

**LA PLACE DU CROWDFUNDING DANS LE FINANCEMENT DES TPME : CAS
DU MAROC**

**CROWDFUNDING'S PLACE IN THE FINANCING OF TPME :
CASE OF MOROCCO**

MIGHISS Sanae

Doctorante

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Université Ibn Tofail

Laboratoire de recherche en science de gestion des organisations

MAROC

sanaemighiss20@gmail.com

MOUTAHADDIB Aziz

Enseignant chercheur

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Université Ibn Tofail

Laboratoire de recherche en science de gestion des organisations

MAROC

moutahaddib@gmail.com

Date de soumission : 06/02/2020

Date d'acceptation : 15/03/2021

Pour citer cet article :

MIGHISS S. & MOUTAHADDIB A. (2021) «La place du crowdfunding dans le financement des TPME : Cas du Maroc», Revue Internationale du chercheur «Volume 2 : Numéro 1» pp : 346 - 367

Résumé

Cet article a pour objectif de comprendre le rôle du crowdfunding en tant que mode de financement pour les entrepreneurs et les porteurs de projets. A cet effet, nous proposons d'abord d'élucider l'origine et l'histoire d'apparition du crowdfunding, puis aborder le concept et son fonctionnement, et par la suite, nous clarifions son intérêt pour un promoteur de projet.

Enfin, nous montrons comment le crowdfunding est un moyen de financement adapté aux besoins des jeunes entrepreneurs marocains, et nous exposons par la suite l'ensemble des entraves qui dysfonctionnent les initiatives entrepreneuriales des jeunes promoteurs marocains à recourir à cette technique de financement. Pour ce faire, nous avons opté pour la méthode quantitative, en s'appuyant sur le questionnaire, comme outil de collecte de données, permettant de réaliser l'objectif escompté.

Mots clé: Crowdfunding; entrepreneuriat ; entrepreneur ; porteur de projet ; financement des TPME ; défi.

Abstract

This article aims to understand the role of crowdfunding as a means of financing entrepreneurs and project owners. To this end, firstly, we propose to elucidate the origin and history of the emergence of crowdfunding, then to explain the concept and his mechanics, and then we clarify its interest in a project promoter. Finally, we show how crowdfunding is a means of financing adapted to the needs of young Moroccan entrepreneurs, and we then expose all the obstacles that dysfunction the entrepreneurial initiatives of young Moroccan promoters to use this financing technique. To do this, we opted for the quantitative method, relying on the questionnaire, as a data collection tool, to achieve the goal Expected.

Keywords: Crowdfunding; entrepreneurship; entrepreneur; project owner; TPME funding; challenge.

Introduction

Au Maroc les PME constituent le noyau de l'activité économique. Elles forment la partie majeure du tissu industriel avec une proportion qui s'élève à 93% de l'ensemble des entreprises, 38% de la production, 33% de l'investissement, 30% des exportations et 46% de l'emploi (Kauffmann 2005 :6). Elles participent positivement à la croissance économique, à la création d'emplois et au développement régional et local (la charte de la PME 'loi 53-00' 2002). Ce qui montre que les PME jouent un rôle primordial dans l'économie du pays et représente un relai important pour la création d'emploi et de productivité. Nonobstant, les TPME marocaines confrontent maintes contraintes, et l'accès au financement constitue un obstacle réel au développement de l'entreprise, et elles sont les plus confrontées à ce type de contrainte, 69% d'entre elles ont, en effet, souffert des difficultés d'accès au financement (HCP 2019).

La crise a engendré une défiance vis-à-vis des placements classiques, en bourse notamment, et les petits porteurs ont déserté les marchés boursiers (Dupont et Frugier 2015). De ce fait, inopportunément, cette contrainte freine de plus la croissance des TPME et menace leurs cycles de vie de façon que cela provoque des scandales financiers au pays. De même que les jeunes promoteurs de projets se trouvent incapables de libérer leurs créativité et innovations entrepreneuriales qui nécessitent des fonds financiers en fonction des stades de développements du projet sans penser au consentement des banques qui exigent des garanties importantes et des taux d'intérêts intéressants, ainsi que la faiblesse des cash-flows dégagés.

Par conséquent, quelques entrepreneurs ont recouru à internet pour demander l'aide financière du public « crowd », connue sous l'appellation du crowdfunding comme forme alternative de financement. C'est un nouveau mode de financement qui vient d'apparaître au Maroc, et qui a pris de l'ampleur au fil des années dans tout le monde. Il s'agit de faire appel à une multitude d'investisseurs non « sophistiqués » pour collecter des petites sommes d'argent en vue de financer un projet artistique, entrepreneurial ou autre, plutôt que de lever des fonds auprès d'investisseurs professionnels (Belleflamme, Lambert, et Schwienbacher 2010:3)

En effet, une étude de la Banque Mondiale dévoile que le crowdfunding pourrait représenter un potentiel de 93 Md\$ par an à l'horizon de 2025 pour les pays en développement. Pour la région Moyen Orient et Afrique du Nord, ce potentiel est estimé à 5,6 Md\$ par an à horizon de 2025 (The World Banque 2013).

De ce fait, le crowdfunding s'impose aux cotés des acteurs traditionnels de financement et apparaît comme un procédé innovant permettant aux promoteurs de projets de se financer et

collecter des fonds par les bailleurs de fond, à l'aide des plateformes web en ligne spécialisées. Il s'est développé avec la révolution de la technologie de l'information.

Cependant, bien qu'il soit très reconnu au niveau mondial, ce procédé reste peu connu et exploité par les entrepreneurs marocains.

C'est dans cet esprit d'analyse que le présent article se trace comme objectif d'explorer comment le crowdfunding est un moyen de financement adapté aux besoins des jeunes entrepreneurs marocains, et quels sont les obstacles qui entravent son développement au Maroc ?

