local :

- Hypothèse 6 : Les réseaux entrepreneuriaux affectent positivement le succès de l'entrepreneuriat féminin.

- Hypothèse 7 : L'existence d'une multiplicité de bonnes pratiques entrepreneuriales et possibilités d'inspiration et de proposition de pratiques locales spécifiques.

D- Objectifs de l'étude

L'objectif général :

L'objectif assigné à ce travail est d'identifier les potentialités des différents secteurs économiques de la région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima pour orienter l'entrepreneuriat féminin de Chefchaouen. Dans une vision de promotion de l'équité de genre et d'appui intégral aux femmes et enfants victimes de violence familiale et de les orienter à entreprendre pour améliorer leur situation socioéconomique.

Les objectifs spécifiques :

Les objectifs plus spécifiques sont :

- Identifier les opportunités de l'entrepreneuriat féminin ;
- Identifier les menaces qui guettent l'entrepreneuriat féminin.
- Réalisation d'analyses sur les différents secteurs économiques.

- Réalisation d'enquêtes, entretiens, etc..., pour la collecte de données économiques locaux.
- Analyse de l'offre et la demande économique locale.
- La description des différents secteurs économiques et opportunités entrepreneuriat détectés.
- Enumérer les bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin.

La finalité recherchée donc de cette étude est de produire les connaissances et les renseignements pertinents permettant de mieux comprendre et développer l'entrepreneuriat féminin dans la province de Chefchaouen.

F-Choix et intérêt du sujet

Le choix de cette étude comme a été signalé au niveau de l'objectif est d'identifier les potentialités des différents secteurs économiques de la région pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin.

Ce travail revêt donc un double intérêt :

Il pourra servir de support à d'autres chercheurs qui voudront orienter leurs études dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin.

Il pourra aussi éclairer les différents acteurs de l'économie et autres dans la compréhension de l'entrepreneuriat féminin et leur faire montrer l'importance de ces activités sur la vie socio-économique.

G-Délimitation du sujet et champ d'investigation

Dans le souci de mieux cerner notre réflexion et notre étude, il convient d'en préciser les limites. Ce travail se borne sur l'identification des potentialités des différents secteurs économiques de la région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima pour orienter l'entrepreneuriat féminin de la Province de Chefchaouen.

Pour la zone d'intervention pour la réalisation du sujet, l'étude va être réalisée sur dans la ville de Chefchaouen et deux communes de la province qui sont la commune de Dardara : deux douars et la commune de Bab Taza aux douars : Khezana et Magou.

Dans le temps, il s'étend sur une période de la réalisation des enquêtes, jusqu'à la réalisation de l'étude proprement dite et laisser le temps pour appliquer les leçons et pratiques liés à l'entrepreneuriat féminin dans une phase ultérieure.

H- Méthodologie

Dans le cadre du présent travail, nous avons utilisés plusieurs méthodes, à savoir, la méthode descriptive, la méthode statistique, la méthode analytique, ainsi que la méthode explicative, est cela pour atteindre les objectifs de l'étude.

* La méthode descriptive : est une méthode scientifique qui consiste à décrire et à observer le comportement des différents partenaires en liaison avec le sujet de l'entrepreneuriat féminin, cette méthode sera nécessaire pour rendre possible aussi la description des caractéristiques des enquêtés.

* La méthode statistique : celle-ci consiste à quantifier les données récoltées, à procéder à leur représentation sous forme de graphique, ou autre..., à leur traitement ainsi qu'à leur interprétation. Cette méthode nous servira à interpréter les données, à représenter les données recueillies.

* La méthode analytique : est une méthode qui permet à partir des résultats obtenus d'en ressortir des conclusions et des recommandations opérationnelles.

* La méthode explicative : elle nous permettra de faire comprendre à nos lecteurs. Une approche explicative facilitera la détermination des facteurs explicatifs mais aussi l'analyse des informations qui seront recueillies sur terrain liées aux notions de l'entrepreneuriat ;

L'usage des méthodes susdites, nous a obligés à recourir à certaines techniques qui nous ont également favorisé la récolte des données nécessaires à la rédaction du présent travail.

- La technique documentaire : consiste à puiser les données existantes dans les écrits en rapport avec le sujet. Nous avons consulté divers documents portant directement ou indirectement sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin.

- La technique d'interview : consiste à puiser les données utiles à une enquête suscitant des déclarations orales de quelques personnes susceptibles de fournir ces données.

- La technique d'observation directe : Celle-ci est une technique par laquelle on a regardé attentivement les faits économiques et sociaux liés au sujet dans le Province de Chefchaouen aux niveaux urbain et rural.

- La technique de questionnaire : Elle nous aidera à réunir des informations auprès de nos enquêtés par le biais d'un questionnement opérationnel et orienté visant l'analyse du marché provincial de Chefchaouen et du domaine de l'entrepreneuriat et entrepreneuriat féminin dans la même province. On a opté pour un nombre de 500 questionnaires visant les différents partenaires dans la ville de Chefchaouen et aux deux communes rurales de Dardara et Bab Taza.

II- Résultats de l'étude

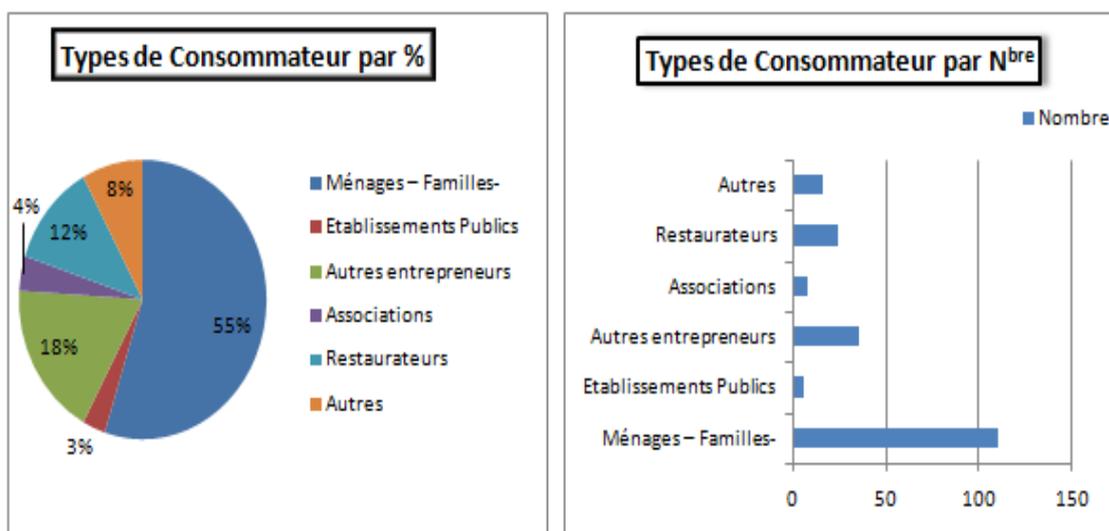
Cette étude a été réalisée pour répondre à la possibilité d'implantation de nouveaux entrepreneurs (femmes entrepreneurs) dans le marché local de la province de Chefchaouen. La méthodologie employée pour y parvenir est celle d'un questionnaire (voir en annexe) et de quelques entretiens complémentaires.

L'analyse des besoins du marché (Demande) a été faite par une enquête menée auprès des différents opérateurs économiques et institutionnels à savoir les ménages (Familles), les Etablissements Publics, les entrepreneurs, les associations, les restaurateurs et autres partenaires. Le questionnaire a été élaboré et validé entre partenaire. Le questionnaire a été ensuite soit directement rempli par des entretiens personnalisés des enquêteurs soit envoyé aux différents opérateurs ciblés, tout en fixant un rendez-vous pour la réception ou le remplissage du questionnaire. Dans certains cas les enquêteurs ont été demandés de rejoindre les enquêtés plusieurs fois pour compléter les questionnaires.

L'enquête a recueilli 200 réponses d'un ensemble environ de 300 questionnaires distribués soit un taux de retour de plus de 66%, et qui est un taux satisfaisant. Et Les questionnaires ont été réalisés et analysés dans le respect de l'anonymat.

A- Demande locale

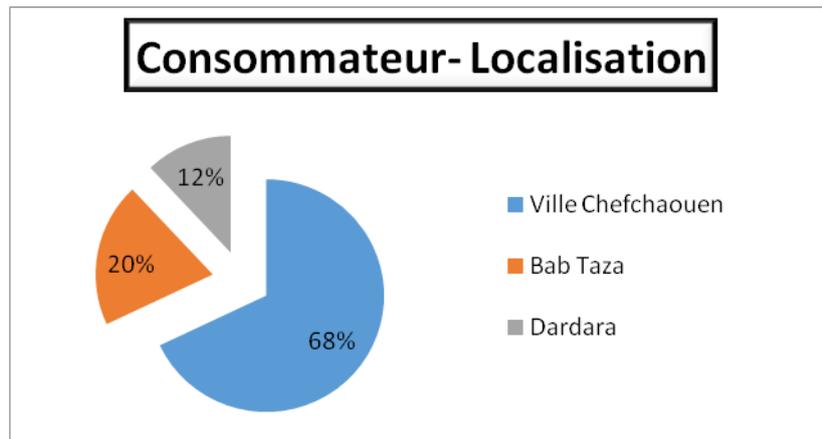
1- Types de Consommateur



Graphique 1

Nous pouvons observer grâce au Graphique 1, la répartition des catégories de partenaires susmentionnées. Les ménages (familles) représentent la majeure partie des répondants avec 55%. Suivi par les entrepreneurs soit 18%. Ensuite, les restaurateurs avec 12%, les associations avec 04% et les Etablissements Publics avec 03%. D'autres partenaires qui ne figurent pas avec les groupes susmentionnés représentent les mono-industries, les artisans et les autres prestataires de services autres que les restaurateurs.

