

Le passage d'une entreprise traditionnelle à une entreprise digitale. Revue de la littérature.

The path from a traditional firm through a digital firm. A literature review.

GOUMGHAR Said

Doctorant

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion (ENCG)

Université Ibn Zohr

Equipe de Recherche en Techniques Innovantes & Systèmes

Experts et Décisionnels (ERTISED)

Maroc

said.goumghar@gmail.com

FIKRI Majda

Enseignante Chercheure

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion (ENCG)

Université Ibn Zohr

Equipe de Recherche en Techniques Innovantes & Systèmes

Experts et Décisionnels (ERTISED)

Maroc

m.fikri@uiz.ac.ma

Date de soumission : 05/02/2022

Date d'acceptation : 08/03/2022

Pour citer cet article :

GOUMGHAR. S & FIKRI. M (2022) « Le passage d'une entreprise traditionnelle à une entreprise digitale. Revue de la littérature », Revue Internationale du chercheur « Volume 3 : Numéro 1 » pp : 362 - 374

Résumé

Le digital n'est plus un choix, c'est une nécessité pour affronter les évolutions rapides du monde. Ce changement, et surtout pour les entreprises, doit être accompagné d'un raisonnement et une compréhension de la conjoncture et le défi de la digitalisation. Chaque entreprise doit obligatoirement réussir le passage vers la digitalisation. Au Maroc, la transformation digitale était peu développée, mais le Covid-19 a édicté le travail à distance et le télétravail, ce qui a accru le recours aux outils digitaux afin d'assurer la continuité du fonctionnement de l'Etat et des entreprises publiques. Le message à retenir grâce à cette mutation que le digital est un avantage salvateur face à l'impact brutal de la crise sanitaire. La distanciation imposée par la crise sanitaire a parallèlement donné une mutation digitale au niveau de plusieurs volets, à l'instar des paiements en ligne. De façon générale, le traitement de cette mutation vers la digitalisation demande une recherche plus approfondie, dans le but de bien expliquer cette transformation et créer des pistes de recherche pour les futurs chercheurs. Ce papier a pour objectif d'exposer le passage d'une entreprise traditionnelle à une entreprise digitale. De plus, nous allons proposer une définition fonctionnelle de l'entreprise digitale.

Mots clés : Entreprise traditionnelle; Entreprise digitale; Transformation; Passage; Digitalisation.

Abstract

Digital is not a choice; it is an obligation to face quick changes in the world. This change, especially for companies, must be accompanied by reasoning and an understanding of the current situation and the digital challenge. Each firm should be able to successfully succeed on the path of digitalization. In Morocco, digital transformation wasn't really developed. But Covid-19 enacted working by distance, increasing the use of digital tools to guarantee work continuity for government and public firms. The message to be retained as a result of this transformation is that the digital is a saving benefit in the face of the harsh impact of the sanitary crisis. Distancing required by the sanitary crisis has given a digital mutation in many ways, like online payment. Generally, the treatment of this condition requires deep research. The goal of this deep research is to explain this transformation and create new search roads for future researchers. This paper aims to present the passage from a modern firm through a digital firm. In addition, we will suggest a functional definition of a "digital firm."

Keywords: Modern firm; Digital Firm; Transformation; Path; Digitalization.

Introduction

La naissance de la digitalisation a contribué à dessiner une nouvelle piste de développement économique. Le monde aujourd'hui est connecté, chacun a au moins un smartphone et un accès internet. A ce stade, l'orientation des entrepreneurs et les porteurs de projets surtout les innovateurs vers la digitalisation permet d'accoster un marché plein d'opportunités d'affaires. L'opportunité de trouver un client pour présenter votre produit et/ou service est élevée. Ces business numériques et digitaux sont aujourd'hui les plus rentables. Ainsi, ils opèrent dans plusieurs domaines à savoir, le commerce, le coaching, la restauration...etc. Entreprendre d'une manière digitale est considéré aujourd'hui comme l'une des plus importantes opportunités de développement d'un pays. Ceci contribue à la création d'emploi, améliore les conditions de travail et construit une culture entrepreneuriale efficace.