A cet effet, nous proposons d'élucider dans une première section, l'origine du concept crowdfunding, tout en analysant son évolution durant les années. Et nous proposons dans une deuxième section de cerner la définition de ce concept, et son intérêt pour un porteur de projet. Enfin, nous démontrons comment le crowdfunding peut être un moyen de financement adapté aux besoins des jeunes entrepreneurs marocains, tout en mettant en exergue les obstacles qui entravent le développement de cette technique au Maroc.

1. REVUE DE LITTÉRATURE

1.1 Histoire – l'origine du crowdfunding

L'histoire a sauvegardé une marque de certains événements qui s'attachent à l'origine du crowdfunding. D'abord, sa première naissance était dans le domaine de financement des travaux culturels et artistiques. En 1713, le poète anglais Alexander Pope souhait traduire l'œuvre d'Homère du grec à l'anglais, il s'est financé par ses admirateurs en échangeant d'une reconnaissance en fin de manuscrit. Puis, en 1783 le compositeur Wolfgang Amadeus Mozart a récolté des fonds auprès du public en échangeant un petit mot et un autographe¹.

Ensuite, le crowdfunding s'est émergé dans le financement des monuments historiques, le Statut de Liberté fait partie des premiers monuments financés par souscription publique, où Joseph Pulitzer, éditeur de The New York World, a écrit un article en interpellant le public pour financer le solde nécessaire à l'achèvement du statut de la Liberté, le journal a réussi à recueillir 100 000 dollars en cinq mois (« Histoire du crowdfunding en quelques repères » 2019).

De même, la première campagne du crowdfunding était faite à la radio par l'acteur et le réalisateur américain, John Cassavetes qui a affirmé qu'il peut faire un film loin des

¹ <https://www.homunity.com/fr/blog/crowdfunding/financement-participatif-les-origines-du-phenomene-en-vogue#:~:text=Financement%20participatif%20%3A%20les%20origines%20du,principe%2C%20pas%20vraiment%20une%20nouveau%C3%A9.> Consulté le 2/12/2020

contraintes commerciales et financières si chaque auditeur lui envoie un dollar, effectivement il a lancé une collecte de fonds dans une émission de radio, NIGHT PEOPLE, de Jean Shepherd, et le lendemain, il a reçu 2000 billets de 1 dollar pour commencer son film *Shadows*.

En 2006, il est appelé "crowdfunding" pour la première fois par l'américain Michael Sullivan. Ainsi que la première plateforme de crowdfunding été de l'immobilier aux Etats-Unis. Par la suite, il est penché vers d'autres domaines grâce à la révolution technologique et internet.

D'ailleurs, Slava Rubin, fondateur du site web Indiegogo de financement participative affirme que « Il n'y avait pas de sites permettant aux internautes d'agir concrètement pour un projet, intégrant les médias sociaux, soit vous faisiez un don, soit vous faisiez un investissement à but lucratif, il n'y avait rien entre les deux, qui avait cette dimension hybride et cette esprit souscription, alors on l'a créé » (Dehorter Nicolas.2017).

Enfin, l'année 2010 était marqué par la création des premiers sites de crowdfunding notamment KissKiss BankBank et Ulule en France, ainsi que en 2012 l'Amérique a mis en place un projet de loi Jumpstart Our Business Startups (JOBS) qui encadre l'activité du crowdfunding, et à la France en 2014, et au Maroc en 2019.

Bref, d'après ce qui est cité précédemment nous pouvons dire que le crowdfunding est un mode ancien de financement qui est modernisé avec le temps dans les pays anglo-saxons grâce aux grandes évolutions offertes par internet et les sites web, ainsi que la sphère de la digitalisation.

De ce fait, plusieurs idées innovantes et créatives ont vu le jour grâce à l'initiative du crowdfunding. Aujourd'hui, il y a 500 plateformes à travers le monde. De même que les statistiques fournies par « Financement Participatif France » ont révélé une augmentation de 59% des volumes collectés par les acteurs de la finance alternative.

1.2 Crowdfunding: concept et fonctionnement

Le crowdfunding est constitué du mot « *crowd* » qui désigne la foule, et « *funding* » qui renvoie au financement, en d'autres termes c'est le financement par la foule.

C'est un mot anglais, dérivé du mot et concept de crowdsourcing. En fait Brabham a fait la distinction entre les deux concepts, il présente le premier comme étant un mode de financement de projets par une multitude de particuliers, et le second permettant d'obtenir des solutions à un problème donné par une foule d'individus, ensuite il met en valeur le rôle inéluctable d'internet pour le développement du crowdfunding, et il considère que les outils numériques ainsi que le développement des plateformes qui ont favorisé l'interaction entre

des inconnus, investisseurs pour certains, porteurs de projets pour d'autres (Brabham 2010 :7).

Dans le cas du crowdfunding, l'objectif est de collecter des fonds pour l'investissement en utilisant Internet et les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, LinkedIn et d'autres blogs spécialisés). Puisqu'une foule d'investisseurs sont sollicités, le terme crowdfunding a été utilisé pour décrire cette nouvelle source de financement qui, comme le microcrédit, est présentée comme un système de financement alternatif par rapport aux modes de financement traditionnels (Bruton et al. 2015:4).

A ce niveau, le crowdfunding admet à la fois le recueil des idées et des financements.

Belleflamme, Lambert, et Schwienbacher (2010 :3) rappellent qu'il s'agit de faire appel à une multitude d'investisseurs non « sophistiqués » pour collecter des petites sommes d'argent en vue de financer un projet artistique, entrepreneurial ou autre, plutôt que de lever des fonds auprès des investisseurs professionnels.

