

Crise économique liée à la covid19 : quels impacts sur les TPE du e-commerce au Maroc?

Economic crisis related to the covid19: what impacts on very small businesses of e-commerce in Morocco?

NABIL BOUAYAD Amine

Enseignant chercheur
Faculté Polydisciplinaire de Khouribga
Université Sultan Moulay Slimane de Beni-Mellal, Maroc
Laboratoire de recherche en Economie et Gestion
nabil_bouayad@hotmail.com

TABYAOUI Hajar

Doctorante
Faculté Polydisciplinaire de Khouribga
Université Sultan Moulay Slimane de Beni-Mellal, Maroc
Laboratoire de recherche en Economie et Gestion
tabyaouihajar@gmail.com

Date de soumission : 30/03/2022

Date d'acceptation : 15/06/2022

Pour citer cet article :

BOUAYAD A. & TABYAOUI H., (2022) «Crise économique liée à la covid19 : quels impacts sur les TPE du e-commerce au Maroc? », Revue Française d'Economie et de Gestion «Numéro spécial : Publication des actes du colloque "L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?"» pp : 199- 216.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons

Attribution License 4.0 International License



Résumé

S'il existe un sujet qui s'est développé récemment d'une manière considérable, c'est bien celui afférent à l'entrepreneuriat, celui-ci ne cesse d'évoluer en raison des comportements et des besoins des consommateurs en perpétuel changement, et continue à progresser promptement comme le digital, auquel il est aujourd'hui étroitement rattaché.

Au Maroc, comme dans plusieurs pays, l'entrepreneuriat digital est considéré comme l'un des leviers du développement qui revêtent une grande importance étant donné qu'il contribue à la création de nouveaux emplois, et à l'enracinement de l'esprit d'innovation dans la dynamique de l'économie, de ce fait, le Royaume a été contraint d'entreprendre des politiques pour le soutien et la stimulation des entrepreneurs, toutefois, malgré les différents efforts déployés, ils existent toujours des entraves bloquant l'impulsion d'une meilleure dynamique entrepreneuriale, et empêchant l'obtention d'un environnement bien bâti, en plus de ces contraintes, s'ajoutent celles liées à la crise de la COVID19, qui a malmené le tissu économique du pays en n'épargnant presque aucun secteur d'activité. Dans ce cadre, l'objectif de ce papier, est de mettre en évidence la situation de l'entrepreneuriat digital et les défis envisagés au Maroc, plus principalement, dans la situation de crise économique liée à la pandémie du COVID19, pour ce faire, nous serons amené à répondre à l'interrogation « **Quel est l'impact de la crise du COVID19 sur les choix des TPE du e-commerce au Maroc, et quels sont les nouveaux défis envisagés naissant de cette crise ?** », et ce, au moyen d'une méthode qualitative, visant à recueillir les éléments de réponse à notre problématique auprès d'un échantillon de TPE, opérant dans le domaine du digital.

Mots clés : Entrepreneuriat – digital – pandémie – défis - innovation – entraves – crise économique – TPE.

Abstract

Entrepreneurship is a subject that has developed substantially in recent years, it is constantly evolving due to the ever-changing behaviors and needs of consumers, and continues to progress rapidly as the digital to which it is now closely linked.

In Morocco, as in many countries, digital entrepreneurship is considered as one of the levers of development that are so important since it contributes to the creation of new jobs and to the rooting of the spirit of innovation in the dynamics of the economy, however, despite the various efforts and policies undertaken by the Kingdom, there are still many obstacles blocking the impetus of a better entrepreneurial dynamic, and preventing the achievement of a well-built environment. In addition to these constraints, there are also those linked to the COVID19 crisis which has damaged the country's economic fabric, affecting almost all sectors of activity. In this context, the objective of this paper is to highlight the situation of digital entrepreneurship in Morocco and the challenges envisaged, especially in the situation of economic crisis related to the COVID19 pandemic, to do this, we will be led to answer the question “**What is the impact of the COVID19 crisis on the choices of digital VSEs in Morocco, and what are the new challenges arising from this crisis?**”, we will use a qualitative method to gather information from a sample of VSEs operating in the digital domain to answer our question.

Keywords : Entrepreneurship - digital - pandemic - challenges - innovation - obstacles - economic crisis – VSE.

Introduction

Anciennement, un nombre très réduits d'individus pouvait accéder au capital, ou avait le pouvoir de contrôler des matières premières, de fabriquer des produits, de transporter des marchandises, ou de diffuser ses publicités dans les différents médias existants. Ce nombre restreint monopolisait le marché, et déterminait les règles à y appliquer. C'était l'époque industrielle. Cette prééminence existe toujours, toutefois, la révolution de l'entrepreneuriat, associée à la massification de l'utilisation des Technologie de l'Information et de Communication, ont permis l'émergence de modèles d'affaires récents, et de démocratiser le lancement dans le monde des affaires.

