



#ComoresTice Colloque international 2026

L'Afrique francophone : La recherche
comme levier d'un développement
effectif des secteurs de l'éducation,
de la santé et de l'économie verte



Les 16 et 17 octobre 2026

Université Paris Nord Sorbonne

RIIF
Réseau International de la
Jeunesse de la Francophonie

**Université
Sorbonne
Paris Nord**

#ComoresTice

CURAPP
Centre Universitaire de Recherche
sur l'Action Publique et la Politique
Internationale de l'Université Sorbonne

NADIVONE 54
Les Yeux d'Afrique

CESP

DIGITAL & EDUCATION

**UNIVERSITÉ DE
SHERBROOKE**

*Le capital social numérique comme levier de renforcement du capital humain dans
l'économie sociale et solidaire : étude des dynamiques territoriales au Maroc.*

ASMAA MABROUK, PHD | UNIVERSITÉ HASSAN IER DE SETTAT | CIRIEC INTERNATIONAL – CANADA

1. Pourquoi cette recherche ?

Le numérique transforme l'accès à l'information, les relations avec les parties prenantes et la visibilité économique.

Pour une coopérative, disposer d'un outil numérique ne signifie pas automatiquement en tirer une capacité nouvelle.

La question centrale : que produit réellement le numérique lorsqu'il entre dans les pratiques quotidiennes d'une coopérative ?

2. Problématique et objectif

Problématique : dans quelle mesure les usages numériques sont-ils associés à l’ancrage territorial des coopératives marocaines ?

Objectif : analyser les relations entre quatre dimensions numériques — usage des plateformes, accès à l’information, communication avec les clients et visibilité — et l’ancrage territorial.

Perspective : déplacer l’analyse de la présence du numérique vers sa conversion en ressources et capacités d’action.

3. Cadre théorique

Bourdieu : le capital social renvoie aux ressources liées à un réseau durable de relations.

Coleman : les relations sociales peuvent constituer des canaux d'information et contribuer à la formation du capital humain.

Nahapiet & Ghoshal : le capital social facilite la création et le partage des connaissances.

Ragnedda, Ruiu & Addeo : le capital numérique dépasse l'accès matériel et inclut compétences et capacité de conversion.

4. Notre définition du capital social numérique

Le capital social numérique est appréhendé comme l'ensemble des ressources relationnelles, informationnelles et cognitives mobilisées et développées à travers les usages numériques.

Trois dimensions : informationnelle, relationnelle et conversionnelle.

Idée centrale : le capital social numérique n'est pas l'outil lui-même ; il réside dans les ressources que l'organisation parvient à rendre mobilisables grâce à lui.

5. Modèle empirique

PU – Platform Usage : intensité et diversité des usages numériques.

IA – Information Access : accès à l'information par les moyens numériques.

CC – Client Communication : communication numérique avec les clients.

MV – Market Visibility : visibilité de la coopérative sur le marché.

TD – Territorial Anchoring : ancrage territorial.

6. Hypothèses

H1 : PU est positivement associé à IA.

H2 : IA et CC sont positivement associés à MV.

H3 : MV est positivement associée à TD.

H4 : les dimensions du capital social numérique sont positivement associées à TD.

Les analyses statistiques sont interprétées comme des associations et non comme des effets causaux.

7. Méthodologie

Enquête quantitative auprès de 200 coopératives de Grand Casablanca-Settat.

Période : mars–juin 2026.

27 items sur une échelle de Likert à 5 modalités.

5 construits : PU (5), IA (5), CC (5), MV (5), TD (7).

Analyses : descriptifs, corrélations de Pearson, régression linéaire multiple et VIF.

8. Fiabilité des échelles

PU : $\alpha = 0,915$

IA : $\alpha = 0,882$

CC : $\alpha = 0,853$

MV : $\alpha = 0,870$

TD : $\alpha = 0,903$

Les cinq construits présentent une bonne cohérence interne. L'alpha ne constitue toutefois pas, à lui seul, une preuve de validité conceptuelle.

9. Résultats descriptifs

MV = 3,615 : moyenne la plus élevée.

PU = 3,506 ; TD = 3,504.

