



Cartographie des Entreprises Féminines:

Enquête sur le Profil des Femmes Chefs d'Entreprises de la Région Souss Masas Drâa.

Avril 2014

Sommaire:

Introduction Générale.....	2
Chapitre I: L'entrepreneuriat féminin au Maroc constat et réalisations.....	4
I- Nombre et taux des entreprises féminines	4
II- Atouts et réalisations des entreprises féminines au Maroc.....	5
Chapitre II: Analyse du Profil des Entreprises Féminines de la Région Souss Massa Drâa.....	7
I- Aperçu sur les potentialités féminines de la Région	7
II- Résultat de l'enquête.....	9
Chapitre III: Développement des Entreprises Féminines de la région : Attentes et perspective.....	14
I- Besoins ressentis et attentes exprimées par les Femmes Chefs d'Entreprises.....	14
II- Perspectives de collaboration et d'action.....	19
Conclusion.....	24
Annexes.....	25

Introduction Générale:

Dans le cadre de ses actions de développement et de promotion de l'entrepreneuriat féminin, l'association Entrelles, des Femmes Chefs d'Entreprises de la région Souss Massa Drâa, s'est lancée dans la réalisation d'une cartographie des entreprises féminines de la région, dans le but de dresser un diagnostic sur l'état des lieux et besoins de ces entreprises.

La présente étude, réalisée en partenariat avec le Centre Régional d'Investissement de Souss Massa Drâa a pour objectifs, de déterminer et analyser le profil de ces entreprises féminines, faire ressortir leurs caractéristiques fonctionnelles et managerielles ainsi que de situer d'une manière plus claire leurs besoins et attentes. Le but étant de développer la compétitivité des entreprises gérées par les femmes et les accompagner dans leur processus d'amélioration continue.

Cette étude qualitative descriptive, de type exploratoire, a porté sur un échantillon de 45 entreprises féminines de la région, ayant rempli un questionnaire de trois pages, relatant des données relatives à l'entreprise, et à la Femme Chef d'Entreprise (FCE) elle-même.

L'approche adoptée est de type inductif, qui consiste à la généralisation sur une catégorie de population, ce qui a été observé sur quelques cas ciblés. L'opération a nécessité la mobilisation des femmes de l'association qui ont assuré la distribution des questionnaires et la collecte des données, mais également l'aide et le soutien du Centre Régional d'Investissement de Souss Massa Drâa qui a facilité le contact et a assuré la coordination du travail de l'enquête.

En effet, L'entreprise féminine de la région est marquée par une batterie de contraintes économiques et sociales à laquelle s'ajoute une spécificité culturelle qui fait d'elle une cible à renforcer et à mettre en valeur.

Tout développement intégré, ne peut être imaginé sans l'adhésion de l'homme et de la femme dans tous les aspects de l'entrepreneuriat et de l'investissement. L'entrepreneuriat féminin représente une catégorie d'entreprises qui nécessite une attention particulière, dans la mesure où plusieurs domaines d'activités, modes de financement et opportunités d'affaires restent inexplorés par les femmes.

A ce titre, l'étude vise à poser les questions pertinentes sur la chose et relever les éléments de réponse capables de donner une visibilité ambitieuse sur le futur de l'entrepreneuriat féminin dans la région en particulier, et au Maroc en général.

Elle met à la disposition du public un descriptif général des sociétés gérées par des femmes dans la région, et représente, un outil de réflexion et de partage d'informations, en faveur de l'établissement d'un diagnostic réel de la situation actuelle des entreprises féminines de la région.

L'étude permettra également à l'association et ses partenaires de dresser un plan d'action et une stratégie visant la consolidation des entreprises féminines existantes et le développement d'autres initiatives dans ce sens.

Elle a pour objectif de formuler des recommandations pour mettre en place des mesures appropriées aux besoins des femmes entrepreneures de la région.

Néanmoins ce travail constitue un premier pas vers la compréhension du modèle de fonctionnement des entreprises féminines de la région et ne prétend nullement être, une étude exhaustive ou complète.

Il est ainsi appelé à être complété par d'autres rapports et observations sur le terrain afin de mieux cerner l'état et le devenir de cette catégorie d'entreprises en perpétuelle évolution.

Chapitre I: L'entrepreneuriat féminin au Maroc constat et réalisations

Depuis les années 90, le cadre législatif et social au Maroc a favorisé l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Avant les changements apportés au code du commerce en l'année 2003, la liberté d'entreprendre pour les femmes était limitée. L'ancien code interdisait à la femme marocaine d'exercer une activité commerciale sans l'autorisation de son époux. Actuellement et avec les changements juridiques qu'a connu notre pays, l'entrepreneuriat féminin au Maroc est devenu ainsi plus présent et remarquable.

I- Nombre et taux des entreprises féminines au Maroc.

Afin de créer d'autres possibilités d'emploi, le Maroc s'est inscrit depuis quelques temps, dans une politique incitative et encourageante à la création d'entreprise. C'est ainsi que l'entrepreneuriat revêt actuellement une importance et un développement soutenu. Après avoir abordé différents métiers, les femmes ont décidé aussi de se lancer à leur tour dans d'autres défis professionnels et de créer leur propre emploi.

Au Maroc, une estimation du nombre de femmes chefs d'entreprises (FCE) nous renvoie aux statistiques de l'Office Marocain pour la Protection Industrielle et Commerciale (OMPIC). Si nous adoptant la définition de l'AFEM, nous entendons par « Femme chef d'entreprise » une femme occupant l'une des fonctions suivantes : Président directeur général, vice président directeur général, président du conseil de surveillance, président ou membre de directoire, administrateur directeur général, directeur général, directeur général adjoint, gérante ou cogérante. Nous considérerons une entreprise féminine, une entreprise dans laquelle la femme exerce l'une des fonctions citées ci-dessus.

Une estimation de leur nombre peut être illustrée comme suit:

Année	2010	2011	2012	2013
Nombre des Entreprises créées	28573	30717	33673	34269
Nombre des Entreprises Féminines créées	6954	7323	7823	7732
Taux	24.3%	23.8%	23.2%	22.6%

Source l'OMPIC. (Entreprises féminines : ass U/ rep F)

Partant de ces statistiques, et toujours selon l'OMPIC, les secteurs sur lesquelles les FCE marocaines sont surtout présentes sont: le commerce et les services, le BTP, le transport et communication.

