

Déterminants de l'adoption de la finance participative par les PME au Maroc : Revue de littérature et proposition d'un modèle conceptuel

Determinants of Islamic participatory finance adoption by SMEs in Morocco: A literature review and conceptual model proposal

MENDOUR Younes

Doctorant

Faculté des sciences juridiques économiques et sociales, Mohammedia,

Université Hassan II de Casablanca,

Laboratoire de recherche en performance économique et logistique,

Maroc

LAKHYAR Zouhair

Enseignant chercheur

Faculté des sciences juridiques économiques et sociales, Mohammedia,

Université Hassan II de Casablanca,

Laboratoire de recherche en performance économique et logistique,

Maroc

Date de soumission : 14/11/2025

Date d'acceptation : 28/12/2025

Pour citer cet article :

Mendour, Y. & Lakhyar, Z. (2025). « Déterminants de l'adoption de la finance participative par les PME au Maroc : Revue de littérature et proposition d'un modèle conceptuel », Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit, Volume 9 : numéro 4, pp. 210– 235.

Résumé

L’adoption de la finance participative par les petites et moyennes entreprises (PME) occupe une place croissante dans les économies où la finance islamique se développe, notamment au Maroc, où le secteur participatif reste récent et en expansion. Comprendre les facteurs qui motivent ou freinent cette adoption est essentiel pour améliorer l’accès au financement éthique et conforme à la charia. La littérature souligne que la finance participative repose sur des principes tels que la prohibition de la riba et du gharar, l’adossement à un actif réel, le partage des profits et pertes et une finalité sociale affirmée. L’analyse mobilise plusieurs cadres théoriques, dont la théorie de l’action raisonnée (TRA), la théorie du comportement planifié (TPB), la théorie de la diffusion de l’innovation (TDI) et la théorie institutionnelle, permettant d’expliquer les mécanismes décisionnels des dirigeants de PME. Les travaux existants identifient quatre catégories de facteurs déterminants : les facteurs organisationnels, les attributs perçus des produits participatifs, les pressions institutionnelles et les dimensions socio-religieuses. Sur cette base, un ensemble d’hypothèses est formulé et un modèle conceptuel intégratif est proposé, constituant un cadre pertinent pour de futures études empiriques portant sur les PME marocaines.

Mots clés : Finance participative ; PME ; Adoption ; Banque participative ; Maroc

Abstract:

The adoption of Islamic participatory finance by small and medium-sized enterprises (SMEs) is becoming increasingly relevant in Morocco, where the participatory banking sector is still recent yet expanding steadily. Understanding the factors that shape SMEs' intentions to adopt such financing solutions is essential for strengthening financial inclusion and aligning Islamic financial products with the needs of businesses. Islamic participatory finance is built on key principles such as the prohibition of riba and gharar, asset-backing, profit-and-loss sharing, and a strong ethical and social orientation. To analyse adoption behaviour, this study draws on several theoretical frameworks, including the Theory of Reasoned Action (TRA), the Theory of Planned Behavior (TPB), the Diffusion of Innovation Theory (TDI), and Institutional Theory. The literature indicates four main categories of determinants: organizational factors related to managerial attitudes, financial literacy, and perceived behavioural control; product-related attributes such as relative advantage, compatibility, complexity, and observability; institutional pressures driven by regulatory, normative, and mimetic influences; and socio-religious factors including perceived Sharia compliance and trust in Islamic financial institutions. Based on these insights, the study formulates hypotheses and proposes an integrative conceptual model to guide future empirical research on SMEs in the Moroccan context.

Keywords: Islamic participatory finance; SMEs; Adoption; Participatory banking; Morocco.

Introduction

Le financement des petites et moyennes entreprises (PME) constitue un enjeu central pour les économies émergentes. Au Maroc, les PME représentent plus de 90 % du tissu entrepreneurial et contribuent significativement à l'emploi et à la création de valeur (HCP, 2023). Toutefois, leur accès au financement bancaire demeure contraint en raison de facteurs structurels tels que les asymétries d'information, l'exigence de garanties réelles et une perception élevée du risque (Beck & Demirguc-Kunt, 2006 ; Berger & Udell, 1998). Dans ce contexte, la finance participative apparaît comme une alternative complémentaire au financement conventionnel, susceptible de répondre aux besoins des entreprises en quête de solutions plus éthiques et mieux alignées sur l'économie réelle (El Moussaoui & Budas, 2022).

La finance participative repose sur des principes fondamentaux tels que l'interdiction de la riba, la prohibition du gharar, le partage des profits et des pertes et l'adossement des transactions à des actifs réels (Chapra, 2008 ; Iqbal & Mirakhor, 2011). Depuis la réforme bancaire de 2015 et l'introduction des banques participatives au Maroc, le secteur a connu une dynamique de croissance portée principalement par des produits comme la mourabaha et l'iijara (Bank Al-Maghrib, 2023). Néanmoins, malgré ce développement, l'adoption des produits participatifs par les PME demeure limitée par rapport à leur potentiel.

La littérature existante souligne que l'adoption de la finance participative dépend d'un ensemble multidimensionnel de facteurs, incluant la perception des coûts, la complexité des contrats, la sensibilité religieuse, la confiance dans les institutions financières ainsi que les contraintes institutionnelles et réglementaires (Amin, 2008 ; Echchabi & Aziz, 2012 ; Mansour, Ben Abdallah & Masood, 2015). Ces déterminants varient selon les caractéristiques internes des entreprises et le degré de maturité du marché. Toutefois, la majorité des travaux demeure centrée sur les comportements individuels des clients particuliers, laissant un déficit notable d'études portant spécifiquement sur les PME.