Entre plusieurs entreprises qui opèrent sur la même sphère d'activité, ce qui ont adopté sur le champ la mutation digitale a enregistré une performance considérable. Alors que, les entreprises qui sont restées fidèles aux pratiques traditionnelles normales ou qui hésitent encore face à la transformation digitale seront donc dans l'obligation de doubler l'effort afin de réussir leur passage vers le digital. Mais la COVID 19 a permis d'accélérer le déploiement de plusieurs chantiers de transformation digitale au niveau national et international. **(Gmira F & Elharissi H, 2021)**

Conjointement, la transformation digitale des entreprises place la clientèle au centre de son organisation. La digitalisation regroupe également un ensemble de concepts tels que, BIG Data, les TIC, le temps réel, la connectivité ...etc. Par conséquent, la transformation digitale touche et impacte tous les types et les formes des entreprises, à savoir, les TPE, les PME et même les GE. Le résultat de cette mutation numérique permet aux employés de travailler en toute efficacité. De plus, elle facilite le travail entre collaborateurs contre l'entreprise traditionnelle qui garde toujours des processus assez longs pour le traitement de l'information, pour l'exécution des opérations.

Autre point très important, la transformation de l'entreprise traditionnelle vers une entreprise digitale, peut avoir plusieurs avantages surtout dans le volet commercial et de prospection. Ce phénomène est devenu un point essentiel pour le bon déroulement du processus de l'entreprise. Cette notion entraîne la dématérialisation des services et des procédures, elle garantit un travail efficace et rapide **(Kévin. 2022)**

L'objectif de ce papier est d'expliquer le passage d'une entreprise traditionnelle à une entreprise digitale en posant la question comment on est arrivé à une entreprise digitale aujourd'hui ?

La méthode de notre travail sera présentée en deux parties, la première présentera l'entreprise traditionnelle en fonction de son cadre théorique et conceptuel. La deuxième partie sera consacrée à l'entreprise digitale, à savoir son apparition, sa nécessité pour le processus de l'entreprise et son importance face à l'entreprise traditionnelle. Cela constitue une fiche de route pour nous afin d'avoir le maximum de données sur le sujet abordé. Finalement nous allons discuter les points de convergence et de divergences des deux types d'entreprises.

1. De l'entreprise marchande à l'entreprise moderne.

1.1. Cadre conceptuel de l'entreprise marchande.

Dans l'histoire du développement économique et humain, la création d'une unité de production de biens et de services joue un rôle primordial dans la multiplication des richesses produites. Le capital, tel qu'il est défini par Drancourt comme « un ensemble de moyens en argent, en savoir-faire, naissant de l'épargne, peut être mobilisé pour la production des biens et services » (Drancourt M. 2002) est un élément primordial, nous ne nous pouvons pas parler d'une entreprise qu'après l'utilisation de ce dernier. Dans ce contexte, lorsqu'il commence à utiliser le capital, il devient un entrepreneur qui accepte la prise du risque avec une confiance, qu'il peut améliorer sa situation par la maîtrise du temps et des coûts, avec une volonté d'entreprendre et la garantie de pouvoir récolter la récompense de son travail.

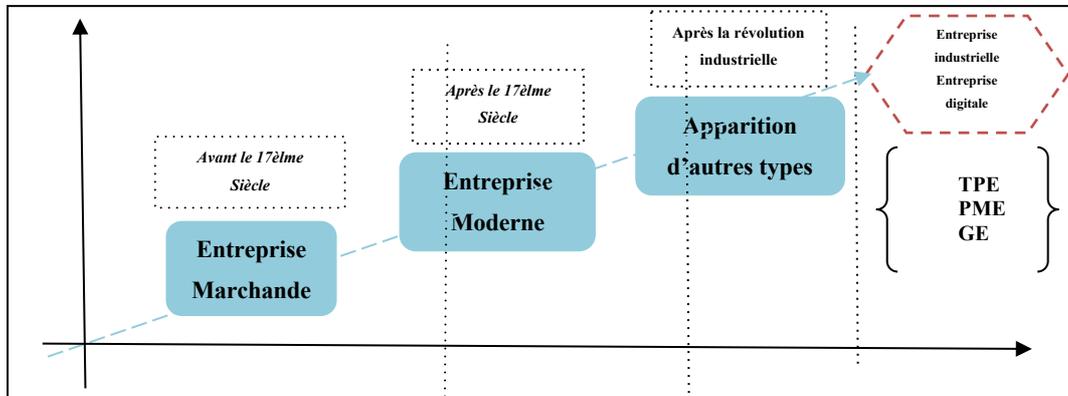
1.1.1 La naissance de l'entreprise par le commerce.