D'ailleurs, ils ont appuyé cette définition sur celle du crowdsourcing de Kleemann, Voss et Rieder (2008), pour définir le crowdfunding en tant qu'un appel au public, via internet, pour l'obtention de ressources financières sous forme de dons, d'échanges contre récompense et/ou d'achat de droits de vote dans le but de soutenir des initiatives (Belleflamme, Lambert, et Schwienbacher 2010:3).

Par la suite, ils ont appuyé sur une étude empirique qui a été faite par Schwienbacher et Larralde entre 2009 et 2010 pour concevoir une deuxième définition qui se focalise principalement sur l'implication de la communication autour du projet objet de recherche de financement.

Par conséquent, ils ont parvenu que le crowdfunding implique un appel ouvert pour la recherche des ressources financières par le biais d'internet, qu'elles soient sous forme de don, en échange d'une forme de récompense quelconque et/ou de droits de vote dans le but de soutenir des actions dédiées (Belleflamme et al. 2010:5).

Quand à Harrison qui a signalé qu'au lieu de lever des fonds auprès d'un très petit groupe d'investisseurs professionnels, les entrepreneurs essaient de les obtenir auprès d'un public très large, chaque individu apportant un très faible montant.

Les financeurs, les crowdfunders, peuvent également, dans certains cas, participer aux décisions stratégiques et même avoir un droit de vote. Plus précisément, le phénomène de crowdfunding incarne la combinaison de deux concepts : le crowdsourcing et la microfinance (Harrison 2013:5).

De plus, Hornuf et Schwienbacher considère que le crowdfunding consiste en la collecte de petites sommes d'argent de la part d'un grand nombre de bailleurs de fonds qui financent un projet, via internet, sans intermédiaires traditionnels, de manière coopérative (Hornuf et Schwienbacher 2014).

Pour Onnée et Renault, le financement participatif ou appelé crowdfunding dans le monde anglo-saxon, est un mécanisme de financement qui consiste pour un porteur de projet, quel que soit son statut : particulier, organisation marchande ou non marchande, à avoir recours aux services d'une plateforme de crowdfunding afin de proposer un projet (finalisé ou non) auprès d'une communauté de financeurs en échange éventuel de contreparties préalablement définies (Onnée et Renault 2013:55).

A partir de ce détour dans la revue de littérature, nous pouvons dire que le crowdfunding est un processus de financement d'un projet par un grand public potentiel via internet sans l'aide des canaux classiques de financements, afin d'assurer l'essor du projet. Il s'agit à la fois une méthode de financement communautaire et solidaire, par laquelle le porteur de projet demande à un grand public de participer au financement de leur projet.

Le crowdfunding en tant que technique de financement, il consiste à utiliser **internet** comme un canal mettant en relation les porteurs de projets « entrepreneurs », collecteurs de fonds, qui demandent l'aide financière avec les bailleurs de fonds, qui souhaitent investir ou simplement subventionner les projets des entrepreneurs.

Cette technique a commencé comme une extension en ligne (via internet) du financement par les amis et la famille (The World Banque 2013).

Alors, par le biais de cette méthodes, une grande majorité des jeunes entrepreneurs ne laissent pas leurs idées tombent à l'eau et peuvent financer leurs projets sur internet par le crowdfunding.

2. INTERET DU CROWDFUNDING POUR UN PORTEUR DE PROJET

Comme d'autres pays, le financement reste la contrainte majeure pour les TMPE, et font l'objet de débats fréquents et intenses au Maroc. En effet, la banque mondiale, la BERD ² et la BEI ³ ont mené une enquête sur l'environnement entrepreneuriale dans les pays de la région

² BERD : La Banque européenne pour la reconstruction et le développement, c'est une organisation internationale chargée de faciliter le passage à une économie de marché dans les pays d'Europe centrale et orientale.

³ BEI : c'est l'institution financière des États membres de l'Union européenne. Elle a pour principal but d'emprunter sur les marchés financiers pour financer des projets au sein de l'Union européenne.

MENA, notamment au Maroc, qui a révélé que la contrainte de financement est classée le quatrième obstacle dans l'environnement des affaires (The World Banque 2013).

Ainsi que le recours des entrepreneurs au financement bancaire reste restreint et peu sollicité étant donné que les banques octroient des prêts minimaux aux micro-entrepreneurs et petits promoteurs de projets, par conséquent ils abandonnent leurs projets. Ensuite, l'étude de marché sur l'entrepreneuriat au Maroc faite par le Centre des Jeunes Dirigeants (CJD) en 2009 révèle que les entrepreneurs ont qualifié les crédits bancaires classiques comme lents et demandent de suivre des procédures complexes et exigent des garanties (CJD 2009).

D'ailleurs, plusieurs initiatives entrepreneuriales ont été initiées, notamment le projet MOKAWALATI, néanmoins l'étude de marché sur l'entrepreneuriat au Maroc faite par le Centre des Jeunes Dirigeants (CJD) en 2009 a déclaré une réalité contrastée. En effet, sur les 57000 créations d'entreprises réalisées en 2009, exclusivement 10% des entrepreneurs ont bénéficié d'un soutien en cours de création (CRI), et à peine 7% ont reçu un soutien en post création (CJD 2009).

Ainsi que les entrepreneurs porteurs de projets innovants sont nombreux à se tourner vers les plateformes de crowdfunding, qu'elles soient de don, avec ou sans contrepartie, d'investissement en capital, de prêt solidaire ou sans intérêts..., selon le baromètre du crowdfunding en France, 24 126 projets ont été financés en 2017 par 1 655 603 financeurs (Joffre et Trabelsi 2018: 69). Au-delà de sa dimension technologique, le crowdfunding est au cœur de transformations économiques et sociétales (Joffre et Trabelsi 2018: 69).