Seules les grandes entreprises durant les Trentes glorieuses (1950-1980) étaient à l'origine de la création d'emplois et de la croissance économique. Après la crise de 1970, l'entrepreneuriat commence à occuper une place importante, ce qui a permis d'accorder une position remarquable à ce sujet, et à la TPME. De surcroît, l'insécurité des employés dans les grandes entités, et leur désir de disposer d'un emploi indépendant répondant à leurs ambitions et leurs principes, sont toutes, des impulsions aiguillonnant hommes et femmes, à créer leurs entreprises. Certains s'engagent dans cette voie, pour s'évanouir de la précarité et du chômage, tandis que pour d'autres, mettre le cap sur le monde des affaires est un rêve et une occasion pour mettre en exergue une idée innovante. Les chercheurs ont fait la différence entre ces deux types d'entrepreneur, les entrepreneurs par nécessité, et les entrepreneurs par opportunité.

Les différents chercheurs et Etats, ont commencé depuis plusieurs années à mettre l'accent sur la grande utilité de l'entrepreneuriat, et sa contribution conséquente dans le progrès économique, non seulement pas sa création de nouveaux emplois, mais aussi par son insertion de l'esprit d'innovation dans l'économie. Selon Kirchhoff (1989), l'entrepreneuriat est d'une importance capitale vu qu'il permet de créer de nouveaux emplois, et d'enraciner la novation dans la dynamique de l'économie.

Actuellement, l'existence des entreprises sur internet est indispensable. Dans ces circonstances, les acteurs de l'entrepreneuriat pointent sur le digital afin d'acquérir des marchés plus intéressants. Aujourd'hui, les start-ups émergentes sont généralement digitales, et les opportunités dans ce sens sont plus importantes. Ce sont les amateurs du web, qui s'élancent de plus en plus vers ces activités pour leur engouement pour le risque et l'autonomie, et pour leur maîtrise du domaine.

"L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?"
L'entrepreneuriat digital au Maroc a commencé ces derniers ans, à connaître un grand accroissement, ce qui a exhorté à l'implantation d'un bon nombre de programmes servant d'accompagnement des startups tout au long de leur cycle de vie. Cela s'instaure dans le dessein de propulser l'entrepreneuriat, et d'améliorer par conséquent, le volet socio-économique du pays. Cependant, même s'il fait partie des pivots du développement au Maroc, et malgré la batterie d'initiatives et d'interventions mises en place pour promouvoir ce volet, l'amélioration reste insignifiante par rapport aux possibilités que peut offrir l'économie, et certains facteurs paralysant subsistent. Selon Mr ADIL KHALIS, expert dans les questions entrepreneuriales et de l'emploi au Maroc : *« L'entrepreneuriat est un sujet qui revêt une importance cruciale, en particulier pour le décideur public, il se pose en effet avec acuité ces dernières années, compte tenu des défis sociaux et économiques auxquels est confronté notre pays »*¹.

En plus des contraintes déjà existantes, s'ajoutent celles liées à la crise de la Covid-19, qui a brutalisé l'économie du pays. En effet, selon le Haut-Commissariat au plan, le PIB en 2020 a connu une contraction de 7%, cette récession n'a épargné aucun secteur mais les plus influencés sont ceux du tourisme, du commerce, et du transport, etc. Le taux de chômage quant à lui, a connu une augmentation d'à peu près 30% entre 2019 et 2020, passant de 9,2% à 11,9%, liée aux difficultés rencontrées par les employeurs, et à l'arrêt des recrutements.

Cela suscite notre curiosité sur la question **« Mais quid des TPE digitale au Maroc ? Autrement dit, quels sont les obstacles qui se dressent sur la route des TPE du E-commerce au Maroc, et quels sont les retentissements de la COVID19 sur celles-ci ? »**

L'objectif de ce feuillet est d'élucider la situation de cette forme d'entreprise, et de mettre le point sur les différents défis qu'elle affronte, et plus précisément durant la période de la crise du COVID19. A cette fin, nous essaierons de collecter un ensemble d'informations d'après d'un échantillon de très petites entreprises opérant dans le digital, et plus spécialement dans l'e-commerce basées sur la région de Casablanca. Nous nous adresserons aussi à certains experts du domaine, et nous nous baserons sur des études déjà effectuées dans ce sens. Pour y parvenir, nous proposerons dans un premier temps de faire un survol des concepts clés autour de notre question de recherche, avant de passer à la présentation de la méthodologie de recherche, et à la discussion des résultats obtenus.

¹ MEDIAS24, « Entrepreneuriat au Maroc : L'accompagnement fait défaut », 2021

1. Revue de littérature

Les résultats ne seront atteints, sans voir dans le rétroviseur de l'ensemble des définitions données pour les différents concepts de notre sujet, d'où l'importance de cette partie.

1.1. Entrepreneuriat

En vue de définir le terme d'entrepreneuriat, nous allons nous référer sur la perception de l'école Schumpetérienne qui relie l'entrepreneuriat à l'innovation. Selon lui, la fonction d'un entrepreneur, est la réformation et la révolution de la routine de production, tout en profitant de l'inventivité, ou d'une opportunité technique originale tel que l'élaboration d'un nouveau produit, ou l'introduction d'une nouvelle tactique dans la production de ce produit ou encore en tirant profit d'un nouveau marché, etc. (Schumpeter, 1979, p. 180). Dans cette vision Schumpetérienne, l'Entrepreneuriat acquiert plusieurs formes en s'appliquant que ce soit dans des entreprises préexistantes, ou en cours de lancement.

