

Les déterminants de l'adoption de l'Intelligence Artificielle dans les Très Petites Entreprises : Quelques révélations du contexte camerounais.

The determinants of Artificial Intelligence adoption in Very Small Enterprises: Some revelations from the Cameroonian context

EKONNE Emmanuel Aimé II

Enseignant chercheur

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion Appliquée

Université de Douala

Groupe d'Etudes et de Recherche en Economie Appliquée (GEREA)

Cameroun

Date de soumission : 25/04/2026

Date d'acceptation : 14/06/2026

Pour citer cet article :

EKONNE E . (2026) « Les déterminants de l'adoption de l'Intelligence Artificielle dans les Très Petites Entreprises : Quelques révélations du contexte camerounais. », Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit « Volume 10 : numéro 2 » pp : 256-279.

Résumé

Le présent article a pour objectif de mettre en exergue les déterminants de l'adoption de l'intelligence artificielle dans les Très Petites Entreprises (TPE) camerounaises. Les données nécessaires à la conduite de l'étude proviennent d'une enquête par entretiens semi-directifs auprès d'un échantillon de 10 dirigeants de TPE qui utilisent l'IA dans le management de leur entreprise. La construction d'une grille d'analyse a été réalisée à l'aide du logiciel NVIVO 10. Les résultats montrent que les TPE adoptent les outils de l'IA de par leur facilité d'usage, l'avantage qu'ils peuvent avoir sur les autres outils, leur simplicité, leur utilité, leur compatibilité, leur disponibilité, leur rapidité et leur capacité à proposer des solutions. Aussi, le contexte des TPE impose une adaptabilité de ces outils et la capacité de résilience des dirigeants pour maintenir ces outils actifs, déterminants pour la prise de décisions.

Mots clés : Déterminants, Adoption, Intelligence artificielle, TPE, Cameroun

Abstract

The aim of this article is to highlight the factors influencing the adoption of Artificial Intelligence (AI) by Very Small Enterprises (VSEs) in Cameroon. The data for this study was gathered through interviews with a sample of 10 managers of VSEs who use AI in their business management. An analytical framework was developed using NVivo 10 software. The results show that VSEs adopt AI tools due to their ease of use, the advantages they offer over other tools, their simplicity, usefulness, compatibility, availability, speed, and ability to propose solutions. The context of VSEs requires adaptability of these tools and the resilience of managers to keep these tools active, which are crucial for decision-making

Keywords: Determinants, Adoption, Artificial Intelligence, VSEs, Cameroon

Introduction

L'accès aux services digitaux est désormais un objectif visé par tous les pays dans le monde, car la transformation numérique gagne tous les domaines et secteurs d'activités. En Afrique, elle progresse rapidement (40 % de taux de pénétration internet en 2024), soutenu par l'internet mobile et le *mobile money*, mais une fracture numérique majeure persiste. Malgré cela, dans ce continent, plus de 900 millions de personnes restent hors ligne, avec d'importantes disparités rurales/urbaines. (World Bank Blog, 2025). L'observation de la décennie actuelle permet de mettre en exergue une transformation profonde des outils digitaux, portées par l'émergence de nouvelles technologies innovantes, dont l'intelligence artificielle (IA) constitue l'un des leviers les plus prometteurs (Saura, et al., 2021 ; Gungunawat & Suvittawat, 2024). Désormais, de nombreuses entreprises à travers le monde intègrent l'IA dans leurs stratégies de management pour automatiser les tâches (Gungunawat & Suvittawat, 2024 ; Alaoui, et al., 2025 ; Ben Slama & Ben Ghodbane, 2025). On peut donc observer que les chatbots, les algorithmes de recommandation, les analyses prédictives ou encore contenus générés par l'IA sont devenues monnaie courante dans les grandes entreprises et certaines PME innovantes (Aminjonovna, 2025 ; Saura, et al., 2021 ; Islam, et al., 2024 ; Etoundi, 2025). Mais ces outils malgré les avantages qu'ils présentent sont timidement utilisés dans les TPE.

L'observation du contexte camerounais permet de constater une évolution de cette courbe technologique à travers trois facteurs : la pression concurrentielle accrue dans le commerce et les services ; l'accessibilité croissante des outils via mobile (Etoundi, 2025) et la croissance des jeunes entrepreneurs digitaux (Mvondo & Ngono, 2025). Ce contexte met en évidence une multitude de TPE dont le management devrait faire appel aux outils de l'IA. Au début de l'année 2025, le taux de pénétration d'internet a atteint 41,9 % avec une hausse de 315 000 nouveaux utilisateurs, marquant une progression de la connectivité numérique (World Bank Blog, 2025). L'usage est largement dominé par le mobile, avec près de 22 millions d'abonnés, l'utilisation principale étant la communication via les réseaux sociaux (Facebook, TikTok). Environ 77,6 % de personnes connectées utilisent internet pour les réseaux sociaux et la communication. Selon un rapport du GECAM (Groupement des Entreprises du Cameroun)¹, 58 % des entreprises camerounaises s'estiment numérisées, avec 81 % d'entre elles disposant d'un site internet et 85 % utilisant les réseaux sociaux pour leur communication. Ce contexte

¹ Il représente le secteur privé auprès du gouvernement camerounais, comptant plus de 1 000 membres pour promouvoir l'entrepreneuriat, la compétitivité, et le climat des affaires, notamment via des réformes fiscales et sociales

est donc propice au développement de l'IA et surtout pour les TPE. Leur management se caractérise par une approche informelle, centralisée et réactive, centrée sur la polyvalence et la proximité avec le dirigeant. Il repose sur une communication fluide, un leadership direct, une grande capacité d'adaptation et une gestion des ressources humaines souvent moins structurée, favorisant la confiance et la responsabilisation. Avec l'évolution, la TPE de nos jours fait face à plusieurs défis (Um-Ngouem, 2006, Um-Ngouem & Ekonnè, 2017) et doit s'adapter pour profiter des mêmes opportunités qu'offre son environnement. Le dirigeant, souvent polyvalent, doit jongler entre l'opérationnel et le stratégique, en s'appuyant généralement sur son intuition ou une veille informelle pour piloter l'activité. Ceci se fait généralement sur la base des informations disponibles qui nécessitent l'utilisation de l'IA.

Plusieurs travaux ont mis en exergue le développement des outils de l'IA et leur importance pour le management, l'éthique (Floridi, 2022), les stratégies marketing (Gungunawat & Suvittawat, 2024 ; Islam, et al., 2024 ; Etoundi, 2025 ; Aminjonovna, 2025 ; Tshiband Musas, & Kund Kapend, 2026.), la gestion des risques (Dhouib, 2023 ; Tadlaoui, et al., 2026), l'entrepreneuriat (Touati & Assal, 2026), etc dans les entreprises. Ces travaux sont plus concentrés sur les grandes entreprises et certaines PME. Ceux qui traitent spécifiquement de ces aspects en contexte TPE semblent presque inexistantes. L'IA n'est plus une technologie réservée aux entreprises de grande taille. L'avènement des solutions Software as a Service (SaaS) et des modèles de langage grand public a théoriquement démocratisé son accès. Au Cameroun, ce basculement technologique s'inscrit dans un écosystème en pleine mutation, marqué par la mise en œuvre de la stratégie nationale d'intelligence artificielle (SNIA). Alors que les TPE forment plus de 90 % du tissu économique national, l'intégration de l'IA devrait s'imposer comme un levier d'opportunités unique pour compenser leur manque de ressources structurelles (automatisation administrative, marketing digital à bas coût, comptabilité prédictive simplifiée). Pourtant, la confrontation au terrain camerounais révèle une réalité asymétrique. D'un côté, la barrière financière à l'entrée s'est effondrée (l'accès aux versions professionnelles d'outils d'IA générative coûte moins de 15 000 FCFA par mois). De l'autre côté, les dirigeants font face à un environnement opérationnel hostile marqué par des fractures infrastructurelles lourdes (instabilité du réseau électrique, coût prohibitif de la bande passante internet par rapport aux chiffres d'affaires), une faible maturité des données internes et un déficit criant de capital humain qualifié pour manipuler ces technologies stratégiquement. Le paradoxe réside ainsi dans le contraste entre l'accessibilité financière universelle de l'IA et la complexité systémique de son appropriation réelle par des structures aux ressources limitées.