Suivant ce contexte, le crowdfunding présente un intérêt pour le porteur de projet, et qui a prouvé son succès dans plusieurs initiatives entrepreneuriales dans le monde en tant que technique de levée de fonds.

Le processus traditionnel de lever un capital compte plusieurs mois. Toutefois, nombreux ceux qui échouent à le réussir. Alors que le crowdfunding facilite ce processus de levée de fonds. En effet, les constatations de la Banque mondiale révèlent que l'investissement dans le crowdfunding pourrait même atteindre les 93 milliards de dollars en 2025 (The World Banque 2013).

La Note d'information du Haut-Commissariat au Plan relative aux principaux indicateurs du marché de travail au troisième trimestre de 2019 évoque une hausse du chômage de 26.000 personnes, 23.000 en milieu rural et 3.000 en milieu urbain, le nombre de chômeurs est passé, au niveau national, de 1.088.000 à 1.114.000 personnes entre le troisième trimestre de 2018 et la même période de 2019.

Le taux de chômage est ainsi passé de 9,3% à 9,4%, de 13,1% à 12,7% en milieu urbain et de 3,9% à 4,5% en milieu rural (HCP 2019). C'est pourquoi le crowdfunding présente un outil pour encourager et fédérer les initiatives entrepreneuriales des jeunes chômeurs au Maroc, afin de réduire le chômage, et faire face à la précarité et la pauvreté dans certaines régions, encore le renforcement de la cohésion sociale.

En outre, l'apport des fonds est l'occasion pour les porteurs de projets de tester leurs idées, de récolter des suggestions, d'apprendre à connaître leur clientèle cible et de gagner en notoriété (Belleflamme et al.2010).

Dans ce sens, le crowdfunding sert non seulement à initier des projets par des investisseurs, mais aussi à émerger et financer des projets innovants et des idées créatives par les bailleurs de fonds. Par conséquent, quant aux porteurs de projets qui bénéficient à la fois du financement de leurs projets, le suivi et les conseils des investisseurs pour rentabiliser le projet, ainsi que la construction d'une clientèle potentielle et d'être visible sur les différents réseaux sociaux. Quant aux bailleurs de fonds qui génèrent des flux de trésorerie.

Egalement, les fonds récoltés sur les plateformes dans le monde reflètent des chiffres croissants, quant à 2011 et 2015, les fonds étaient respectivement 5 milliards de dollars et 34,4 milliards de dollars (« Le crowdfunding : mutation ou mirage pour l'entrepreneuriat ? | Signes et Sens - Communiqué de presse » s. d.) y compris tout type de projet à dimension artistique, culturel et environnemental, de même que les projets à caractère sociale pour qu'il soit une méthode communautaire et solidaire dans la mesure d'intégrer tous les acteurs économiques dans l'action de développement social de leur pays.

En outre, le crowdfunding est considéré comme une nouvelle alternative pour les porteurs de projets afin de dépasser les défis de financement, dans la mesure où les entrepreneurs au début de leurs initiatives ont besoin de financement pour prendre le relais du projet sous la contrainte d'accès aux crédits et prêts bancaires grâce à leurs structures et montants dont ils ont besoin.

3. CADRE METHODOLOGIQUE

L'objectif de ce papier de recherche est d'élucider les obstacles qui entravent le développement du crowdfunding au Maroc.

Notre échantillon initial était aléatoire et de 175 enquêtés, sur cet effectif nous avons enregistré la collaboration de 85 individus marocains qui ont livré des réponses conformes aux normes de notre questionnaire.

Nous avons adopté la méthode quantitative, en s'appuyant sur le questionnaire, comme outils de collecte de données, permettant de réaliser l'objectif escompté. Le questionnaire était rédigé en français et comporte 22 questions ouvertes et fermées, afin de permettre aux interviewés de s'exprimer en toute liberté, il est publié sous format électronique dans les réseaux sociaux, et un format papier pour des interviewés sur terrain dans le but de collecter des informations utiles pour notre étude.

Notre questionnaire a été construit en trois temps. Dans un premier temps, nous avons souhaité connaître le profil des interviewés: Age, sexe, nationalité, nous avons également souhaité connaître les types de projets des entrepreneurs interviewés. Dans un deuxième temps, nous avons questionné nos interviewés sur les principales sources de financements et les raisons pour lesquelles les entrepreneurs ne sont pas satisfait des moyens de financement conventionnel. Et dans un troisième temps, nous avons interrogé les interviewés sur le crowdfunding et ses plateformes, et la possibilité de financer ou créer un projet via le crowdfunding, ainsi que les facteurs qui les empêchent à recourir au crowdfunding.

Ces trois temps nous ont permis, à l'analyse des résultats, de mieux connaître le rôle du crowdfunding pour dépasser les obstacles rencontrés par les entrepreneurs.

4. RESULTATS ET DISCUSSIONS

4.1 Profil des interviewés

Tableau N°1 : Statistiques relatives aux caractéristiques de l'échantillon

	%	Sexe	%	Age	%
Modélisme	1,2%	emme	43,5%	18-25 ans	34,1%
Projet agricole	2,4%	Homme	56,5%	25-35ans	48,2%
Projet de Tourisme	1,2%			35-45ans	12,9%
Bâtiments et travaux publics	1,2%			45 ans et plus	4,7%
Projet artistique (musical/film/documentaire/production littéraire...	5,9%				
Projet de recherche scientifique	10,6%				
Projet social	11,8%				
Projet de commerce	65,9%				

Source : Auteurs

D'après ces résultats, nous pouvons dire que la majorité des répondants entrepreneurs sont des hommes avec 56,5%. Ainsi que 48,2% des répondants ont un âge entre 25 et 35 ans et ceux

qui sont âgés de 18 à 25 ans sont de 34,1%. Encore, il ressort de la lecture du tableau que les projets de commerce sont largement majoritaires avec 65,9%, et 11,8% des projets sociaux, et 10,6% des projets de recherches scientifiques.