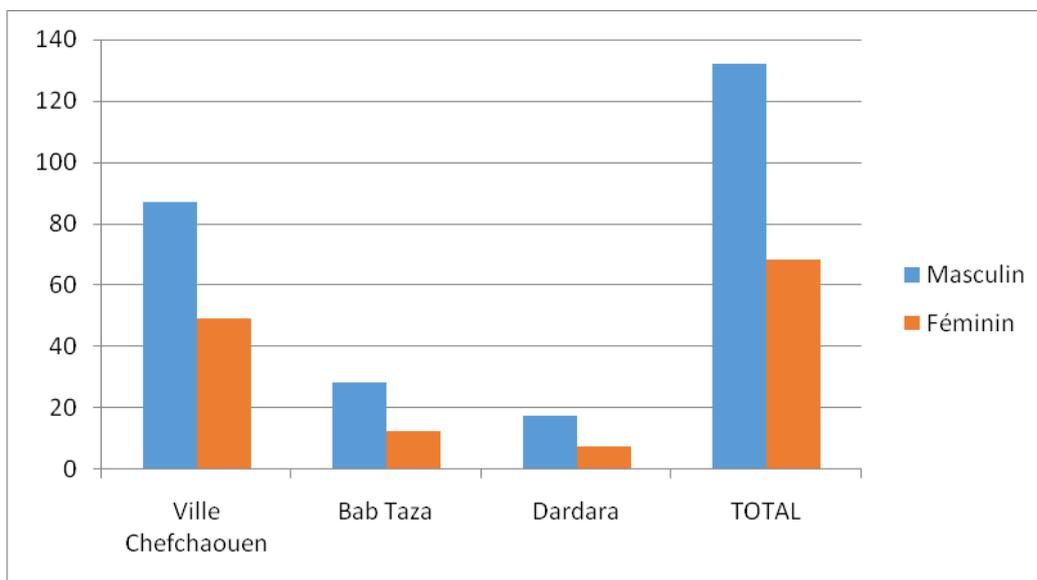
2- Consommateur, Localisation



Graphique 2

En poursuivant la délimitation de l'étude et du projet, nous avons choisi d'enquêter dans trois Communes de la Province de Chefchaouen à savoir la Commune de Chefchaouen, la Commune de Dardara et la Commune de Bab Taza. La Ville de Chefchaouen a pris la part du lion avec un pourcentage de 68% du au nombre important des habitants et d'opérateurs suivie de la Commune rurale de Bab Taza par 20% des enquêtés et enfin la Commune rurale de Dardara par 12%. Les critères de la population et du nombre d'opérateurs ont été pris en considération pour les trois communes.

3- Consommateur, Localisation et Genre



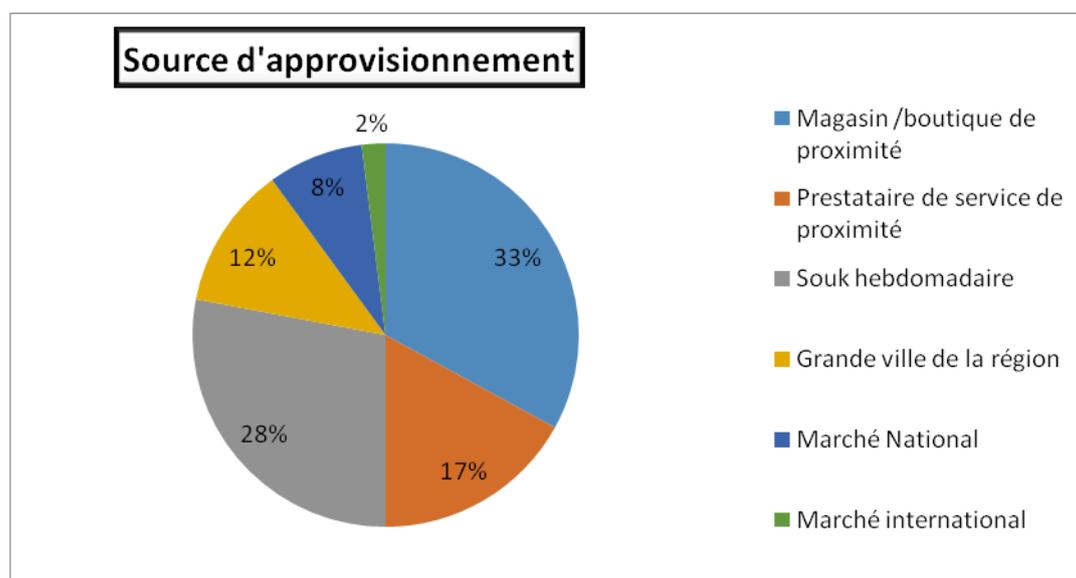
Graphique 3

Puisque notre étude veut apporter des solutions à un sujet du genre, aux femmes victimes de violence familiale à travers l'entrepreneuriat féminin, On a essayé d'enquêter le maximum possible des femmes. Mais malheureusement nous nous sommes confrontés à des coutumes restantes qui éloignent la femme de la vie publique surtout dans les communes rurales. A cet effet, le nombre total des femmes enquêtées est de 68, représentant 36% des enquêtés dans la ville de Chefchaouen, 31% dans la Commune de Bab Taza et 30% dans la Commune de Dardara.

Tableau récapitulatif des enquêtés, Genre et localisation

| Localisation | Taux de représentation | Nombre | Masculin | | Féminin | |
|-------------------|------------------------|--------|--------------|--------|--------------|--------|
| | | | Taux représ. | Nombre | Taux représ. | Nombre |
| Ville Chefchaouen | 68% | 136 | 64% | 87 | 36% | 49 |
| Bab Taza | 20% | 40 | 69% | 28 | 31% | 12 |
| Derdara | 12% | 24 | 70% | 17 | 30% | 7 |
| TOTAL | 100% | 200 | | 132 | | 68 |

4- Source d'approvisionnement



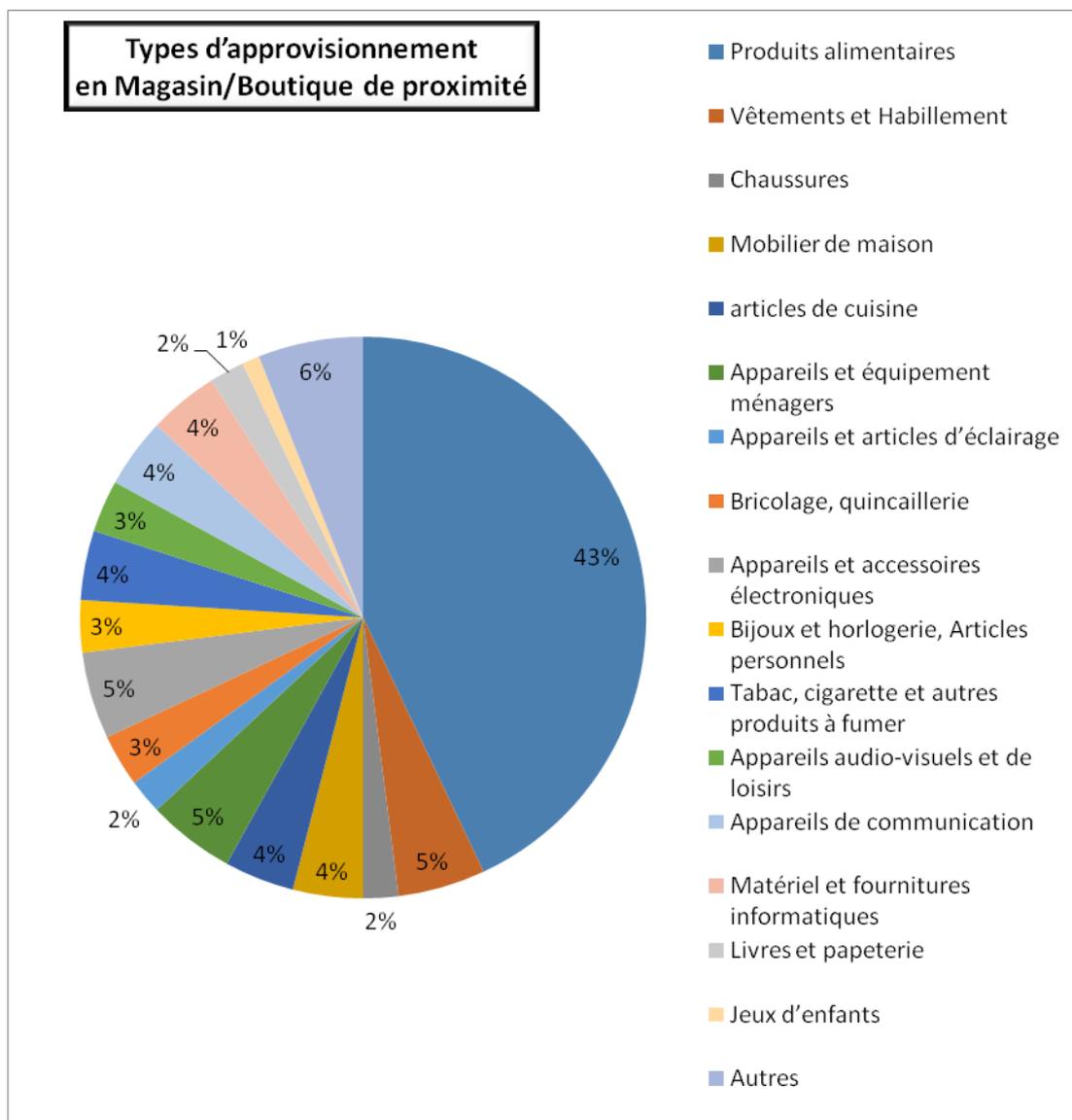
Graphique 4

Les sources d'approvisionnement sont vraiment des lieux de confrontation de l'offre et la Demande. Et en analysant avec efficacité les sources d'approvisionnement de la Province de Chefchaouen, on aura une vision claire sur ses points forts et faibles, sur la demande actuelle et prévisionnelle, sur les potentialités et les opportunités des marchés...

