

Le paiement mobile comme levier d'inclusion financière des femmes au MAROC : Une étude exploratoire dans la région Tanger Tétouan Al Hoceima

Mobile payment as a lever for financial inclusion of women in MOROCCO: An exploratory study in the Tanger Tetouan Al Hoceima region

Ahmed Issam BELQASMI, (Doctorant)

*Laboratoire de recherche : Économie, Finance et Développement
Faculté des Sciences Juridiques Économiques et Sociales de Tanger
Université Abdelmalek Essaâdi Tétouan Maroc*

Moustapha HAMZAOUI, (Enseignant-Chercheur)

*Laboratoire de recherche : Économie, Finance et Développement
Faculté des Sciences Juridiques Économiques et Sociales de Tanger
Université Abdelmalek Essaâdi Tétouan Maroc*

Adresse de correspondance :	Faculté des Sciences Juridiques Économiques et Sociales de Tanger B.P 1373 – Poste principale – Tanger, Maroc Université Abdelmalek Essaâdi Maroc (Tétouan) Code postal : 93000 0539 39 39 32
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude et ils sont responsables de tout plagiat dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	BELQASMI, A. I., & HAMZAOUI, M. (2025). Le paiement mobile comme levier d'inclusion financière des femmes au MAROC : Une étude exploratoire dans la région Tanger Tétouan Al Hoceima. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 6(8), 78–96.
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 6, Issue 08 (2025)

Le paiement mobile comme levier d'inclusion financière des femmes au MAROC : Une étude exploratoire de la région Tanger Tétouan Al Hoceima

Résumé :

L'exclusion financière constitue un frein majeur à l'autonomisation économique des femmes au Maroc, particulièrement dans les zones rurales ou à faibles revenus. Cette recherche examine dans quelle mesure le paiement mobile peut contribuer à réduire ces inégalités d'accès aux services financiers, en s'appuyant sur une étude qualitative exploratoire menée dans la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima. Les données ont été recueillies à travers quinze entretiens semi-directifs auprès de femmes utilisatrices de services de paiement mobile, sélectionnées via des réseaux professionnels en ligne. L'analyse a été conduite selon une méthode thématique manuelle inspirée des principes de Mucchielli, afin d'identifier les leviers et obstacles liés à l'adoption de ces technologies.

Les résultats mettent en évidence cinq facteurs déterminants dans l'usage du paiement mobile : la facilité d'utilisation, la sécurité perçue, la connaissance des services, l'accès à la technologie et les influences socioculturelles. Il ressort que ces outils offrent un gain de temps notable et favorisent l'autonomie financière, mais leur appropriation reste inégalement répartie selon le niveau d'éducation, les compétences numériques et la familiarité avec les technologies financières. Les utilisatrices expérimentées témoignent d'une confiance croissante liée à l'usage régulier, tandis que d'autres expriment des craintes liées à la sécurité ou à la complexité perçue.

L'étude souligne que le paiement mobile peut devenir un levier efficace d'inclusion financière, à condition d'être soutenu par des dispositifs adaptés de formation, de sensibilisation et de médiation. Ces résultats invitent les décideurs publics et les acteurs du secteur financier à concevoir des politiques plus inclusives, tenant compte des spécificités des femmes en situation de vulnérabilité, et à renforcer l'accompagnement dans les zones sous-bancarisées.

Mots clés : *paiement mobile, inclusion financière, autonomisation des femmes.*

JEL Classification : D14, G23, J16, O16, O33.

Type de papier : Recherche empirique.

Abstract:

Financial exclusion remains a major barrier to the economic empowerment of women in Morocco, particularly in rural or low-income areas. This study explores the extent to which mobile payment can help reduce these inequalities in access to formal financial services, based on an exploratory qualitative case study conducted in the Tanger-Tetouan-Al Hoceima region. Data were collected through fifteen semi-structured interviews with female users of mobile payment services, selected via online professional networks. The analysis followed a manual thematic approach inspired by Mucchielli's principles to identify the drivers and barriers to the adoption of these technologies.

The findings highlight five key factors influencing the use of mobile payment: ease of use, perceived security, knowledge of services, access to technology, and sociocultural influences. These tools are shown to offer significant time savings and promote financial autonomy, yet their adoption remains uneven depending on education level, digital skills, and familiarity with financial technologies. More experienced users report growing trust through regular use, while others express concerns related to transaction security or perceived complexity.

The study emphasizes that mobile payment can become an effective lever for financial inclusion, provided it is supported by appropriate training, awareness campaigns, and support mechanisms. These results call on policymakers and financial sector stakeholders to design more inclusive policies that address the specific needs of vulnerable women and to strengthen support efforts in underbanked areas.

Keywords: Mobile banking, financial inclusion, women empowerment.

Classification JEL : D14, G23, J16, O16, O33.

Paper type : Empirical Research

1. Introduction

Avec l'essor fulgurant des technologies de l'information et de la communication, notre quotidien se transforme, et de nombreux secteurs évoluent à grande vitesse. Le monde de la finance ne fait pas exception : il connaît une véritable mutation, portée notamment par l'extension des services offerts via le téléphone mobile, devenu un outil incontournable dans la vie de tous les jours.

Depuis le début des années 2000, les opérateurs de téléphonie mobile, en partenariat avec les banques commerciales, proposent un service innovant à forte valeur ajoutée : le paiement mobile, ou *mobile money*. Selon Ondrus et Pigneur (2005), ce service consiste en « une transaction d'une valeur monétaire entre deux parties, réalisée via un appareil mobile capable de sécuriser l'opération sur un réseau sans fil ».

Dans les pays en développement, cependant, le *mobile money* dépasse largement le simple transfert d'argent entre deux individus. Il ouvre l'accès à une large gamme de services financiers, souvent inaccessibles autrement. Mbiti et Weil (2013) le décrivent ainsi comme « un service proposé par un opérateur mobile permettant aux utilisateurs de déposer de l'argent sur leur carte SIM, d'envoyer ou de recevoir des fonds via de simples messages, de retirer de l'argent ou encore de régler des factures ». De ce fait, le *mobile money* s'impose progressivement comme un véritable moyen de paiement, au même titre que les outils financiers traditionnels.

Face aux défis de l'exclusion financière, les institutions bancaires et les opérateurs de téléphonie mobile unissent leurs efforts pour proposer, via le téléphone portable, des solutions simples et ingénieuses favorisant l'intégration des populations dans l'économie formelle. Pour les banques, l'intérêt du mobile réside dans sa capacité à atteindre des publics très divers, même dans les zones les plus reculées.

Au cours des deux dernières décennies, cette numérisation croissante a touché également le secteur financier, avec l'essor du paiement mobile comme levier d'inclusion financière, notamment dans les pays en développement. Selon le Global Findex de la Banque mondiale (2021), la proportion d'adultes disposant d'un compte bancaire est passée de 51 % en 2011 à 76 % en 2021, cette amélioration étant largement attribuée à la montée en puissance des services financiers numériques. Toutefois, cette progression masque des inégalités persistantes : dans les pays à revenu intermédiaire, les femmes ont en moyenne 7 % de moins de chances que les hommes de posséder un compte, un écart qui atteint des niveaux plus élevés en Afrique du Nord et en Afrique subsaharienne (Demirguc-Kunt et al., 2022).

Le Maroc illustre bien cette dynamique inégale. D'après les données de Bank Al-Maghrib (2021), seulement 34 % des femmes marocaines disposent d'un compte bancaire, contre 61 % des hommes. En milieu rural, cette proportion chute de manière significative. Malgré le lancement de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF) en 2019 et la mise en place du M-Wallet, les usages restent limités, en raison de barrières techniques, socioculturelles et d'un déficit de littératie numérique (Chaibi et al., 2021). Cette marginalisation financière des femmes est d'autant plus problématique qu'elle compromet leur autonomie économique et leur participation à la vie productive.