Cette réalité donne à réfléchir sur la nécessité de diversifier les secteurs d'intervention des FCE marocaines et de les inciter à toucher d'autres domaines d'activités porteurs de richesses.

II- Les entreprises féminines au Maroc : Atouts et réalisations:

Ces dix dernières années, le nombre de femmes exerçant des activités économiques dans le pays n'a cessé de croître. Toutefois, les femmes entrepreneurs se heurtent encore à des barrières dans leur environnement économique lors du démarrage et de la croissance de leurs entreprises, notamment en matière d'accès au financement, d'accès à l'information, d'accès aux services de soutien ou encore en raison de pratiques sociales et culturelles discriminantes.

Depuis les années 90, le Maroc a franchi plusieurs pas vers la consécration de l'égalité de la femme et son épanouissement économique et social. A cet effet, plusieurs dates sont à rappeler:

- 1998 : Institutionnalisation de la question féminine par la création d'un département ministériel chargé de la condition féminine et de points focaux genre dans plusieurs départements ministériels.
- 1999: Elaboration du plan d'action national pour l'intégration des femmes au développement (PANIFD).
- 2000 : Adoption par le parlement de la loi relative à l'obligation de l'enseignement fondamental pour les deux sexes.
- 2001 : Ratification et publication de la Convention de l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes (CEDAW) dans le bulletin officiel.
- 2001 : Mise en place d'un programme d'alphabétisation fonctionnelle au profit des femmes rurales fondé sur les activités rurales, dans le cadre de la convention avec le Secrétariat d'Etat chargé de l'Alphabétisation et de l'Education non formelle.

- 2001 : Ouverture des postes de responsabilités aux femmes de la fonction publique.
- 2003 : Création de réseaux d'associations afin de promouvoir la présence significative et qualitative des femmes dans les conseils des communes.
- 2003 : Intégration de la dimension genre dans l'élaboration du budget.
- Juin 2003 : Révision du code du travail, consécration du principe de la non-discrimination y compris entre les hommes et les femmes en matière de salaire. Reconnaissance du harcèlement sexuel sur les lieux du travail comme faute grave. Prolongement de la durée du congé de maternité à 14 semaines au lieu de 12, travail des enfants à partir de 15ans.
- Juillet 2011: consécration de la parité entre l'homme et la femme dans la Constitution marocaine de 2011, notamment dans son article n°19.

Ces avancés ont permis à la femme marocaine de prendre le devant de la scène politique et économique du pays et de s'investir d'avantage dans le domaine de l'entrepreneuriat et du travail associatif, et ce dans toutes les régions du royaume.

Le premier index de l'entrepreneuriat au niveau mondial, centré sur le genre, classe le Maroc au treizième rang des pays les plus favorables à l'entrepreneuriat féminin devant le Brésil, l'Egypte ou encore l'Inde", a déclaré la présidente de la Confédération générale des entreprises du Maroc (CGEM) lors du 61ème congrès international des femmes chefs d'entreprises, qui s'est tenu septembre 2013 à Marrakech.

Actuellement les femmes entrepreneurs marocaines ont investi dans de nombreux secteurs d'activité et beaucoup d'entre elles ont franchi le cap de l'internationalisation. L'évolution économique du pays a poussé les femmes marocaines à devenir des acteurs actifs de la société.

Promouvoir les femmes est l'un des moyens les plus efficaces d'accroître l'égalité et de favoriser la croissance économique inclusive et durable pour une pleine participation des femmes au développement économique et sociétal du pays.

Chapitre II: Analyse du Profil des Entreprises Féminines de la Région Sous Massa Drâa

La région Souss Massa Drâa a été toujours marquée par la présence de la femme dans les différentes activités économiques et managériales de la société locale. Son épanouissement dépendait de son accès à l'enseignement et à la vie professionnelle. La femme a modestement fait ses pas dans la vie économique et associative de la région, profitant ainsi des opportunités qu'offre son environnement.

I- Aperçu sur les potentialités féminines de la Région Sous Massa Drâa :

La région Souss massa Drâa constitue le deuxième pôle économique du pays, avec un PIB régional qui atteint les 764.031 millions de dirhams et un taux d'accroissement moyen qui dépasse les 4%. La région tire sa compétitivité économique des trois piliers de croissance suivants :

- Leader national en agriculture (36% du PIB national), en pêche (35% du PIB national) et en services lié à l'hôtellerie et la restauration (33% du PIB national) ;
- Troisième Région au Maroc dans le secteur tertiaire ;

La région est caractérisée par une infrastructure solide favorisant un environnement propice à la création de la richesse et de l'emploi, avec ses 3 Aéroports, dont celui d'EL MASSIRA est considéré comme 3ème plateforme aéroportuaire nationale.

La région dispose également du premier port de débarquement et d'un 2ème port de commerce du Maroc. Elle est aussi dotée de plusieurs zones Industrielles aménagées :

- La zone industrielle de Sidi Bibi : 322ha
- La zone industrielle de OuledTeima: 116ha – 528 lots
- La zone industrielle de Tiznit: 21ha – 459 lots
- La zone industrielle de Sidi Ifni: 48ha – 49 lots
- La zone industrielle de Ouarzazate: 45ha – 410 lots
- La zone industrielle de Taroudant: Lastah (en cours d'aménagement).

En plus du Parc Haliopolis, Nouveau Parc intégré de deuxième génération étalé sur une superficie de 150 hectares et dédié à la valorisation des produits de la mer.

D'après le Rapport Doing Business de l'année 2014 établi par la Banque Mondiale, la Région Souss Massa Drâa a été déclarée première région au Maroc en termes de facilité de réaliser des affaires et ce, en terme, de création d'entreprises, d'octroi de permis de construire, de transfert de propriété et d'exécution des contrats.

La femme dans la région est fortement présente dans le domaine des coopératives agricoles, commerciales et artisanales, où elle a su démontrer ses capacités et potentialités.

Pour favoriser l'entrepreneuriat et porter aide aux jeunes entrepreneurs, la Région Souss Massa Drâa a été derrière le lancement de plusieurs programmes et fonds de financement et d'accompagnement des entreprises nouvellement créées, notamment à travers l'instauration de l'association SMD initiative, et le Fonds dédié à la Micro-industrie touristique. Le bilan des entreprises agréées par ces fonds de soutien a fait ressortir un nombre considérable d'entreprises féminines bénéficiaires, qui ont contribué à la réussite de ces programmes.