Selon les enquêtés, il existe une multitude de sources d'approvisionnement pour la Province de Chefchaouen, au premier rang sont classés les Magasins /boutiques de proximité avec 33% et prestataires de service de proximité par 17%, suivie par les Souks hebdomadaires existant dans les deux communes de Chefchaouen et Bab Taza par 28%, suivi des grandes villes de la région par 12% surtout la ville de Tétouan qui approvisionne Chefchaouen par son Marché de gros de fruits et légumes et par d'autres produits et services parce que les habitants de Chefchaouen sont habitués à visiter Tétouan pour faire les courses et acheter les produits non existant à Chefchaouen. Aussi, suivi par le marché national, d'un pourcentage de 8% surtout de l'achat de certains produits des marchés

de Casablanca et enfin, le marché international par 2% pour répondre aux besoins de certaines entreprises et Etablissements Publics qui n'existent pas sur la marché national.

5- Types d'approvisionnement en Magasin/Boutique de proximité :



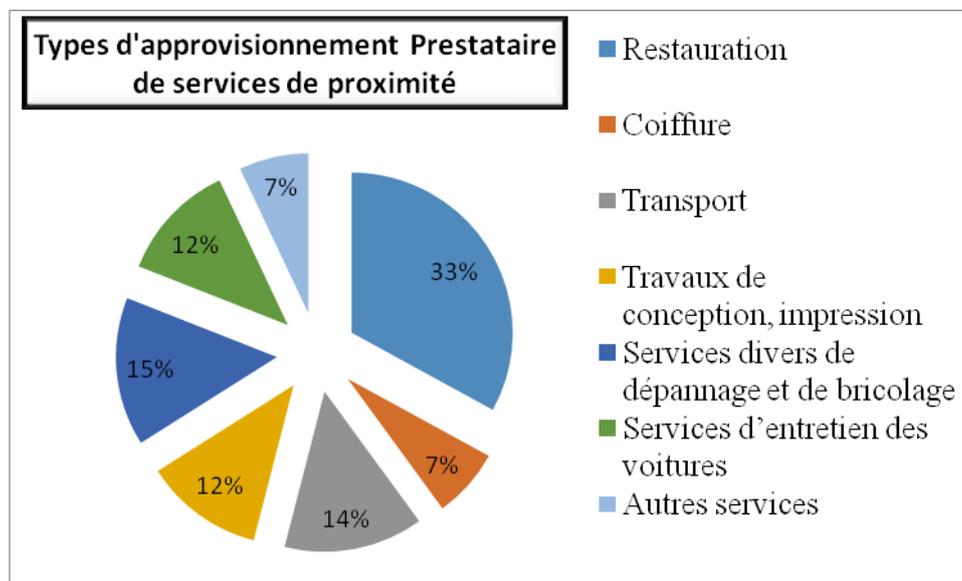
Graphique 5

Les Magasin/Boutique de proximité ou commerce de proximité est un type de commerce dit de quotidienneté et où le consommateur se rend très régulièrement. Ces commerces proposent des produits et des services consommés et renouvelés fréquemment par les ménages. C'est d'ailleurs le cas de la majorité du commerce dans les petites villes comme le Cas de Chefchaouen, ou dans les communes rurales comme les communes de Bab Taza et Dardara.

Selon les réponses des enquêtés le classement des produits achetés de ces unités de commerce se présente comme suit : au premier rang les produits alimentaires par 43% regroupant les légumes, fruits, viandes de toute sorte et autres produits alimentaires, 2eme Vêtementset Habillement par 05%, Appareils et équipement ménagers par 05%, Appareils et accessoires électroniques par 05%, Mobilier de maison par 04%, articles de cuisine par 04%, Tabac, cigarette et autres produits à fumer

par 04%, Appareils de communication par 04%, Matériel et fournitures informatiques par 04%, Bricolage, quincaillerie par 03%, Bijoux et horlogerie, Articles personnels par 03%, Appareils audiovisuels et de loisirs par 03%, Chaussures par 02%, Appareils et articles d'éclairage par 02%, Livres et papeterie par 02%, Jeux d'enfants par 01% et autres produits par 06% .

6- Types d'approvisionnement Prestataire de services de proximité :



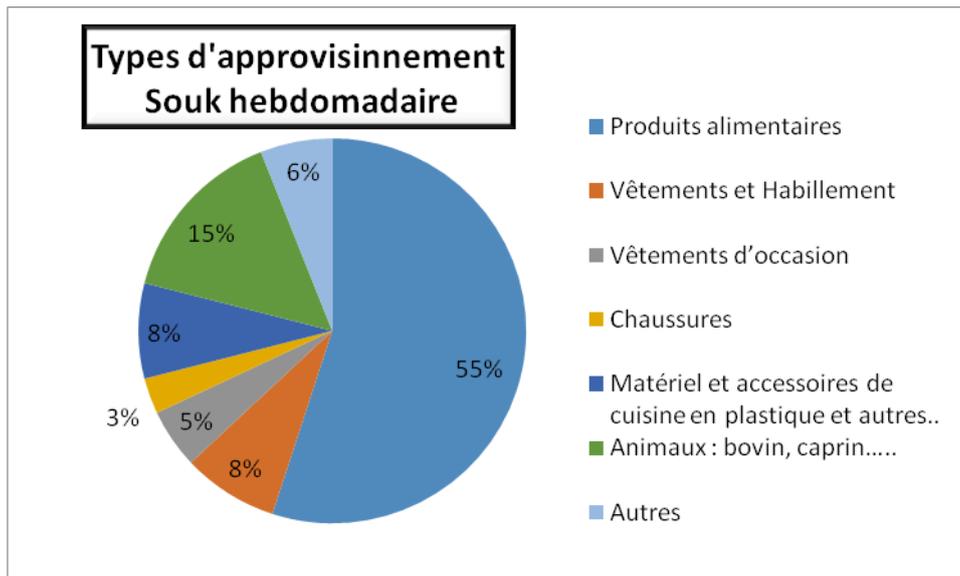
Graphique 6

Généralement, les services de proximité ce sont des prestations ou activités livrées à la personne, qui répondent aux besoins des particuliers dans leur vie quotidienne : de services à la famille : garde d'enfants, soutien scolaire, garde-malade, etc... des services de la vie quotidienne : entretien domestique, livraison des repas, courses à domicile, travaux de jardinage, etc. ...ou des services aux personnes dépendantes : personnes âgées, personnes handicapées, conduite de véhicule personnel, etc. ...ou des services publics : écoles, hôpitaux, maternités, bureaux de poste, etc., ..ou des services de réseaux : eau, électricité, téléphone, etc....ou autres le cas des restaurants, pharmacies, garages automobiles, etc.

Et puisque nous sommes dans la Province de Chefchaouen, il y a prédominance de l'écosystème tourisme culturel et rural, la majorité des prestations de proximité sont liées à ce secteur.

A cet effet, les services de proximité figurant au niveau de la province sont comme suit : la restauration par 33%, les Services divers de dépannage et de bricolage par 15%, le Transport par 14%, les Travaux de conception, impression par 12%, de même pour les Services d'entretien des voitures par 12%, le Coiffure et autres services par 07%.

7- Types d'approvisionnement Souk hebdomadaire :