Le paiement mobile est perçu comme un outil prometteur pour remédier à cette situation. Des études menées dans des contextes comparables, comme au Kenya, en Côte d'Ivoire ou au Bangladesh, ont montré son impact positif sur la réduction de la pauvreté et l'autonomisation des femmes (Jack & Suri, 2014 ; Riley, 2018 ; Chowa et al., 2017). Ces services permettent, entre autres, le transfert d'argent, le paiement de factures, la réception d'aides sociales et l'accès à des services d'épargne ou de microcrédit. Ils offrent ainsi une alternative aux canaux financiers traditionnels souvent inaccessibles aux populations défavorisées. Le mobile banking s'impose donc comme un outil puissant pour offrir des services financiers de

proximité à des millions de personnes qui, bien qu'éloignées des agences bancaires, possèdent un téléphone. Il présente plusieurs avantages : rapidité, sécurité, accessibilité et réduction significative des coûts de transaction.

Néanmoins, comme le rappellent Venkatesh et al. (2012), l'adoption des technologies financières dépend de plusieurs facteurs, notamment la facilité d'utilisation, l'utilité perçue, la sécurité, la confiance et l'environnement socioculturel. D'autres auteurs comme Gefen et al. (2003), Lu et al. (2011) ou Kim et al. (2010) ont montré, à travers des études empiriques rigoureuses, que des dimensions telles que la facilité d'usage perçue, la confiance envers le système, l'utilité perçue, et la sécurité interagissent fortement pour déterminer les intentions d'appropriation et les comportements effectifs d'utilisation des technologies financières. Par exemple, Gefen et al. (2003), dans le contexte du commerce électronique, ont souligné le rôle fondamental de la confiance comme médiateur entre la technologie et son adoption. Lu et al. (2011), dans une étude menée sur l'usage du mobile banking en Chine, ont démontré que la compatibilité culturelle et l'accessibilité technologique étaient aussi cruciales que la facilité d'utilisation. Quant à Kim et al. (2010), ils ont mis en évidence que la perception de sécurité et la satisfaction antérieure conditionnaient fortement la fidélité des utilisateurs aux services de paiement mobile. Au Maroc, peu d'études ont analysé ces déterminants de manière spécifique, en tenant compte des réalités vécues par les femmes dans leur diversité géographique, sociale et culturelle.

Dans ce contexte, la présente recherche se propose d'examiner comment les femmes marocaines, en particulier celles de la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima, utilisent les services de paiement mobile et dans quelle mesure ces services contribuent à leur inclusion financière. La problématique qui guide cette étude peut être formulée ainsi : dans quelle mesure l'adoption du paiement mobile favorise-t-elle l'inclusion financière des femmes marocaines, et quels sont les principaux leviers et obstacles qui influencent ce processus ?

Pour répondre à cette question, nous avons adopté une démarche qualitative exploratoire. Quinze entretiens semi-directifs ont été menés auprès de femmes utilisatrices de services de mobile money, sélectionnées via des réseaux professionnels en ligne (LinkedIn, Instagram, Viadeo). Les données recueillies ont fait l'objet d'une analyse thématique manuelle selon la méthode proposée par Mucchielli (1996), afin de dégager les perceptions, usages et freins liés à cette technologie.

Afin de structurer la réponse à notre problématique, l'article s'appuie dans un premier temps sur une revue conceptuelle mobilisant les notions clés d'inclusion financière et de paiement mobile suivie d'une revue critique de littérature croisant les travaux en inclusion financière, en genre et en adoption des technologies numériques. Cette base conceptuelle permet d'identifier cinq dimensions clés influençant l'usage du paiement mobile par les femmes (facilité d'utilisation, sécurité perçue, connaissance des services, accès à la technologie et facteurs socioculturels), qui fondent ensuite notre modèle d'analyse.

Par la suite, l'approche méthodologique qualitative retenue est détaillée.

S'ensuit une présentation des principaux résultats empiriques issus de l'enquête de terrain.

L'analyse se poursuit par une discussion de ces résultats à la lumière des recherches antérieures, ouvrant sur des recommandations opérationnelles pour renforcer l'inclusion financière des femmes à travers le paiement mobile.

Ce travail s'inscrit dans les débats contemporains sur la digitalisation inclusive de la finance. En s'appuyant sur une analyse empirique contextualisée et une lecture critique de la littérature, il vise à éclairer les conditions d'appropriation du paiement mobile par les femmes marocaines et à identifier les leviers prioritaires d'action pour une transformation durable et équitable du système financier.

2. Revue conceptuelle

Dans le cadre de cette recherche, il est nécessaire de définir les concepts centraux mobilisés afin d'en cerner les dimensions fondamentales et les articulations théoriques. Deux notions sont au cœur de notre problématique : l'inclusion financière et le paiement mobile. Cette section vise à clarifier ces concepts, à en exposer les composantes majeures, ainsi qu'à contextualiser leur interaction dans les économies émergentes, notamment au Maroc.

2.1. Le concept d'inclusion financière

L'inclusion financière désigne la capacité pour les individus et les entreprises, en particulier ceux issus de populations marginalisées ou vulnérables, à accéder à des services financiers formels, abordables et adaptés à leurs besoins, et à les utiliser efficacement dans leur quotidien économique et social (AFI, 2016 ; World Bank, 2022). Elle va au-delà de la simple possession d'un compte bancaire et inclut des dimensions telles que la fréquence d'utilisation, la qualité perçue des services, et leur adéquation aux profils des usagers.

Selon l'Alliance for Financial Inclusion (AFI, 2016), l'inclusion financière repose sur trois piliers fondamentaux :

- L'accès : disponibilité des services financiers de base à proximité géographique,
- L'usage : régularité et diversité des opérations effectuées,
- La qualité : pertinence, fiabilité et sécurité des services perçues par les utilisateurs.

La Banque mondiale (2022) insiste sur le rôle crucial de l'inclusion financière dans la réduction de la pauvreté, la promotion de l'autonomie économique, et l'accélération de la croissance inclusive, notamment dans les pays à faible revenu. Elle souligne également les inégalités structurelles qui freinent cet accès, en particulier chez les femmes, les travailleurs informels, et les habitants des zones rurales.

Des travaux empiriques confirment ces constats. Demirgüç-Kunt et Klapper (2017) montrent que les femmes sont souvent moins bancarisées que les hommes, en raison de freins juridiques, éducatifs, culturels et économiques. De même, Sahay et al. (2015) soulignent que les écarts de genre en matière d'accès au crédit, à l'épargne ou à l'assurance sont persistants et nuisent au développement socio-économique global.

Dans une perspective plus globale, Sarma et Pais (2011) proposent une approche multidimensionnelle de l'inclusion financière qui intègre non seulement l'accès physique aux services, mais aussi leur utilisation active et le niveau de satisfaction des usagers. Cette approche est partagée par Allen et al. (2016), qui insistent sur la nécessité de mesurer l'inclusion non seulement en termes de couverture, mais aussi d'impact réel sur les comportements économiques.

Au Maroc, les données les plus récentes publiées par Bank Al-Maghrib (2021) révèlent une situation préoccupante : seulement 29 % des adultes disposent d'un compte bancaire formel, un taux encore plus faible chez les femmes et en milieu rural. En particulier, la fracture de genre reste profonde, avec 40 % des femmes bancarisées contre 67 % des hommes (Banque mondiale, 2022).

Ce constat a conduit les autorités marocaines à lancer en 2019 la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF), qui place la digitalisation des services financiers, et notamment le paiement mobile, parmi les leviers prioritaires d'amélioration. L'objectif est de contourner les barrières structurelles traditionnelles (coûts, distance, complexité administrative) par des outils technologiques plus accessibles, y compris dans les zones rurales et marginalisées.

Plusieurs travaux récents (Dupas & Robinson, 2013 ; Zins & Weill, 2016) confirment que la disponibilité de solutions de finance numérique peut favoriser l'épargne, le crédit, la gestion

des risques et la résilience économique des ménages pauvres, à condition que les freins sociaux et cognitifs soient également levés.

Ainsi, l'inclusion financière ne peut être envisagée indépendamment des dynamiques sociales, des inégalités de genre et des innovations technologiques, parmi lesquelles le paiement mobile apparaît comme un vecteur de transformation à fort potentiel.

2.2. Le concept de paiement mobile

Dans le prolongement des innovations technologiques au service de l'inclusion financière, le paiement mobile constitue l'un des dispositifs les plus prometteurs, notamment dans les pays en développement. Ce concept recouvre un large éventail de services financiers dématérialisés accessibles via un téléphone mobile, sans nécessiter de connexion bancaire classique ni de présence physique dans une agence. Il permet ainsi de contourner les contraintes géographiques, économiques ou administratives qui freinent l'accès aux services financiers traditionnels.