Par rapport au bilan des réalisations de l'association SMD Initiative, arrêté fin novembre 2013, 30 femmes ont été accompagnées et financées par ladite association, soit 19% des projets agréés par la commission de sélection.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, et au niveau de notre région, la femme a commencé de franchir les pas modestement pour se faire une place dans une sphère répondeur être masculine. L'entreprise féminine au niveau de la région représente une brèche à développer, L'apport des femmes dans l'entrepreneuriat en général est source de richesse dans la diversité qu'elles y apportent. Les dernières statistiques régionales qui ressortent de l'OMPIC reflètent cette tendance d'amélioration de l'esprit entrepreneurial chez nos femmes, même si nous restons au-dessous des chiffres nationaux.

Année	2010	2011	2012	2013
Immatriculations région	2 014	2 132	2 325	2 324
Sous Massa Drâa				
Entreprises féminines	392	427	432	459
%	19.5%	20%	18.5%	20%

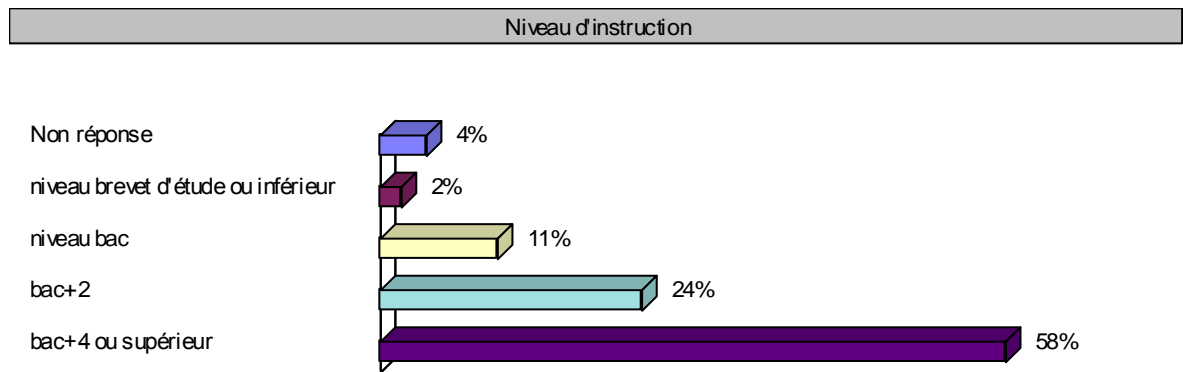
Source : L'OMPIC. (Entreprises féminines : ass U/ rep F)

II- Résultat de l'enquête :

Pour la réalisation de notre enquête nous nous sommes adressés aux Femmes Chefs d'Entreprises de la région SMD, pour leur remettre un questionnaire relatant quelques données sur la FCE elle-même et son entreprise.

45 Femmes ont accepté de remplir le questionnaire. Leurs tranches d'âges se présentent comme suit : 20% des femmes sondées ont un âge entre 20 et 35 ans, 53% entre 35 et 50 ans et 11% dépassent les 50 ans, tandis que 16% ont préféré ne pas répondre.

76% de ces femmes sont mariées et 61% d'entre elles ont des enfants à charge.



Elles sont caractérisées par un niveau d'instruction supérieur, démontrant leur capacité à cerner et appréhender leurs environnements des affaires.

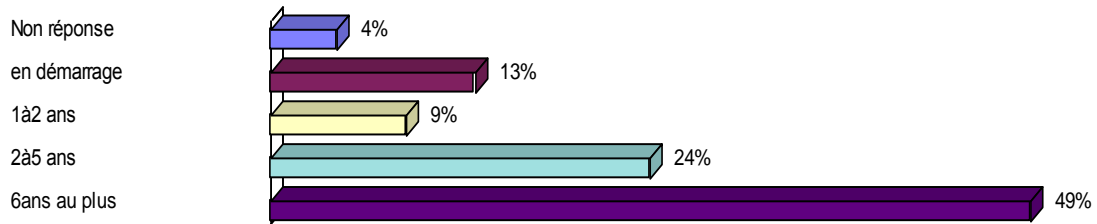
La majorité de ces femmes ont eu déjà une expérience professionnelle d'au moins deux ans, allant jusqu'à 12 ans dans certains cas, avant de se lancer dans leur propre affaire.

11%, de ces FCE sont issues du programme de départ volontaire établi par le Gouvernement Marocain en 2005. Beaucoup d'entre elles sont déjà initiées au travail associatif et sont membres de plusieurs associations ou groupements professionnels d'intérêt économique ou social.

Leurs entreprises ont une ancienneté considérable, dans la mesure où elles peuvent témoigner des différentes difficultés qu'elles ont traversées lors de leur expérience entrepreneuriale.

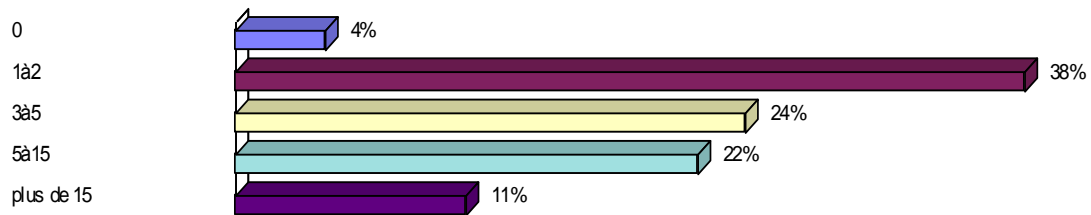


Ancienneté de l'entreprise



L'effectif des employés permanents embauchés par les entreprises sondées, est réparti comme suit :

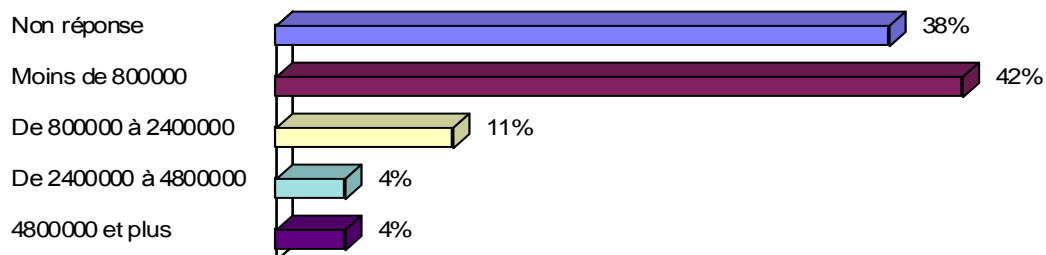
Effectif de l'Entreprise



49% de ces entreprises féminines ne disposent pas de cadres supérieurs, Ce qui mène la FCE à se retrouver parfois seule à gérer des axes stratégiques de son entreprise.