A partir de ces développements, notre préoccupation est donc de savoir *quels sont les déterminants de l'adoption de l'intelligence artificielle par les TPE camerounaises ?*

Pour répondre à cette question, après une revue de la littérature, nous réalisons une enquête par guide d'entretien auprès de 10 dirigeants de TPE choisis selon la technique d'échantillon par convenance à partir de la base de données de l'enquête sur la petite entreprise réalisée au Cameroun en 2023. Les données collectées sont analysées à partir du logiciel NVIVO 10, la technique d'analyse de contenu a été privilégiée. Notre raisonnement est structuré autour de deux sections. Dans la première nous présentons les modèles théoriques de l'adoption des innovations technologiques et nous présentons notre démarche méthodologique (1). Dans la deuxième, nous présentons les résultats obtenus qui feront l'objet d'une discussion (2).

1. Présentation des théories retenues et de la démarche méthodologique

Il nous a paru nécessaire avant tout développement, de présenter les modèles explicatifs de l'adoption d'une innovation technologique. Nous considérons de ce fait l'IA comme une innovation technologique et formulons nos propositions théoriques. Après cela, nous présenterons en justifiant nos choix méthodologiques.

1.1. Présentation des modèles explicatifs de l'adoption des innovations technologiques

L'intelligence artificielle (IA) est l'ensemble des systèmes informatiques capables d'effectuer des tâches typiquement associées à l'intelligence, telles que l'apprentissage, le raisonnement, la résolution de problèmes, la perception ou la prise de décision. Il s'agit donc de l'intelligence dont font preuve les machines, par opposition à l'intelligence naturelle dont font preuve les humains (Etoundi, 2025). Selon (Hu, et al., 2021), l'IA est une branche de l'informatique, qui vise à créer des ordinateurs et des machines telles que des robots aussi intelligents que les humains (Alaoui, et al., 2025). Cette technologie est désormais appliquée dans le quotidien, conduisant au développement du mode de vie humain et à son amélioration. Pour les mêmes auteurs, l'intelligence artificielle consiste principalement à développer des fonctions informatiques liées à l'intelligence humaine, telles que la résolution de problèmes, la planification, le raisonnement et l'apprentissage. La technologie est conçue ici pour réaliser des activités humaines. Cependant, l'IA est devenue un élément important de l'industrie voir associée à diverses avancées technologiques (Hu, et al., 2021). Ayant été définie ainsi, l'IA est

donc une innovation technologique. Nous avons retenu pour cette étude trois principales théories explicatives du choix de l'adoption de l'IA.

1.1.1 Le cadre Technology-Organisation-Environment (TOE)

Le cadre *Technology-Organization-Environment* (TOE), formalisé par Tornatzky & Fleischer (1990), est un modèle théorique macro-organisationnel majeur. C'est un modèle qui permet d'analyser comment le contexte d'une entreprise influence ses décisions d'adoption et d'implémentation d'une innovation technologique (Peters, et al., 2024). Il est particulièrement pertinent pour étudier les TPE. Il stipule que le processus d'adoption est influencé par trois contextes distincts :

- Le contexte technologique : il concerne les caractéristiques intrinsèques de l'outil (L'avantage relatif et l'accessibilité financière, complexité et compatibilité,).
- Le contexte organisationnel : il concerne les caractéristiques internes des TPE (le pouvoir de décision est ultra-centralisé. Le processus d'adoption ne dépend pas d'un comité informatique, mais de la perception personnelle, de l'âge, de la formation et de la technophilie du propriétaire-dirigeant ; et la rareté des ressources humaines et financières : L'adoption de l'IA requiert un capital humain capable de formuler des requêtes (*prompt engineering*) ou d'interpréter des tableaux de bord prédictifs).
- Le contexte environnemental : l'arène externe dans laquelle la TPE opère son activité. Cela inclut son industrie ses infrastructures, la pression concurrentielle, le cadre réglementaire.

1.1.2 La Théorie de la Diffusion des Innovations (TDI) de Rogers (1995)

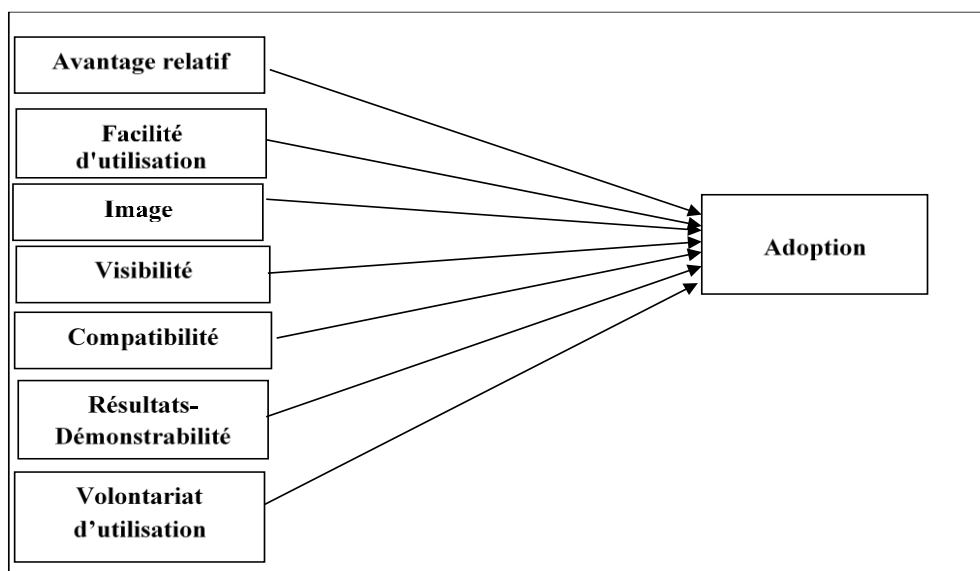
La théorie de diffusion des innovations constitue un axe important de la recherche comportementale utile pour expliquer l'adoption, l'utilisation et la diffusion de nouvelles technologies, tant sur le plan individuel que sur le plan organisationnel. Selon Rogers (1995), la diffusion de l'innovation c'est : « *le processus par lequel une innovation est communiquée à travers certains canaux, dans le temps et parmi les membres d'une organisation ou d'un système social donné* ». L'auteur considère ainsi que le processus de diffusion d'une innovation est un type spécial de communication. Ainsi, Rogers (1995) considère la communication est un processus dans lequel les participants créent et partagent de l'information entre eux afin d'atteindre un état de compréhension mutuelle. C'est un processus de convergence (ou de divergence) où deux individus ou plus échangent de l'information afin de se mettre d'accord

sur la signification qu'ils donnent à certains événements. Cette théorie suppose que l'adoption d'une innovation par une population est reliée à plusieurs facteurs :

- La perception des attributs de l'innovation ;
- Le type de décision (l'utilisation volontaire de l'innovation provoque une adoption plus facile) ;
- Le canal de communication (les communications de masse permettent de rejoindre un groupe plus large d'individus) ;
- Le système social (des normes et des valeurs favorables à l'innovation et la cohésion du groupe social vont avoir une influence positive sur l'adoption) ;
- et enfin, l'agent de changement (l'adoption sera plus facile si un agent de changement en fait activement la promotion).