De nombreux chercheurs définissent l'entrepreneuriat comme étant « *l'approche académique de comment, par qui et avec quels effets les opportunités sont-elles découvertes, évaluées et exploitées pour créer des produits et services futurs* »², (Venkataraman, 1997, p. 120 ; Shane et Venkataraman, 2000, p. 218). C'est donc le fait d'exploiter des opportunités, permettant de créer de la valeur, qu'elle soit sociale ou économique grâce à l'innovation. Selon Pinchot (1986), « *Les entrepreneurs sont considérés comme étant des rêveurs qui passent à l'acte* ». Le fait de créer une entreprise représente l'évènement le plus concret de l'entrepreneuriat, et est représenté par plusieurs étapes: l'idée, l'intention, la décision et l'action d'entreprendre. Comme le souligne Verstraete dans sa définition, « *l'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation, impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion* » (Verstraete et Fayolle, 2005, p. 37).

Dans l'ère de Cantillon (1755), là où l'expression va conquérir le sens qui lui est attribué actuellement, cela signifiait quelqu'un qui acquiert des matières premières, afin de les transformer, et procéder à leur vente. C'est donc une personne intermédiaire, saisissant des opportunités d'affaires en prenant ce risque de concevoir cette matière première. Cantillon, incorpore ce phénomène à la prise de risque qui est une caractéristique fondamentale de l'acte entrepreneurial. En partant du postulat qu'il perçoit des gages qui ne sont pas certains, l'entrepreneur est une personne acceptant la mise en danger de son avenir, et sa stabilité financière, pour la mise en application d'une idée.

² CHELLY A., « L'identification et le développement d'opportunités entrepreneuriales »

L'entrepreneuriat est perçu comme une procédure compliquée, et une conséquence d'un bon nombre de facteurs d'ordre économique, politique, socioculturel ou encore psychologique, et qui dépend de deux facteurs importants, l'entrepreneur et l'environnement.

1.2. La très petite entreprise (TPE)

Selon le HCP, « *Les très petites entreprises (TPE) sont définies comme étant les unités ayant un CA de moins de 3 MDH, et un effectif inférieur à 10 employés* »³. Ces entreprises sont depuis un long moment vues comme moins importantes. Cependant, celles-ci sont très répandues au Maroc, comme dans plusieurs pays, et jouent un rôle prééminent dans l'économie, notamment via la création de l'emploi. En 2019, selon le HCP, les deux tiers des entreprises sont situés dans les régions de Casablanca et Tanger, et sont constitués de 7% des grandes entités, et 93% des TPME dont 64% sont des TPE. Ces dernières opèrent principalement dans les services, et beaucoup moins dans l'industrie. Ainsi, elles sont caractérisées par leur simplicité, flexibilité, et par la rapidité de prise de décision (Marongiu, 1995). Quoiqu'elles soient d'une importance majeure, elles confrontent un bon nombre de difficultés.

1.3. Entrepreneuriat digital

L'introduction des technologies numériques à l'entrepreneuriat a donné naissance à un nouveau domaine de l'entrepreneuriat qui est celui du digital. Ce dernier commence à prendre de l'importance plus que jamais, que ce soit dans l'économie internationale, ou au niveau de la communauté scientifique. L'entrepreneur digital commercialise des produits ou services en passant par le « e-canal », et en manipulant un bon nombre de ressources et de savoir-faire, afin de réussir son projet sur le web. Etant existant sur internet, celui-ci n'a pas de local physique, il met en avant une boutique à travers un site internet matérialisant son offre. C'est le résultat de l'essor des NTIC qui a modifié la façon d'entreprendre. Les entrepreneurs, envieux de profiter de cette tendance, commencent à répondre aux différents besoins des consommateurs via le web. L'entrepreneuriat digital a commencé à revêtir une plus grande importance depuis la fin des années 2000. Ce terme est apparu sous la plume de McKelvey (2001) en l'abordant sous le nom d'internet entrepreneuriat.

³Haut-Commissariat au Plan, Enquête nationale auprès des entreprises, premiers résultats 2019.

"L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?" Il a été évoqué ainsi par Carrier et al. (2004), en parlant plus précisément de très petites et moyennes entreprises qui font du commerce par le biais d'internet en appelant cela « Cyber entrepreneuriat ».

D'autres appellations ont été données à ce phénomène comme l'e-entrepreneuriat par Matlay en 2004. Et dernièrement nommé « entrepreneuriat digital » par (Hull et al. En 2007) qui est actuellement le nom le plus adéquat pour représenter ce phénomène. Selon Balachandran et Sakthivelan (2013) ce sont les « *Nouvelles entreprises dont les produits ou services sont entièrement digitaux et n'ont pas de substance physique* ».

1.4. E-commerce

Pendant les années 1980, le minitel était assurément l'un des canaux avant-coureurs du commerce électronique. L'apparition de l'internet a contribué à la démocratisation de l'e-commerce pour toucher à l'ensemble des ongles de notre quotidien. Il est indéniable que le progrès du Web, a parfaitement contribué au développement de l'e-commerce qui commence à être largement utilisé pour ses différents atouts. Il nécessite moins de formalités, moins de difficultés logistiques, plus de célérité et de simplicité dans l'exécution des opérations d'achats, etc. Cet outil devient ainsi un complément au commerce traditionnel, et un moyen de son développement.