Selon la GSMA (2021), le paiement mobile désigne les services permettant à un usager d'envoyer, recevoir, stocker ou dépenser de l'argent à l'aide d'un téléphone portable. Cela inclut :

- Les paiements entre particuliers (P2P),
- Le paiement de factures ou de biens,
- Les transferts nationaux ou internationaux,
- Les retraits et dépôts via des agents mobiles.

Ce système est particulièrement développé dans les régions à faible bancarisation. Le cas du Kenya avec le service M-Pesa (lancé par Safaricom en 2007) constitue une référence emblématique. Des recherches approfondies (Jack & Suri, 2014 ; Suri & Jack, 2016) ont montré que l'utilisation du paiement mobile au Kenya a permis une réduction significative de la pauvreté, une augmentation de la capacité d'épargne, et une meilleure résilience financière des ménages.

Dans une perspective plus large, Aker & Blumenstock (2015) ont montré que le paiement mobile peut agir comme un facilitateur de l'inclusion sociale et économique, en réduisant les coûts de transaction, en fluidifiant les échanges économiques locaux, et en favorisant l'intégration des populations exclues dans l'économie formelle. D'autres auteurs, comme Donovan (2012) ou Mbiti & Weil (2013), insistent sur le rôle du paiement mobile dans la sécurisation des flux financiers et le renforcement de l'autonomie économique, notamment chez les femmes.

Cependant, l'adoption du paiement mobile dépend de plusieurs variables structurelles, techniques et psychosociales. Le modèle UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) proposé par Venkatesh et al. (2012) identifie plusieurs déterminants clés de l'adoption technologique, parmi lesquels :

- La performance attendue (utilité perçue),
- L'effort attendu (facilité d'utilisation),
- L'influence sociale,
- Les conditions facilitatrices (ressources, compatibilité),
- La sécurité perçue et la confiance dans le système.

Ces dimensions ont été reprises et adaptées dans le cadre de nombreuses études sur l'acceptation des technologies financières dans les contextes du Sud. Par exemple, Gefen et al. (2003) mettent en avant le rôle fondamental de la confiance et de la perception du risque dans les décisions d'adoption de services numériques.

Au Maroc, le paiement mobile est encore une innovation relativement récente. Le lancement du M-Wallet en 2020 sous l'égide de Bank Al-Maghrib s'inscrit dans la volonté nationale de renforcer l'inclusion financière par voie digitale. D'après les données de la HCP (2022) et de

BAM (2022), plus de 4,9 millions de comptes de paiement ont été ouverts fin 2021, dont 3,1 millions de portefeuilles mobiles. Toutefois, l'usage actif reste limité, notamment chez les femmes, les personnes peu instruites et les populations rurales.

Les études menées sur le terrain, telles que celles de Chaibi et al. (2021) ou de la Fondation CDG (2020), relèvent plusieurs freins majeurs :

- Barrières technologiques : absence de smartphones, connectivité faible, coût de la data,
- Obstacles cognitifs : manque d'information, faible alphabétisation numérique,
- Facteurs culturels et de genre : normes sociales restrictives vis-à-vis des femmes, défiance vis-à-vis des nouvelles technologies.

Il apparaît également que les campagnes de sensibilisation et de formation restent encore insuffisantes pour encourager une adoption massive et équitable du paiement mobile. Certaines initiatives publiques ou privées (comme les programmes d'éducation financière communautaires ou les partenariats entre opérateurs et ONG) tentent de pallier ces lacunes, mais leur portée demeure limitée et inégalement répartie.

Enfin, plusieurs travaux, comme ceux de Riley (2018) ou Morawczynski (2009), soulignent que l'adoption du paiement mobile par les femmes peut avoir des effets positifs importants : renforcement de l'autonomie économique, meilleure gestion budgétaire, capacité accrue à faire face aux imprévus. Toutefois, ces impacts dépendent de la qualité de l'implémentation locale, de l'accompagnement fourni, et des facteurs institutionnels (politique publique, régulation, réseaux de distribution).

3. Revue de littérature

Les recherches académiques et les rapports institutionnels convergent autour de l'idée que le paiement mobile constitue un outil prometteur pour renforcer l'inclusion financière, notamment dans les pays à revenu faible ou intermédiaire. Cette revue de littérature propose, dans un premier temps, une synthèse des principaux enseignements issus des études internationales sur le sujet, avant de recentrer l'analyse sur le cas spécifique du Maroc.

3.1. Incidence du paiement mobile sur l'inclusion financière dans les pays en développement

L'essor du paiement mobile dans les pays en développement s'inscrit dans une dynamique plus large de digitalisation de la finance visant à combler les défaillances structurelles des systèmes bancaires traditionnels. Dans des contextes marqués par une forte exclusion financière, notamment en Afrique subsaharienne et en Asie du Sud, le paiement mobile a émergé comme un levier décisif d'accès aux services financiers de base pour des populations historiquement marginalisées (Demirgüç-Kunt et al., 2018 ; GSMA, 2021).

Le cas du Kenya constitue à ce titre une illustration emblématique. La généralisation de M-Pesa, lancée en 2007, a permis à des millions de personnes d'envoyer, de recevoir et d'épargner de l'argent sans compte bancaire classique. Selon **Suri et Jack (2016)**, ce système a significativement réduit l'extrême pauvreté et favorisé l'épargne, notamment parmi les femmes. Leur étude révèle qu'environ 194 000 ménages sont sortis de la pauvreté grâce à l'usage intensif de M-Pesa.

De manière plus générale, le paiement mobile facilite les transferts d'argent intra-familiaux, les paiements de services, les transactions commerciales et les activités d'épargne, réduisant ainsi les coûts de transaction et augmentant la sécurité financière (Mbiti & Weil, 2013 ; Aker & Blumenstock, 2015). Aker et al. (2016) précisent que le paiement mobile permet non seulement un gain d'efficacité économique, mais aussi une réduction de l'inégalité d'accès à l'information et au crédit.

L'impact est particulièrement marqué sur les femmes, en raison de leur forte exposition à l'exclusion bancaire. Selon **Morawczynski (2009)**, les femmes utilisatrices de mobile money au Kenya ont développé une plus grande autonomie financière, tout en améliorant leur rôle décisionnel au sein des foyers. **Riley (2018)** confirme ce constat au Bangladesh, soulignant que l'utilisation du paiement mobile par les femmes rurales améliore leur capacité à gérer les ressources du ménage et à épargner en toute confidentialité.

Cependant, il convient de nuancer ces résultats. L'étude de **Munyegera et Matsumoto (2016)** en Ouganda met en évidence des freins structurels persistants : l'analphabétisme, la méfiance vis-à-vis des prestataires, le coût perçu du service ou encore les normes sociales restreignant l'autonomie financière des femmes. **GSMA (2021)** souligne également que la croissance de l'inclusion numérique reste inégale, en particulier dans les zones rurales mal desservies en infrastructure télécom et en agents mobiles.

Par conséquent, l'impact du paiement mobile ne peut être considéré comme automatique. Il dépend étroitement de facteurs contextuels tels que :

- le **niveau d'alphabétisation numérique** ;
- la **présence de réseaux d'agents de proximité** ;
- la **confiance dans le système** et la **réglementation locale** ;
- l'existence de **programmes de sensibilisation et de formation**, notamment à destination des femmes (GSMA, 2021 ; Ghosh, 2016).

Ainsi, bien que le paiement mobile représente un outil prometteur pour renforcer l'inclusion financière, son effet réel dépend de l'existence d'un écosystème socio-technique propice, incluant à la fois des infrastructures, des compétences, des normes sociales ouvertes et des politiques publiques volontaristes.

3.2. Le paiement mobile au service de l'inclusion des femmes au Maroc

Au Maroc, la question de l'exclusion financière demeure un enjeu majeur de développement. Selon la Banque mondiale (2017), près de 50 % de la population adulte n'avait pas accès aux services financiers formels, une proportion plus marquée encore chez les femmes et en milieu rural. Ce constat a motivé la mise en œuvre de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF), lancée en 2019 par Bank Al-Maghrib et le Ministère de l'Économie et des Finances, avec le soutien de plusieurs partenaires internationaux. L'un des axes majeurs de cette stratégie repose sur la digitalisation des services financiers, notamment à travers le développement du paiement mobile, perçu comme un levier pour toucher les populations non bancarisées.