4.2 Les sources de financement

Tableau N°2 : Les principales sources de financement du projet

	Effectifs	Pourcentage
Autofinancement	11	12.94%
Connaissance et réseaux relationnel	20	23.53%
Famille	34	40%
Financement de l'Etat	5	5.88%
Financement des banques conventionnelles	7	8.23%
Financement des banques participatives	5	5.88%
Pas encore	3	3.52%
Total	85	100%

Source : Auteurs

A cette question, pour financer leurs projets, 12,9% des entrepreneurs font appel à l'autofinancement, et une proportion importante s'élève à 40% des entrepreneurs enquêtés ont recouru à leurs familles, et 23,5% font appel à leurs connaissances et réseau relationnel. Tandis que 11,7%% des entrepreneurs qui ont fait appel aux financements des banques conventionnelles et participatives et 5,9% recourent au financement de l'Etat.

En effet, le financement constitue une difficulté majeure pour les entrepreneurs où 65% des entrepreneurs trouvent des difficultés de recourir aux sources de financement (Drissi Angade. 2017 :8).

Les entrepreneurs font le choix du financement selon certains critères. Une étude était faite dans la région de Souss Massa au Maroc révèle que 24,8% des enquêtés fond leurs choix de la banque pour le prix de ces services. Aussi 17,7% ont fait leur choix à la suite des taux d'intérêts moins élevés et 8 % seulement avancent le critère de moins de garantie (Meskine et Chakir 2017:18). Cela justifie que les taux d'intérêts élevés, les services bancaires et l'absence des garanties sont des entraves primordiales pour se financer via le financement bancaire. Pour cela le recours à l'autofinancement, à la famille et le réseau relationnel représentent les solutions adéquates avec les défis et les besoins des entrepreneurs.

Afin de deviner profondément les principales causes qui freinent les entrepreneurs marocains de recourir au financement bancaire, nous avons posé une question relative au niveau de satisfaction des entrepreneurs, et une ayant pour objet de déceler les raisons de non satisfaction des moyens de financement conventionnels.

4.3 Les moyens de financement conventionnels

Tableau N°3 : Satisfaction des moyens de financements conventionnels

	Effectifs	%
Non	65	76,5
Oui	20	23,5
Total	85	100,0

Source : Auteurs

Tableau N°4 : Raisons pour lesquelles les entrepreneurs ne sont pas satisfait des moyens de financement conventionnel

	Effectifs	Pourcentage
Financement limité	11	16,92
Difficulté d'avoir le financement	15	23,07
Taux d'intérêt élevé	18	27,7
Non conforme à chariaa	21	32,3
Total	65	100,0

Source: Auteurs

A partir du tableau 3 et 4, nous constatons que 20 enquêtés de la population étudiée sont satisfait des moyens de financement traditionnels, tandis que 65 enquêtés, soit 65% de la population étudiée ne certifient pas leurs satisfaction des moyens de financements conventionnels, où 32,3% de la population se justifie de la non-conformité à Chariaa, et 27,7% par le taux d'intérêt élevé, et 23,07% par la complexité d'avoir le financement, et 16,92% disent que le financement reste limité par rapport à leurs besoins.

Effectivement, ces statistiques ressemblent principalement à celles des freins aux demandes de crédits bancaires du taux d'intérêt élevé pour 40% des entreprises, les garanties excessives pour 34% des cas et les raisons religieuses pour 33% (HCP 2019:22).

4.4 Crowdfunding : nouveau mode de financement

Tableau N°5 : Connaissance du crowdfunding

	Effectifs	Pourcentage
Non	50	58,8
Oui	35	41,2
Total	85	100,0

Source : Auteurs

A partir des résultats du tableau, nous constatons que 41% de la population étudiée connaissent le crowdfunding, alors que 58,8% de la population étudiée ne l'affirment pas.

4.5 Financement ou création d'un projet via le crowdfunding

**Tableau N°6 : Avez-vous financé ou créé un projet via le crowdfunding
(ou financement participatif) ?**

	Effectifs	Pourcentages
Oui	10	11.76%
Non	75	88.24%
Total	85	100%

Source : Auteurs

D'après le tableau, nous constatons que 88,2% de la population étudiée n'ont jamais financé ou créer un projet via le crowdfunding, et 11,8% des répondants ont été affirmatifs en disant qu'ils ont contribué ou pu financer un projet par le biais du crowdfunding.

D'où la nécessité de repérer les causes qui freinent ou qui motivent les entrepreneurs marocains à recourir au crowdfunding comme mode de financement. Pour cela, nous avons posé la question relative aux causes qui freinent les entrepreneurs marocains de recourir au crowdfunding, et la question liée aux motivations de se lancer dans le crowdfunding.

4.6 Le non recours au crowdfunding

Tableau N°7 : Les facteurs empêchant les entrepreneurs à recourir au crowdfunding

Les raisons de non recours au crowdfunding pour financer ou créer un projet	Effectifs	%	Type de projet financé ou crée via le crowdfunding	Effectifs	%
Manque d'information	26	34,7	Projet de commerce	4	40
Vide juridique autour du crowdfunding	16	21,33	Projet de développement social	1	10
Montant d'investissement important	13	17,33	Projet de fusion	1	10
Hésitation	9	12	Projet de nouvelle technologie	1	10
Qualité du projet	6	8	Projet de recherche scientifique	3	30
Faire une annonce dans un journal	5	6,66			
Total	75	100,0	Total	10	100,0

Source : Auteurs

D'abord, nous remarquons que 34,7% des entrepreneurs enquêtés n'ont pas eu recours au crowdfunding pour créer ou financer leur projet pour une raison de manque d'information, et 21,33% des enquêtés s'inquiètent de son vide juridique. En effet, l'absence d'un cadre juridique qui régleme cette activité reste la principale entrave qui décourage les entrepreneurs à se lancer et développer leurs activités. C'est pourquoi, le conseil de gouvernement a examiné et approuvé le projet de loi N°15.18 sur le crowdfunding en 2019 afin d'appuyer les projets des entrepreneurs.