Avant l'apparition de l'entreprise, les gens et leurs transactions s'effectuent entre eux. Nous pouvons dire qu'à cette époque que l'entreprise n'était pas présente. Vu qu'à cette époque les entreprises qui existent sont généralement des entreprises marchandes. Par conséquent, nous avons commencé à parler de l'entreprise moderne après le 17^{ème} siècle (Alex. P 2011).

En effet, A partir du XIV^{ème} siècle l'occident commence à s'ouvrir au monde ce qui donne les premières traces de l'entreprise moderne. Malgré que les échanges ne dépassent pas les 5 kilomètres. A ce niveau, l'ouverture à l'extérieur devient une nécessité. Ainsi, des entreprises financières et marchandes construisent les premiers chemins d'un vrai capitalisme bancaire et marchand. Dans ce sens, trois principales étapes historiques marquent ces évolutions. Vers la fin du XV^{ème} siècle, l'Italie commence un vrai déclin au profit d'Anvers. L'émergence du capitalisme (après le pillage d'Anvers par les Espagnols) s'est commencé réellement aux Pays-

Bas. Les échanges et expéditions commerciales ne sont organisés qu'après les besoins exprimés par la clientèle.

Figure N°1 : De l'entreprise marchande à l'entreprise moderne.



Source : Elaborée par les auteurs

1.1.2 Les premières apparitions de l'entreprise moderne

Pour un meilleur échange de marchandises entre les producteurs et les consommateurs, l'entreprise a besoin de moyens de transport. Ce besoin est parmi les nombreux changements dans la sphère économique. L'utilisation des caravelles augmentent les capacités de transport. Plusieurs causes ont donné naissance à l'extension des marchés et trouver d'autres clients pour vendre sa marchandise. Auparavant, le petit artisan produit ce qui est nécessaire dans son petit atelier afin de satisfaire ses besoins et les besoins de sa petite famille, parfois il satisfait même les besoins de ses proches. Après l'apparition du commerçant intermédiaire et l'augmentation de nombre des artisans, le petit artisan est dans l'obligation de développer son petit atelier, ainsi, recruter plus d'effectif afin d'attirer l'attention du commerçant intermédiaire qui prendra en charge la vente de ces articles dans un autre marché contre un pourcentage.

1.2. La relation petit artisan et commerçant intermédiaire.

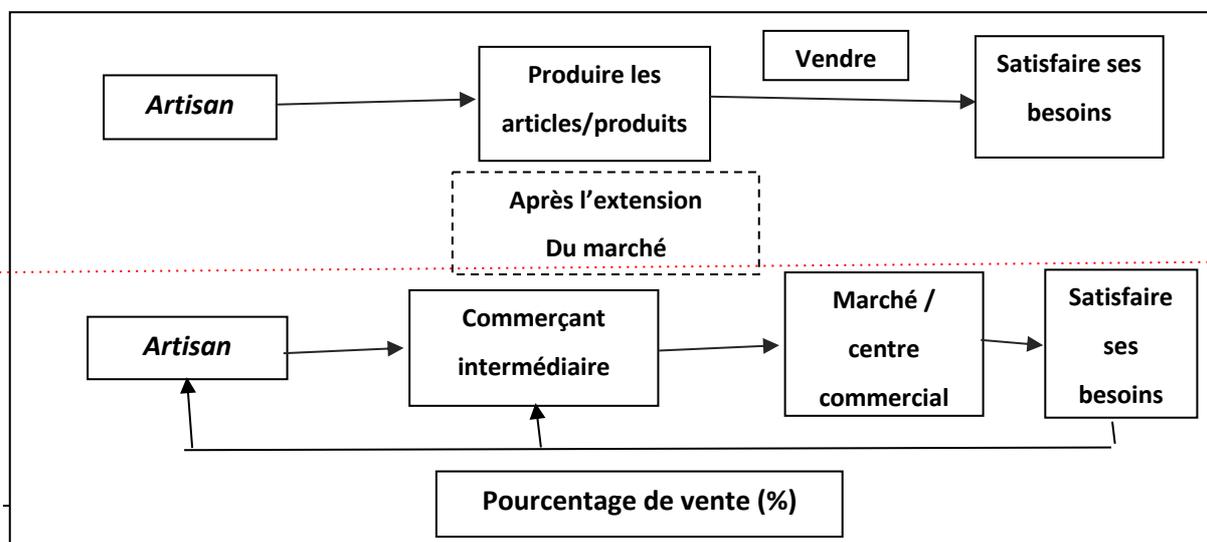
L'artisan est une personne qui pratique un métier manuel selon des normes traditionnelles (**Définition de Larousse**). La relation entre le petit artisan et le commerçant intermédiaire a commencé au moment de l'extension des lignes commerciales. Avant, le petit artisan connaissait ses clients, la vente de ces produits ou articles aux personnes étrangers était rare. Vers la fin du moyen âge, le nombre des artisans est en croissance, ils commencent à jouer un rôle capital au développement économique. Même les activités industrielles et commerciales sont en voie de croissance.