Selon Cheikho (2015), les attributs de l'innovation font référence aux perceptions individuelles, à savoir l'avantage relatif (la perception des avantages liés à l'adoption), la compatibilité (faire preuve de compatibilité par rapport aux valeurs existantes), la complexité (être simple d'utilisation et facile à expérimenter), la possibilité d'essai². Les variables explicatives de l'adoption de l'innovation dans la théorie de la diffusion de l'innovation se présentent comme dans la figure suivante :

Figure N°1 : Les variables de l'adoption selon la théorie de Moore et Benbasat



Source : Moore & Benbasat (1991)

² « L'innovation a plus de chance d'être adoptée si l'entreprise donne au consommateur la possibilité de l'essayer sans risque ».

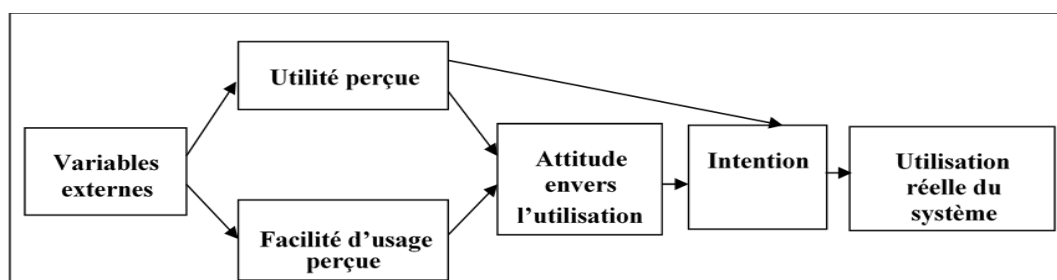
1.1.3 Le Modèle d'Acceptation de la Technologie (TAM) de Fred Davis (1989)

Sur la base de la théorie de l'action raisonnée et la théorie du Comportement Planifié³ (TCP), Davis (1989) a proposé le *Modèle d'Acceptation de la Technologie*⁴ (TAM), qu'il a développé au Canada au milieu des années 1980 (Yves Martin, 2018). Ce modèle explique l'utilisation des technologies de l'information en fonction d'un processus en quatre étapes:

- 1) Les variables externes influencent les croyances des utilisateurs sur l'utilisation du système. TAM utilise deux types de croyances : l'utilité perçue et la facilité d'utilisation perçue ;
- 2) Les croyances des utilisateurs influencent de leur côté leurs attitudes sur l'utilisation d'un système ;
- 3) Les attitudes des utilisateurs influencent leurs intentions d'utiliser un système ;
- 4) Et enfin, les intentions des utilisateurs déterminent le niveau de l'utilisation du système.

Ce modèle se base sur l'utilité perçue et la facilité d'utilisation perçue pour expliquer l'attitude de l'utilisateur, ses intentions et son comportement d'adoption de la technologie (voir figure 2).

Figure N°2 : La version du Modèle d'Acceptation de la Technologie de Davis (1989)



Source : adaptée par Alexandre, (2009).

De ce qui précède, le modèle met l'emphase sur deux concepts de base qui influencent l'attitude : l'utilité perçue (le degré auquel une personne croit que l'utilisation d'un système particulier augmenterait son rendement au travail ; en d'autres termes, elle renvoie à « la correspondance entre les fonctions supportés d'un système et les buts que s'assigne l'utilisateur) et la facilité d'utilisation perçue (renvoie au degré auquel une personne croit que l'utilisation d'un système particulier sera sans effort. Elle correspond ainsi « à la facilité d'utilisation des propriétés d'un système) (Terrade, et al. 2009).

³ Cette théorie présente une troisième variable explicative du comportement d'adoption des innovations, outre l'attitude et la norme subjective, c'est le contrôle comportemental.

⁴ TAM c'est TCP et TRA

Des travaux ont pu mettre en exergue les facteurs d'adoption des innovations technologiques et surtout de l'IA dans les entreprises de petite taille. A partir de ces travaux, l'adoption de ces innovations technologiques dépend souvent d'un ensemble de facteurs interdépendants, notamment la disponibilité des infrastructures technologiques (Alaoui, et al., 2025), la maturité organisationnelle (Sall & Sène, 2025), le cadre réglementaire, le niveau de compétence numérique du personnel (Peters, & al., 2024 ; Touati & Assal, 2026) et la volonté stratégique des dirigeants (Alaoui, et al., 2025). A l'issue de cette analyse des théories et quelques travaux que nous avons mobilisés dans cette recherche, nous formulons les propositions théoriques de recherche suivantes :

P1 : l'adoption de l'IA par les TPE dépend de la valeur perçue des services qu'elle offre aux utilisateurs (disponibilité, facilité d'usage, utilité perçue...).

P2 : L'adoption de l'IA par les TPE dépend de leurs contextes technologique et organisationnel.

P3 : L'adoption de l'IA par les TPE dépend de la capacité et de la volonté des promoteurs dans un environnement contingent.

1.2. Démarche méthodologique de l'étude

Pour faire ressortir les déterminants de l'adoption de l'IA par les TPE dans le contexte étudié, nous avons privilégié une étude qualitative sur la base d'un guide d'entretien administré auprès des dirigeants des TPE. Nous avons utilisé l'analyse de contenu et traité nos données avec le logiciel NVIVO 10.

1.2.1 Cadre de l'enquête qualitative auprès des dirigeants/décideurs des TPE

Dans cette recherche, la méthode qualitative a été retenue ; c'est un processus qui nécessite de la part du chercheur, un effort d'identification des thèmes, de construction d'idées qui émergent des données ainsi que de clarification du lien entre les données (Patton, 2002). Dans ce processus, l'auteur doit d'abord procéder à une « *segmentation* » qui entraîne une « *décontextualisation* », puis à l'interprétation, des données ou encore la catégorisation, qui mène à une « *recontextualisation* » (Saldaña (2015) ; Ekonné (2025)). Il convient par la suite de rassembler un corpus d'informations concernant l'objet d'étude et de le présenter selon ses ressemblances « thématiques », de rassembler ces éléments dans des classes conceptuelles, d'étudier les relations existant entre ces éléments et de donner une description compréhensive de l'objet d'étude (Saldaña, 2015). Dans notre cas, l'analyse de contenu semble pouvoir être pertinemment appliquée.

1.2.2 Analyse de contenu comme méthode retenue

L'analyse de contenu est un ensemble d'instruments méthodologiques de plus en plus raffinés et en constante amélioration s'appliquant à des « discours » extrêmement diversifiés et fondé sur la déduction ainsi que l'inférence (Bardin, 1977). Elle s'organise autour de trois phases successives : la pré-analyse qui consiste en l'intuition et l'organisation pour opérationnaliser et systématiser les idées de départ permettant d'aboutir à un schéma ou à un plan d'analyse (Glaser et Strauss, 1967). L'exploitation du matériel qui a pour but d'appliquer, au corpus de données, des traitements autorisant l'accès à une signification différente répondant à la problématique mais ne dénaturant pas le contenu initial (Robert et Bouillaguet, 1997). Et enfin, le traitement des résultats, l'inférence et l'interprétation où les données brutes sont traitées de manière à être significatives et valides (Bardin, 2013).