Le montant de l'investissement initial en dirhams engagé par les FCE est réparti comme suit :

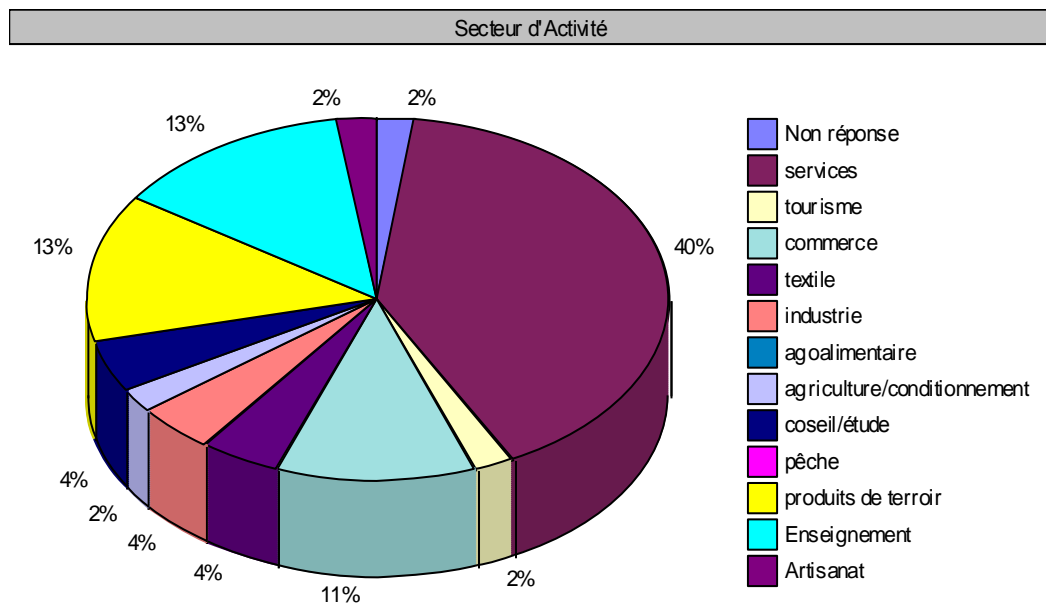
Montant d'Investissement (en Dhs)



Généralement ce sont des apports restreints, l'entreprise est ainsi vulnérable quant aux variations du marché.

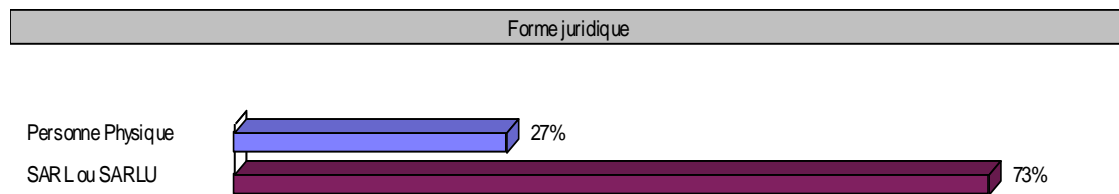


Les secteurs d'activités dans lesquels opèrent ces femmes sont :

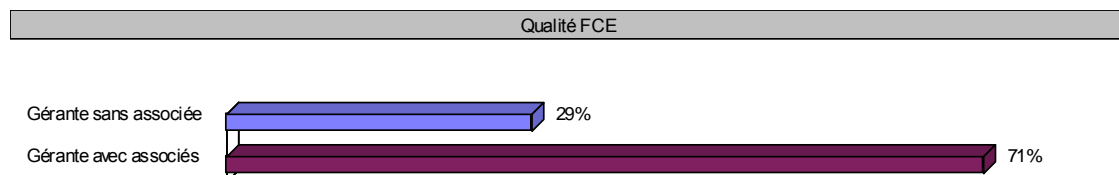


Une grande prédominance du secteur des services, de l'enseignement et du commerce.

73% des ces entreprises sont des SARL ou SARLU.

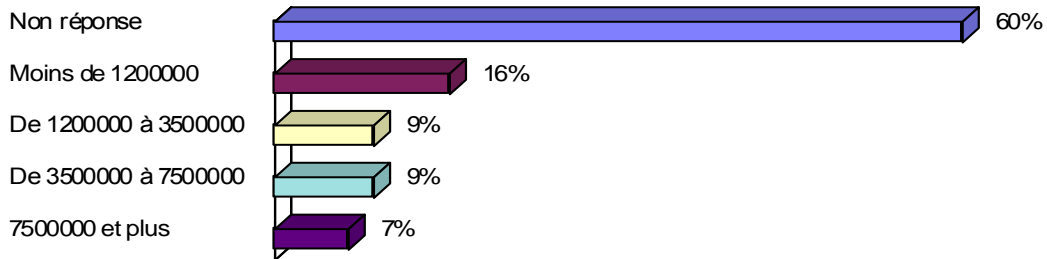


71% de ces femmes gère leurs entreprises en présence d'associés.

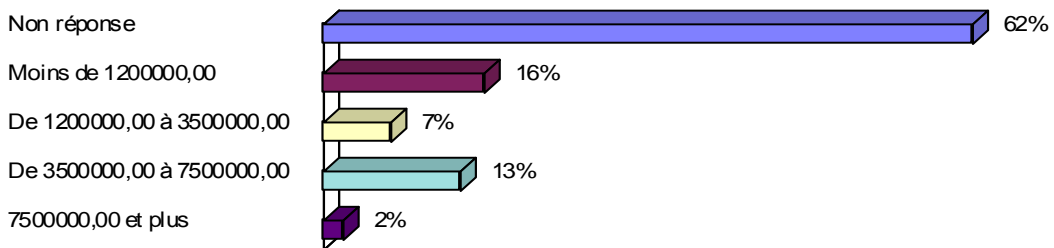




Chiffre d'Affaire Année 2013 en Dhs



Chiffre d'Affaire Année 2012 en Dhs

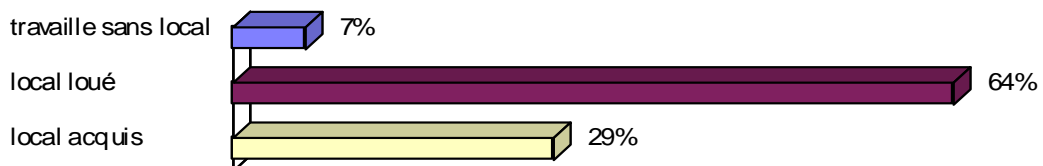


La comparaison des deux graphes montre une amélioration du Chiffre d'Affaire réalisé par ces entreprises entre les deux années 2012 et 2013.

