

LABORATOIRE DE RECHERCHE MARKETIC



Equipes de recherche :
Marketing et innovation
Transformation digitale des entreprises

Colloque National

Rôle des banques numériques dans l'inclusion financière des femmes entrepreneurs

Lieu

Pôle Universitaire de Koléa

Date du colloque

02 Juin 2025

Présidente d'honneur du Colloque : **Pr. KASMI Amel**, Directrice de l'EHEC

Présidente du colloque : **Pr. DEMMOUCHE Nadjoua**

Présidente du comité scientifique du colloque : **Pr. SAIDANI Amel**

Président du comité d'organisation : **Dr. HATTOU Ferial**

Préambule

L'inclusion financière est aujourd'hui reconnue comme un levier essentiel pour promouvoir l'autonomie économique et sociale, en particulier pour les femmes entrepreneures (Demirgüç-Kunt et al., 2018). Dans de nombreuses régions du monde, ces dernières restent confrontées à des obstacles persistants, tels que l'accès limité aux services financiers traditionnels, les préjugés culturels et le manque de garanties nécessaires pour obtenir des prêts (Buvinić & O'Donnell, 2019). Ces barrières freinent leur capacité à créer, développer et pérenniser leurs entreprises (Lockyer & George, 2012).

Face à ces défis, l'essor des banques numériques apparaît comme une réponse innovante et prometteuse (Wewege & Thomsett, 2020). Grâce à des solutions technologiques accessibles et flexibles, ces institutions réinventent les modalités d'accès aux services bancaires. Elles permettent notamment de contourner les contraintes géographiques, de réduire les coûts liés aux transactions et de proposer des produits adaptés aux besoins spécifiques des femmes entrepreneures (Sahay et al., 2020).

Par leur capacité à exploiter les données numériques et à démocratiser l'accès aux financements, les banques numériques ouvrent la voie à une inclusion financière plus équitable et plus inclusive.

Ce colloque se propose d'explorer en profondeur le rôle des banques numériques dans l'inclusion financière des femmes entrepreneures, en mettant en lumière leurs contributions, leurs limites et les perspectives qu'elles offrent pour transformer les dynamiques économiques.

À travers cette analyse, nous souhaitons non seulement souligner l'importance de cette transformation numérique, mais également encourager les acteurs du secteur à intensifier leurs efforts pour garantir que l'innovation financière serve d'outil de justice sociale et économique.

Dans un contexte où les inégalités d'accès aux services financiers freinent le développement économique des femmes entrepreneures, notamment dans les régions en développement, les banques numériques se positionnent comme une solution innovante pour surmonter ces obstacles (Allen et al., 2016).

En proposant des services accessibles, flexibles et adaptés, elles semblent offrir des opportunités prometteuses pour renforcer l'inclusion financière. Cependant, des questions subsistent :

« Dans quelle mesure les banques numériques en Algérie permettent-elles de répondre aux besoins spécifiques des femmes entrepreneures, et quelles stratégies doivent-elles adopter pour garantir une inclusion financière durable et équitable ? Ces solutions technologiques peuvent-elles réellement combler les lacunes laissées par les institutions financières traditionnelles, ou risquent-elles d'accentuer d'autres formes d'exclusion pour les femmes? »

Ce questionnaire vise à évaluer l'impact réel des banques numériques en Algérie tout en explorant leurs limites et les moyens de maximiser leur potentiel dans le soutien aux femmes entrepreneures.

Objectif général

Analyser l'impact des banques numériques sur l'inclusion financière des femmes entrepreneures et leur rôle dans la réduction des inégalités d'accès aux services financiers.

Objectifs spécifiques

- ☞ Identifier les principaux obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures dans l'accès aux services financiers traditionnels.
- ☞ Étudier les mécanismes et innovations des banques numériques qui favorisent l'accès des femmes entrepreneures aux financements et autres services financiers.
- ☞ Évaluer l'efficacité des solutions offertes par les banques numériques en termes de coût, d'accessibilité et d'adéquation aux besoins des femmes entrepreneures.
- ☞ Analyser les impacts économiques et sociaux de l'inclusion financière via les banques numériques sur les femmes entrepreneures (croissance de leurs entreprises, autonomie financière, réduction des inégalités).