A cette époque, l'industrie était très timide et à domicile, elle se caractérisait par les méthodes traditionnelles pratiquées par les artisans libres à Athéna et Rome. Son objectif principal est de rassembler les éléments de la production sous la main d'une seule personne qui est à la fois, le propriétaire et le gestionnaire et le seul travailleur principal.

Durant cette période, les domaines professionnels étaient très limités, vu la rareté des matériels, l'absence des machines et aussi un capital timide. Ce capital suffit juste pour le paiement de la loyer et l'achat des outils et la matière première. L'artisan travaille en utilisant ses propres mains, parfois à l'aide d'un stagiaire ou un assistant avec une expérience modeste.

Ensuite, l'industrie commence à se développer, vue l'augmentation du nombre de la population et la demande diverse de cette population. Dans ce sens, la production des autres produits secondaires, comme le tissu, les outils et le matériel joue un rôle commercial important, surtout après les découvertes géographiques d'autres pays, l'élimination des frontières imposées par les féodales. Cela était le point de départ des centres commerciaux actifs via lesquels les artisans et les paysans vendaient leurs articles et leurs produits.

Figure N°2 : Relation artisan/commerçant intermédiaire.



Source : Elaborée par les auteurs

1.3. La communication, un levier de l'extension commerciale.

Le terme communication vient du latin « communicare », mettre en commun, de « communis », commun. C'est l'action de communiquer, de transmettre des informations ou des connaissances à quelqu'un ou, s'il y a échange, de les mettre en commun. Cette communication entre les gens et entre les civilisations encourage le commerce entre l'Europe et le Moyen-Orient, surtout à

l'ère des guerres des croisades. Après cet événement marquant, le commerce international est développé, grâce aux moyens de transport maritime et terrestre vers l'Asie, l'Afrique et même à l'intérieur de l'Europe. Cette extension a fait sortir le concurrent du petit artisan qui est le commerçant intermédiaire, à savoir que ce dernier était toujours présent et ses activités étaient bornées à l'échelle locale. Après l'extension commerciale, le petit artisan s'est trouvé devant un commerçant intermédiaire plus puissant, avec des nouveaux moyens, de nouvelles habilitations qui couvrent le territoire interne et externe, les marchés nationaux et internationaux.

D'après ce point, l'artisan et pour bénéficier des services du commerçant intermédiaire, il est dans l'obligation de développer son activité de sa part. d'agrandir son petit atelier de maison vers un grand atelier avec un effectif d'ouvriers et une quantité de matière première. Ce changement a favorisé la mutation de satisfaire les besoins personnels et les besoins des voisins à la satisfaction d'une clientèle inconnue pour l'artisan. Mais ce dernier reste toujours sous le pouvoir du commerçant intermédiaire. Ce pouvoir qui a donné le changement d'artisan vers un ouvrier chez le commerçant intermédiaire qui détient le pouvoir.

2. De l'entreprise industrielle à l'entreprise digitale.

A la lumière de la production locale à la maison, l'artisan était toujours le propriétaire de son petit atelier, il travaille en pleine liberté loin du pouvoir du commerçant intermédiaire. Cette brève explication est un petit rappel de ce que nous avons déjà présenté aux paragraphes précédents. Le commerçant intermédiaire a constaté qu'après l'extension des marchés commerciaux et l'augmentation de la demande sur les marchandises, il est nécessaire d'avoir son propre atelier avec tous les artisans sous un seul toit. Ce qui a donné naissance à l'immigration des artisans du milieu rural vers les villes.