« *Le commerce électronique est un système d'information inter-organisationnel qui permet à deux agents (acheteur et vendeur) d'échanger des informations relatives au prix et aux caractéristiques du produit* »⁴ (Bakos, 1997, p.1676).

« *Le commerce électronique est un système conçu pour fournir une information, livrer un produit ou un service, s'acquitter d'un paiement en utilisant des supports tels que le téléphone, les réseaux d'ordinateurs et autres* » (Kalota & Whinston, 1997).

L'e-commerce, ou encore le commerce électronique, sont deux façons pour désigner un moyen de vente de produits ou services qui se fait à distance grâce aux supports informatiques. Cette voie répond au mieux aux besoins des TPE, et est très sollicitée par celles qui souhaitent élargir leurs opérations via le Web vers des marchés internationaux avec moins de frais. Il s'agit d'un outil simple, et plus facile à gérer, permettant de réaliser des gains assez considérables, tout en dépensant moins de charges. Par contre, il demande que la plateforme soit conviviale pour faciliter la visite des clients et leur documentation.

⁴ AMAMI M., « Les opportunités de recherche en commerce électronique sur internet », Frantz Rowe

Sans oublier les prix et l'accès qui devront être avantageux par rapport aux autres offres disponibles.

1.5. Défis envisagés et impacts de la crise liée à la covid19

➤ Investissements timides

Les entreprises notamment les TPE affirment qu'ils existent des obstacles les empêchant de recourir aux investissements. Cela concerne entre autres l'informel, et les offres octroyées par les différents organismes financiers qui ne correspondent pas à leurs niveaux d'activités. Cette famille d'entreprises, qu'est la TPE, s'ajoutant à la PME, constituent plus de 90% de l'économie marocaine, pourtant, elle représente la frange la plus fragilisées. Cette situation s'explique notamment par sa difficulté d'accéder aux moyens de financement de son activité. Selon les propos d'Amal Chérif Haouat, présidente du Forum international des TPE (FITPE), «*Le financement des TPE reste un sujet sensible à cause de la méfiance qui règne entre ces entreprises et leurs banques*»⁵.

➤ Complexité de la fiscalité

La majorité des entreprises marocaines, dont les TPE, considèrent la structure fiscale du Maroc comme étant compliquée et injuste.

➤ Ralentissement de l'administration

L'administration marocaine est vue comme l'une des entraves au développement des entreprises et à l'entrepreneuriat par ses procédures compliquées, et par la durée de paiements considérée assez longue, ainsi que par l'opacité des marchés publics.

➤ Le manque de formation et d'encadrement

Selon les dires de Mr Mohamadi Rachdi El Yacoubi, président de l'Organisation professionnelle des comptables agréés (OPCA), «*Aucune TPE ne bénéficie de plan de formation* ». Suite à l'accompagnement de près de 400 TPE au Maroc par Attitudes Conseil, il a été ressorti que jusqu'à 90% de ces entreprises, sont en litige de financement vis-à-vis de la direction générale des impôts et des banques. C'est un pourcentage très inquiétant étant donné que cette catégorie, représente 80% des entreprises au Maroc.

⁵ Libe, BELMAZA M., « Le financement sous les projecteurs du Forum international des TPE », 2016

Numéro spécial : Publication des actes du colloque

"L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?"

Pour les TPE opérant dans l'e-commerce, d'autres défis s'ajoutent à ceux pré-mentionnés.

Entre autres, des challenges liés à la gestion du stock, aux coûts d'expédition, à la logistique de la réalisation des différentes commandes, sans oublier ceux liés à la structure des charges dans l'e-commerce qui diffèrent de celles du commerce classique (charges rattachées à la communication digitale, à la conception du site, etc.) et qui requièrent des connaissances et savoirs bien particuliers.

De surcroît, les clients souhaitent que les livraisons soient promptes et gratuites, ce qui demande des coûts, et une expertise sur ce point afin de fidéliser les consommateurs et répondre à leurs besoins. La crise liée à la Covid-19 a donné naissance à d'autres challenges, qui ont été couplés à la liste des contraintes déjà existantes pour ralentir l'activité des TPE.

Il s'agit plus particulièrement, des contraintes de déplacements dues aux mesures sanitaires, et des difficultés d'adaptation aux mesures gouvernementales et sanitaires qui ont eu des conséquences négatives sur leurs activités. Sans négliger les obstacles liés aux interruptions des différentes chaînes d'approvisionnement internationales, et à l'application de nouvelles règles à ce niveau. Selon le sondage réalisé par le HCP vers la fin d'avril 2020, il s'est avéré que 6/10 entreprises ont suspendu leurs activités d'une manière définitive ou temporaire.

Les très petites entreprises sont les plus impactées parmi elles, soit un arrêt définitif de 4536 TPE, et temporaire de plus de 135 000 entreprises, ainsi qu'une réduction de la moitié de l'activité. Selon la même source, au début du mois d'avril, 72% des TPE ont arrêté leurs activités d'une façon temporaire ou définitive⁶. Une baisse majeure de la demande et des ventes a été ainsi constatée d'après l'étude réalisée par le HCP et la CGEM, en effet, 44% des TPME ont annoncé une chute des ventes au mois de février 2020, 97% des entreprises ont affirmé un déclin de leurs ventes, dont 47% signalent une diminution de plus de la moitié de leur chiffre d'affaires.