Nous avons ainsi privilégié l'analyse lexicologique qui, selon Negura (2006), porte l'attention sur des mots « pleins » (mots pivots situés dans leur contexte d'apparition), dont la fréquence est l'indice d'un noyau sémique, que l'on peut en apprécier la signification. Après avoir présenté brièvement la méthode d'analyse du contenu qui sera utilisée, il convient de décrire notre échantillon.

1.2.3 L'échantillon des dirigeants de TPE interviewés

Nous avons réalisé des séries d'entretiens semi-directifs auprès de dix (10) dirigeants des TPE au Cameroun notamment dans la ville de Douala capitale économique du pays, qui présente une diversité des TPE et qui abrite plus de 50% de la population totale des TPE. Selon le dernier recensement général des entreprises réalisé par l'institut National de la Statistique (INS), les TPE de tous les secteurs d'activités y sont représentées. Le tableau suivant fait ressortir les entretiens réalisés en fonction du dirigeant de la TPE, son âge, la durée dans les affaires, les outils IA utilisés, les investissements réalisés au cours de ces derniers temps pour développer les outils IA; et la durée de l'entretien. Le tableau ci-après fait apparaître ces informations pour chaque TPE interrogée.

Tableau N° 1 : entretiens réalisés auprès des dirigeants des TPE

| N° TPE | Age du Répondant | Durée dans les affaires | Investissement outils IA | Niveau d'étude | Nombre Employés | Outils IA utilisés | Durée entretien |
|--------|------------------|-------------------------|--------------------------|----------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| TPE 1 | 46 | 17 | OUI | Licence | 6 | ChatGPT | 48 min |
| TPE 2 | 42 | 16 | OUI | Baccalauréat | 5 | Gemini | 1 h 08 min |
| TPE 3 | 35 | 7 | OUI | Probatoire | 4 | Copilot | 1 h 04 min |
| TPE 4 | 63 | 26 | NON | BEPC | 9 | Copilot | 1 h 06 min |
| TPE 5 | 48 | 18 | OUI | Probatoire | 7 | Pennylane Gemini | 42 min |
| TPE 6 | 28 | 5 | NON | BEPC | 3 | Yolo V9 | 57 min |
| TPE 7 | 31 | 7 | OUI | Master | 5 | Claude Whisper 4.0 | 58 min |
| TPE 8 | 24 | 4 | OUI | BTS | 2 | Pennylane Gemini | 1 h 02 min |
| TPE 9 | 33 | 9 | OUI | Master | 7 | Remodel Magic plan | 1h 12 min |
| TPE 10 | 29 | 4 | OUI | Baccalauréat | 2 | Claude 4.0 | 57 min |

Source : nos entretiens auprès des clients (novembre-décembre 2025)

D'après ce tableau, on peut remarquer que l'âge des répondants varie entre 24 et 62 ans. La durée dans les affaires est établie entre 4 et 26 ans. Deux dirigeants n'ont pas investi ces dernières années dans l'acquisition et l'appropriation des outils IA, tandis que les 8 autres l'ont fait. Ces entretiens ont eu une durée moyenne d'une heure environ. Pour préserver l'anonymat des informations recueillies auprès des répondants, nous avons préféré numéroter les TPE étudiées en attribuant les numéros allant de 1 à 10 en lieu et place de leurs noms.

Nous avons bien voulu faire autant d'interviews possibles pour avoir progressivement des informations qui se répètent afin d'atteindre ainsi la saturation selon Glaser et Strauss (1967) tout comme Glaser (2005). Toutefois, nous nous sommes rendu compte qu'après le huitième entretien, nous avons presque les mêmes informations qui revenaient ; les données étaient progressivement transcrites à la fin de chaque interview. Les répondants semblaient donner les réponses similaires et le système de codification utilisé nous permettait d'avoir les mêmes codes. Nous avons donc interrogé deux dirigeants qui n'ont pas assez investis pour le développement des outils IA dans leur entreprise ; ceci nous a permis ainsi de respecter le principe de diversification. Selon Michelat (1975, p. 236) « *L'échantillon est donc constitué à partir des critères de diversification en fonction de variables qui, par hypothèse, sont stratégiques pour obtenir des exemples de la plus grande diversité possible des attitudes supposées à l'égard du thème de l'étude* ». La diversification assure la variété à l'ensemble d'un groupe recruté.

Toutes les interviews ont été réalisées sur les lieux de travail des répondants. Après cette présentation du choix de la technique d'analyse des données, il convient par la suite de présenter le contenu de notre support de collecte des données à savoir le guide d'entretien.

1.2.4 Contenu du guide d'entretien

Nos interviews ont été réalisées sur la base d'un guide d'entretien structuré autour de deux principaux thèmes.

Thème 1 : Eléments de signalétique, taille TPE, secteur d'activité, profil du dirigeant...

Thème 2 : Facteurs ayant favorisé l'adoption et l'utilisation de l'IA dans la TPE : il s'agissait pour chaque répondant de donner les motifs du choix de l'IA et de son utilisation dans le cadre de ses activités (circonstances, motivations et raisons du choix, avantages des outils IA, insuffisances présentées par l'IA dans le contexte d'étude et propositions d'amélioration).

Après la collecte des données sur la base du guide d'entretien ci-décrit, nous avons analysé celles-ci. Nous présentons dès lors quelques résultats importants avant de faire une discussion et revenir sur des implications managériales.

2. Présentation et discussion des résultats obtenus

Dans la présente étude, les analyses lexicologiques, thématiques qualitatives et quantitatives ont été combinées pour appréhender les déterminants de l'adoption de l'IA par les dirigeants des TPE étudiées. Nous présentons pour la circonstance quelques résultats obtenus.

2.1 Analyses lexicologiques de l'intelligence artificielle et de la prise de décision dans les TPE

Nous avons constitué un tableau répertoriant les mots (10) et leurs occurrences (plus de 12 fois) dans les verbatims. Nous avons obtenu le tableau ci-après :

Tableau N°2 : Analyse lexicologique des données sur l'adoption de l'IA par les TPE

| Mots | | Occurrences |
|------|------------------------|-------------|
| 1 | Pertinence | 35 |
| 2 | Connaissance | 31 |
| 3 | Rapidité | 28 |
| 4 | Aide à la décision | 26 |
| 5 | Utilité | 24 |
| 6 | Simplicité, facile | 22 |
| 7 | Compatibilité | 20 |
| 8 | Diversité de choix | 17 |
| 9 | Atteinte des objectifs | 14 |
| 10 | Adaptabilité | 12 |

Source : analyses qualitatives sur Nvivo 10

La grille de lecture ci-dessus a été constituée à partir de l'analyse lexicologique. La procédure de codage a consisté à segmenter le texte brut pour lui attribuer des étiquettes (*codes*) afin de synthétiser, classer et faire émerger du sens. Nous avons procédé à une transcription intégrale c'est-à-dire à une conversion des enregistrements audio des entretiens avec les dirigeants en texte textuel (verbatim). Nous avons utilisé le codage mixte en commençant avec une grille théorique préétablie tout en l'enrichissant de nouveaux codes au fur et à mesure de l'exploitation des verbatims. La grille de lecture nous a servi comme matériau de base pour procéder à la définition des thèmes que nous considérons comme pertinents et qui doivent nous permettre de procéder à l'analyse de la structure et du contenu de nos « entretiens ». Ainsi selon Miles et Huberman (2003), nous avons obtenus les principaux thèmes que nous avons pu retenir, ils apparaissent dans le tableau ci-après :

Tableau n°3 : Thèmes pertinents retenus après analyse lexicologique

| Thèmes formulés après analyse lexicologique |
|--|
| Pertinence, rapidité simplicité et facilité d'usage |
| Utilité, diversité de choix et outils d'aide à la décision |
| Compatibilité, avantage relatif et atteinte des objectifs. |
| Facteurs liés à la contingence |

Source : analyses qualitatives sur Nvivo 10

D'après ces analyses, les dirigeants des TPE étudiées considèrent que l'IA est un outil pertinent, rapide, simple et facile à utiliser. L'IA est un outil donnant une multitude de choix, sur la base des informations afin de permettre à l'entreprise d'atteindre ses objectifs. Selon eux, l'IA est également un outil riche, utile avec une diversité de domaines et d'informations dont l'utilisation permet de prendre des décisions. Il s'agit donc d'un outil compatible au management, présentant un avantage comparatif mais dont la mise en œuvre se heurte à des facteurs contingents liés à l'environnement. Ces thèmes nous ont permis de faire ressortir les grands axes pour nos résultats.