Ainsi que, 12% hésitent d'utiliser ce canal de financement, de même que 5% de la population étudiée préfère de faire une annonce de son besoin de financement sur un journal. Ensuite, 17,33% des enquêtés pensent que les projets proposés nécessitent un montants d'investissement important, spécialement dans un contexte caractérisé par la difficulté et la complexité d'accéder au financement, qui constitue un obstacle réel au développement des entreprises jeunes et de petites tailles. Les TPME sont les plus confrontées à ce type de contrainte, 69% d'entre elles ont, en effet, souffert des difficultés d'accès au financement (HCP 2019:23).

Pour les entrepreneurs qui ont utilisé le crowdfunding pour financer ou créer leurs projets, 40% des entrepreneurs ont des projets de commerce et 30% des projets de recherche scientifique, et 10% des projets de développement social.

4.7 Connaissance et dépôt des projets sur les plateformes de crowdfunding

Tableau N°8 : Connaissance des plateformes de crowdfunding

	Effectifs	Pourcentage
Sans réponse	40	34
Non	28	23,8
Oui	17	14,45
Total	85	100,0

Source : Auteurs

Lors de l'analyse de ses réponses, la majorité des répondants (23,8%) n'affirment pas leurs connaissances des plateformes de crowdfunding, tandis que 14,45% de la population étudiée prouve sa connaissance de ses plateformes de crowdfunding.

Dans ce contexte de non connaissance des plateformes de crowdfunding, malgré que ces dernières suggèrent aux entrepreneurs la possibilité d'accéder à des ressources énormes et des avantages importants. En effet Giudici, Nava et Rossi Lamastra avancent que le crowdfunding admet un financement direct des projets entrepreneuriaux grâce à des plateformes qui facilitent la rencontre entre l'offre et la demande et garantissent une interaction directe entre les investisseurs et les porteurs de projets (Giudici et al. 2012).

4.8 Facilité de financer un projet via une plateforme de crowdfunding

Tableau N°9 : Facilité de financer un projet via une plateforme de crowdfunding

	Effectifs	Pourcentage
Sans réponse	26	22,1
Non	38	32,3
Oui	21	17,85
Total	85	100,0

Source : Auteurs

Tableau N°10 : les raisons pour lesquelles les entrepreneurs n'ont pas recouru au CF

	Effectifs	Pourcentage
Sans réponse	47	55,3
Coût de la communication du projet	11	12,9
Difficulté de trouver des investisseurs	14	16,5
Idée du CF n'est pas convaincante	6	7,1
Je n'ai pas besoin	3	3,5
Manque d'information	1	1,2
Procédure complexe	3	3,5
Total	85	100,0

Source : Auteurs

En interrogeant les entrepreneurs sur la facilité de financer un projet via les plateformes de crowdfunding, 17,85% des répondants pensent qu'il est facile et 32,3% des répondants pensent qu'il est difficile. En effet, 74% des entreprises invoquent le manque de financement comme principal frein à l'investissement (HCP 2019:10). Dans ce contexte Mollick Ethan évoque que l'enjeu majeur de l'entrepreneur est la sélection de la plateforme la plus appropriée et en cohérence avec son projet entrepreneurial (Mollick 2014). Cette sélection doit être effectuée en fonction de la nature et du stade de développement du projet, ainsi que de la communauté cible (Mejri, Hamouda, et Trabelsi 2018). Par la suite, l'entrepreneur est amené à communiquer son projet en sollicitant son propre réseau personnel.

Aussi 16,5% des promoteurs de projets rencontrent la difficulté de trouver des investisseurs, et 12,9% trouvent le coût de la communication élevé, et 7,1% des entrepreneurs perçoivent l'idée du CF n'est pas convaincante, ainsi que 3,5% des entrepreneurs qualifient la procédure du CF complexe.

4.9 Le CF est une bonne opportunité pour financer un projet

Tableau N°11 : Le crowdfunding est une bonne opportunité pour financer un projet

	Effectifs	Pourcentages
D'accord	30	35.29%
Pas d'accord	28	32.94%
Sans réponses	27	31.76%
Total	85	100%

Source : Auteurs

A partir des résultats, 35,3% de la population étudiée pensent que le crowdfunding est une bonne opportunité pour financer un projet. Cette opportunité doit être associée inévitablement à l'effet communicationnel. En effet, le choix du crowdfunding permet aux entrepreneurs d'augmenter la visibilité de leur offre et relayent l'aspect promotionnel à la foule, qui est devenue principale ambassadrice du produit (Mollick, 2014).

4.10 Apport du crowdfunding

Tableau N°12 : Apport du crowdfunding

	Pourcentage
Communauté/ visibilité sur internet	20,83
Réseau relationnel	20,83
Financement	29,16
Sans réponse	29,16
Total	100,0

Source : Auteurs

Lors de l'analyse de ces résultats, 20,83% de la population étudiée confirme que le crowdfunding permet aux entrepreneurs de créer une communauté et se bénéficier d'une visibilité sur internet, de même 20,83% l'utilise pour constituer un réseau relationnel, ainsi que 29,16% des entrepreneurs recours au crowdfunding pour avoir un financement à leurs projets. En effet, le choix du crowdfunding permet aux entrepreneurs d'augmenter la visibilité de leur offre et relayent l'aspect promotionnel à la foule, qui est devenue principale ambassadrice du produit (Mollick 2014).