2. Méthodologie de recherche

L'objectif du présent article est d'explorer les différents challenges qu'envisagent les TPE qui opèrent dans l'E-commerce durant l'exercice de leurs activités, et plus précisément, dans la période de la COVID-19.

⁶ HCP, « Principaux résultats de l'enquête de conjoncture sur les effets du covid-19 sur l'activité des entreprises », 2020

"L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?"

En d'autres termes, nous essayerons de répondre à la problématique « **Quel est l'impact de la crise du COVID19 sur les choix des TPE de l'E-commerce au Maroc, et quels sont les nouveaux défis envisagés naissant de cette crise ?** ». Pour y parvenir, nous poserons les hypothèses suivantes que nous tenterons de tester tout au long de cette étude :

H0 : La crise liée à la pandémie du Covid-19 a eu un impact négatif sur l'activité des TPE agissant dans l'E-commerce.

H1 : La crise liée à la pandémie du Covid-19 n'a en aucune façon, influencé l'activité des TPE agissant dans l'E-commerce.

H2 : La crise liée à la pandémie du Covid-19 a eu un impact positif sur l'activité des TPE agissant dans l'E-commerce.

Dans ce but, et en vue de collecter des informations pertinentes, nous avons ciblé des personnes du cœur du terrain, en choisissant d'interviewer 5 dirigeants des TPE du commerce électronique situées dans le périmètre de Casablanca. De plus, pour consolider notre recherche, nous nous sommes basés sur des études déjà effectuées sur ce sujet, et sur les propos de certains experts du domaine.

3. Résultats de recherche

Les opérateurs de l'E-commerce comme toute activité, font face à des tracas durant l'exercice de leur activité. Iceux, sont d'ordre généraux communs à toute activité, et d'autres sont bien spécifiques au domaine de l'E-commerce. Les entretiens et les recherches menés nous ont permis de faire ressortir les défis ci-dessous :

3.1. Défis logistiques

La base logistique du e-commerce diffère de celle du commerce traditionnel. L'e-commerçant est obligé de déterminer les délais de livraisons avant même que l'achat ne se réalise et chaque retard entrainera une grande insatisfaction des clients vu qu'il s'agit de l'un des points cruciaux de ce domaine. De plus, les marchandises doivent se livrer dans les meilleures conditions, sans être perdues ou abîmées lors de leur transportation. Toutes ces conditions demandent une meilleure gestion de la part de l'entreprise. Parmi les contraintes aussi, il y a les coûts de transport qui doivent être bien optimisés, tout en ayant recours à des prestataires de livraisons professionnels afin d'obvier aux dégâts d'expédition, et à la détérioration des produits.

"L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?"
Certains de nos interviewés, nous ont précisé que la majorité des réclamations sont causées par des problèmes rattachés à la livraison, et d'autres nous ont indiqué que les clients d'aujourd'hui sont très difficiles à satisfaire et préfèrent plutôt des sites qui proposent des livraisons gratuites.

Cette crise de la covid-19, a eu ses propres répercussions. En effet, certains des problèmes ont été rattachés à l'approvisionnement des produits. Les entreprises interviewées qui se procurent de la Chine, ont retrouvé de grands problèmes quant à l'importation de leurs produits vu que la pandémie y a été apparue. D'ailleurs, les importations provenant de ce pays, ont été interrompues au départ, et même après l'ouverture des frontières, de nouvelles restrictions ont été mises en vigueur. En conséquence, un nombre important de marchandises a été bloqué par la douane, ce qui a engendré des coûts supplémentaires pour les e-commerçants. Les prix de ces produits ont ainsi haussé, étant donné que la main d'œuvre a diminué à cause des mesures sanitaires instaurées.

« A cause des coûts augmentés nous étions obligés de réduire notre marge bénéficiaire, car nous ne pouvons pas augmenter un prix, surtout que nous ne sommes pas une grande entreprise disposant d'une grande notoriété ». Interviewé 3

De surcroît, des contraintes liées à la livraison se sont imposées, puisqu'il y avait des restrictions d'accès à certaines villes du Maroc, voire même à des quartiers, ce qui a entraîné des annulations et des retours des commandes à cause du retard causé.

« Avant la Covid-19, le délai de shipping d'une marchandise était entre 4 à 7 jours maximum, avec la Covid-19, la marchandise peut arriver après 30 à 45 jours de la date du shipping de la Chine » Interviewé 1

« L'approvisionnement, et la gestion du stock faisaient partie des plus grands de nos défis pénalisant à maintes reprises, la bonne marche de notre processus de vente. En période de Covid19, il y avait une grande difficulté à s'approvisionner auprès de nos fournisseurs étrangers, et à atteindre nos clients aussi ». Interviewé 5

3.2. TPE faces aux grands concurrents du domaine

La concurrence est très rude face aux TPE avec moins de potentiel et de compétences. Pour les TPE interrogées, les grandes marques représentent pour eux un grand challenge vu que les consommateurs se dirigent souvent vers les marques connues auxquelles ils font confiance, et qu'ils voient moins risquées. Dans ces circonstances, elles se mettent à penser à des offres supplémentaires, et sont ainsi incitées à réaliser des études de prix en permanence dans le but de se démarquer de l'adversaire, et de rester compétitives dans le marché.