2.2 L'adoption et l'utilisation des outils de l'IA par les TPE : identification de quelques déterminants

Les dirigeants des TPE interrogés dans le cadre de cette recherche ont montré un intérêt assez remarquable pour l'usage des innovations technologiques en général et en particulier des outils de l'IA. A la question de savoir ce qui les a amené à utiliser l'IA dans la gestion de leur entreprise, nous avons relevés plusieurs réponses que nous mettons en exergue.

Pour cette question, le dirigeant de la TPE 1 s'exprime en ces termes : *« j'ai été bluffé par un ami qui a mis en place un logiciel et une application il s'agit de ChatGPT qui lui permettait de mieux gérer ses courriers, ses stocks, de passer les commandes et de relancer par message ses clients et fournisseurs, il finissait souvent très vite son travail. [...] Je lui ai donc demandé de m'aider également à l'installer ce système dans mon entreprise tout en payant petit à petit. Il a pu me trouver le garçon en question qui a fait le travail. Depuis ce jour, je ne me casse plus la tête. L'application que le petit là a installé sur mon ordinateur m'a facilité la tâche jusqu'à [...], elle est facile à utiliser, moi-même j'ai eu à former ma femme qui vient souvent me donner un coup de main. Même mes employés ont été rapidement formés. Il m'a mis une interface qui me permet de contrôler tout ce que les autres font. Désormais je ne perds plus le temps comme je le faisais avant quand tout était fait manuellement »*. A partir des réponses recueillies auprès de ce chef d'entreprise, on peut noter les facteurs suivants qui ont favorisé l'adoption des outils et contenus de l'IA dans cette entreprise : Permet d'effectuer les tâches, rapidité (faisait très vite son travail), flexibilité, facile à utiliser, gain de temps. Ces éléments ont fortement favorisé l'adoption et l'utilisation de l'IA dans le management de cette TPE.

Dans le même ordre d'idées, le dirigeant de la TPE 3 s'exprime en ces termes : *« J'ai entendu parler de l'IA par un des membres de notre tontine, il est venu me vanter les prouesses de cet outil. Avant ma tête ne m'envoyais pas de côté, mais un cœur m'a demandé d'essayer un peu et même en hésitant je lui ai demandé de me brancher avec celui qui a installé ce système dans son entreprise et il a accepté. Quand le petit là est arrivé chez moi j'ai voulu le chasser car son attitude ne m'a pas donné une pleine assurance [...], mais un cœur m'a demandé de le laisser faire car on ne sait jamais. Quand il a fini d'installer « Copilot », il m'a montré comment ça fonctionne. A ma grande surprise, c'était devenu facile, ce que je pouvais prendre des heures et des heures pour faire manuellement, je le faisais en un clic et j'avais des résultats satisfaisants, il suffisait seulement de bien entrer les données. Ça m'a rendu le travail facile au point où j'ai voulu licencier certaines personnes avec qui je travaillais. Mais comme c'est la famille ça m'a fait beaucoup de peine. Maintenant j'ai des résultats précis le seul effort que je dois fournir c'est de mettre les bonnes données, les bonnes requêtes, le reste la machine fait toute seule, vraiment le blanc est très fort hein »*. Sur les propos de ce répondant, on peut noter les facteurs suivants qui ont favorisé l'adoption des outils de l'IA dans cette entreprise : Permet d'effectuer les tâches plus rapidement, c'est facile à utiliser, gain de temps, obtention des résultats précis. On ne fait plus trop d'efforts. Les facteurs ici ont fortement favorisé l'adoption et l'utilisation de l'IA dans le management de cette TPE.

Un autre dirigeant, celui de la TPE 5 s'exprime en ces termes pour la même question : *« J'ai ouvert mon entreprise lorsque j'ai été licencié là où je travaillais, au départ j'étais seul, mais au fur et à mesure mon activité a commencé à s'accroître et actuellement j'emploie 7 personnes de façon permanente. Quand je suis allé me faire former dans une école de commerce, mon enseignant de marketing nous a parlé de l'utilisation des outils digitaux pour améliorer les ventes car c'est dans les réseaux sociaux qu'on peut désormais jouer pour trouver des nouveaux clients. Il nous a parlé des applications qui peuvent le faire, je suis entré en contact avec un développeur qui m'a installé deux applications à savoir Pennylane et Gemini pour nous aider avec la vente en ligne (facturation), la passation des commandes, la pré comptabilisation et la comptabilisation définitive après vérification. Il m'a également montré comment ça marche. C'était tellement facile que j'ai aussi initié deux de mes employés, c'est très facile et bénéfique que j'ai même oublié les dépenses que j'ai eu à faire et ce que je paie par mois pour ces deux outils (environ 28000 fcfa). Aujourd'hui je contrôle bien les ventes, je réfléchis moins et les chiffres augmentent en un clic, la seule contrainte c'est qu'il suffit seulement d'avoir l'électricité et une bonne connexion internet, ce qui n'est pas toujours le cas dans notre pays ci»*. Sur la base des réponses de ce répondant, on peut noter les facteurs suivants qui ont favorisé l'adoption de l'IA dans cette entreprise: permet d'exécuter les tâches facilement et plus rapidement, procure une certaine utilité, gain de temps, obtention des résultats certains. On ne fait plus trop d'efforts, on réduit le temps de travail. Ces éléments ont fortement favorisé l'adoption et l'utilisation de l'IA dans le management de cette TPE, malgré des contraintes liés à l'énergie électrique et la connexion internet régulière et de qualité.

Pour la TPE 8 *« Depuis que j'ai entendu parler de l'IA, je suis toujours sur internet pour rechercher des solutions et certaines applications. Il y a tellement d'outils qu'il me suffit seulement d'avoir une bonne connexion et l'électricité pour trouver des solutions. [...] Pour ma part dans le cadre de mes activités, j'utilise Pennylane et Gemini, j'avoue que je suis devenu presque indépendant de ces outils, ils sont tellement riches au point où je me demande souvent ce que je faisais avant pour ne pas les utiliser. Malgré le fait qu'ils génèrent des coûts supplémentaires, il est indéniable que l'entreprise gagne plus et mon cerveau se repose un peu plus. Ces outils une fois obtenus sont faciles à utiliser, ils sont accessibles et donnent des résultats fiables. Ce sont les machines qui parlent »* Sur les propos de ce répondant, on peut noter les facteurs suivants : permet d'effectuer des recherches pour améliorer le travail, les tâches sont exécutées plus rapidement, c'est un outil facile à utiliser, gain de temps, obtention

des résultats fiables. On ne fait plus trop d'efforts. Ces facteurs ont fortement favorisé l'adoption et l'utilisation de l'IA dans le management de cette TPE.