Remarque importante, 60% des FCE sondées préfèrent ne pas communiquer leur Chiffre d'Affaire.

L'effectif de ces entreprises et leur chiffre d'affaire nous confirme que nous somme devant une catégorie de TPE voir PME dans certains cas.

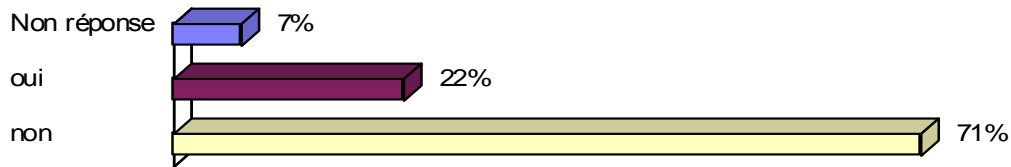
local



7% de ces entreprises ne disposent pas de local dédié à leur activité, ce qui témoigne d'une nouvelle tendance ou caractéristique de certaines entreprises.

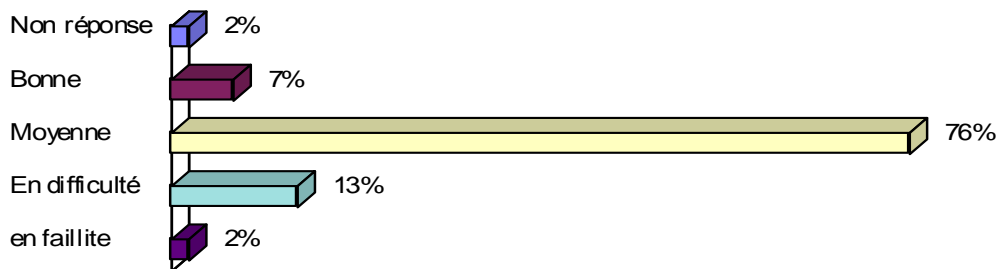


Recours au crédit bancaire



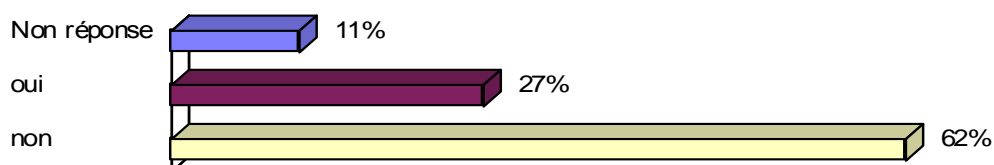
Remarque importante a signaler, 71% des FCE sondées n'ont pas eu recours au crédit bancaire ni pour financer leur investissement initial, ni pendant la phase d'exploitation de leur entreprise. Néanmoins, elles jugent la situation financière de leur entreprise moyenne.

Situation financière de l'entreprise



27% des FCE interviewées ont déjà eu des expériences à l'international, et expériences de partenariat avec des clients étrangers lors d'une exposition ou contact établi sur la région...etc.

Expérience à l'international



14% seulement de ces entreprises s'approvisionnent sur le marché international.

Chapitre III Développement des Entreprises Féminines de la région : attentes et perspectives.

Nous présenterons les différents commentaires établis à l'issue des résultats de l'enquête, sous forme de besoins en actions et mesures d'intervention, exprimés par les Femmes interviewées.

I- Besoins ressentis et attentes exprimées par les FCE dans l'enquête :

L'enquête a fait ressortir de nombreux besoins des femmes chefs d'entreprises. Ces besoins sont de natures endogènes et exogènes, des besoins spécifiques et transversaux, et que nous pourrions regrouper autour de huit principaux axes:

- Formation et accompagnement ;
- Financement ;
- Assistance et développement technologique ;
- Réorganisation et structuration managerielle ;
- Marketing et commercialisation ;
- Ressources Humaines et développement des compétences ;
- Réseautage et partenariat ;
- Amélioration du climat des affaires.

Axe 1 : Formation et accompagnement

La plupart des femmes interviewées ont exprimé un besoin important en matière de formation et d'accompagnement. Néanmoins, leur besoin porte surtout sur la formation qualifiante en lien direct avec leur activité au sein de l'entreprise. Les thèmes recherchés peuvent être résumés comme suit :

- Des modules de formation sur des disciplines transversales (relation avec les banques, gestion des équipes, négociation, communication d'entreprise, techniques et de commercialisation, gestion de stocks et développement de la production... etc) et spécifiques a des secteurs d'activité particuliers (avancées technologique dans un secteur donné, marchés demandeurs, réglementation en vigueur etc.)

- Des séances de coaching et d'accompagnement avec un plan de développement et des évaluations périodiques personnelles ou gérées en groupe.
- Des besoins de formation en développement personnel sur des aspects communs à savoir : gestion du stress, gestion du temps, perception et gestion de la difficulté, le dépassement de soi, gestion des émotions, communication en public, ...etc.
- Des besoins en formation linguistiques, principalement l'anglais et l'espagnol,
- Des formations métiers pour améliorer la maîtrise technique, et surtout pour rendre attractives, modernes et compétitives les offres de produits et de services des entreprises féminines.

Axe 2 : Financement

Plusieurs entreprises ont manifesté leur besoin en financement. On y distingue deux types : le financement à moyen terme, et le financement à court terme lié aux besoins en fond de roulement pour l'exploitation.

Nous précisons, néanmoins, la nature des contraintes et des difficultés en relation avec les banques telles qu'elles étaient explicitées par les femmes elles-mêmes :

- Les banques ne financent pas les entreprises en difficulté ;
- Les banques exigent des garanties et des hypothèques pour le financement;
- Les banques facturent des taux d'intérêt très élevés ;
- Les banques n'accordent pas des facilités de caisse aux TPE ;
- Les banques n'accordent pas des crédits d'escompte aux TPE.

A cet effet, plusieurs femmes ont exprimés le besoin d'agrandir ou réaménager leurs locaux de production et cherchent souvent en vain les pistes de financement. A noter également que les femmes ne connaissent pas d'autres sources de financement alternatives autres que la banque.