« L'E-commerce est devenu un marché où la concurrence est très accentuée pour une raison très simple, la majorité des produits proposés par les sites E-commerce proviennent de la Chine, donc, se démarquer par rapport à la qualité du produit, le branding et le story telling de l'entreprise est devenu compliqué.

La majorité des clients sur le net sont devenus conscients de l'existence des sites chinois comme Ali express et autres, qui proposent les mêmes produits à un prix plus faible, avec une gestion logistique très poussée, et suggérant des offres de livraison gratuites pour des paniers inférieurs à 50 dh. Après, il y'a toujours des niches à rechercher, des produits qui ne sont pas proposés par les grands acteurs, c'est le seul moyen d'avoir un site e-commerce rentable aujourd'hui ». Interviewé 3

« Pour nous démarquer, nous choisissons des produits uniques et très utiles pour nos clients, avec un concept spécial. Côté site web, nous offrons une meilleure expérience d'achat avec des designs et des vidéos de nos produits afin de les mettre en valeur, sans oublier le côté logistique, qui selon nous, est un point clé pour nous différencier sur le marché ». Interviewé 4

3.3. Challenges pécuniaires

Comme cela a été précisé dans les lignes précédentes, la COVID19 a engendré plusieurs coûts. Certains sont liés à la main d'œuvre qui ont fait hausser les prix des produits, et d'autres sont afférents aux frais supplémentaires douaniers, ce qui a obligé les TPE à réduire leurs marges bénéficiaires afin de ne pas perdre leurs clients. Ces problèmes ont mis ces entreprises dans des difficultés financières durant cette période, d'autant plus, étant de petite taille, les TPE sont plus confrontées à des difficultés financières que d'autres.

3.4. Défis techniques

Etre présent sur le Web exige une expertise dans le domaine, que ce soit dans le développement, ou dans la communication digitale.

"L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?"

« *Mon parcours universitaire était un élément clé, et un point fort dans le volet de conception des sites internet, étant donné que je suis ingénieur en informatique, je m'occupe de toutes les tâches techniques y compris le développement des pages du site web, l'installatrice des puces et des scripts, pour le tracking de l'activité des visiteurs du site, etc. Cependant, le marketing digital était pour moi un vrai challenge vu que ce n'a jamais été mon domaine d'expertise, donc, il fallait que je recrute des talents dans le domaine et que j'assiste moi-même à des formations et à des séminaires pour découvrir ce monde* ». Interviewé 1

« *Mon site était bien conçu vu que je suis coder, et puisque je sais comment mener des campagnes e-marketing sur les différentes plateformes, mais je ne peux pas faire face à des grandes entreprises sans avoir un produit phare et unique qui n'est pas offert par ces grands sites* ». Interviewé 4

L'e-commerce exige un bon contrôle des différentes demandes d'achats jusqu'à l'expédition du produit au client, cela nécessite alors des ressources à mobiliser, et un bon choix d'outils pertinents et adaptés.

« *Au début, nous utilisons des outils de suivis très classiques et limités en terme de fonctionnalités, par la suite, nous avons mis en place un outil CRM personnalisé selon les besoins de notre entreprise* ». Interviewé 5

3.5. Insatisfaction à l'égard de l'administration marocaine

Les personnes interrogées réclament leur insatisfaction à l'égard des procédures imposées par les autorités marocaines, et leurs lenteurs dans le traitement des demandes, et d'autant plus, dans la période de l'épidémie.

« *Nous ne sommes pas très satisfaits des procédures des organismes au Maroc, car il y existent de nombreux obstacles que nous confrontons, à savoir le temps de traitement, soit pour importer des produits spécifiques qui demandent des certificats spéciaux, ou pendant la période de l'épidémie pour l'obtention des autorisations de déplacement* ». Interviewé 3

3.6. Problèmes de la cybercriminalité

La cybercriminalité fait partie aussi des tracas envisagés par les E-commerçants.

« *Il y'a toujours des tentatives de fraudes, que notre système détecte, et pour y agir, nous refusons les commandes avec un grand risque* » Interviewé 1

« *La cybercriminalité existe, mais c'est rare, pourquoi un hacker s'attaquerait à un petit site e-commerce, quand il y a beaucoup plus de ressources sur Internet ?* » Interviewé 2

3.7. Contraintes culturelles et comportements des consommateurs

La psychologie fait partie des facteurs empêchant le développement du E-commerce au Maroc. Les consommateurs marocains ont une grande préférence pour les conversations, et les contacts directs.

Afin d'exprimer au mieux leurs besoins, ils préfèrent manier les marchandises avant leur acquisition, et surtout pouvoir négocier leurs prix, ce qui n'est pas faisable via le Web. Outre que ça, l'analphabétisme, et l'exclusion financière sont des facteurs rendant les achats sur internet difficiles. D'après l'Agence du Développement Digital, « *La culture et les usages digitaux sont encore limités chez les citoyens* »⁷

« *Pour faire face à ce problème, et s'adapter aux habitudes de nos clients, nous proposons même le paiement à la livraison, c'est d'ailleurs le moyen préféré de la population marocaine. Nous offrons aussi la possibilité de faire un retour de la commande, si le client n'est pas satisfait du produit.* » Interviewé 4

Malgré les différents défis pré mentionnés, la crise de la covid19 a permis de booster les transactions en ligne pour les entreprises ayant tiré profit de l'occasion.