Parallèlement, avec l'apparition des manufactures, avoir un grand capital est devenu une nécessité, parce qu'il est difficile de collecter un grand capital. Cela a accéléré le passage vers le régime des sociétés pour couvrir les fonds destinés à l'achat des terrains et du matériel, ainsi, le paiement des charges personnelles.

2.1. L'entreprise industrielle et le marché

L'entreprise manufacture à cette époque a toutes les caractéristiques de l'entreprise moderne, du moins, d'un point de vue de propriété, il y a un découpage entre le propriétaire et les employés. Le gérant de la société est devenu un employé comme les autres.

Dans le même contexte, le changement de l'entreprise dit professionnelle à toucher le travail à la demande qui est devenu un travail destiné au marché sous le toit de la loi de l'offre et la demande.

A la lumière d'une économie capitaliste dépend du marché, la production est destinée à une clientèle virtuelle inconnue pour l'entrepreneur commerçant. A cette époque, si on demande au commerçant combien de produits vous fabriquez ? à quel prix vous vendrez contre ces produits ? Le commerçant sûrement n'aura aucune réponse précise. Adam Smith ainsi que les néoclassiques ont dit que le marché a la réponse à savoir que le marché est le lieu de rencontre entre l'offre et la demande.

2.2. L'entreprise digitale

L'apparition des nouvelles technologies de l'information et de la communication offre une révolution radicale au niveau des entreprises, cette révolution touche tous les secteurs, ainsi qu'il a créé un nouveau speech envers la clientèle. Ce changement a rendu l'entreprise plus efficace, chaque entreprise consciente de la présence et l'existence d'une opportunité de changement vers le digital doit être engagée à la transformation numérique (**Dudézert,2018**).

Comme nous l'avons mentionné aux paragraphes précédents, la communication est parmi les facteurs qui ont favorisé l'extension commerciale. Aujourd'hui et face à la révolution numérique, le digital est devenu un impératif pour toute entreprise afin de réussir sa position sur le marché. La digitalisation pour certains praticiens est un changement induit par les technologies numériques dans les aspects de la vie humaines (**Stolterman et Fors, 2004**).

La digitalisation constitue un vecteur de performance pour les entreprises. La transformation digitale est un concept récent qui vient pour prendre la place de la transformation numérique. En 2004, l'utilisation de la digitalisation fait référence aux dernières révolutions technologiques. Ce concept va plus loin de s'associer complètement aux dimensions de l'entreprise tout en gardant les innovations en termes de technologie, stratégie et humaines.

Un pourcentage de 75% de la population mondiale ont un Smartphone, ce pourcentage est un promoteur et on même ligne une opportunité d'or qui pousse les entreprises à la digitalisation. Par contre, la transformation digitale reste toujours un processus complexe compte tenu des différents angles concernés par cette mutation. Ainsi, les différentes opérations à mettre en place en interne et non externe.

2.3. Méthode adoptée

L'exploitation de la data scientifique a été entamée pour concrétiser cette recherche. La chronologie de notre recherche dans un premier temps c'était une recherche par mot clé principal qui est l'entreprise digitale. Malgré les tentatives que nous avons effectuées, une définition nette est claire pour le concept de l'entreprise digitale est difficile à trouver. Dans un deuxième temps, nous avons essayé de chercher via la langue anglaise en tapant les mots clés « Digital firm », « E-Firm » mais nous nous sommes trouvées dans le même problème de rareté. Après avoir trouvé 30 documents nous avons exploité seulement de 14 documents qui sont plus au moins utiles. Le tableau ci-dessous est un résumé de l'opération d'exploitation de la data.

Tableau N°01 : Résultat de la recherche et nombre des papiers consultés

| Termes | Nombre de documents | | Nombre de documents consulté |
|----------------------------|---------------------|----------|------------------------------|
| | Anglais | Français | |
| Digital Company | 10 | 0 | 05 |
| E-Firm | 10 | 0 | 05 |
| Entreprise Digitale | 0 | 05 | 02 |
| E-Entreprise | 0 | 05 | 02 |

Source : Elaboré par les auteurs

Après avoir lu les documents retenus, un deuxième tri a été réalisé, ce qui a permis d'obtenir un nombre de 05 ressources à présenter. Les raisons de retenir les fichiers étaient basées sur la pertinence et la clarté de la définition sur l'entreprise digitale.