IA = 3,243.

CC = 3,083 : moyenne la plus faible.

Le niveau général d'usage ne recouvre donc pas nécessairement les mêmes pratiques numériques selon les fonctions considérées.

10. Résultats : corrélations

Les cinq dimensions sont positivement corrélées.

PU-TD : $r = 0,785$.

MV-TD : $r = 0,840$, relation bivariée la plus forte.

PU-IA : $r = 0,810$; PU-CC : $r = 0,828$.

Ces corrélations élevées justifient une vérification de la multicolinéarité avant l'interprétation multivariée.

11. Résultat central : régression multiple

MV : $\beta = 0,506$; $p < 0,001$.

IA : $\beta = 0,150$; $p = 0,023$.

CC : $\beta = 0,144$; $p = 0,031$.

PU : $\beta = 0,133$; $p = 0,106 \rightarrow$ non significatif une fois les autres dimensions contrôlées.

$R^2 = 0,749$; R^2 ajusté = $0,744$; $F(4,195) = 145,5$; $p < 0,001$.

12. Comment interpréter ce résultat ?

Une forte corrélation entre usage des plateformes et ancrage territorial ne signifie pas que l'usage des plateformes possède un effet propre.

Lorsque l'on introduit simultanément information, communication et visibilité, le coefficient de PU devient non significatif.

Ce qui semble compter est moins la présence de l'outil que la manière dont l'organisation convertit cet usage en information, relations et visibilité.

13. Multicolinéarité : une vigilance

VIF : PU = 5,19 ; IA = 3,30 ; CC = 3,42 ; MV = 3,58.

Le VIF de PU appelle à la prudence dans l'interprétation de son coefficient.

Cette proximité est cohérente avec le fait que les dimensions numériques sont conceptuellement liées.

Les résultats doivent donc être présentés comme des associations conditionnelles, et non comme des effets causaux indépendants.

14. Le capital humain : une interprétation prudente

Le capital humain est central dans le cadre théorique, mais il n'est pas directement mesuré par les 27 items.

Le numérique peut créer des opportunités d'apprentissage : accès à l'information, interactions, retours clients, nouvelles pratiques.

Le capital humain est donc proposé ici comme mécanisme potentiel de conversion à tester dans une recherche ultérieure.

Une future enquête pourrait mesurer explicitement compétences numériques, formation, apprentissage organisationnel et autonomie.

15. Apport théorique : une logique de conversion

Ressource technologique → ressource informationnelle.

Ressource informationnelle → ressource relationnelle.

Ressource relationnelle → visibilité et opportunités économiques.

Ces ressources peuvent ensuite contribuer à la capacité d'action et à l'ancrage territorial.

Le capital social numérique est ainsi moins une question de possession qu'une question de capacité de conversion.

16. Implications pour les coopératives

Passer d'une logique d'équipement à une logique de compétences.

Former à la recherche, la vérification et l'exploitation de l'information.

Développer la communication numérique et la gestion de la relation client.

Accompagner la création de contenu et la visibilité en ligne.

Utiliser le numérique pour valoriser produits, savoir-faire et ressources territoriales.

17. Limites et perspectives

Échantillon limité à 200 coopératives de Grand Casablanca-Settat.

Données transversales et déclaratives : elles ne permettent pas d'établir une causalité temporelle.

Capital humain non mesuré directement.

Multicolinéarité modérée, notamment pour PU.

Perspectives : nouvelle enquête avec compétences et apprentissage ; approche longitudinale ; modèle d'équations structurelles.

18. Conclusion

Le numérique ne produit pas automatiquement une transformation organisationnelle ou territoriale.

Le résultat central oppose usage et conversion.

La visibilité, l'accès à l'information et la communication conservent des associations positives avec l'ancrage territorial.

Le capital social numérique peut être compris comme une capacité à convertir les usages numériques en ressources relationnelles, informationnelles et organisationnelles.

19. Message final

« La véritable rupture numérique ne se situe pas au moment où une coopérative commence à utiliser une plateforme. »

Elle apparaît lorsque cet usage devient une ressource pour apprendre, communiquer, coopérer, être visible et agir plus efficacement dans son territoire.