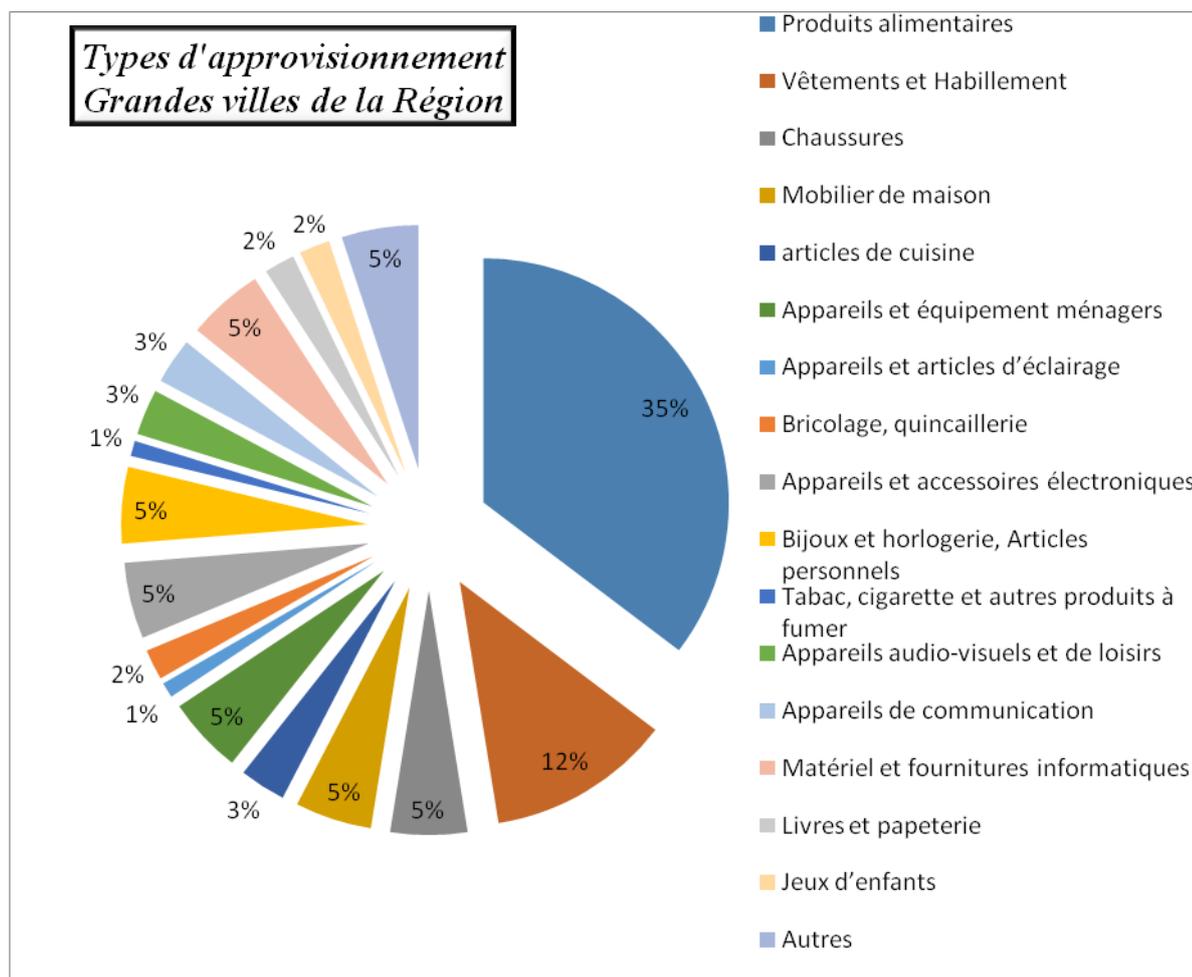
Graphique 7

Les souks hebdomadaires est expérience marocaine, et on le trouve aussi à l'étranger. Le souk hebdomadaire se tient dans presque la majorité des villages marocains, mais aussi dans les petites villes. Dressé pour quelques heures, il regroupe les productions agricoles et artisanales des paysans de la région, ainsi que les produits de première nécessité.

Les souks hebdomadaires de la province de Chefchaouen sont le souk hebdomadaire de la ville de Chefchaouen organisé chaque lundi et jeudi et le souk hebdomadaire de Khézana à Bab Taza qui est organisé chaque mercredi.

Les produits d'approvisionnement au sein des souks hebdomadaires de la province sont représentés ce qui suit : Produits alimentaires 55%, Animaux : bovin, caprin 15%, Vêtements et Habillement 08%, Matériel et accessoires de cuisine en plastique et autres.. 08%, Vêtements d'occasion 05%, Chaussures 03% et Autres 06%.

8- Types d'approvisionnement Grandes villes de la Région :

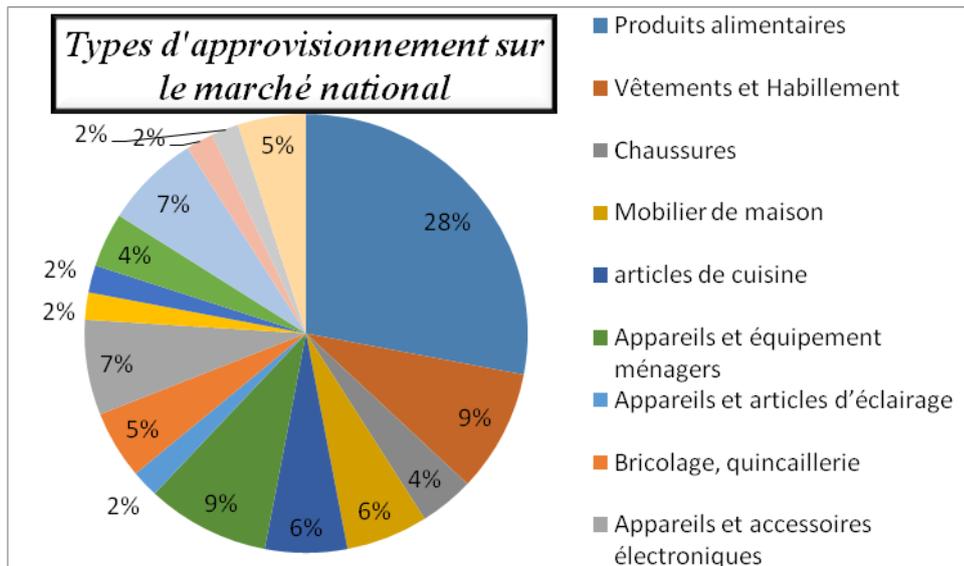


Graphique 8

Les grandes villes de la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima sont les villes de Tanger, Tétouan, Al Hoceima, Ksar el Kebir et autres. Historiquement, les habitants de Chefchaouen sont habitués de s'approvisionner de la ville de Tétouan. Mais, avec le développement du réseau routier, cette opération s'est étendue sur d'autres villes.

Les principaux produits d'approvisionnement sur les villes de la région peuvent être classés ainsi : Produits alimentaires 35%, Vêtements et Habillement 12%, Chaussures 05%, Mobilier de maison 05%, Appareils et équipement ménagers 05%, Appareils et accessoires électroniques 05%, Bijoux et horlogerie, Articles personnels 05%, Matériel et fournitures informatiques 05%, articles de cuisine 03%, Appareils audio-visuels et de loisirs 03%, Appareils de communication 03%, Bricolage, quincaillerie 02%, Livres et papeterie 02%, Jeux d'enfants 02%, Appareils et articles d'éclairage 01%, Tabac, cigarette et autres produits à fumer 01%, autres produits 05%.

9- Types d'approvisionnement sur le marché national :

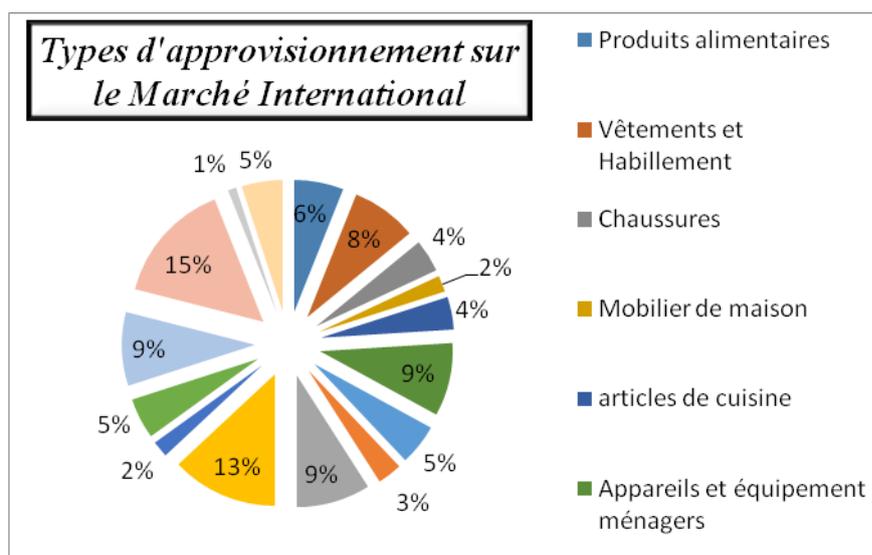


Graphique 9

Les produits non trouvés par les commerçants et la population sur les marchés locaux ou dans les villes de la région, ils sont cherchés sur le plan national surtout dans la ville de Casablanca.

Les principaux produits d'approvisionnement chercher sur le marché national peuvent être énumérés ainsi : sur les villes de la région peuvent être classés ainsi : Produits alimentaires 28%, Vêtements et Habillement 09%, Appareils et équipement ménagers 09%, Appareils et accessoires électroniques 07%, Matériel et fournitures informatiques 07%, Mobilier de maison 06%, articles de cuisine 06%, Bricolage, quincaillerie 05%, Appareils de communication 04%, Chaussures 04%, Bijoux et horlogerie, Articles personnels 02%, Appareils audio-visuels et de loisirs 02%, Livres et papeterie 02%, Jeux d'enfants 02%, Appareils et articles d'éclairage 02%, autres produits 05%.

10- Types d'approvisionnement sur le Marché International :

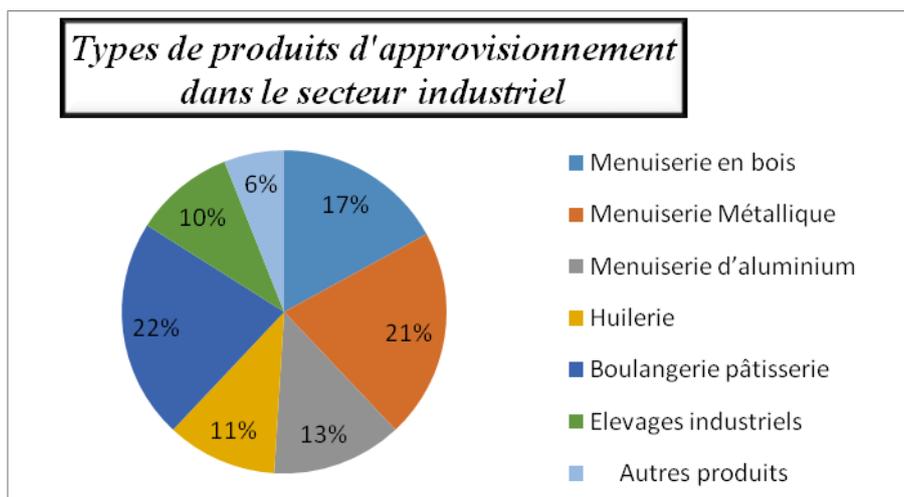


Graphique 10

De même, les produits non trouvés sur les marchés régional et national, ils sont sollicités sur le marché international. Cette opération est très limitée. Elle ne concerne que certains Etablissements publics et certaines entreprises pour des produits de pointe ou rares.