Durant notre recherche nous avons trouvé une rareté des définitions de l'entreprise digitale, ce qui nous compliqué la tâche. Mais nous avons projeté la définition de la transformation digitale sur l'entreprise pour donner des définitions approximatives de l'entreprise digitale Comme mentionné sur le tableau N°01 qui explique le détail de la recherche.

Tableau N°02 : Liste des définitions retenues

| Auteurs | Année | Définition retenue |
|----------------------------|-------|---|
| Fitzgerald et al. | 2014 | L'entreprise digitale est celle qui utilise les technologies digitales comme les réseaux sociaux les technologies mobiles, pour améliorer son business. |
| K. C. Laudon, J. P. Laudon | 2012 | Une entreprise digitale est une entreprise qui convertit tous ces engagements client/fournisseur/ressources humaines en outils digitaux. |
| Westerman et al. | 2012 | L'entreprise digitale est une entreprise qui utilise les NTIC pour une amélioration radicale de sa performance. |
| Stolterman and Fors | 2004 | L'entreprise digitale est le changement que le digital influence sur tous les aspects de la vie des êtres humains. |

Source : Elaboré par les auteurs

3. Synthèse des travaux

Après avoir présenté l'histoire de l'entreprise, notamment sa transition entre le mode traditionnel et le nouveau mode numérique. Le constat des deux catégories se caractérise par le développement et l'amélioration de la performance de l'entreprise, sans prendre en considération ses types. Si l'entreprise traditionnelle a connu des changements au niveau du fonctionnement et des conditions de travail, l'entreprise digitale aussi confrontera des changements soit au niveau des conditions soit au niveau du fonctionnement. L'essentiel dans ce sens est d'être dans la voie de la performance, d'accompagner les changements et les mutations imposés par le marché en particulier et la vie en générale. Dans la même ligne, les travaux et les études déjà réalisés traitent uniquement l'entrepreneuriat digital en tant que « forme d'entrepreneuriat qui consiste à saisir des opportunités exclusivement sur Internet, via les technologies digitales, pour la création de business totalement ou partiellement électronique » **Besnaid W, & Azdimoussa H. (2019)**. Les entreprises et la transformation digitale, la performance des entreprises à l'ère de la digitalisation. Ceci est un travail considérable et enrichissant, mais il faut avant tout aborder et traiter ainsi comprendre le passage de ces entreprises, et avant ça donner une définition claire et nette à cette nouvelle forme d'entreprise. Dans la partie de la conclusion des résultats, une définition sera proposée après l'exploitation d'un nombre déterminé des articles et des références qui constitue notre échantillon représentatif des définitions disponibles dans le cadre de la littérature sur le terme de l'entreprise digitale.

Conclusion des Résultats et discussion

La revue de la littérature effectuée sur les concepts clés de l'entreprise digitale à fait sortir une variété de définitions. Malgré la difficulté de trouver une définition claire et pertinente vue que les recherches et les papiers traitent en majorité la transformation digitale et son impact sur la performance des entreprises, ou la transformation digitale des entreprises en générale. Comme ce qui est cité aux premiers paragraphes, l'entreprise a fait plusieurs changements pour arriver à ce stade. Depuis les échanges entre les familles et les individus dans l'objectif de satisfaire leurs besoins, à l'entreprise marchande qui se caractérise par l'activité marchande, par la suite l'entreprise professionnelle présentée par le petit artisan et son petit atelier à la maison avec une production timide, ensuite, l'entreprise manufacture ou industrielle qui détient un capital et des machines, une production en masse, une extension commerciale et l'ouverture sur d'autres marchés, jusqu'à l'entreprise digitale qui utilise les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Cette utilisation permet à l'entreprise de faire face à la concurrence, d'être en contact avec la clientèle et les fournisseurs, ainsi, elle améliore son business par l'intégration dans la sphère de la transformation digitale.

A ce stade, nous proposons une définition simple pour l'entreprise digitale d'après tout ce que nous avons cités :

L'entreprise digitale est une unité de production économique, qui utilise les NTIC, pour être en communication avec la clientèle, les fournisseurs, les ressources humaines et l'Etat, dans le but de faire face à la concurrence et améliorer sa performance.