Pour le répondant de la TPE 9, « *Mon activité de BTP ne me laisse pas le choix actuellement, c'est un secteur où la concurrence est de taille. Les grandes entreprises utilisent des systèmes qui leur permettent d'aller plus vite. Pour mon cas j'ai opté pour Remodel et Magic plan qui me facilitent énormément le travail. Il suffit juste de dire ce que je veux, de donner les caractéristiques du terrain pour avoir tous les résultats. [...] Puis j'utilise mes connaissances et les besoins exprimés par le client pour faire un choix parmi les propositions faites par les différentes applications. Même si c'est couteux pour une petite entreprise comme la mienne, ça vaut le coût et le rapport qualité-cout est à notre faveur.* »

Pour le répondant de la TPE 10 « *J'utilise souvent Claude pour mes activités en associant d'autres logiciels et applications. [...] L'utilisation de ces outils nouveaux, prouesses des nouvelles innovations technologiques m'a permis de gagner beaucoup en temps, c'est facile à utiliser, je ne suis plus obligé de me déplacer pour vérifier les marchandises, je vérifie directement avec les numéros des lots et à la livraison je viens juste me rassurer, [...] ça ne me trompe jamais, du moins depuis que j'utilise ces outils, il faut seulement bien introduire les données. Ce sont des outils qui sont fiables jusque-là, leur utilité fait en sorte que je ne regarde pas ce que ça m'a coûté vraiment. Je suis satisfait du rendement. Je vais toutefois préciser que les coupures répétitives d'électricité, la connexion internet qui est souvent instable sont des facteurs qui limitent grandement l'utilisation de ces outils. Si les pouvoirs publics pouvaient nous aider dans ce sens car nous payons régulièrement les impôts* ». D'après les propos de ce répondant, on peut noter les facteurs suivants relatifs à l'adoption de l'IA : permet de faciliter le travail et de gagner en temps, les tâches sont exécutées plus rapidement, c'est un outil facile à utiliser, obtention des résultats fiables, un bon cadre structurel et attractif. Les facteurs cités plus haut ont fortement favorisé l'adoption et l'utilisation de l'IA dans le management de cette TPE.

Ces répondants mettent en exergue la disponibilité, la facilité d'utilisation, l'avantage relatif, la visibilité, la compatibilité, le résultat obtenu, la valorisation de l'outil IA au sens de Moore & Benbasat (1991), l'utilité et la facilité d'usage au sens de Davis (1989) et de Terrade, et al., (2009) qu'ils ont fait installer et qu'ils utilisent désormais dans leurs entreprises. Ceci met en exergue les facteurs explicatifs de l'adoption des innovations technologiques tels que présentés dans le cadre des théories de l'acceptation de Davis (1989) et de la diffusion des innovations

technologiques (Rogers 1995). L'IA est constituée d'un ensemble d'outils (machines, logiciels, applications, internet...) qui permettent aux machines de réaliser souvent à la presque perfection ce que l'homme réalisait jusque-là. Aussi, les différents verbatims soulignent que l'adoption de ces outils par les TPE dépend d'un ensemble de facteurs qui sont souvent interdépendants, notamment la disponibilité des infrastructures technologiques, la maturité organisationnelle, le cadre réglementaire, le niveau de compétence numérique du personnel (Peters, & al., 2024 ; Alaoui, et al. 2025) et la volonté stratégique des dirigeants (Peters, et al., 2024).

A partir des résultats obtenus, nous pouvons faire ressortir les déterminants de l'adoption de l'IA, puis nous mettons en exergue les facteurs d'adoption de l'IA et leur influence sur la prise de décision dans le contexte des TPE.

Tableau N° 4 : les déterminants de l'adoption de l'IA selon les répondants

| Outils de l'IA | Déterminants de l'adoption |
|---|---|
| ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude 4.0, Ordinateurs, Meta Logiciels et applications Internet, Remodel Magic plan Plateformes numériques Pennylane, Yolo V9... | Accessibilité |
| | Facilité d'usage |
| | Simplicité |
| | Compatibilité |
| | Utilité et Rapidité (gain en temps) |
| | Avantage et visibilité |
| | Proposition de solutions aux problèmes |
| | Facteurs liés à la contingence Résilience des acteurs pour s'adapter |

Source : A partir de nos résultats sur NVIVO 10

D'après ce tableau, on peut constater que chez les répondants, il y a une confusion conceptuelle entre la numérisation/digitalisation des activités et l'adoption de l'IA proprement dite. À la lecture des verbatims, plusieurs des « outils d'IA » décrits par les dirigeants relèvent en réalité de logiciels de gestion de stock, d'applications de vente en ligne ou de plateformes de passation de commandes. Ce sont des outils certes numériques, mais qui ne mobilisent pas nécessairement de composante d'IA au sens technique (apprentissage automatique, traitement du langage naturel, vision par ordinateur, systèmes experts, IA générative, etc.). Toutefois, nous pouvons remarquer l'utilisation détournée de l'IA via les applications mobiles grand public (notamment l'intégration d'assistants IA directement dans WhatsApp Business, Facebook ou couplés aux services de Mobile Money). Aussi, les stratégies de résilience des entrepreneurs face aux

pannes d'énergie pour maintenir leurs outils numériques actifs. Nous présentons le tableau suivant pour corriger cela et faisons une synthèse par TPE.

Tableau N° 5 : synthèse des déterminants de l'adoption de l'IA par les TPE

| Identification de la TPE | Outils IA utilisés | Fonctions principales des outils | Déterminants de l'adoption |
|--------------------------|-----------------------|--|---|
| TPE 1 | ChatGPT | Rédaction, synthèses idées, devis | Accessibilité, Simplicité, Compatibilité, Facilité d'usage, Utilité et Rapidité (gain en temps), Avantage et visibilité, Proposition de solutions aux problèmes, Facteurs liés à la contingence et résilience des acteurs |
| TPE 2 | Gemini, Meta | Elaboration procédures, fiches postes | |
| TPE 3 | Copilot | Création tableaux Excel depuis texte | |
| TPE 4 | ChatGPT | Comptes rendus réunions, | |
| TPE 5 | Pennylane, Gemini | Procédures, comptabilité, saisies... Elaboration procédures | |
| TPE 6 | Yolo V9 | Détection des défauts | |
| TPE 7 | Claude 4.0 Whisper | Fiches postes, procédures, | |
| TPE 8 | Pennylane Gemini | Saisies comptables, génération des procédures | |
| TPE 9 | Remodel Magic plan | Devis chantiers, pré devis, photo, élaborations procédures | |
| TPE 10 | Claude 4.0 | Fiches postes, procédures, analyse contrats... | |