4.11 Le secteur adéquat avec la démarche du crowdfunding

Tableau N°13 : Le secteur adéquat avec la démarche du crowdfunding

	Effectifs	Pourcentage
Nouvelle technologie	1	1,2
Industrie	3	3,5
Activité sociale	21	24,7
Tourisme	22	25,9
Non réponse	10	11,8
Total	85	100,0

Source : Auteurs

Les résultats obtenus montrent que la majorité de notre champ d'investigation voient que cet outil est compatible en premier temps avec le secteur du tourisme 25,9%, et en deuxième temps avec les activités sociaux 24,7%.

Cela rejoint les résultats de l'étude faite sur la région de Souss Massa sur le crowdfunding et qui a révélé que les entrepreneurs qui viennent de solliciter les services d'une plateforme de crowdfunding, elles œuvrent dans deux secteurs principaux : l'artisanat et la culture (Drissi Angad 2020).

4.12 Le rôle du crowdfunding et les obstacles des entrepreneurs

Tableau N°14 : Le rôle du crowdfunding pour dépasser les obstacles rencontrés

	Effectifs	Pourcentage
Non	3	3,5
Oui	5	5,9
Non réponse	77	90,6
Total	85	100,0

Source : Auteurs

A partir des résultats, nous constatons que 5,9% des entrepreneurs qui ont recouru au crowdfunding confirment qu'ils ont dépassé leurs obstacles, tandis que 3,5% ne confirment pas.

5. RECOMMANDATIONS

L'ensemble des résultats obtenus lors de cette étude mettent l'accent sur plusieurs constats, de ce fait nous avons consacré cette partie à proposer quelques recommandations.

Pour financer leurs projets, les entrepreneurs marocains se limitent de leurs familles, connaissances, réseaux relationnels, et les banques comme dernier choix, également, ils pensent que l'idée du crowdfunding n'est pas convaincante. Nonobstant, le crowdfunding est récemment cadré et réglementé juridiquement au Maroc, et il offre des opportunités adaptés au contexte des TPME et des promoteurs de projets, non seulement, un financement pour les projets mais encore se bénéficier d'une visibilité sur le monde des affaires, ainsi qu'une communauté et un réseau relationnel.

Ainsi qu'il faut initier des programmes de formations au niveau de l'ANAPEC et les centres d'investissements pour susciter les entrepreneurs de l'intérêt du crowdfunding pour leurs projets. Egalement, chez les étudiants universitaires pour promouvoir leurs esprits entrepreneuriaux via le crowdfunding.

Par surcroît, la création d'opportunité de sensibilisation des porteurs de projets, en leurs faisant rencontrer un personnel compétent en communication des plateformes de crowdfunding. En fait, le choix de la plateforme doit être fait d'une manière minutieuse, et l'entrepreneur doit être parfaitement conscient des exigences et la particularité de son projet pour bien mener et se bénéficier de façon pertinente des opportunités offertes par ce nouveau canal de financement. Aussi, il ne doit pas se borner non seulement sur la publication du projet sur les plateformes de crowdfunding, mais surtout jouer sur une communication sérieuse et responsable auprès de la foule. Dans le même sens, les entrepreneurs doivent s'encourager et se pencher vers les projets innovants et créatifs pour attirer et prospecter les investisseurs et les bailleurs de fonds, et diversifier la probabilité de décrocher un des opportunités offertes par le crowdfunding.

Faut-il également mettre l'accent sur le crowdfunding en action en faisant face aux différentes entraves et défis qui peuvent survenir, notamment sur le plan de l'arnaque et l'escroquerie, et exercer plus de veille et de vigilance sur les plateformes de crowdfunding, ce qui peut apparaître important tant que pour les porteurs de projets et les investisseurs, que pour l'économie du pays.

Toutes ces mesures sont capables de donner un essor et un dynamisme à la promotion des initiatives entrepreneuriales au Maroc, et assurer leurs réussites auprès d'une population accueillante.

En outre, notre étude aurait été plus significative, si nous avions étendu l'échantillon de notre population, et approfondir les questions au profit des porteurs de projets qui ont pu se lancer dans le crowdfunding, mais sous contrainte de méconnaissance du crowdfunding au Maroc, nous étions devant un échantillon des promoteurs de projets contenant un nombre réduit des entrepreneurs via le crowdfunding. Nonobstant, ces résultats créent des pistes de recherche qui peuvent favoriser les travaux de recherche sur le crowdfunding, et de faire avancer la discipline de la finance participative.

CONCLUSION

A l'ère actuelle, le crowdfunding connaît un essor de développement depuis quelques années dans tout le monde, suivant la révolution des moyens de la technologie et de la communication. Au Maroc, il est au centre d'intérêt du Gouvernement, des investisseurs et des entrepreneurs, et son avenir reste en plein essor.

Dans ce contexte, cette étude a pour objet d'élucider comment le crowdfunding est un levier pour la promotion des initiatives entrepreneuriales au Maroc.

D'une part, nous avons réuni une revue de littérature pour aborder les travaux de recherches qui ont été effectués autour du sujet. Elle a été aussi l'occasion pour découvrir l'intérêt du crowdfunding pour un porteur de projet. D'autre part, nous avons procédé à l'étude de terrain proprement dit pour déceler les maintes obstacles rencontrés par les entrepreneurs, et découvrir les opportunités offertes par le crowdfunding aux entrepreneurs, ainsi que les freins qui les empêchent à recourir à ce mode de financement.