Le lancement en 2020 du M-Wallet, une solution de portefeuille mobile adossée à des établissements de paiement agréés, a marqué une étape importante. Ce dispositif permet aux usagers d'effectuer diverses opérations – paiements, transferts, dépôts ou retraits – sans compte bancaire traditionnel. Selon le rapport annuel de Bank Al-Maghrib (2022), 4,9 millions de comptes de paiement étaient ouverts fin 2021, dont 3,1 millions de portefeuilles mobiles. Toutefois, ces avancées quantitatives masquent des disparités persistantes : seulement 40 % des femmes adultes disposent d'un compte bancaire, contre 67 % des hommes.

Cette fracture financière de genre s'explique par plusieurs facteurs structurels et culturels. Des études comme celles de Chaibi et al. (2021) soulignent une forte demande latente chez les femmes rurales pour des services financiers simples, accessibles et sécurisés. Pourtant, leur adoption reste freinée par un manque d'information, une faible littératie numérique, des réticences culturelles, ainsi qu'une inaccessibilité matérielle (absence de smartphones, couverture réseau limitée). À cela s'ajoute un déficit de confiance envers les prestataires, souvent associé à une méconnaissance des fonctionnalités proposées.

L'étude de la Fondation CDG (2020) apporte un éclairage complémentaire en mettant en avant les obstacles spécifiques rencontrés par les femmes entrepreneures : malgré un intérêt manifeste pour les outils digitaux, leur appropriation reste limitée, en raison notamment d'un manque de formation à la gestion financière et à l'usage des technologies numériques. Cette situation illustre l'importance de développer des programmes ciblés, conjuguant accompagnement, éducation financière et formation numérique, pour favoriser l'inclusion financière des femmes par le biais du digital.

Par ailleurs, les rapports de la GSMA (Global System for Mobile Communications Association, 2021) confirment que l'adoption du paiement mobile ne peut se faire sans un écosystème favorable, combinant infrastructure, réglementation et éducation des utilisateurs. L'expérience de pays comme le Kenya montre que le maillage territorial d'agents de proximité, la tarification incitative, et la communication adaptée au contexte local sont des éléments clés pour réussir une inclusion financière massive via le mobile money.

Dans ce contexte, le Maroc a lancé plusieurs initiatives de sensibilisation et des incitations fiscales pour encourager l'usage du paiement mobile, mais leur impact différencié selon le genre reste à mesurer. La Banque mondiale (2022) et l'AFI (Alliance for Financial Inclusion) recommandent de développer des indicateurs sexués et des approches différenciées pour suivre l'efficacité de ces programmes et garantir leur équité.

En somme, si le paiement mobile représente un outil prometteur pour combler les écarts d'inclusion financière, sa réussite au Maroc dépendra de la capacité à lever les freins structurels, économiques et socioculturels qui entravent l'accès des femmes, notamment en milieu rural. Il est donc indispensable d'inscrire les solutions technologiques dans une démarche intégrée, articulant politiques publiques, innovation inclusive, éducation numérique et engagement communautaire, afin de transformer durablement les usages et les mentalités.

3.3. Synthèse critique et hypothèses de recherche

La revue de littérature met en évidence une convergence forte quant au potentiel du **paiement mobile** en tant que levier d'**inclusion financière**, en particulier dans les pays en développement. Toutefois, cet impact est loin d'être automatique : il dépend d'un ensemble complexe de facteurs technologiques, économiques, sociaux et institutionnels. Le succès du mobile money au Kenya avec M-Pesa (Jack & Suri, 2014 ; Suri & Jack, 2016) ou encore les expériences au Ghana, en Tanzanie et au Rwanda (GSMA, 2021 ; Demirgüç-Kunt et al., 2022) montrent que des conditions préalables doivent être réunies pour transformer l'accès au paiement mobile en véritable inclusion financière durable.

D'un point de vue analytique, les **déterminants de l'adoption** du paiement mobile peuvent être regroupés autour de trois grandes dimensions :

- **Facteurs technologiques et économiques** : ils renvoient à la facilité d'utilisation perçue, à la compatibilité des terminaux, à la disponibilité du réseau, aux coûts associés, et à la perception de sécurité. Des modèles tels que l'UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) ou le modèle d'acceptation de la technologie (TAM) (Davis, 1989 ; Gefen et al., 2003) ont mis en évidence l'influence de la performance attendue, de l'effort attendu, ou des conditions facilitatrices sur l'intention d'usage.
- **Facteurs psychosociaux** : ils concernent la confiance dans le service et les prestataires, les normes sociales, la perception de l'utilité, mais aussi les attitudes de l'entourage. Chez les femmes notamment, ces dimensions sont fortement influencées par des normes de genre, des interdits culturels ou un manque de légitimité perçue dans l'espace économique (Munyegera & Matsumoto, 2016 ; Riley, 2018).
- **Facteurs institutionnels et environnementaux** : il s'agit du cadre réglementaire, de l'existence de politiques publiques d'inclusion financière, de la densité du réseau d'agents, des campagnes de sensibilisation, et de la mise en œuvre de mesures

incitatives (AFI, 2016 ; Banque mondiale, 2022). Sans ces dispositifs, l'adoption du paiement mobile risque de se cantonner à des segments déjà intégrés, creusant les écarts existants.

Dans le cas du Maroc, bien que les chiffres récents indiquent une avancée notable dans l'adoption des portefeuilles mobiles (3,1 millions d'utilisateurs selon Bank Al-Maghrib, 2022), l'usage reste encore très segmenté socialement et géographiquement. Les femmes, en particulier dans les zones rurales, restent sous-représentées dans les statistiques d'usage, non par rejet de la technologie, mais en raison de freins structurels : manque d'accès au matériel (Smartphones), faible littératie numérique, absence de formation, normes patriarcales restrictives (Chaibi et al., 2021 ; Fondation CDG, 2020).

De plus, la littérature souligne que l'autonomisation économique des femmes ne peut être envisagée uniquement sous l'angle de l'accès aux services. Elle suppose une capacité réelle à utiliser ces services de manière autonome et durable, conditionnée par des facteurs cognitifs (connaissances financières), psychologiques (confiance en soi), et relationnels (contrôle social et familial sur les ressources). Comme le montrent les études de Morawczynski (2009) et Aker & Blumenstock (2015), le paiement mobile peut améliorer la capacité d'agir des femmes, à condition qu'il soit intégré dans une stratégie d'empowerment globale.

À la lumière de ces constats et de la littérature, nous proposons un modèle conceptuel structuré autour de l'impact du paiement mobile sur l'inclusion financière des femmes marocaines, en particulier dans les milieux vulnérables. Ce modèle repose sur les hypothèses suivantes :

- **H1** : La facilité d'usage perçue du paiement mobile est positivement associée à son adoption par les femmes.
- **H2** : Le sentiment de sécurité dans l'utilisation du paiement mobile influence positivement l'appropriation de ce service.
- **H3** : L'accès aux infrastructures technologiques (téléphone mobile, connectivité, points de service) conditionne le niveau d'inclusion financière permis par le paiement mobile.
- **H4** : L'adoption du paiement mobile contribue à renforcer l'autonomie financière et la capacité de gestion des femmes utilisatrices.

Ces hypothèses guideront la construction du modèle conceptuel et l'analyse empirique des données issues d'entretiens menés auprès de femmes utilisatrices de ces services.

4. Méthodologie de recherche

Afin de mieux comprendre les ressorts de l'inclusion financière par le biais du paiement mobile chez les femmes, cette recherche adopte une démarche qualitative fondée sur l'exploration de leurs perceptions, usages et contraintes. L'étude se décline en trois sections : le terrain et les données mobilisées, le modèle conceptuel, et enfin le traitement analytique retenu.

4.1. Terrain et données de l'étude

Cette recherche est conduite dans la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima, une zone caractérisée par une forte hétérogénéité sociale et économique entre milieux urbains et ruraux. La région présente également un contexte favorable à l'observation du paiement mobile : d'une part par le développement progressif des infrastructures numériques, d'autre part par la croissance des initiatives d'autonomisation économique féminine.