Enfin, l'entreprise digitale est la forme la plus adéquate aujourd'hui. Le nombre de personnes connectées et de plus en plus en augmentation exponentielle. Le petit et le grand aujourd'hui ont un Smartphone, un accès Internet etc. le futur de ces entreprises est conditionné par cette transformation vers le digital, elles doivent impérativement suivre la tendance, faire plus d'efforts, former le personnel sur tous les outils digitaux afin de garantir sa part de marché d'un côté, améliorer sa performance et innover autrement d'un autre côté.

Pour les perspectives de recherche futures, nous comptons sur les chercheurs de creuser sur le sujet de l'entreprise digitale, de discuter ce changement, à savoir ces avantages, ces limites ainsi que les enjeux parce que la majorité des recherches et des papiers traitent seulement la transformation digitale et non pas la forme de l'entreprise digitale.

BIBLIOGRAPHIE

- Alexis, 2011 : Entreprises et entrepreneurs à travers l'histoire. Ressources en sciences économiques et sociales. Site-web <http://ses.ens-lyon.fr/>.
- Besnaid W & Azdimoussa H. : l'entrepreneuriat digital : Revue de la littérature et nouvelle définition. Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°3, Juillet-Septembre 2019
- Bharadwaj, A.: A resource-based perspective on information technology capability and firm performance: an empirical investigation. MIS Q. 24(1), 169–196 (2000).
- Carcary, M., Doherty, E., Conway, G.: A dynamic capability approach to digital transformation—a focus on key foundational themes. In: 10th European Conference on Information Systems Management. Academic Conferences and publishing limited, pp. 20–28 (2016)
- Drancourt, M. (2002), Leçon d'histoire sur l'entreprise de l'Antiquité à nos jours, Presses Universitaires de France.
- DUDÉZERT, A : La Transformation digitale des entreprises », Questions de communication 35 | 2019, mis en ligne le 01 octobre 2019, consulté le 08 avril 2021.
URL : <http://journals.openedition.org/questions-de-communication/20184>.
- European Commission. 2015. «Digital Transformation of European Industry and Enterprises, A report of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship». 2015. Rapport disponible sur le lien :URL:<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/9462/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2013). Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative | MIT Sloan Management Review in collaboration with CapGemini Consulting. Retrieved from <https://www.capgeminiconsulting.com/SMR>
- Giones, F., & Brem, A. «Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda». Technology Innovation Management Review. 2017.7(5).

- Henri Hamon, économiste à la CCI Paris Ile-de-France : « La transformation digitale des entreprises : de la stratégie à l'organisation » FriedlandPapers - Lettre de prospective n° 48– janvier 2015.
- Hess, T., Matt, C., Benlian, A., Wiesböck, F.: Options for formulating a digital transformation strategy. MIS Q. Executive 15(2), 123–139 (2016)
- Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V., DeMartino, R. «Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship». International Journal of Networking and Virtual Organizations. 2007. 4(3). pp. 290-303
- K. C. Laudon, J. P. Laudon (2012). Management Information Systems - Managing the digital firm, 13th Edition Global Edition. Pearson. USA
- Kévin. « Digitalisation des entreprises : retour vers le future (2022) » : site web <https://www.indicerh.net/>
- MIRA F & ELHARISSI H, (2021) « La Covid-19, accélérateur de La transformation numérique des territoires : un levier de l'attractivité territoriale « Le contexte Marocain, stratégies et orientations, Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 2 : Numéro 12 » pp :307-330.
- Nambisan, S. «Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship». Entrepreneurship: Theory and Practice.2016. 414. pp. 1–27.
- Patel, K., & McCarthy, M. P. (2000). Digital transformation: the essentials of e-business leadership. McGraw-Hill Professional.
- Stolterman, E., & Fors, A. C. (2004). Information technology and the good life. In Information systems research (pp. 687-692). Springer, Boston, MA.
- Tolterman, E., Fors, A.: Information technology and the good life. In: Information Systems Research, pp. 687–692 (2004)
- Westerman, G., Calmédjane, C., Bonnet, D., Ferraris, P., McAfee, A., Digital transformation: A Roadmap for billion-Dolar Organizations, pp. 1-68, MIT Sloan Management, MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting (2011).