Axe 3 : Assistance et maîtrise des techniques

La majeure partie des femmes ont manifesté leur besoin d'améliorer leurs compétences techniques, et surtout connaître de nouvelles pratiques, de nouveaux équipements, et faisabilité de benchmarking de certaines entreprises leaders dans leur secteur d'activité.

Nous précisons ci-dessous quelques activités exercées par l'échantillon des FCE interviewées :

- Production et commercialisation de l'huile d'argan
- Communication et évènementiel
- Restauration, Traiteur
- Enseignement
- Industrie (confection, agroalimentaire
- transformation de plastique, réparation navale)
- Services divers (agent immobilier, décoration, agent d'assurance, thérapie naturelle, coaching, activités de conseil et consulting, fiduciaire, transport routier international, vente de produits bios...)
- Centres de beauté et de bien être
- Bijouterie
- Commerce (boulangerie, pharmacie, vente de matériel informatique, vente de mobilier de bureau, vente de prêt à porter...)

Axe 4 : Réorganisation et structuration managerielle

Nous avons observé que les entreprises ayant une durée d'activité supérieure à 5 ans expriment un besoin fort d'organisation et de restructuration de l'entreprise dans les domaines suivants :

- Mise en place d'un manuel de procédure interne ;
- Mise en place d'un descriptif de poste ;
- Certification et labélisation ;
- Acquisition de logiciels de gestion interne adaptés à l'activité ;
- Mise en place d'une comptabilité analytique ;
- Participation au programme Moussanada ;
- Application du Lean Management ;
- Standardisation des procédures internes ;
- Création de concept franchise ;
- Informatisation des entreprises

Axe 5 : Commercialisation et marketing

Les entreprises manifestent le besoin de faire connaître leurs produits et services à une cible plus large. La plupart des FCE ne disposent pas d'une stratégie marketing claire et cohérente. Elles ont souvent recours à des actions de publicité ponctuelles et non homogènes. Les difficultés recensées sont :

- Difficultés liées à la compétence de la FCE (peu de maîtrise de la notion de marketing et surtout sa mise en application, malgré quelques formations suivies) ;
- Difficultés liées à l'absence de stratégies commerciales et marketing spécifiques à l'entreprise : la plupart des FCE ne disposent pas de cadres qualifiés avec des niveaux d'étude supérieur, elles sont contraintes de s'occuper elle-même de la mise en place de certains outils classiques de publicité ;
- Difficultés liés à la capacité financière de l'entreprise de faire appel à des prestations de conseil de la part des professionnels ;
- Difficultés d'accès à certains supports de publicité de grand public tel que les panneaux d'affichage, les médias audio visuels, les revues et les magazines spécialisés.

Axe 6 : Ressources Humaines et développement de compétence

En analysant le résultat de l'enquête, nous observons que les entreprises féminines ne disposent pas d'un taux d'encadrement élevé et d'une capacité financière suffisante. Ceci influence la qualité de l'organisation, la gestion interne de l'entreprise, et surtout la capacité de se moderniser et suivre d'une manière proactive, l'évolution du secteur.

- Les FCE trouvent une difficulté d'accès à la main d'œuvre qualifiée, ce qui impacte directement leur compétitivité.
- Les entreprises n'ont pas recours à des plans de formations pour leurs employés et ne bénéficient pas des offres de l'OFFPT. Trois raisons principales sont avancées :
 - La TPE a des difficultés à fidéliser ses employés car elle offre des perspectives d'évolution très limitées,
 - L'entreprise n'a pas la capacité de se passer de son équipe pendant les horaires de formation afin d'honorer ses engagements.
 - L'entreprise n'a pas les moyens de financer des plans de formation.
- Les entreprises ne trouvent pas des plates formes de recrutement, et les offres de l'ANAPEC ne satisfaits pas leur besoin en termes de profils expérimentés.

Axe 7 : Réseautage et Partenariat

Les résultats de notre étude ont montré que les femmes étaient de plus en plus intéressées par la mise en réseau et l'adhésion aux groupements professionnels pour un meilleur accès à l'information et à de nouveaux contacts. Ce besoin peut être décliné dans les points suivants :

- Faciliter le réseautage des femmes avec de nouveaux partenaires reste l'un des besoins les plus exprimés par les FCE.
- 61% des personnes interviewées ont des enfants, et leur responsabilité familiale réduit le temps consacré à la gestion de leurs entreprises.
Faciliter l'accès à des réseaux précis, Organiser des actions de B2B ciblées par secteur d'activité, facilitera à la FCE son ouverture à de nouveaux prospects et à de nouveaux partenaires.
- Les FCE expriment leur besoin en information sur les offres mises à leur disposition, les fonds de soutien disponibles, les programmes d'accompagnement, les missions d'affaires organisées par le Maroc etc....

Axe 8 : Amélioration du climat des affaires

Le climat des affaires reste à améliorer. Les entreprises vivent dans des circonstances différentes, en raison de nombreuses contradictions et quelques mauvaises pratiques à savoir :

- La corruption qui touche quelques aspects commerciaux et administratifs de notre environnement ;
- Le système d'octroi des marchés publics reste à améliorer, pour une meilleure transparence et égalité des chances;
- La concurrence déloyale pratiquée parfois, et liée au non-respect de la réglementation en vigueur, aux normes de qualité, et d'hygiène, des approches de marchés... etc;
- L'absence de guides métiers simplifiés sur l'ensemble des obligations du chef d'entreprise dans son domaine d'activité (lois, autorisations, ensembles des documents annuels à produire, normes du secteur,...etc).

Ainsi, nos FCE sont de plus en plus pressantes aux niveaux de leurs besoins et de leurs attentes, et visent l'évolution et la pérennité de leurs entreprises. Ce qui reflète leur souhait à faire décliner ces besoins en action concrètes de soutien et d'assistance en matière de développement de compétitivité et de recherche de performance.

II- Perspectives de collaboration et d'action :

Afin de pouvoir répondre aux besoins des Femmes Chefs d'Entreprise, un plan d'action regroupant les huit axes d'intervention, serait proposé aux instances publiques et les partenaires régionaux afin de cerner au mieux ces attentes et remédier aux problèmes rencontrés par les TPE/PME en général, et les entreprises féminines de la région en particulier.