Un total de 15 entretiens semi-directifs ont été réalisés entre mai et juin 2025 auprès de femmes utilisatrices de services de paiement mobile. Le recrutement s'est effectué selon la méthode de l'échantillonnage raisonné, via des réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Viadeo) et sociaux (Instagram), ainsi que par le biais d'associations locales de femmes.

L'objectif était de garantir la diversité des profils (urbain/rural, niveau d'instruction, situation professionnelle, expérience numérique) afin d'accéder à une richesse de discours et de représentations.

Les entretiens, d'une durée moyenne de 40 minutes, se sont déroulés en français ou en dialecte marocain, selon la préférence des participantes. Ils ont été guidés par une grille de questionnement articulée autour de cinq thèmes clés : usages du paiement mobile ; freins et motivations à l'adoption ; perception de la sécurité et de la confiance ; effets sur l'autonomie économique ; représentations socioculturelles.

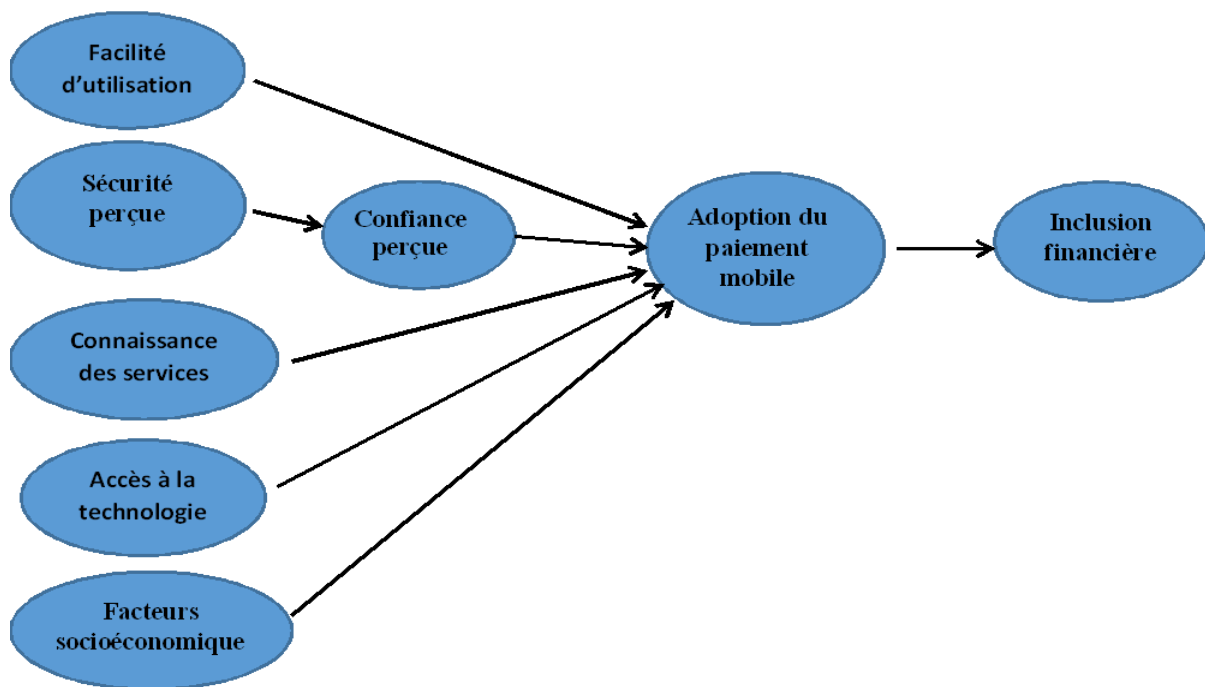
4.2. Modèle conceptuel de recherche

Le modèle conceptuel proposé s'appuie sur les apports croisés du Technology Acceptance Model (Davis, 1989), de l'Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Venkatesh et al., 2012), ainsi que de la littérature sur l'inclusion financière. Il identifie plusieurs variables explicatives déterminantes dans l'appropriation du paiement mobile par les femmes : la facilité d'utilisation, la sécurité perçue, la connaissance des services, l'accès à la technologie et les facteurs socioéconomiques.

Parmi elles, la sécurité perçue influence indirectement l'adoption via la confiance perçue, considérée comme une variable médiatrice. L'adoption du paiement mobile joue elle-même un rôle de variable intermédiaire entre ces déterminants et l'inclusion financière, objectif final du modèle. Ce cadre permet ainsi d'analyser les conditions favorables à l'appropriation du paiement mobile par les femmes, en articulant des dimensions techniques, cognitives et sociales.

Le schéma ci-dessous représente le modèle conceptuel de la recherche, tel qu'il a été construit à partir de la littérature et adapté au contexte étudié :

Figure 1 : Modèle conceptuel de la recherche



Source : Auteurs

Ce modèle cherche à explorer les conditions et les mécanismes d'appropriation du paiement mobile par les femmes, en tant que levier d'autonomisation économique et d'intégration

financière. Il ne vise pas la validation statistique, mais l'analyse compréhensive et interprétative de ces relations dans un contexte local.

4.3. Traitement des données

4.3.1. Déroulement des entretiens

Les entretiens ont été conduits en face-à-face ou à distance selon les disponibilités, puis intégralement enregistrés et retranscrits. La grille thématique utilisée comportait des questions ouvertes autour de cinq axes :

- Usages du paiement mobile (types de transactions, fréquence)
- Motivations et freins à l'adoption
- Confiance et sécurité perçue
- Effets sur l'autonomie financière
- Représentations culturelles et obstacles sociaux

Afin d'illustrer la diversité des profils interrogés, un tableau récapitulatif anonymisé est proposé ci-dessous. Il présente les principales caractéristiques socio-démographiques et numériques des participantes, en mettant en évidence la variété des situations professionnelles, des localisations géographiques, des niveaux d'instruction, et des degrés de familiarité avec les outils numériques. Cette hétérogénéité permet de mieux appréhender les multiples formes d'appropriation du paiement mobile dans un contexte marocain marqué par des disparités sociales et technologiques.

Tableau 1 : Profils des participantes aux entretiens semi-directifs

Code	Statut professionnel	Localisation (milieu)	Niveau d'instruction	Expérience numérique	Durée de l'entretien
F01	Responsable d'agence bancaire	Urbain	Supérieur	bonne	30 min
F02	Directrice d'une association	Urbain	Supérieur	Moyenne	35 min
F03	Fonctionnaire au ministère des finances	Urbain	Supérieur	Très bonne	40 min
F04	Femme au foyer	Rural	Secondaire	Faible	40 min
F05	Étudiante chercheuse en sciences sociales et humaines	Urbain	Supérieur	Moyenne	35 min
F06	Juge	Urbain	Supérieur	Moyenne	35 min
F07	Institutrice	Urbain	Supérieur	Moyenne	45 min
F08	Employée dans une agence de Micro-crédit	Urbain	Supérieur	Moyenne	35 min
F09	Coiffeuse (son propre projet)	Urbain	Secondaire	Faible	35 min
F10	Commerçante de vêtements confectionnés	Urbain	Secondaire	Moyenne	40 min
F11	Employée du secteur privé : Société de travaux divers	Urbain	Supérieur	Moyenne	45 min
F12	Directrice d'association AMSA du développement de la femme rurale	Rural	Supérieur	bonne	40 min
F13	Directrice de coopérative au Douar Machrouha AGHSSANE TETOUAN	Rural	Supérieur	bonne	45 min
F14	Fonctionnaire à la commune rurale d'AZLA	Rural	Supérieur	Très bonne	35 min
F15	Aide-Pharmacienne dans une commune rurale	Rural	Supérieur	Moyenne	45 min

Source : établi par l'auteur

4.3.2. Analyse des données

L'analyse s'est appuyée sur une méthode d'analyse thématique telle que définie par Mucchielli (1996). Cette démarche combine une lecture verticale (cas par cas) et horizontale (comparaison transversale des entretiens). La codification a été réalisée manuellement selon un protocole rigoureux de segmentation des unités de sens. Les thèmes ont été regroupés selon les dimensions du modèle conceptuel.

Ce choix d'analyse qualitative s'explique par la visée exploratoire de l'étude et par la taille restreinte de l'échantillon. Aucun logiciel d'aide à l'analyse qualitative n'a été utilisé afin de privilégier une lecture fine, contextualisée et fidèle des discours.