Les principaux produits sollicités à l'étranger représentent comme suit : Matériel et fournitures informatiques 15%, Bijoux et horlogerie, Articles personnels 13%, Appareils et équipement ménagers 09%, Appareils et accessoires électroniques 09%, Appareils de communication 09%, Vêtements et Habillement 08%, Produits alimentaires 06%, Appareils audio-visuels et de loisirs 05%, Appareils et articles d'éclairage 05%, Mobilier de maison 06%, articles de cuisine 04%, Chaussures 04%, Bricolage, quincaillerie 03%, Jeux d'enfants 01%, autres produits 05%.

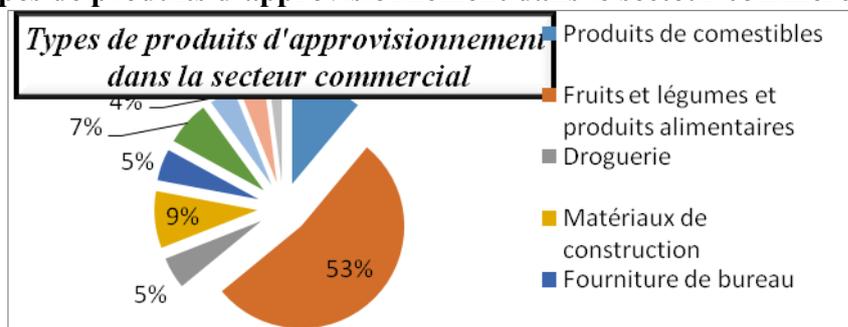
11- Types de produits d'approvisionnement dans le secteur industriel :



Graphique 11

En passant de différents types de marchés aux différents secteurs d'activités. Et on commence par le secteur d'industrie qui est un écosystème économique très modeste. Malgré cela, il existe certaines activités qui alimentent le marché local de la province. Selon les réponses des enquêtés, les produits dominants de ce secteur peuvent être classés ainsi : Boulangerie pâtisserie par 22%, la Menuiserie Métallique par 21%, la Menuiserie en bois par 17%, la Menuiserie d'aluminium par 13%, l'Huilerie par 11%, Elevages industriels par 10% et Autres produits 06%.

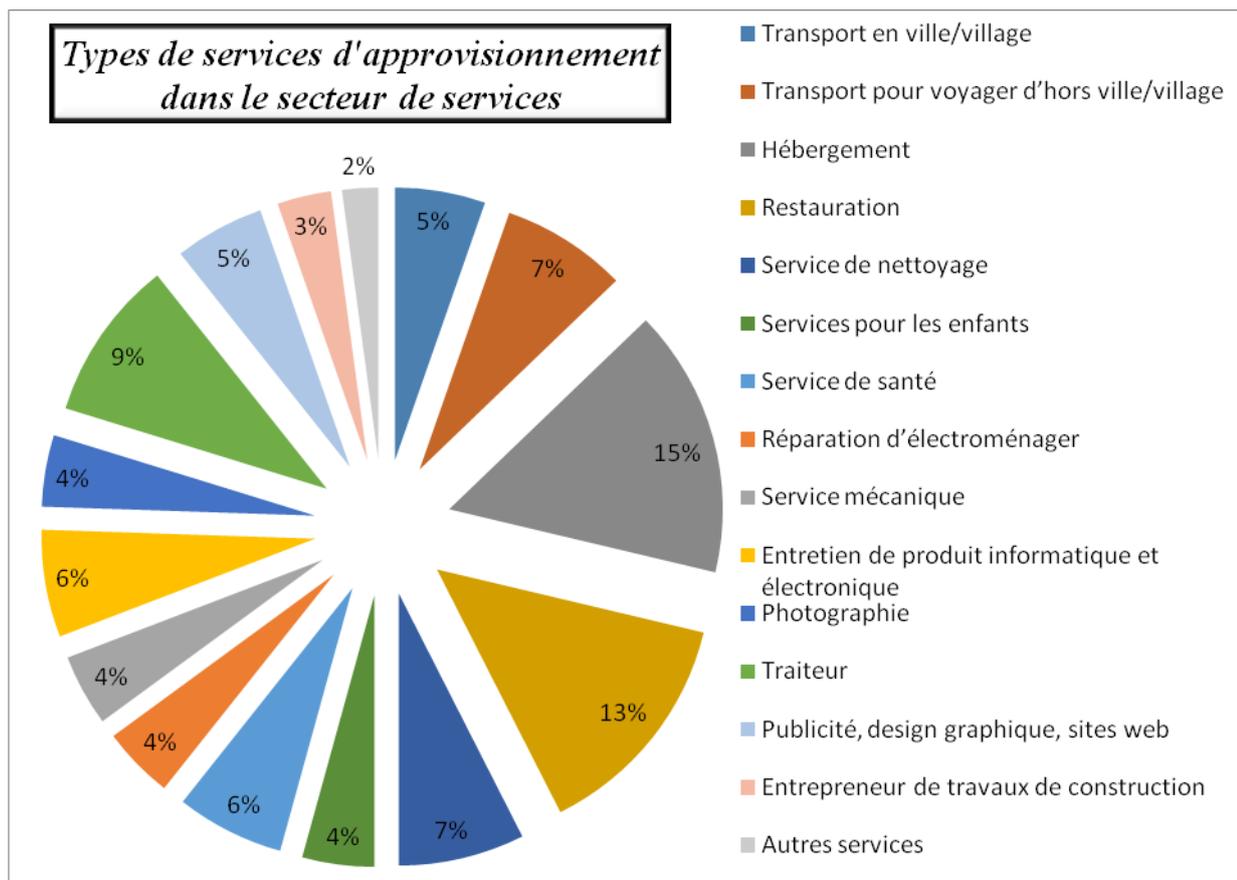
12- Types de produits d'approvisionnement dans le secteur commercial :



Graphique 12

Si en regroupe les différentes activités commerciales signalées auparavant dans les différents types d'approvisionnement, les réponses des enquêtés ont classées les produits d'approvisionnement de ce secteur comme suit : les Fruits et légumes et produits alimentaires par 53%, les Produits de comestibles par 11%, les Matériaux de construction par 09%, Les Engrais par 07%, la Droguerie par 05%, les Fournitures de bureaux par 05%, les Fourrages par 04%, le Matériel Agricole par 04% et les autres produits par 02%.

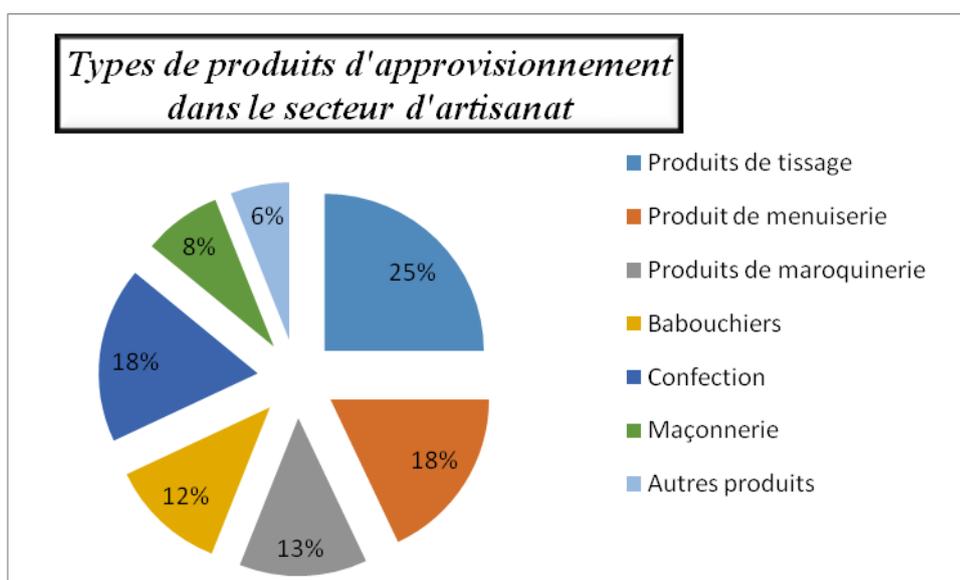
13- Types de services d'approvisionnement dans le secteur de services :



Graphique 13

Concernant le secteur tertiaire, et puisque la province de Chefchaouen connaît la dominance du secteur du tourisme. La majorité des services existants sont liés à ce secteur. Et ils sont classés de la façon suivante : l'Hébergement par 15% , la Restauration par 13%, le Traiteur par 09%, Transport pour voyager d'hors ville/village 07%, le Service de nettoyage par 07%, Le Service de santé par 06%, Entretien de produit informatique et électronique par 06%, le Transport en ville/village 05%, la Publicité, design graphique, sites web par 05%, les Services pour les enfants par 04%, la Réparation d'électroménager 04%, le Service mécanique par 04%, la Photographie par 04%, les Entrepreneurs de travaux de construction par 03% et les autres services par 02%.