La réalisation de cet ambitieux plan d'action représente des objectifs de l'association Entrelles, dans le cadre de sa mission de promouvoir la femme entrepreneur en tant qu'acteur économique générateur de richesses et d'emplois.

Ce plan d'action est représenté comme suit :

Axe stratégique	Objectif	Action	Responsable (s)	Moyens nécessaires	Echéance	Contrôle
Formation et accompagnement	Développement des compétences des Femmes Chefs d'Entreprises	Programmation des séances de formations Techniques qualifiantes concernant divers secteurs d'activité (tourisme, industrie, service...)	Commission de formation d'Entrelles et partenaires institutionnels	Moyens techniques et logistiques, partenaire formateur	Court Terme et s'inscrivant dans la durabilité	Questionnaire d'évaluation à chaud et à froid
		Organisation d'ateliers de formation qualifiante en modules et disciplines transversales (marketing, gestions financière....) en présence de spécialistes du domaine (banque, agence de communication.....)	Commission de formation d'Entrelles et partenaires institutionnels	Moyens techniques et logistiques, partenaire formateur	Court Terme et s'inscrivant dans la durabilité	Questionnaire d'évaluation à chaud et à froid
		Organisation de séances de mentoring et de coaching individuelles et collectives pour le suivi d'évolution des FCE	Commission de formation d'Entrelles et partenaires institutionnels	Moyens techniques logistiques, financiers, et partenaire formateur	Court Terme et s'inscrivant dans la durabilité	Questionnaire d'évaluation à chaud et à froid
Financement	Facilitation de l'accès au financement pour les FCE Vulgarisation des notions et concepts liés au financement	Organisation d'ateliers de présentation des produits de financement et formules de garantie, par catégorie et secteur d'entreprise	Entrelles et organismes de financement nationaux et internationaux	Moyens techniques et logistiques, Choix des partenaires	Court Terme	Evaluation périodique du taux d'endettement
		Négociation de formules et produits de financement spécifiques aux PME/TPE et entreprises féminines	Entrelles et organismes de financement nationaux et internationaux	Moyens techniques et logistiques, Choix des partenaires	Court Terme	Evaluation périodique du taux d'endettement
		Instauration d'une commission multidisciplinaire pour le traitement des difficultés et problèmes des FCE avec les banques.	Définir une convention de constitution et suivi.	Moyens techniques et logistiques, partenaires et intermédiaires	Court à Moyen Terme	Indicateurs et nombre de dossiers en difficulté avec la banque.

Assistance et développement technologiques	Amélioration des compétences techniques par secteur d'activité	Organisation de mission et voyage d'affaire pour la rencontre de partenaires/fournisseurs et entreprises performantes dans différents secteurs d'activité	Entrelles, partenaires institutionnels et groupement professionnels	Moyens techniques logistiques et financiers, Choix des partenaires	Court à Moyen Terme	Evolution des compétences techniques et CA des entreprises bénéficiaires
		Participation groupée aux salons professionnels et foires d'Exposition	Entrelles en concertation avec les entreprises intéressées	Moyens financiers et logistiques nécessaires	Court à Moyen Terme	Evolution des compétences techniques et CA des entreprises bénéficiaires
Réorganisation Managerielle	Réorganisation, et Informatisation des structures féminines	Contractualisation du service d'accompagnement pour la labellisation et certification des entreprises	Entrelles et cabinet d'étude/ de consulting	Moyens financiers	Court à Moyen Terme	Nombre d'entreprises certifié et labellisées
		Contractualisation du service d'accompagnement de la réorganisation et développement de la gestion d'entreprise	Entrelles et cabinet d'étude/ de consulting	Moyens financiers	Court à Moyen Terme	Taux d'amélioration managerielle des entreprises bénéficiaires

Marketing et commercialisation	<i>Accompagnement dans la mise en place de stratégies marketing personnalisées</i>	Accompagnement dans l'élaboration des stratégies marketing et de commercialisation des entreprises	Entrelles et Cabinet de conseil spécialisé	Moyens financiers et logistiques	Court à Moyen Terme	Amélioration du CA et parts de marchés
		Programmation d'actions de publicité ciblées et groupées (édition de catalogues, spots publicitaires, affichage grand public....)	Groupement d'entreprises d'Entrelles et partenaires publicitaires	Moyen financiers	Court à Moyen Terme	Amélioration du CA et parts de marchés
		Participation dans les foires, salons et expositions.	Entrelles et partenaire en communication	Moyen financiers	Court à Moyen Terme	Amélioration du CA et parts de marchés
RH et développement des compétences	<i>Facilitation de l'accès aux ressources humaines compétentes</i>	Etablissement de convention de partenariat avec les organismes et cabinets de recrutement	Entrelles et partenaire recruteur	Moyen financiers	Court à Moyen Terme	Amélioration du rendement et capacités humaines des entreprises
		Organisation de stages et programmes de formations groupés pour le développement des compétences humaines des entreprises	Entrelles et Cabinet de conseil spécialisé	Moyens financiers et logistiques	Court à Moyen Terme	Amélioration du rendement et capacités humaines des entreprises

Réseautage et partenariat	<i>Mise en réseau et établissement de partenariats</i>	Organisation de rencontres périodiques avec les différents groupements, clusters et associations professionnels nationaux et internationaux	Entrelles, partenaires potentiels	Moyen financiers et de mise en contact	Court à Moyen Terme	Programmes de collaboration et de coopération.
		Signature de convention cadres de partenariats avec les différentes institutions publiques et privées et groupements professionnels nationaux et internationaux	Entrelles, partenaires potentiels	Moyen financiers et de mise en contact	Court à Moyen Terme	Programmes de collaboration et de coopération.
		Organisation d'ateliers de formation et de familiarisation avec les nouveaux outils de communication (réseaux sociaux, blogs, forum...etc.)	Entrelles, partenaires potentiels	Moyen financiers et de mise en contact	Court à Moyen Terme	Programmes de collaboration et de coopération.
Amélioration du climat des affaires	<i>Proposition d'actions pour l'amélioration du climat des affaires</i>	Constituer une force de proposition auprès des instances publiques pour l'amélioration du climat des affaires	Entrelles et partenaires institutionnels	Moyens techniques et logistiques	Moyen à Long Terme	Actualisation et suivi des propositions constructives
		Sensibilisation de nos entreprises quant aux réglementations et lois en vigueur	Entrelles et partenaires institutionnels	Moyens techniques et logistiques	Moyen à Long Terme	Actualisation et suivi des propositions constructives
		Etablissement de guides pour la compréhension des procédures et modalités de suivi des marchés publics	Entrelles et partenaires institutionnels	Moyens techniques et logistiques	Moyen à Long Terme	Actualisation et suivi des propositions constructives



Conclusion :

La modernisation de notre pays passe par la promotion des valeurs d'égalité et de citoyenneté. L'approche genre a été partiellement intégrée dans les différents programmes nationaux de développement. Ceci dit, la femme marocaine représente un socle clé pour la mise en œuvre et l'application de tout projet de croissance économique et social.