Proposer des recommandations pour améliorer les stratégies des banques numériques afin de mieux répondre aux besoins des femmes entrepreneures, notamment dans les

Axes et thématiques

1. Diagnostic des défis liés à l'inclusion financière des femmes entrepreneures :

- ☞ Identification des barrières économiques, sociales et culturelles limitant l'accès des femmes entrepreneures aux services financiers traditionnels.
- ☞ Analyse des besoins spécifiques des femmes entrepreneures en matière de services financiers.

2. Les banques numériques comme levier d'inclusion financière :

- ☞ Étude des innovations technologiques et des outils proposés par les banques numériques en Algérie (paiements mobiles, microcrédits, plateformes de gestion, etc.).
- ☞ Accessibilité et adoption des banques numériques par les femmes entrepreneures (éducation financière, maîtrise des technologies numériques, connectivité).

3. Impact des banques numériques sur les femmes entrepreneures :

- ☞ Effets économiques : amélioration de l'accès aux financements, développement des entreprises, création d'emplois.

- ☞ Effets sociaux : renforcement de l'autonomie financière et du pouvoir de décision des femmes.

4. Défis et limites des banques numériques dans l'inclusion financière :

- ☞ Analyse des obstacles liés à l'utilisation des banques numériques (fracture numérique, sécurité des données, inégalités d'accès aux technologies).
- ☞ Risques d'exclusion des femmes issues de milieux marginalisés ou peu familières avec les outils numériques.

5. Stratégies pour maximiser l'inclusion financière des femmes entrepreneures par les banques numériques :

- ☞ Propositions de politiques et de partenariats public-privé pour promouvoir l'utilisation des banques numériques.

Recommandations pour adapter les produits et services financiers aux besoins spécifiques des femmes

Normes de soumission

- ⇒ Les communications peuvent être rédigées en **français, arabe ou anglais**.
- ⇒ Le document final devra contenir entre **5 et 10 pages**, **Times New Roman, taille 12, interligne 1,5, justifié**, avec des marges de 2,5 cm de chaque côté.
- ⇒ Le fichier doit être soumis au format **Word (.doc ou .docx)**.
- La première page devra inclure :
 - Le **titre** de la communication
 - Le(s) nom(s) de(s) auteur(s), institution(s) d'attache, adresse e-mail
 - Un **résumé** de 300 mots maximum (dans la langue de la communication), avec **5 mots-clés**
 - Une version **abrégée du résumé en anglais** pour les articles en arabe ou en français
- ⇒ Toutes les communications seront évaluées en double aveugle par le comité scientifique du colloque.
- ⇒ Langues acceptées : Arabe, Anglais ou Français.

NB :

- **L'envoi des communications se fera à l'adresse suivante : marketic.hec@gmail.com**
- **L'objet de l'e-mail devra mentionner l'intitulé du colloque**

Dates importantes

- Date limite des soumissions : **10 Mai 2025**
- Date de notification aux auteurs : **20 mai 2025**
- Date limite d'envoi des communications : **30 Mai 2025**
- Date du colloque : **2 Juin 2025**

Références bibliographiques

- Allen, F., Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., & Martinez Peria, M. S. (2016). *The foundations of financial inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts*. *Journal of Financial Intermediation*, 27, 1–30. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2015.12.003>
- Buvinić, M., & O'Donnell, M. (2019). *Gender matters in economic empowerment interventions: A research review*. *The World Bank Research Observer*, 34(2), 309-346.
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. World Bank Group.
- Lockyer, J., & George, S. (2012). *What women want: barriers to female entrepreneurship in the West Midlands*. *International Journal of gender and entrepreneurship*, 4(2), 179-195. <https://doi.org/10.1108/17566261211234661>
- Sahay, R., von Allmen, U. E., Lahreche, A., Khera, P., Ogawa, S., & Bazarbash, M. (2020). *The Promise of Fintech: Financial Inclusion in the Post COVID-19 Era*. IMF Departmental Paper No. 20/09.
- Wewege, L., Lee, J., & Thomsett, M. C. (2020). *Disruptions and digital banking trends*. *Journal of Applied Finance and Banking*, 10(6), 15-56.