Les Verbatims recueillis ont ensuite été confrontés aux hypothèses du modèle théorique pour identifier des récurrences, des exceptions et des configurations de sens.

Cette approche méthodologique rigoureuse a permis de faire émerger des résultats riches et nuancés, que nous présentons dans la section suivante à travers une double lecture descriptive et interprétative

5. Résultats et discussions

5.1. Résultats

Les résultats de l'enquête mettent en lumière différentes tendances concernant l'utilisation du paiement mobile par les femmes. Un premier constat porte sur les usages déclarés : certaines participantes utilisent régulièrement des applications bancaires ou des services de paiement mobile, tandis que d'autres se limitent à des fonctionnalités spécifiques. Par exemple, une répondante explique : *"J'utilise l'application de ma banque installée au niveau de mon téléphone"* (R1), tandis qu'une autre précise : *"Je n'utilise que l'application Attijari mobile pour le paiement de mes factures"* (R2). Les opérations les plus courantes incluent les virements, le paiement de factures et la consultation des soldes, comme le souligne une troisième participante : *"Je l'utilise pour effectuer des virements, payer mes factures, consulter mon solde en temps réel"* (R3).

L'adoption de ces outils est fortement motivée par la facilité d'utilisation et le gain de temps qu'ils procurent. Plusieurs femmes soulignent les avantages pratiques : *"Ce moyen de paiement m'a facilité mon quotidien avec moins de risque"* (R1), ou encore *"Gain de temps précieux, plus besoin de se déplacer"* (R3). Une répondante évoque également l'aspect pénible des méthodes traditionnelles : *"La tâche de paiement était pénible, je devais faire la queue"* (R2).

Cependant, des craintes persistent, notamment en matière de sécurité. Certaines utilisatrices expriment des appréhensions : *"La seule crainte concerne la sécurité des transactions"* (R1), tandis qu'une autre avoue : *"On a peur de faire une bêtise qui nous coûtera de l'argent"* (R2). Toutefois, d'autres estiment que ces services sont suffisamment sécurisés, comme en témoigne la réponse : *"Sécurisé avec des mises à jour"* (R3).

En termes d'inclusion financière, les participantes reconnaissent l'impact positif du paiement mobile pour les femmes. Une répondante affirme : *"C'est un atout pour les femmes pour être présentes dans le circuit financier"* (R1). Une autre nuance toutefois que cet avantage concerne surtout *"les femmes jeunes instruites et indépendantes"* (R2), alors qu'une troisième souligne son utilité pour les femmes en milieu rural ou dans le secteur informel : *"Facilite l'accès aux femmes rurales ou dans l'informel"* (R3).

Malgré ces bénéfices, plusieurs freins limitent une adoption plus large. Les principaux obstacles mentionnés incluent la sécurité des transactions *"Sécurité des transactions et des données personnelles"* (R1), le manque de connaissance *"Manque de connaissance et peur de mal utiliser"* (R2), et le besoin de sensibilisation *"Besoin de sensibilisation pour les femmes rurales"* (R3).

Enfin, des pistes d'amélioration sont proposées pour favoriser une meilleure adoption. Parmi les suggestions figurent des formations courtes et pratiques *"Formation de 5-10 min pour installer et utiliser"* (R2), des incitations financières *"Encourager les femmes avec des promotions"* (R2), et un renforcement de la sécurité *"Sécuriser davantage les transactions"* (R3).

Ces résultats qualitatifs viennent enrichir et nuancer le modèle conceptuel préalablement établi. Les Verbatims confirment le rôle central des cinq variables clés identifiées théoriquement : l'inclusion financière des femmes (variable dépendante) émerge effectivement comme résultante combinée de **la facilité d'utilisation**, perceptible dans les témoignages sur le gain de temps et la simplicité ; des enjeux de **sécurité perçue**, incarnés par les craintes récurrentes de fraudes ; de **la connaissance des services**, avec des écarts marqués dans la maîtrise des fonctionnalités ; de **l'accès à la technologie**, où persistent des fractures numériques ; et des **facteurs socioculturels**, particulièrement le niveau d'éducation et l'autonomie décisionnelle.

Ces éléments empiriques permettent d'ancrer concrètement les relations hypothétisées dans le modèle initial.

5.2. Analyse et discussion

L'analyse détaillée des entretiens semi-directifs révèle les mécanismes complexes qui sous-tendent l'adoption du paiement mobile par les femmes de la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima. Notre investigation met en lumière cinq piliers fondamentaux structurent cette adoption : La facilité d'utilisation, la sécurité perçue, la connaissance des services disponibles, l'accès aux technologies nécessaires et les facteurs socioculturels. Ces éléments apparaissent comme autant de variables interdépendantes qui façonnent des trajectoires d'inclusion financière distinctes et dessinent une réalité nuancée où le potentiel émancipateur des solutions mobiles se confronte à des obstacles persistants, profondément enracinés dans les structures sociales. Les témoignages recueillis mettent en lumière comment ces variables interagissent pour créer des expériences d'adoption radicalement différentes selon le profil des utilisatrices, leur niveau d'éducation et leur environnement familial et géographique.

Plus qu'une simple question d'accès technologique, l'inclusion financière par le paiement mobile se révèle être un processus complexe, médié par des facteurs à la fois techniques et socioculturels. Cette analyse permet de comprendre comment les avancées numériques s'articulent avec les réalités locales, créant tantôt des opportunités d'autonomisation, tantôt de nouvelles formes d'exclusion lorsque les conditions d'appropriation ne sont pas réunies.

5.2.1. Facilité d'utilisation

L'analyse des entretiens révèle des perceptions contrastées de la facilité d'utilisation du paiement mobile parmi les femmes interrogées. Certaines participantes, notamment celles ayant une certaine aisance avec les technologies, expriment une expérience positive : *"L'application de ma banque installée au niveau de mon téléphone est très simple à utiliser"* (R1). Cette perception rejoint les postulats du Technology Acceptance Model (Davis, 1989) concernant l'importance cruciale de la facilité perçue dans l'adoption technologique.

Cependant, d'autres témoignages mettent en lumière des difficultés initiales : *"Au début, je ne comprenais pas comment naviguer entre les différents menus"* (R2). Ces observations corroborent les travaux de Venkatesh et al. (2012) sur les variations dans la courbe d'apprentissage selon les profils d'utilisateurs. La transition vers une meilleure maîtrise apparaît dans le verbatim : *"Après quelques utilisations, je me suis adaptée facilement"* (R3), illustrant le processus d'appropriation progressive décrit dans la théorie de la diffusion des innovations (Rogers, 2003).

La comparaison avec d'autres contextes régionaux (GSMA, 2021) montre que ces défis d'appropriation initiale ne sont pas spécifiques au Maroc, mais prennent dans ce contexte une dimension particulière liée aux disparités éducatives et aux spécificités culturelles d'usage des technologies. Le constat *"Je la trouve utile et sécurisée avec des mises à jour qui me facilitent le quotidien"* (R3) suggère que l'amélioration continue des interfaces peut contribuer à réduire ces difficultés initiales.

En conclusion, la facilité d'utilisation apparaît bien comme une variable explicative pertinente de l'adoption du paiement mobile, mais son influence est modérée par des facteurs individuels (compétences numériques) et contextuels (qualité des interfaces). Elle explique en partie les différences d'appropriation observées, mais ne suffit pas à elle seule : son effet s'avère intimement lié à d'autres variables du modèle, notamment le niveau d'éducation et la connaissance des services. Cette interdépendance confirme la nécessité d'une approche systémique pour comprendre pleinement les mécanismes d'adoption.

5.2.2. Sécurité perçue et construction de la confiance

L'analyse des témoignages met en évidence le rôle central, mais complexe de la sécurité perçue dans l'adoption du paiement mobile. Les répondantes expriment des préoccupations marquées concernant la protection des transactions, comme en témoigne le commentaire "*La seule crainte concerne la sécurité des transactions et des données enregistrées*" (R1). Cette appréhension rejoint les constats de **Gefen et al. (2003)** sur l'importance des barrières psychologiques dans l'adoption des technologies financières. Cependant, l'étude révèle que ces craintes initiales évoluent progressivement vers une confiance accrue, particulièrement chez les utilisatrices régulières. La participante travaillant dans le secteur bancaire souligne ainsi les mécanismes de protection intégrés : "*Les options de sécurité permettent d'activer et de désactiver les cartes*" (R3), mettant en lumière l'importance des fonctionnalités techniques dans la construction de la confiance.