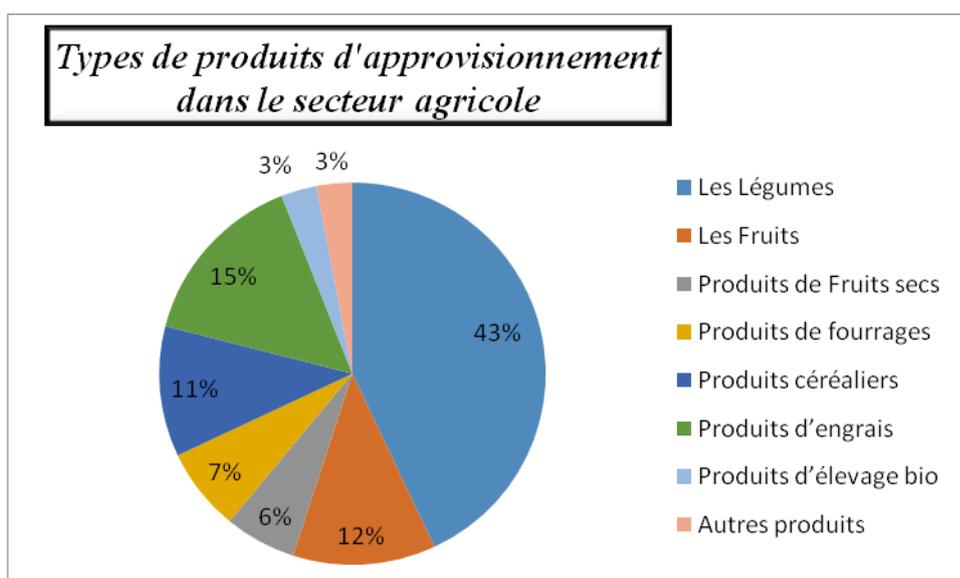
14- Types de produits d'approvisionnement dans le secteur d'artisanat :



Graphique 14

Le secteur de l'artisanat est parmi les secteurs importants de la province de Chefchaouen à la fois dans la ville de Chefchaouen et au niveau des communes rurales. Les produits de l'artisanat et produits de terroirs qui alimentent le marché de la province peuvent être signalés comme suit : les Produits de tissage par 25%, les Produits de menuiserie par 18%, les produits de Confection par 18%, les Produits de maroquinerie par 13%, les Babouchiers par 12%, les produits de la Maçonnerie par 08%, les Autres produits par 06%.

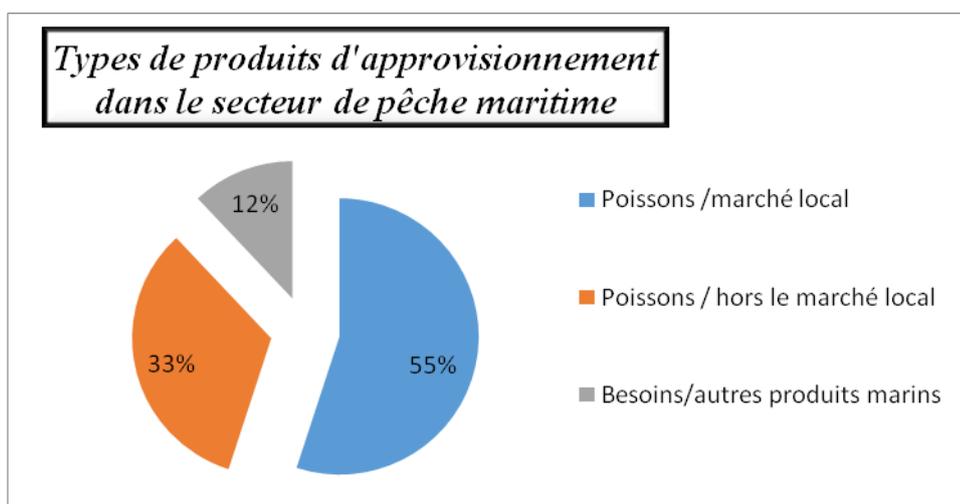
15- Types de produits d'approvisionnement dans le secteur agricole :



Graphique 15

Les produits provenant du secteur agricole représentent la part principale de l’approvisionnement du marché de la province. Les produits agricoles et les produits de terroirs d’origine de l’agriculture qui approvisionnent le marché de la province peuvent être énumérés comme suit : Les Légumes par 43%, les Produits d’engrais par 15%, Les Fruits par 12%, les Produits céréaliers par 11%, les Produits de fourrages par 07%, les Produits de Fruits secs par 06%, les Produits d’élevage bio par 03% et les Autres produits par 03%.

16- Types de produits d’approvisionnement dans le secteur de pêche maritime :

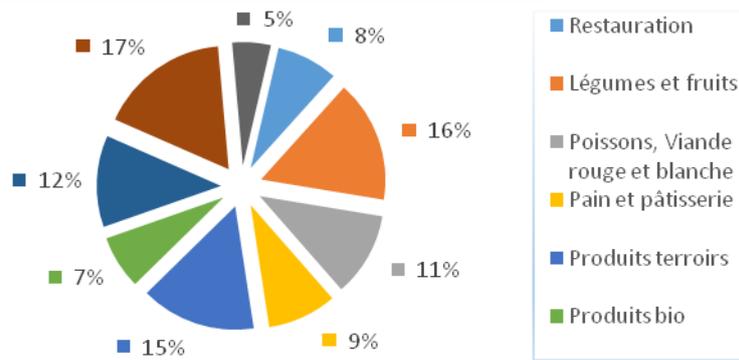


Graphique 16

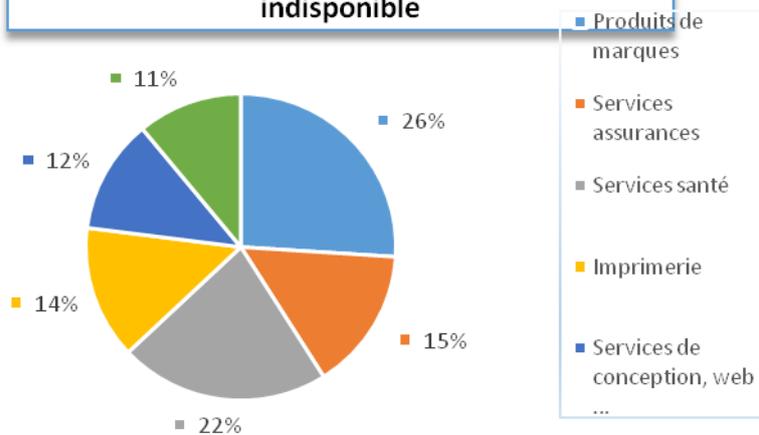
La province de Chefchaouen est dotée de plusieurs ports maritimes le cas du port de Jebba, de Bouhmed, de KaaAsras et autres qui alimentent le marché local en poissons frais. La population locale préfère les poissons frais au lieu des poissons congelés. Les sources d’approvisionnement en poisson sont classées d’abord en Poissons /marché local qui représentent 55%, ensuite par les Poissons / hors le marché local qui représentent 33%. Il reste un Besoins/des autres produits marins de 12% qu’il faut chercher à satisfaire.

B- ENTREPRISES LOCALES ET POSITIONNEMENT DE LA FEMME

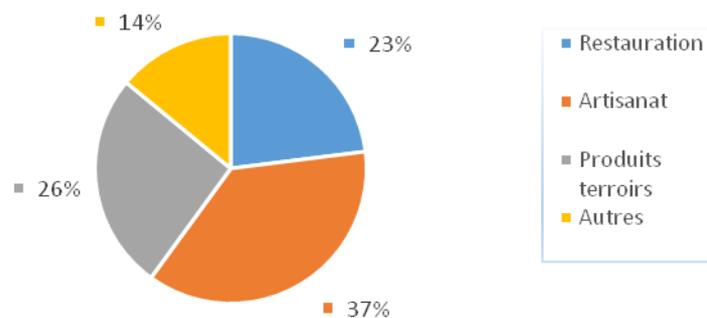
1- Produits ou services de préférence achetés des entreprises locales et existant en offre suffisante



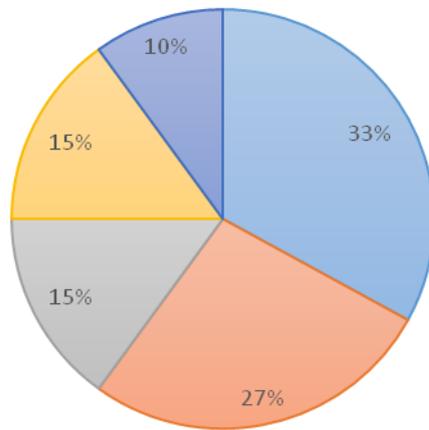
2- Produits ou services de préférence achetés des entreprises locales et existant en offre rare ou indisponible