De notre étude, il en ressort que les porteurs de projets rencontrent des problèmes majeures principalement en termes de financement, par conséquent plusieurs initiatives entrepreneuriales et d'investissements n'ont pas pu survivre, et d'autres n'ont pas vu le jour. Ainsi que les entrepreneurs fondent de leurs familles un premier choix pour financer leur projet, et connaissances et réseaux relationnel comme deuxième choix, tandis que le financement bancaire reste limité par rapport à leurs besoins particuliers et à leur contexte d'activité.

Ainsi que l'absence de l'information autour du crowdfunding, et l'inquiétude de son cadre réglementaire et juridique rend les entrepreneurs devant d'autres choix de financements non pertinents à leurs besoins et à leur contexte d'activité. En outre, il en ressort qu'une minorité des entrepreneurs qui ont recouru au crowdfunding pour financer leurs projets, et ils ont soulevé plusieurs entraves liées au coût de la communication élevé, les procédures complexes, ainsi que la difficulté de trouver des investisseurs.

A l'issue des résultats de l'analyse de notre étude en contexte marocain, nous pouvons dire que le champ de recherche autour du crowdfunding est très vaste, et pourrait être traité sous différentes ongles pour tirer plus aussi bien sur le plan théorique que managérial. Il serait opportun à l'avenir de s'intéresser à plusieurs problématiques telles que :

- L'adéquation du type de projet avec le processus du crowdfunding ;
- Quels sont les facteurs pouvant agir sur le choix de la plateforme du crowdfunding, ainsi que la loi régissant le crowdfunding au Maroc et les objectifs escomptés ;
- Quelles sont les **stratégies adéquates pour que** les leaders des plateformes de crowdfunding puissent construire leur écosystème d'affaire ?

Nous espérons que de prochaines études seront menées sur ces problématiques qui semblent déterminantes pour l'évolution future du crowdfunding et le développement économique au Maroc.

BIBLIOGRAPHIE

- Belleflamme, Paul, Thomas Lambert, et Armin Schwienbacher. (2010). « Crowdfunding: An industrial organization perspective ». In *Prepared for the workshop Digital Business Models: Understanding Strategies', held in Paris on June, 25–26*.
- Belleflamme, Lambert, et Schwienbacher.(2013). « Individual crowdfunding practices ». *Venture Capital* 15 (4): 313–333.
- Bruton, Garry, Susanna Khavul, Donald Siegel, et Mike Wright. (2015). « New financial alternatives in seeding entrepreneurship: Microfinance, crowdfunding, and peer-to-peer innovations ». *Entrepreneurship Theory and Practice* 39 (1): 9–26.
- CJD (2009), Etude de marché sur l'entrepreneuriat au Maroc. Rapport de synthèse.
- Dehorter, Nicolas (2017). *Le guide du crowdfunding : Financez votre projet créatif et innovant grâce à la foule. version 3*.
- Dupont, Joachim, et Dominique Frugier. (2015). « Le crowdfunding n'est pas qu'une affaire de branchés... ». *Entreprendre Innover* n° 25 (2): 71-74.
- DRISSI, . S. ., & ANGADE, K. (2020). LE FINANCEMENT PAR CROWDFUNDING, QUEL APPORT POUR L'ENTREPRENARIAT SOCIAL? CAS DE LA REGION DE SOUSS MASSA (MAROC). *Revue Du contrôle, De La Comptabilité Et De l'audit* , 1(3).
- Giudici, Giancarlo, Ricardo Nava, Cristina Rossi Lamastra, et Chiara Verecondo. (2012). « Crowdfunding: The new frontier for financing entrepreneurship? » *Available at SSRN 2157429*.
- Harrison, Richard. (2013). *Crowdfunding and the revitalisation of the early stage risk capital market: catalyst or chimera?* Taylor & Francis.
- HCP. (2019). « ENQUETE NATIONALE AUPRES DES ENTREPRISES ». HCP.
- « Histoire du crowdfunding en quelques repères ». 2019. *Finance Mag* (blog). 2 janvier 2019. <https://fintech-mag.com/histoire-du-crowdfunding-en-quelques-reperes/>.
- Hornuf, Lars, et Armin Schwienbacher. 2014. « The emergence of crowdinvesting in Europe ».
- Joffre, Olivier, et Donia Trabelsi. (2018). « Le crowdfunding: Concepts, réalités et perspectives ». Édité par Olivier Joffre et Donia Trabelsi. *Revue Française de Gestion* 44 (273): 69- 83. <https://doi.org/10.3166/rfg.2018.00248>.
- Kauffmann, Céline. 2005. « Le financement des PME en Afrique ». *la charte de la PME 'loi 53-00'*. (2002).

« Le crowdfunding : mutation ou mirage pour l'entrepreneuriat ? | Signes et Sens - Communiqué de presse ». s. d. Consulté le 25 décembre 2019. <https://presse.signesetsens.com/economie/le-crowdfunding-mutation-ou-mirage-pour-l-entrepreneuriat.html>.

Mejri, Imen, Malek Hamouda, et Donia Trabelsi. (2018). « Crowdequity et Crowdlending: deux alternatives de financement des TPE/PME. Le cas de l'entreprise Gifts for Change ». In *Annales des Mines-Gérer et comprendre*, 36–50. FFE.

Meskine, Lahcen EL, et Ahmed Chakir. (2017). « La perception des produits participatifs islamiques à base PPP par les entreprises marocaines. Cas de la région Souss Massa ». *Recherches et Applications en Finance Islamique (RAFI)* 1 (2): 147-64.

Mollick, Ethan. (2014). « The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study ». *Journal of Business Venturing* 29 (1): 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>.

Onnée, Stéphane, et Sophie Renault. 2013. « Le financement participatif: atouts, risques et conditions de succès ». *Gestion* 38 (3): 54–65.

The World Banque. (2013). « Crowdfunding's Potential for the Developing World ».