Cette transition apparaît également dans l'évolution des perceptions chez certaines utilisatrices : "*Sécurisé avec des mises à jour et des nouveautés qui me facilitent le quotidien*" (R3). Ce processus de familiarisation progressive corrobore les travaux de McKnight et Chervany (2001) sur la formation de la confiance technologique. Toutefois, des différences notables subsistent selon les profils. Alors que les femmes plus instruites et familiarisées avec les technologies financières (R3) parviennent à surmonter rapidement leurs réticences, d'autres expriment des craintes persistantes : "*On a peur de faire une bêtise qui nous coûtera de l'argent*" (R2). Cette dichotomie illustre bien l'effet modérateur du niveau d'éducation et d'expérience technologique sur la relation entre sécurité perçue et adoption.

Ces résultats trouvent un écho dans les travaux de **Mansouri et Qbadou (2021)** sur l'adoption des services financiers digitaux au Maroc, qui soulignent l'importance des perceptions de sécurité dans les populations peu bancarisées. Leur étude met en évidence des mécanismes de défiance similaires à ceux exprimés par nos répondantes "peur de faire une bêtise" (R2), particulièrement chez les femmes rurales. Ces constats s'inscrivent également dans le cadre théorique développé par **El Amrani et Rowe (2020)** sur les spécificités culturelles de la confiance numérique dans les pays maghrébins, où les recommandations interpersonnelles jouent un rôle compensatoire face aux craintes technologiques, et rejoignent les observations de Johnson et al. (2019) dans les pays émergents, où les utilisateurs associent fortement les mises à jour logicielles à une meilleure protection.

L'originalité des données réside dans la mise en évidence du rôle médiateur de la confiance, tel que conceptualisé dans notre modèle. Le processus évolutif observé depuis les appréhensions initiales : "*peur des erreurs*" (R2) vers une assurance progressive : "*Sécurisé avec des mises à jour*" (R3) valide cette chaîne causale. Cette transition s'opère notamment grâce :

- Aux fonctionnalités de sécurité tangibles : "*options pour activer/désactiver les cartes*" (R3)
- À l'expérience d'usage accumulée : "*Je me suis adaptée facilement*" (R3)
- À la transparence des mécanismes : "*notifications après chaque opération*" (R1)

5.2.3. Connaissance des services

L'analyse des entretiens révèle une profonde disparité dans la maîtrise des fonctionnalités de paiement mobile parmi les femmes interrogées. Alors qu'une répondante du secteur bancaire démontre une connaissance approfondie des services disponibles *"Je connais les principaux produits et services du paiement mobile disponibles au Maroc : virements, paiements de factures, recharges..."* (R3) -, une autre utilisatrice se limite à des opérations basiques : *"Je n'utilise que l'application Attijari mobile pour le paiement de mes factures"* (R2). Cette fracture cognitive s'avère particulièrement marquée selon le niveau d'éducation et d'exposition aux technologies financières, comme en témoigne la difficulté exprimée par certaines participantes : *"Manque de connaissance et peur de mal utiliser"* (R2).

Les données recueillies confirment le rôle central de cette variable dans le processus d'adoption, tout en validant son interaction avec les autres déterminants du modèle. La connaissance des services apparaît en effet comme un levier essentiel pour surmonter les craintes initiales et exploiter pleinement le potentiel des applications. On observe notamment que les utilisatrices mieux informées, comme R3, développent une aisance technique leur permettant de naviguer entre les différentes fonctionnalités avec confiance, alors que celles moins familiarisées restent confinées à des usages limités. Cette dichotomie illustre parfaitement le mécanisme de modération par l'éducation postulé dans notre cadre conceptuel, où le capital culturel et technique de l'utilisatrice influence directement sa capacité à s'approprier l'ensemble des services disponibles.

La progression dans la maîtrise des fonctionnalités suit une courbe d'apprentissage variable, allant de la simple exécution de tâches de base à une gestion financière complète intégrant épargne et suivi budgétaire. Cette évolution, visible dans le contraste entre les réponses R2 et R3, souligne l'importance des dispositifs d'accompagnement et de formation pour réduire les inégalités d'usage et permettre une inclusion financière effective de l'ensemble des utilisatrices potentielles.

5.2.4. Accès à la technologie

L'analyse des entretiens révèle que l'accès à la technologie ne se limite pas à la simple possession d'un smartphone ou à la disponibilité des applications, mais englobe également la capacité réelle à maîtriser ces outils. Les témoignages montrent des disparités marquées dans cette maîtrise, reflétant des inégalités plus profondes liées au profil socioprofessionnel et au niveau d'éducation.

La participante issue du secteur bancaire illustre une maîtrise avancée, décrivant une utilisation polyvalente de l'application : *"Je gère mes comptes, l'épargne familiale et même les cartes de paiement via l'application."* (R3). Cette aisance contraste nettement avec les difficultés exprimées par d'autres utilisatrices, comme en témoigne l'aveu *"Manque de connaissance et peur de mal utiliser"* (R2).

La maîtrise des fonctionnalités de base, telles que le paiement de factures ou la consultation du solde *"Je paie mes factures et consulte mon solde"* (R2), ne garantit pas nécessairement une exploitation optimale de l'outil. Certaines répondantes, notamment celles plus familiarisées avec les services financiers, parviennent à une utilisation plus stratégique, intégrant des fonctionnalités avancées comme le suivi budgétaire ou la gestion automatisée des dépenses *"Je gère le budget en classant les dépenses et revenus mensuels"* (R3).

L'évolution de cette maîtrise apparaît progressive, comme le suggère le constat *"Je me suis adaptée facilement"* (R3), mais reste conditionnée par des facteurs externes tels que l'accompagnement ou le niveau de littératie numérique. Les craintes initiales *"Peur de faire une bêtise"* (R2) peuvent en outre ralentir l'appropriation de l'outil, soulignant l'importance des dispositifs de formation et d'assistance.

Ces observations confirment que l'accès à la technologie, dans sa dimension matérielle, ne suffit pas à garantir une inclusion financière effective. La maîtrise réelle des applications constitue un palier déterminant, influencé par des facteurs éducatifs, sociaux et économiques. Cette nuance rejoint les travaux sur les inégalités numériques, qui distinguent l'accès physique des compétences nécessaires à une utilisation autonome et éclairée.

5.2.5. Facteurs socioculturels

L'analyse des entretiens révèle une tension fondamentale entre le potentiel inclusif du paiement mobile et les réalités de son appropriation. Le témoignage "Facilite l'accès aux femmes rurales ou dans l'informel" (R3) met en avant la capacité de cette technologie à transcender certaines barrières géographiques et sociales. Pourtant, cette promesse se heurte aux limites évoquées dans *"Surtout les femmes jeunes instruites et indépendantes"* (R2), soulignant la persistance d'obstacles socioculturels profonds.

Cette tension entre ouverture théorique et restrictions pratiques s'explique par l'influence conjuguée de plusieurs facteurs structurels. Le milieu de résidence crée une première fracture, avec des défis spécifiques en zone rurale où les normes traditionnelles et les contraintes matérielles se renforcent mutuellement. Le statut professionnel joue également un rôle clé, les femmes indépendantes ou salariées bénéficiant d'une autonomie décisionnelle souvent absente chez celles sans activité formelle.

L'âge et le niveau d'éducation émergent comme des variables particulièrement discriminantes. Les jeunes générations, plus familiarisées avec le numérique, adoptent plus naturellement ces outils, tandis que les femmes plus âgées peinent à surmonter les barrières psychologiques et techniques. De même, le niveau d'éducation conditionne la capacité à comprendre et exploiter pleinement les fonctionnalités offertes, créant ainsi des cercles vertueux ou vicieux d'appropriation.

Ces différents facteurs interagissent pour produire des trajectoires d'adoption contrastées, où l'accès théorique aux services ne se traduit pas systématiquement par une utilisation effective et autonome. La technologie, bien que potentiellement libératrice, se trouve ainsi filtrée et remodelée par les structures sociales préexistantes, rappelant que l'inclusion financière numérique ne peut être dissociée de ses contextes culturels et institutionnels.