3- Entreprise locale est plus forte que la concurrence externe

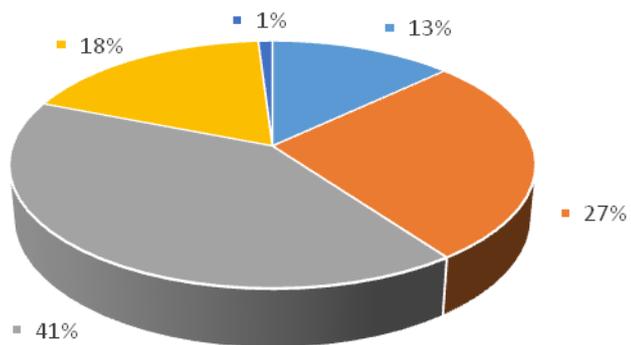


4- Produits ou services dont les entreprises locales sont trop faibles



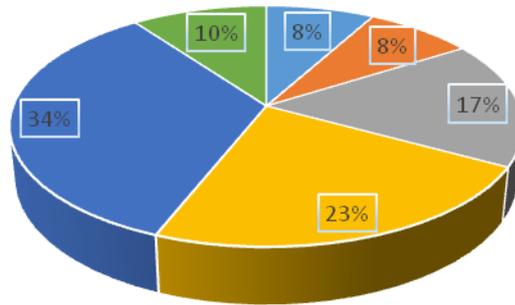
- Formation et Travaux de conception
- Informatique
- Travaux d'entretien automobile
- Services santé
- Autres

5- Activités des entreprises féminines locales



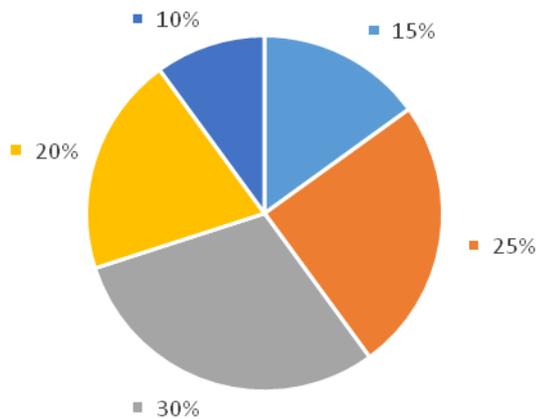
- Restauration
- Artisanat
- Commerce-Commerce informel
- Produits terroirs
- Autres

6- Les domaines d'activités des entreprises locales féminines les plus sollicitées



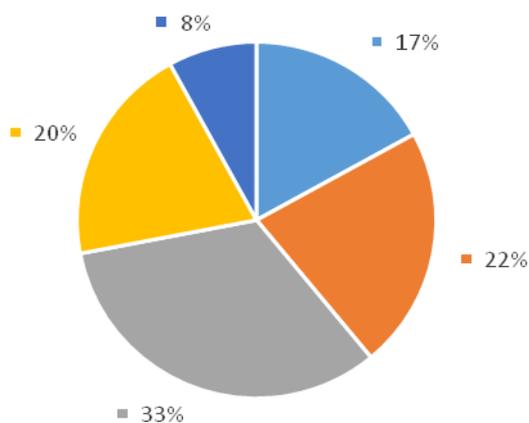
- coiffure
- Restauration
- Produits terroirs
- artisanat
- Commerce-Commerce informel

7- Les domaines des activités des entreprises locales féminines les plus sollicitées



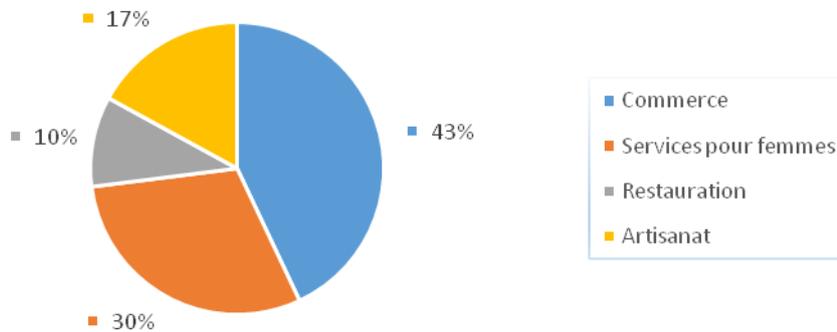
- Artisanat
- Services liés aux femmes
- Commerce
- Tourisme
- Autres

8- Les domaines d'activités des entreprises locales féminines les plus sollicitées

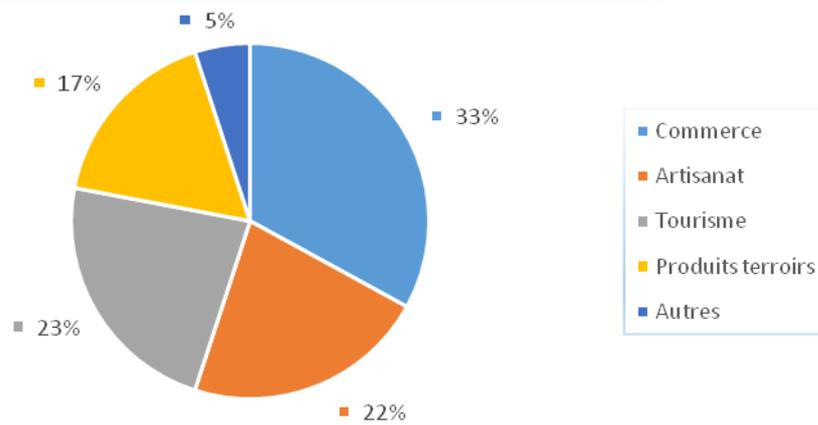


- Artisanat
- Services liés aux femmes
- Commerce
- Tourisme
- Autres

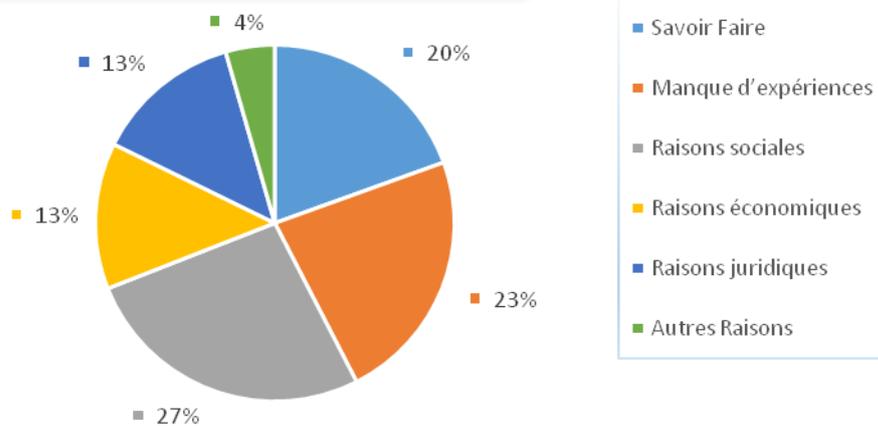
9- Les entreprises gérées par les femmes



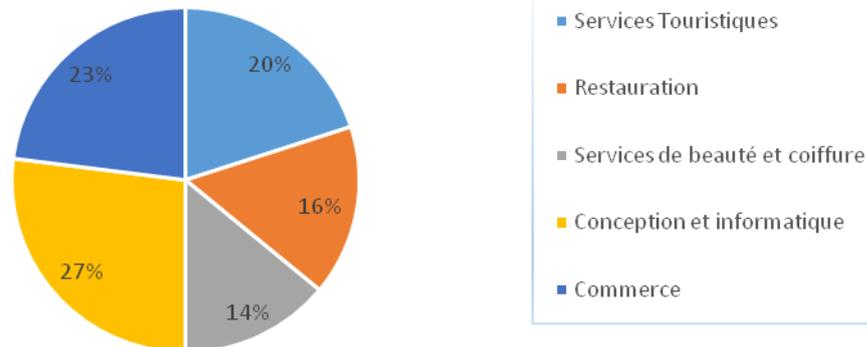
10- Les activités pour lesquelles la femme peut réussir son entreprise



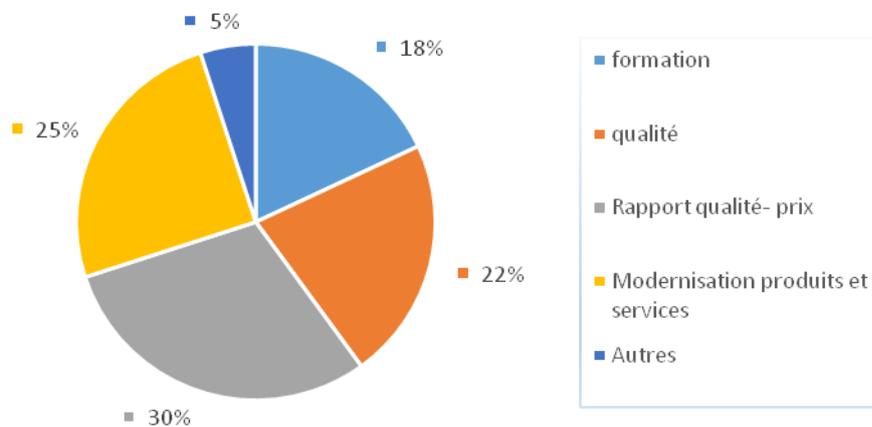
11- Obstacles qui empêchent les femmes de créer leurs propres entreprises



12- Encouragement des entreprises féminines à investir



13- Conseils pour développement de l'entreprise féminine locale



C- Offre locale

Le nombre des entreprises patentables sur le plan de la Région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima est d'environ 200000 entreprises dont 10% environ sont installées dans la Province de Chefchaouen. Un nombre équivalent exerce dans le domaine informel.

Les différentes activités existantes dans la Région ont été détaillé aux niveaux des potentialités économiques de la Région et la Province de Chefchaouen.

Généralement l'offre locale dépasse de loin la demande surtout avec la multiplication des unités commerciales dans tout le territoire de la Région et avec le développement du commerce informel surtout dans les grandes villes de la Région.

La femme entrepreneure compte un pourcentage très minime pour l'entreprise formelle, mais elle est omni présente pour le commerce informel d'un pourcentage entre 30% et 40% de l'effectif total.