Source : A partir de nos résultats sur NVIVO 10

2.3 Discussion des résultats

Les résultats obtenus permettent de valider les modèles de Rogers (1995) et Davis (1989), le cadre *Technology-Organization-Environment* (TOE), formalisé par Tornatzky et Fleischer (1990) et les travaux de Moore & Benbasat (1991) et Terrade, et al. (2009) ; Alaoui, & al. (2025). Toutefois, nos travaux font ressortir un élément important qui n'apparaît pas clairement dans les modèles étudiés. Il s'agit des facteurs liés à la contingence et surtout une forte capacité de résilience des acteurs face à un environnement non favorable. Nous pouvons tout de même évoquer que le cadre TOE revient sur le contexte environnement et notamment les infrastructures de la TPE, mais ne met pas en exergue la capacité de résilience des acteurs face à ce contexte. Les révélations du contexte camerounais mettent en avant les contraintes spécifiques au milieu (délestages, coût de la connectivité, rôle des réseaux de startups locaux) qui constituent des freins importants à l'adoption de l'IA. Dans ces conditions, les acteurs (dirigeants surtout) mettent souvent (ou sont obligés de mettre) en œuvre des conditions qualifiées de « facilitatrices » de cette transition numérique pour continuer à bénéficier de ses avantages. La mise en place de ces conditions permet d'expliquer dans ce cas l'adoption de cet outil révolutionnaire et de bénéficier des avantages qu'il présente. Il s'agit de la simplicité de l'outil, la rapidité dans le traitement de l'information, et la proposition des solutions pour la

résolution des problèmes (Alaoui, et al., 2025 ; Sall & Sène, 2025 ; Tshiband Musas & Kund Kapend, 2026). Ces aspects ont très fortement influencé le choix des dirigeants quant à l'adoption de cet outil, considéré comme révolutionnaire. Ce choix est fait en prenant en compte l'aspect positif de l'IA ce qui rejoint les conclusions des travaux de Nwamen (2006), Alaoui, et al. (2025) ; Tadlaoui. et al., (2026) et Ben Slama & Ben Ghodbane (2025) qui mettent en exergue l'impact positif de ces innovations d'un autre genre sur la performance des entreprises. Ces outils permettent aux dirigeants des TPE de réaliser rapidement leur travail (exemple *en un clic j'ai la solution à mon problème*) et de gagner en temps. Ce sont également des solutions souvent plus rassurantes, car ils ont mis tous leurs espoirs (par exemple quand un dirigeant dit *le blanc est fort, j'ai toujours la réponse à ma préoccupation*). Ceci rejoint également les conclusions de Cheikho (2015) qui met en exergue les effets positifs de l'adoption des innovations technologiques sur les clients. La résolution des problèmes avec l'usage de ces outils numériques permet aux TPE d'atteindre plus facilement leurs objectifs et de ce fait leur performance. Ce qui va dans le sens des travaux de Boubakary et Moskolai (2019), puis de Sall & Sène (2025) dans le cadre de l'innovation managériale et la performance des entreprises. Ils vont également dans le sens des travaux de Sonkoué et Ngok Evina (2022) qui font ressortir les effets positifs des innovations technologiques sur la performance des entreprises. Ben et Achelhi (2021) mettent en avant l'importance des innovations, ainsi un des déterminants de leur adoption est donc l'utilité perçue et surtout le fait que ces outils permettent d'améliorer le rendement au travail, la définition des objectifs et l'atteinte de ceux-ci (Peters, et al., 2024). Aussi les travaux de Bidiassé et Mvogo (2019) font ressortir les facteurs d'adoption du mobile money, ils utilisent également les modèles de Rogers (1995) et Davis (1989). L'IA pour son développement doit bénéficier d'une acceptation sociale (Terrade, et al., 2009). Cette idée est également défendue par Yves Martin (2018) qui met en évidence l'acceptabilité, acceptation des innovations technologiques. Etoundi (2025) bien que s'intéressant aux aspects marketing et éthique de l'adoption de l'IA revient également sur l'aspect de l'utilité perçue de la facilité d'utilisation. Ces aspects bien qu'étant important pour les TPE, leur spécificité permet de voir plutôt la fonction d'utilité propre du propriétaire dirigeant. En effet sa préoccupation est que cet outil lui permette de mieux gérer son entreprise, il met sur une échelle, les avantages qu'il peut obtenir et le coût de cet outil.

Proposition 1 : l'adoption de l'IA par les TPE dépend de l'utilité perçue et de l'avantage qu'elle procure aux utilisateurs par rapport à d'autres outils.

Proposition 2 : L'adoption de l'IA par les TPE dépend de leurs contextes technologique (fracture technologique, numérique) et organisationnel.

Proposition 3 : L'adoption de l'IA par les TPE dépend de la capacité de résilience des dirigeants dans un environnement contingent.

Conclusion

Cet article permet de faire ressortir les déterminants de l'adoption de l'intelligence artificielle (IA) dans les TPE camerounaises. En effet l'IA est l'ensemble des systèmes informatiques capables d'effectuer des tâches typiquement associées à l'intelligence, il s'agit par exemple de l'apprentissage, le raisonnement, la résolution de problèmes, la perception ou la prise de décision. C'est donc de l'intelligence dont font preuve les machines, par opposition à l'intelligence naturelle dont font preuve les humains (Etoundi, 2025 ; Ben Slama & Ben Ghodbane, 2025). Branche de l'informatique, elle vise à créer des ordinateurs et des machines telles que des robots aussi intelligents que les humains (Hu, et al., 2021). Pour identifier les déterminants de l'adoption de l'IA qui est une innovation technologique par les TPE au Cameroun, nous sommes partis des modèles théoriques explicatifs de l'adoption des innovations technologiques. Nous avons pour cela convoqué le cadre du TOE, la théorie de la diffusion des innovations de Rogers (1995) et la théorie de l'acceptation de la technologie de Davis (1989). Ces modèles nous ont permis de faire ressortir des variables relatives aux facteurs d'adoption des innovations technologiques. Nous avons réalisé une enquête par guide d'entretien auprès de 10 dirigeants de TPE choisis selon la technique d'échantillon par convenance, l'atteinte du niveau de saturation nous a permis de justifier la taille de l'échantillon. Les données collectées ont été analysées à partir du logiciel NVIVO 10, la technique d'analyse de contenu a été privilégiée. Les analyses lexicologiques, thématiques qualitatives et quantitatives ont été combinées pour appréhender les déterminants de l'adoption de l'intelligence artificielle par les dirigeants des TPE étudiées. Les résultats obtenus nous ont permis de faire ressortir les déterminants de l'adoption de l'IA par les TPE camerounaises. Les résultats obtenus permettent de valider le cadre TOE, les modèles de Rogers (1995) et Davis (1989) et les travaux de Moore & Benbasat (1991) et de Terrade, et al., (2009). Toutefois, nos travaux nous ont permis de mettre en exergue le caractère contingent de l'environnement d'étude qui apparait dans le cadre du modèle TOE. Mais aussi à remarquer que dans ce même contexte, les dirigeants mettent toujours en œuvre des moyens qui vont leur permettre de continuer à bénéficier des « bienfaits » de ces nouveaux outils ; c'est ce que nous avons appelé

la capacité de résilience des acteurs face à l'environnement qui n'est pas du tout favorable. Ceux des dirigeants qui n'ont pas cette capacité de résilience n'adoptent pas ou alors n'ont pas la possibilité d'adopter l'IA. Ainsi, l'adoption de l'IA dépendra fortement dans ce cas, de la capacité de résilience des acteurs dans un environnement hostile. Ces aspects ont influencé fortement le choix des dirigeants quant à leur volonté de choisir l'usage de cet outil considéré comme révolutionnaire et de son adoption.

Si la transformation numérique reste une priorité nationale, elle fait face à des obstacles liés au coût de la connexion, à l'infrastructure et à la nécessité de renforcer le cadre juridique pour la cyber-sécurité. En effet, le contexte permet de mettre en exergue plusieurs difficultés rencontrées par les acteurs. Les multiples délestages de l'énergie électrique que vivent tous les opérateurs. L'accès aux solutions alternatives comme le solaire, les groupes électriques reste coûteux. Aussi les problèmes de connexion pour ce qui concerne l'accès à internet sont récurrents, ce qui ne permet pas une utilisation optimale de ces outils. A cela s'ajoute la maintenance des appareils, la nécessité de former le personnel et surtout la protection des données contre les espions, les hackers, les cybercriminels. Ces défis s'imposent aux dirigeants des TPE pour une meilleure exploitation des outils de l'IA.