« *La période du Covid19 était une meilleure occasion pour notre entreprise pour s'imposer, et relever le défi, afin de servir les marocains durant cette période. L'E-commerce est un nouveau concept et une nouvelle expérience que la plupart des marocains ont pu voir son impact positif* ». Interviewé 1

« *C'est vrai que les achats en ligne ont vachement augmenté à cause du COVID19, et nos ventes aussi, mais ça ne signifie pas que tout le monde peut bénéficier de cette tendance croissante* » Interviewé 2

Selon Salma Ammor, directrice générale de GOA Commerce, une startup marocaine qui accompagne les entreprises dans le développement de leur commerce électronique, « *L'acte d'achat sur internet entre de plus en plus dans les habitudes des Marocains, car il offre plus de commodités pour le consommateur, on connaît une croissance stratosphérique des commandes depuis le début de la crise sur certaines catégories, comme les produits de grande consommation, les produits d'entretien, ou l'électroménager. On constate un effet multiplicateur qui va jusqu'à 10 sur les ventes, en comparaison avec le début de l'année 2020* ».

Selon le Directeur Général de l'agence de développement du Digital « *L'année 2020 a été favorable au développement digital. En effet, le trafic data a connu une hausse de 150%, et le*

⁷ La Note d'Orientations Générales pour le développement du digital à horizon 2025

"L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?" e-commerce a connu une augmentation de 43% ». D'après les statistiques du Centre monétique interbancaire (CMI), « *La pandémie du coronavirus a donné un sérieux coup de boost au e-commerce en 2020* ».

« *Le commerce électronique a connu un bond important pendant la crise sanitaire au Maroc, comme partout dans le monde. Il se profile comme l'un des axes principaux de l'évolution de l'économie mondiale. Les intervenants se sont accordés à dire que la crise de la Covid n'a été qu'un accélérateur d'un mouvement de fond qui a été amorcé bien auparavant* ».⁸

« *Au Maroc, la croissance a été au rendez-vous, puisqu'on comptait plus de 1000 sites e-commerce actifs en 2020, en hausse de près de 300 par rapport à l'année précédente.*

Le nombre de paiements en ligne par carte bancaire a aussi évolué de +46,5% dépassant ainsi 13 millions pendant cette période ». Centre Monétique Interbancaire (CMI).

« *Durant la période de confinement, le commerce en ligne a battu tous ses records au Maroc. Depuis le 20 mars 2020, début du confinement strict au sein du Royaume, de nombreux consommateurs marocains ont franchi le pas : ils commandent leurs courses sur internet pour se faire livrer et payent même parfois en ligne. Cette tendance, qui permet de respecter un maximum la distanciation sociale, était encore inenvisageable il y a quelques semaines. Défiance envers les sites de e-commerce, crainte du paiement par carte, doutes sur la livraison : tous les freins semblent levés*⁹ ».

D'après les différentes données recueillies, nous pouvons sortir avec la conclusion que les TPE d'E-commerce confrontent une panoplie de défis au Maroc, auxquels se sont ajoutés d'autres dus à la crise de la COVID19. Malgré ces inconvénients, cette situation pandémique a permis aux consommateurs d'expérimenter cet outil, et réaliser ses achats via le Web. Ces éléments ont permis de booster les transactions en ligne, d'imposer l'E-commerce comme un outil indispensable pour les marocains, et de le faire intégrer dans leur quotidien et leur esprit. Nous pouvons donc confirmer notre deuxième hypothèse de recherche « La crise liée à la pandémie du Covid-19, a eu un impact positif sur l'activité des TPE agissant dans l'E-commerce », car en effet, cette crise a eu plus du positif que du négatif.

Ce choix s'explique par le fait que ces entraves rencontrées durant cette période n'étaient que temporaires, et n'ont fait que donner une bonne leçon et une meilleure agilité pour les

⁸ Webinar Portnet et TIJARA, E-commerce au Maroc, actualités et perspectives, 2020

⁹ OCDE, Le commerce électronique au temps de la pandémie de COVID-19, 2020

dirigeants des entreprises. Mais ce qui est certain, c'est que cette épreuve a permis d'enraciner chez les marocains cet esprit d'achat en ligne, d'avoir plus de confiance envers ces sites, et de donner l'occasion aux très petites entreprises qui ont su tirer parti de cette situation, de se faire remarquer et d'être testées.