L'entrepreneuriat féminin reste insuffisamment développé dans la plupart de nos régions, la dynamique favorable observée en matière de créations d'entreprises n'a pas touché significativement le nombre d'entreprises féminines.

Face à ce constat, plusieurs actions publiques ont été menées en faveur de l'identification et la mise en œuvre d'actions en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin au Maroc.

Sur la base de cette étude réalisée dans la région Souss Massa Drâa, typer les entreprises féminines demeure un besoin fondé pour des opérations ciblées et pointues qui répondent au mieux aux attentes de cette catégorie d'entreprises.

Deux points restent focaux pour l'entrepreneuriat féminin, l'accès à un réseau et l'accès au financement. Une seconde piste consiste également aux stéréotypes de genre qui peuvent être des freins en amont de la création d'entreprise.

L'une des formules qui peuvent stimuler un public de femmes est celui de développer des « success stories », des exemples de femmes entrepreneurs épanouies qui donneront l'exemple et encourageront d'autres jeunes étudiantes ou employées à se lancer dans cette aventure et démultiplier certaines expériences.

De nos jours plusieurs femmes ont franchi le pas de l'entrepreneuriat avec succès, certaines avec des entreprises qui pèsent plusieurs milliards de dhs, d'autres plus « modestes », mais elles ont l'ambition commune d'ouvrir les portes de l'ascenseur économique du pays. A Cette volonté s'ajoute un contexte et un environnement marocain de plus en plus favorable et équitable pour faire de l'entrepreneuriat féminin un levier de croissance et de création de richesses.

La femme chef d'entreprise représente un entrepreneur durable, c'est ce qui ressort de nos différents entretiens avec les femmes interviewées. Elles gèrent généralement des structures moyennes créées pour durer dans le temps et réussir une carrière professionnelle ainsi qu'une rentabilité étalée sur le long terme.



Annexes :

Listes des Femmes Chefs d'Entreprises Interviewées :

N°	Nom et Prénom	Raison Sociale de l'Entreprise	Activité de l'Entreprise
1	Kouatari Sana	ORCHID FORME	Centre de Beauté
2	Ait El Mouden Mina	Argan's	Production et Commercialisation d'huile d'Argane et produits dérivés
3	Bicha Maryam	Maya Galerie « Tendance »	Décoration
4	Bennis El Mikou	DIAMANDA	Bijouterie
5	Bouchaara Fatiha	AYA GESTION	Fiduciaire
6	Boulbaroud Touria	AZIGZAO COMMUNICATION	Conseil en communication et Edition de magazine.
7	El Ouafi Meryam	CHEMS AYOUR	Restauration, Animation touristique, Traiteur, Teambuilding et évènementiel.
8	Azrou Ilham	KRIAPRINT SARL	PUBLICIT2
9	Lhachami fatma	Institution INES Privée	Enseignement préscolaire
10	Khourkhch Naima	TILILA PLAST	Transformation de plastic
11	Abakrim Rachida	BONAFFAIRE	Confection
12	Zaghloul Leila	AWAL COM	Communication/évènementiel
13	Errais Khadija	ARGANIAVELVETINE SARL	Production de l'huile d'argan et autres huiles
14	Amarir Fatima	NIHAN	Prêt à porter pour femme
15	Lahman Kabira	2MOTS services	Immobilier
16	Samira Raki	RAKIA	Comptabilité
17	Ned El Hadj Malika	EFAES	Production, Conditionnement, Exportation d'huile d'Argan et Cactus
18	El Fakir Bouchra	Miracle Bn	Vente des produits bio
19	Eddaghour Amina	Pharmacie	Pharmacie
20	Lahlou Saida	COPAMASUD	Agencement et aménagement de bureaux salle de conférence, etc.
21	Errais Fatima	ARGAMAR SARL	Production de l'huile d'Argan
22	Madane Oumkeltoum	MADAN ARGAN	Export/Import Argan et dérivés
23	Issara Zhou	ROSA ASSURANCES SARL	Agent d'Assurance
24	El Mandoubi Zineb	INDEPENDANTE	Coaching personnel et professionnel
25	Aazizi touraya	ESTFORM	Formation professionnelle
26	Issaf Samira	SOTRAIN	Transport



27	Nadim Asmae	BOULANGERIE ET PATISSERIE LE SESAM	Boulangerie et Pâtisserie
28	Bazy Sanaa	Les ARCS MATERNELLES	Enseignement
29	Benjelloun Bahia	ESPACE PHYTOSANTE	Thérapies naturelles
30	Chaouki Laila	INSTITUTION CHAOUKI	Education et enseignement
31	Ouagrar Nadia	IRIS COMMUNICATION ET CONSULTING	Communication, consulting, évènementiel ..etc.
32	Koddouss Zineb	KTZ CONSULTING	Conseil et accompagnement des PME et TPE.
33	Bazy Souad	Les ARCS MATERNELLES	Enseignement
34	Gourma Fatima	NORD SUD TRANSFERT	Transport routier
35	Benmoumen Khadija	First Micro	Vente mobilier, matériel informatique fourniture de bureau...etc.
36	Belkezziz Meriem	Ingénierie Naval et Travaux Divers INTD	Conception, réparation et rénovation navale
37	Bennani Souad	ISIAM Agadir	Enseignement supérieur
38	Naimi Zineb	NANEZ SURVEYOR SARL	Transit et logistique
39	Adarrab Fatima	Souss Graphique	Agence de conseil et de communication
40	Nehhab Imane	SOS Communication	Agence de communication et de publicité
41	El Bahry Ghizlane	TERROIR Berbères	Vente des produits du terroir marocain et régional
42	Kassi Fatima	ABOUKASS	Exploitation agricole
43	Akasbi Naoual	Benchrif Décor	Ameublement et décoration
44	Benslimane Ibtissame	Aux Délices	Pâtisserie
45	Aboudou Ahlam	CASUMED MINCEUR & ANTIAGE	Cosmétologue