BIBLIOGRAPHIE

Alaoui. F.Z. & Al. (2025) « Les déterminants de l'adoption des fintechs par les institutions de microfinance Marocaines : une étude qualitative exploratoire sur les IMFs la région de Draa Tafilalet », Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 6 : Numéro 12 » pp : 1- 25.

Aminjonovna B. Z. (2025). A Study on the Role of AI Personalizing Digital Marketing Strategies. IJSREM.

Bardin L. (1977). L'analyse de contenu. Paris, P.U.F.

Bardin L. (2013). L'analyse de contenu. 2e Edition.). PUF.

Ben Slama, W. & Ben Ghodbane. S. (2025) « De la transformation digitale et l'intelligence artificielle à la performance financière ? Cas des entreprises Tunisiennes », Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 6 : Numéro 12 » pp 917- 939.

Ben, Y. S, & Achelhi, H. (2021). Fondements théoriques et importance de l'innovation : Regards des auteurs au cours des années. Revue internationale du chercheur. Vol 2(1). pp 160-184.

Bidiassé H. & Mvogo. G. P. (2019). Les déterminants de l'adoption du mobile money: L'importance des facteurs spécifiques au Cameroun. Revue d'économie industrielle. Vol 165. pp 85-115.

Boubakary B. & Moskolai (2019). Contribution de l'innovation managériale à la performance des PME en Afrique : le cas du Cameroun. Revue de Management et Cultures, ISSN : PP 2550-6293.

Davis, F. D., (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly. Vol 3. pp 319-339.

Cheikho A. (2015), L'adoption des innovations technologiques par les clients et son impact sur la relation client. Thèse de doctorat, Université de Nice-Sophia Antipolis.

Ekonnè E.A. (2025). Confiance et comportement d'épargne dans les Institutions de Microfinance au Cameroun : une étude exploratoire auprès des clients. In Revue Internationale de la recherche Scientifique et de l'Innovation. Vol 3. N° 1. Janvier.

Etoundi J. H. (2025). Adoption de l'intelligence artificielle dans les stratégies marketing des PME camerounaises : entre opportunités technologiques, contraintes éthiques et attentes des consommateurs. Revue IRS Vol. 3, N° 6, November. pp 6880-6896.

Floridi, L. (2022). The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities. Oxford University Press.

Glaser B.G. (2005). *The grounded theory perspective III: Theoretical coding*. Mill Valley, CA: Sociology Press.

Glaser, B. & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theories: Strategies for qualitative research*. New York: Aldine de Gruyter. Vol. 9, N°10. pp 114-132.

Gungunawat A. & Suvittawat. A. (2024). *Artificial Intelligence in Digital Marketing Enhancing Personalization and Consumer Engagement*. *Journal of Business & Social Sciences*.

Hu X., B. Li, Y. Mo & O. Alselwi. (2021). *Progress in Artificial Intelligence-based Prediction of Concrete Performance*. In *Journal of Artificial Intelligence Concrete Technology*. Vol 19. N° 8. pp 924-936.

Islam M. S., A. R. A. Bakar & M. F. M. Salleh. (2024). *Artificial intelligence in digital marketing automation: Enhancing personalization, predictive analytics, and ethical integration*. *Learning Gate*.

Michelat G. (1975). *Sur l'utilisation de l'entretien non directif en sociologie*. In *Revue française de sociologie*. Vol 16. N°2. pp 229-247.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2003). *Analyse des données qualitatives*. (2e éd., M. Hlady Rispal, Trad.). De Boeck. Collection *Méthodes en sciences humaines*.

Mvondo, J.-P., & Ngono, S. (2025). *Perception de l'impact des recommandations basées sur l'IA sur l'intention d'achat des consommateurs en ligne au Cameroun*. *Revue Française d'Économie et de Gestion*, 6(10), pp 370–389.

Moore G. & I. Benbasat. (1991). *Integrating diffusion of innovations and theory of reasoned action models to predict the utilization of information technology by end users*. *Proceedings of the IFIP Working Group 8.6 Conference*. Oslo, Norway.

Negura L. (2006). *L'analyse de contenu dans l'étude des représentations sociales*. *Sociologie*.

Nwamen, F. (2006). *Impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance commerciale des entreprises*. In *Revue des Sciences de Gestion*. Vol (2), pp 111-121.

Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*, 3rd edition. Thousand Oaks, Calif, Sage Publications. XXIV. 598 Pages.

Peters A., Smith, M. J., & Harrison, L. (2024). *Mapping emerging technologies: A TOE-based clustering of artificial intelligence adoption in micro-enterprises*. *Journal of Small Business Management*, 62(3), pp 412–435.

Robert A. et A. Bouillaguet. (1997). *L'analyse de contenu*. In collection "Que sais-je ?". PUF.

Rogers E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*. 4ème Edition. The Free Press, New York.

- Saldaña, J. (2015). *The coding manual for qualitative researchers*. London, Sage.
- Sall. M. & Sène.M. (2025) « Intelligence artificielle et performance des PME Sénégalaises », *Revue Française d'Economie et de Gestion* ». Volume 6 : Numéro 12 » pp : 827- 851.
- Saura, J. R., P. Palos-Sanchez & L. M. Cerdá. (2021). *The digital transformation of marketing: The impact of artificial intelligence and digital strategies*. *Journal of Business Research*.
- Sonkoué F. & Ngok Evina J. F. (2022). *L'effet des innovations sur la performance globale des PME : une application de l'approche intégrative de l'innovation*. *Revue Française d'Economie et de Gestion*. Vol. 3, N°12. pp 294-322.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Procedures and techniques for developing grounded theory*. California Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tadlaoui. S. & AL. (2026) « L'intelligence artificielle et management des risques RH : Vers une approche proactive », *Revue Française d'Economie et de Gestion* « Volume 7 : Numéro 2 » pp : 346- 363.
- Terrade, F. & al. (2009). *L'acceptabilité sociale : la prise en compte des déterminants sociaux dans l'analyse de l'acceptabilité des systèmes technologiques*. In *Travail humain*. Vol 72 N°4. pp 383-395.
- Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books, Massachusetts, États-Unis. 289 pages.
- Touati. R. & Assal. S. (2026) « L'intégration de l'intelligence artificielle dans les dynamiques entrepreneuriales au Maroc », *Revue Française d'Economie et de Gestion* « Volume 7 : Numéro 2 » pp : 1- 17.
- Tshiband Musas, T. & Kund Kapend A. (2026). *Intelligence artificielle comme outil de la gouvernance locale : cas de la ville de Mbuji-Mayi en République Démocratique du Congo*. In *Revue Belge*. Volume 12 : Numéro 135. pp 101-122.
- Um-Ngouem M. T. et E. A. Ekonnè (2017). *Facteurs d'éligibilité des très petites entreprises au crédit des institutions de microfinance au Cameroun*. In *la microfinance contemporaine : Mutations et crises*. N° 269.
- Yves Martin N. P. (2018). *Acceptabilité, acceptation et expérience utilisateur: évaluation et modélisation des facteurs d'adoption des produits technologiques*. Thèse de Doctorat. Université Rennes 2-France.
- World Bank Blog. (2025). *Accélérer la révolution numérique en de l'Afrique pour stimuler la croissance et l'emploi*. Rapport d'activités. 17 Novembre.