6. Conclusion

L'analyse des dynamiques d'adoption du paiement mobile dans la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima dessine une réalité nuancée, où la technologie ne constitue jamais une solution magique, mais agit plutôt comme un révélateur des structures sociales et économiques existantes. Au-delà des simples questions d'accessibilité technique ou d'utilité pratique, c'est toute une grammaire sociale de la confiance et de l'appropriation qui se dévoile.

La sécurité perçue émerge comme un pivot central, mais évolutif dans le processus d'adoption. Loin d'être une barrière statique, elle se transforme au gré des expériences concrètes, des découvertes fonctionnelles et des échanges avec les pairs. Les femmes les plus jeunes ou professionnellement exposées aux technologies financières deviennent ainsi des relais essentiels, créant des cercles vertueux d'adoption au sein de leurs réseaux familiaux et professionnels. Ce phénomène générationnel introduit une fracture invisible, mais bien réelle entre celles qui bénéficient de ces passerelles naturelles et celles qui restent en marge de ces circuits d'échange informels.

L'observation des usages révèle une appropriation à plusieurs vitesses. Si les fonctions de base comme les transferts d'argent ou le paiement de factures s'intègrent relativement rapidement dans le quotidien, les usages plus sophistiqués - gestion budgétaire, épargne digitale - restent l'apanage d'une minorité avertie. Cette distinction n'est pas anodine : elle trace en pointillés les

contours d'une inclusion financière à deux niveaux, où l'accès aux services ne garantit pas nécessairement leur pleine maîtrise.

Les résistances psychologiques persistent comme autant de rappels que l'adoption technologique n'obéit pas à une simple rationalité instrumentale. La peur de l'erreur, la méfiance envers l'immatériel ou l'appréhension des interfaces complexes continuent de rythmer le parcours de nombreuses utilisatrices, particulièrement dans les zones rurales et semi-urbaines. Ces barrières invisibles, mais tenaces rappellent que le design des services ne peut faire l'économie d'une profonde compréhension des habitus locaux et des représentations culturelles.

Pourtant, lorsque les conditions sont réunies -sécurité tangible, accompagnement adapté, utilité immédiate-, le paiement mobile déploie des effets transformateurs notables. L'autonomie gagnée sur les contraintes spatio-temporelles, la fluidité des transactions quotidiennes et l'élargissement des possibles économiques esquissent les contours d'une émancipation financière réelle, bien qu'encore incomplète. Ces progrès concrets doivent cependant être relativisés à l'aune des inégalités persistantes d'accès et de compréhension, qui risquent de creuser davantage les écarts entre femmes connectées et femmes exclues.

Cette tension entre potentiel transformateur et reproduction des inégalités invite à repenser radicalement les approches d'inclusion financière numérique. Il ne s'agit plus simplement de déployer des solutions techniques, mais de construire des écosystèmes d'adoption holistiques intégrant sécurité psychologique, médiation humaine et éducation financière continue. L'enjeu dépasse la simple modernisation des paiements : c'est une reconfiguration des rapports à l'argent et au pouvoir économique qui se joue à travers ces outils, particulièrement pour des femmes longtemps tenues à l'écart des circuits financiers formels.

La voie vers une inclusion véritablement transformative semble dès lors exiger une triple convergence : entre innovation technologique et ancrage culturel, entre simplicité d'usage et sophistication des fonctionnalités, entre automatisation des processus et préservation du lien humain. C'est à ce prix que le paiement mobile pourra dépasser son statut d'outil pratique pour devenir un véritable levier d'autonomisation économique à l'échelle de toute la région.

Références :

- (1). AFI. (2020). « Rapport spécial : Leçons sur l'amélioration de l'inclusion financière des femmes à l'aide des services financiers numériques (SFN) ». Kuala Lumpur, Malaysia.
- (2). Aker, et al. (2016). « Payment Mechanisms and Anti-Poverty Programs: Evidence from a Mobile Money Cash Transfer Experiment in Niger ». *Economic Development and Cultural Change*, Vol. 65, n° 1, 1–37.
- (3). Assadi D. et Cudi A. (2011). « Le potentiel d'inclusion financière du Mobile Banking : Une étude exploratoire ». *Management & Avenir*, Vol.6, n° 46, 227-243.
- (4). Assadi, D. et Cudi, A. (2011). « Le potentiel d'inclusion financière du Mobile Banking : Une étude exploratoire ». *Management Prospective Edition*, « Management & Avenir », Vol. 6, n°46, 227-243.
- (5). Bank Al-Maghrib. (2018). « Stratégie nationale d'inclusion financière ». Note de synthèse de la SNIF, Rabat, Maroc.
- (6). Bank Al-Maghrib. (2021). « Stratégie nationale d'inclusion financière ». Rapport annuel de la SNIF, N°3/2021, Rabat, Maroc.
- (7). Bank Al-Maghrib. (2022). « Rapport annuel de BAM sur les infrastructures des marchés financiers et les moyens de paiement, leur surveillance et l'inclusion financière ». Rabat, Maroc.

- (8). Bank Al-Maghrib. (2022). « Stratégie nationale d'inclusion financière ». Rapport annuel de la SNIF, N°4/2022, Rabat, Maroc.
- (9). Barthélémy, C., CATHO, Y. et Maisonneuve, J.H. (2002). « Les méthodes de vente pour les banques à réseaux ». RB édition, Paris.
- (10). Benyacoub, B. (2021). « Étude empirique sur les freins à l'inclusion financière des femmes au Maroc ». International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics (IJAFAME), Vol. 2, n°4, 323-336.
- (11). Bounie, D., Bourreau, M. (2004). « Sécurité des paiements et développement du commerce électronique ». Revue Economique, Vol. 55, n°4, 689-714.
- (12). Bounie, D., François, A. (2013). « Vers une économie de paiements électroniques ? ». Revue d'Economie Financière, Vol. 109, n°1, 283-302.
- (13). Chaix, L. (2013). « Le paiement mobile : perspectives économiques, modèles d'affaires et enjeux concurrentiels ». Thèse de doctorat en sciences économiques, Université Nice Sophia Antipolis.
- (14). Daouda, M.D. (2016). « Essais sur l'essor des services financiers sur mobile dans les pays en développement et à son impact sur le comportement financier des individus ». Thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Limoges.
- (15). Délégation de l'union européenne au Maroc. (2021). « Dossier Spécial : Inclusion financière ». Newsletter PACC (Programme d'appui à la compétitivité et à la croissance verte du Maroc), N°02.
- (16). Diop, B.M. (2021). « Impact de l'inclusion financière et de Mobile Money sur la pauvreté ». Éditions universitaires européennes, London.
- (17). FMI. (2019). « L'inclusion financière des petites et moyennes entreprises au Moyen-Orient et en Asie centrale ».
- (18). Gefen et al., (2003). « Trust and TAM in Online Shopping : An Integrated Model ». MIS Quarterly, Vol. 27, n° 1, 51-90
- (19). Ghosh, S. (2016). « How Do Mobile Phones Contribute to Financial Inclusion? » Applied Economics Letters, Vol. 23, n° 11, 744–747.
- (20). Jack, W., et Suri, T. (2014). « Risk Sharing and Transactions Costs: Evidence from Kenya's Mobile Money Revolution ». American Economic Review, Vol. 104, n°1, 183–223.
- (21). MarocClear. (2019). « Livre Blanc sur l'innovation et la technologie au service de la finance ». 5ème Meeting sur l'information financière au Maroc.
- (22). Morawczynski, O. (2009). « Exploring the Usage and Impact of Transformational Mobile Financial Services: The Case of M-Pesa in Kenya ». Journal of Eastern African Studies, Vol. 3, n° 3, 509–525.
- (23). Pinos, F. (2015). « Inclusion financière et populations précarisées : effets des business models des services financiers en France ». Thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Bordeaux.
- (24). Riley, E. (2018). « Mobile Money and Risk Sharing Against Aggregate Shocks ». Journal of Development Economics, Vol. 135, 43–58.
- (25). Suri, T., et Jack, W. (2016). « The Long-Run Poverty and Gender Impacts of Mobile Money ». Science, Vol. 354, n° 6317, 1288–1292
- (26). Ziadi L. (2013). « L'inclusion financière autour de la méditerranée : Cas de la Tunisie ». Revue Maghreb-Machrek, Vol. 3, n° 217, 31- 62.