Conclusion

L'e-commerce est aujourd'hui en plein essor partout dans le monde. Au Maroc, ce domaine a connu dernièrement une croissance accrue surtout dans la période de confinement appliquée à cause du Covid19. Les TPE qui se taillent la part du lion des entreprises au Maroc, s'orientent de plus en plus vers cette voie afin de réussir. Cependant, vu leur vulnérabilité, celles-ci confrontent une panoplie de challenges. La vocation de ce feuillet était de découvrir les entraves qu'elles envisagent, en mettant le point sur la situation des TPE de l'E-commerce sur la zone de Casablanca. Les résultats obtenus ont permis de confirmer que le digital était un moyen pour la résilience économique dans cette période de crise, étant donné que les achats en ligne n'ont fait qu'exploser par rapport aux années précédentes. En somme, les objectifs mis au départ ont été achevés, en escomptant que ce travail pourra servir de base pour la réalisation des prochaines études sur le sujet, afin de développer de nouvelles réflexions sur l'E-commerce en particulier, et sur l'Entrepreneuriat en général.

BIBLIOGRAPHIE

- **Achelhi H., BEN YAKOUB S.**, « L'impact de la crise sur l'intention entrepreneuriale étude comparative sur l'intention entrepreneuriale avant et pendant la pandémie covid-19 », International Journal of Economics and Management Research, 2021.
- **Agence de développement du digital (ADD)**, « La Note d'orientations Générales pour le développement du digital à horizon 2025 »,2020
- **AMAMI M.**, « Les opportunités de recherche en commerce électronique sur internet», Frantz Rowe
- **AZDIMOUSA H., BENSaid W. (2019)**, « L'entrepreneuriat digital : revue de littérature et nouvelle définition ».
- **BENABDELLAH Y., MEDIAS24 (2021)**, « Les freins au développement du e-commerce au Maroc (experts) ».
- **BENNIS L.(2021)**, « Impact de la crise économique du Covid-19 sur les Entreprises Marocaines », Revue Française d'Economie et de Gestion.

"L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?"

- **Bouhadi H., Elwazani Y., Souaf M., (2018)** Entrepreneuriat digital: Revue de littérature, Public & Nonprofit Management Review.
- **Boutillier S., (2017)**, *Entrepreneuriat et innovation*, Peter Lang, 11-60.
- **Challenge.ma (2021)**, « E-commerce : hausse de 43% des transactions en 2020 (CMI) ».
- **Chambre française du commerce et d'industrie du Maroc (2020)**, « Le e-commerce, solution d'aujourd'hui et de demain ».
- **CHELLY A.**, « L'identification et le développement d'opportunités entrepreneuriales».
- **CNUCED (2021)**, « Suite à la COVID-19, le numérique et le commerce électronique arrivent à un tournant de leur développement ».
- **FILALI M.**, « Etude exploratoire de l'entrepreneuriat responsable au Maroc. L'écosystème entrepreneurial marocain joue-t-il un rôle de catalyseur de l'entrepreneuriat responsable ? », Moroccan Journal of Entrepreneurship, Innovation and Management.
- **FILION J., (1997)** « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue internationale P.M.E, Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise.
- **Haut-Commissariat au Plan (2019)**, « Enquête nationale auprès des entreprises », premiers résultats.
- **HCP(2020)**, « Principaux résultats de l'enquête de conjoncture sur les effets du covid-19 sur l'activité des entreprises ».
- **JABRAOUI S. (2016)**, « Les facteurs déterminants du succès de l'entrepreneuriat au Maroc : cas de la région de Casablanca ».
- **JAFARI A., EL MESKINE L., CHAKIR A. (2019)**, « L'entrepreneuriat digital au Maroc : les entrepreneurs face aux défis actuels », Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation.
- **Jarniou C., Certhoux G., Degoerge J., Lameta N., Le goff H., (2016)**, *L'entrepreneuriat*, Dunod , 12-61.
- **Kader C., (2016)**, *Entrepreneuriat le guide complet*, L'Harmattan, 8-19.
- **Lematin (2020)**, « E-commerce, une tendance qui s'installe ».
- **LESECHO.MA (2020)**, « Enquête : l'évolution du e-commerce au Maroc, depuis la crise ».

"L'entrepreneuriat innovant à l'ère de la Covid-19 : Quelle réalité et quelles actions à entreprendre ?"

- **LesEco, (2021)**, *Entrepreneuriat. Covid-19 : Maroc PME sort le grand jeu.*
- **Libe, BELMAZA M. (2016)**, « Le financement sous les projecteurs du Forum international des TPE ».
- **Maalaoui A. (2012)**, *Le digital entrepreneuriat et digital entrepreneur : challenges, outils et perspectives.*
- **MEDIAS24 (2021)**, « Entrepreneuriat au Maroc : L'accompagnement fait défaut ».
- **Messeghem K., Torres O., (2015)**, *Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME*, EMS éditions, 5-19.
- **NHAILI S., (2021)**, *Près de 38% des entreprises ont réduit leurs effectifs employés à fin 2020 (HCP)*,
- **OCDE**, *Le commerce électronique au temps de la pandémie de COVID-19, 2020.*
- **Pesqueux Y. (2014)**, « Entrepreneur, entrepreneuriat (et entreprise) : de quoi s'agit-il? »,
- **Schmitt C., (2019)**, *Aide-mémoire – Entrepreneuriat, Dunod, 6-103.*
- **SOUAF M., BOUHADI H. (2018)**, « Entrepreneuriat digital : revue de littérature », *Public and nonprofit Management review.*
- **Webinar Portnet et TIJARA (2020)**, « E-commerce au Maroc, actualités et perspectives ».