**III- Promotion de
l'entreprenariat
féminin dans la
province de
Chefchaouen**

A- Leçons tirés de l'étude

A partir des potentialités économiques de la Région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima et résultats des tendances des questionnaires de l'étude on peut promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans la Province de Chefchaouen en optant pour certaines idées de projets qui peuvent être faisable pour l'entreprise féminine et en poursuivant les recommandations et les proposition pour développer cet entrepreneuriat.

1-Batterie d'idées de projets de femmes entrepreneures à partir des potentialités économique de la région et Province de Chefchaouen

✓ L' écosystèmes industriel

- 1- Imprimerie et papeterie : en urabain
- 2- Boulangerie et pâtisserie : en urabain et rural
- 3- Fabrication de produits de détergents et produits chimiques : en urbain

✓ L'écosystème Agricole

- 4- Elevage des poulets : au rural
- 5- Elevage de caprins : au rural
- 6- Culture des Figes de barbarie Dellahia: au rural
- 7- Les plantations arboricoles: au rural
- 8- Pépinière de fleurs : cultiver et commercialiser : en urabain et rural

✓ L'écosystème artisanat, produits terroirs, Economie sociale et solidaire

- 9- Lespanier de produits terroirs regroupant plusieurs produits de terroirs et à des prix différents ex : 50DH- 100 DH- 200DH :en urabain et rural
- 10-Les placards des produits terroirs : déposés au hotels, restaurants, grandes surfaces et boutiques : en urabain et rural
- 11-Modernisation du mendil et couberte : réalisation de plusieurs produits selon les besoins actuelles : cartables des ordinateurs ou tablettes, pochettes de Tél, accéssoires de bureaux....:en urabain et rural
- 12-Fabrication des souvenirs en artisanat : ex souvenirs de Chefchaouen.. :en urabain et rural
- 13-Ramassage, séchage et emballage des plantes aromatiques et médicinales : au rural
- 14-Valorisation du miel : miel avec aromes différents, savon de miel...: au rural
- 15-Valorisation de l'huile d'olive avec aromes différents, autres dérivées ...: au rural
- 16-Production du fromage de la chèvre : au rural

✓ L'écosystème touristique / tourisme rural

- 17-La restauration Food Turks : en urbain
- 18-Restaurants Diète Méditerranéenne : en urbain et rural
- 19-maisons d'hôtes, des gîtes, des auberges : au rural
- 20-Repas touristique dans les maisons : déjeuner Diète Méditerranéenne : en urbain

✓ **L'écosystème commercial**

- 21-Litrimarché : Matelas - Sommiers - Banquettes – Lits..... : en urbain
- 22-Boutique de Produits LED : en urbain
- 23-Poissonneries dans certains quartiers : en urbain et rural
- 24-Alimentations pour diabétiques et pour personnes intolérantes au gluten : en urbain
- 25-Commerce électronique : en urbain et rural

✓ **Autres services**

- 26-Grand salon de beauté : en urbain
- 27-Café pour femmes : expérience de Tétouan : en urbain
- 28-Agence d'aide à domicile : enfants, personnes âgées, ménage... : en urbain
- 29-Livraison à domicile : fruits, légumes, viandes : en urbain
- 30-Centres d'aide aux enfants en difficultés scolaires : en urbain et rural
- 31-Transport réservé aux enfants : en urbain
- 32-Salles de Fitness pour femmes : en urbain

2-Batterie d'idées de projets de femmes entrepreneures à partir des tendances des questionnaires

- 33- Agence de conception et développement et impression : en urbain
- 34-Services de dépannage et bricolage : en urbain
- 35-Services d'entretien des voitures : en urbain et rural
- 36-Boutique de cadeaux : en urbain
- 37-Boutique de jeux d'enfants : en urbain
- 38-Petites Boutiques de marques : en urbain
- 39-Services de nettoyage : en urbain
- 40-Services de santé : en urbain
- 41-Agence de design graphique, publicité et sites web: en urbain
- 42-Service d'assurance : en urbain

3-Recommandations et propositions pour le développement de l'entrepreneuriat féminin à partir de la réalité économique de la Région et tendances du questionnaires

- 1- Formation et développement des compétences
- 2- Recherche de la qualité
- 3- Exécution d'un bon rapport qualité/prix
- 4- Modernisation des produits et services
- 5- Renouveau du réseau des femmes entrepreneurs de la Province de Chefchaouen et créer un nouveau réseau regroupant les vrais entrepreneurs
- 6- Création des associations des femmes entrepreneurs des mêmes métiers
- 7- Développer les offres de services pour les femmes entrepreneurs : assistance, financement, infrastructures et incubation...
- 8- Transfert de la femme entrepreneur du secteur informel au secteur formel

B- Bonnes pratiques internationales et nationales pour le développement de l'entrepreneuriat féminin

- ✓ **Développement des stratégies et politiques et programmes d'appui à la création d'entreprises féminines sur le plan national ou transnational regroupant les différents axes de développement**

Exemple : en 2001, un projet Best sur la promotion de l'entrepreneuriat parmi les femmes. Initié au titre du « Programme pluriannuel pour les entreprises et l'esprit d'entreprise, en particulier pour les petites et moyennes entreprises (PME) (2001-2005) », ce projet a comme objectifs de collecter des informations sur les actions et mesures de soutien spécifiques visant à promouvoir l'entrepreneuriat féminin, de recenser les bonnes pratiques et de faciliter l'échange d'informations sur celles-ci entre les États membres de l'Union Européenne.

- ✓ **Edition de plusieurs textes de lois et procédures favorisant l'entrepreneuriat féminin**
- ✓ **Incitation et Appui au réseautage des entreprises féminines soit en réseau généraliste qui englobe tous types d'entreprises ou des réseaux spécialisés par secteur ou type d'activité . Généralement le réseau se charge de plusieurs actions de développement et de pérennisation des entreprises du réseau. Ex :** les réseaux «Women In Business», «Diane» ; en Guadeloupe, «Femmes doubout», «Guadeloupe Business Women.» et en Europe et Méditerranée «Réseau Pionnières».

- ✓ Développement des stratégies et politiques et programmes d'appui à la création d'entreprises féminines sur le plan national ou transnational regroupant les différents axes de développement
- ✓ Faciliter l'accès aux dispositifs d'aide à l'entrepreneuriat féminin, aux différents types de financement et aux services de proximité
- ✓ Assurer les différentes formations et le développement des compétences par le biais des formations pratiques sur les métiers et différents domaines de gestion d'entreprise.
- ✓ Améliorer l'accueil et renforcer l'accompagnement des femmes entrepreneuses et surtout pour les jeunes femmes porteuses de projet.
- ✓ Réaliser des guides pour l'évaluation des actions et mesures de promotion de l'entrepreneuriat féminin et des bases de données sur l'entrepreneuriat féminin (ex/ MS ACCESS)
- ✓ Mise en place des mesures qui permettront de mieux concilier entre vie privée et vie professionnelle

CONCLUSION

Aujourd'hui, c'est tout un contexte d'entrepreneuriat et de l'initiative privée qui est installé, à nouveau suite aux instructions royales. Dans son discours d'ouverture de la session parlementaire du 11 octobre 2019, Sa Majesté le Roi Mohamed VI que Dieu le Glorifie s'est adressé aux banques, afin qu'elles élargissent leurs cibles aux jeunes, aux auto entrepreneurs, aux petites et moyennes entreprises et même au profit du secteur informel dans le monde urbain et rural.

Cette initiative royale aura sans doute une répercussion positive sur l'entrepreneuriat féminin puisque la majorité des femmes entrepreneurs exercent dans le domaine de l'informel.

L'entrepreneuriat féminin deviendra très important qu'auparavant, surtout avec le développement et la valorisation du partenariat entre les institutions publiques et le mouvement associatif féminin pour mieux répondre aux attentes des femmes et des jeunes filles.

Les résultats de cette étude montre qu'il y a encore des possibilités et des opportunités pour développer l'entrepreneuriat dans la Région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima et surtout dans la Province de Chefchaouen avec l'existence de plusieurs opportunités dans les secteurs de Tourisme et tourisme rural, de l'artisanat et au niveau de l'économie sociale et solidaire avec l'existence de plusieurs produits de terroirs .

L'implication des femmes dans l'entrepreneuriat reste limitée à cause de l'existence de plusieurs obstacles qui freinent le développement des entreprises féminines . A cet effet, l'Etat est obligé d'intervenir sur les plan national et local pour débloquer la situation et donner un nouveau souffle et un nouveau lancement de l'entrepreneuriat.

Le développement de l'entrepreneuriat féminin nécessite toutefois la mise en place d'une assistance en terme de conseil et de formation au profit des femmes à fort potentiel de développement, de même qu'une représentation plus importante des femmes dans les chambres professionnelles et dans les associations professionnelles.

Les chiffres signalés pour l'entrepreneuriat féminin entre 10 à 12% des entrepreneurs doivent se multiplier. Et cel n'est possible qu' à travers de nombreuses initiatives et dispositifs de l'Etat, de l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc (AFEM) et d'autres partenaires . réalise un remarquable travail de sensibilisation sur la question et accompagne les entrepreneuses. Dans le monde rural L'Initiative Nationale pour le Développement Humain (INDH), reste encore un des leviers de développement les plus prometteurs pour l'entrepreneuriat féminin, et le digital permet à de petites coopératives de vendre leurs produits du terroir à l'autre bout de la planète. Aussi un grand travail doit être fait pour faire glisser les femmes entrepreneurs du secteur non structuré aux activités formelles à travers l'accès au financement.