Cette lacune conduit à formuler la problématique suivante : *Quels sont les facteurs explicatifs de l'adoption de la finance participative par les PME marocaines, et comment ces déterminants s'articulent-ils entre caractéristiques organisationnelles, spécificités contractuelles, facteurs institutionnels et dimensions socio-religieuses ?* Répondre à cette question présente un double intérêt, à la fois managérial pour orienter les stratégies des banques participatives et académique, en contribuant à une littérature encore limitée sur

l'adoption organisationnelle de la finance participative (Dusuki & Abdullah, 2007 ; Oseni & Ali, 2019).

Sur le plan méthodologique, cet article s'appuie sur une revue de littérature structurée, menée à partir de bases de données académiques reconnues (Scopus, Web of Science et Google Scholar), afin d'identifier les principaux déterminants et cadres théoriques mobilisés dans les travaux existants. L'article présente successivement le cadre conceptuel de la finance participative, la méthodologie de la revue, les principaux cadres théoriques et facteurs explicatifs de l'adoption, avant de proposer un ensemble d'hypothèses et un modèle conceptuel intégratif adapté au contexte des PME marocaines.

1. Cadre conceptuel : La finance participative

1.1. Principes fondamentaux de la finance participative

La finance participative se distingue par un ensemble de principes juridiques et éthiques issus de la charia. Ces fondements encadrent la conception des produits financiers et influencent leur adoption par les entreprises. La littérature académique retient généralement cinq piliers essentiels (Chapra, 2008 ; Iqbal & Mirakhor, 2011 ; El-Gamal, 2006), ces piliers sont décrits dans le tableau 1.

Tableau N°1 : Principes fondamentaux de la finance participative

Principe	Description
Interdiction de la riba (intérêt)	La riba correspond à toute rémunération prédéterminée sur un prêt monétaire. Sa prohibition vise à empêcher l'accumulation de richesse sans prise de risque ni activité productive.
Prohibition du gharar (incertitude excessive)	Les contrats comportant une ambiguïté importante, un manque d'information ou un objet non clairement défini sont interdits. La finance participative privilégie des transactions transparentes et adossées à des éléments tangibles.
Exigence d'adossement à un actif réel	Toute opération doit correspondre à un échange réel de biens ou de services afin de limiter la spéculation et d'assurer un ancrage dans l'économie réelle (El-Gamal, 2006).
Partage des profits et pertes (PLS)	Les contrats participatifs tels que la mudaraba et la musharaka reposent sur un partenariat où les profits sont partagés selon un ratio convenu et les pertes proportionnellement aux apports.
Finalité éthique et sociale	La finance participative encourage des pratiques fondées sur l'équité, la justice contractuelle, la transparence et la responsabilité sociale (Dusuki & Abdullah, 2007), renforçant son attractivité pour les entrepreneurs.

Source : Synthèse des auteurs

Ces principes structurent l’architecture des produits offerts par les banques participatives et influencent la perception des PME quant à leur pertinence comme mode de financement.

1.2. Produits de finance participative accessibles aux PME marocaines

Le Maroc a développé, depuis 2017, une offre diversifiée de produits participatifs destinés à financer les besoins d’investissement et d’exploitation des PME. Conformément à la réglementation de Bank Al-Maghrib et aux pratiques commerciales des banques participatives, les produits effectivement accessibles aux entreprises sont les suivants :

1.2.1. Mourabaha

La mourabaha constitue le principal produit de finance participative utilisé par les PME marocaines. Dans ce cadre, la banque acquiert un bien qu’elle revend à l’entreprise avec une marge prédéfinie et connue à l’avance. Ce produit est décliné sous plusieurs formes adaptées aux besoins des PME, notamment la mourabaha équipement, la mourabaha pour véhicules professionnels, la mourabaha immobilière à usage professionnel ainsi que des lignes de financement dédiées à l’investissement ou au renouvellement d’actifs. Sa simplicité contractuelle et sa prévisibilité financière expliquent largement son niveau d’adoption élevé.

1.2.2. Ijara

L’ijara repose sur l’acquisition d’un actif par la banque, mis à disposition de l’entreprise contre le paiement de loyers périodiques, le plus souvent sous la forme de l’ijara muntahia bittamlik intégrant une option de transfert de propriété à l’échéance du contrat. Ce produit est mobilisé pour le financement d’équipements et de biens immobiliers professionnels et présente une bonne compatibilité avec les besoins d’investissement des PME.

1.2.3. Autres contrats participatifs (Salam et Istisna’)

Les contrats de salam et d’istisna’ permettent respectivement le financement du cycle d’exploitation et la fabrication ou la construction de biens sur commande. Bien qu’autorisés par la réglementation marocaine, leur utilisation par les PME demeure limitée et ciblée, en raison de contraintes contractuelles, de la spécificité des projets concernés et des exigences de suivi associées.

1.2.4. Contrats de partenariat (Musharaka et Mudaraba)

Les contrats de musharaka et de mudaraba reposent sur un principe de partenariat impliquant un partage des profits et des pertes entre la banque et l’entreprise. Malgré leur forte conformité aux principes de la finance participative, ces produits restent marginalement

utilisés au Maroc, notamment en raison des asymétries d'information, du risque moral, de la complexité de gouvernance et des exigences élevées en matière de contrôle.

1.2.5. Produits connexes

L'offre participative destinée aux PME est complétée par des produits connexes tels que les comptes participatifs, les assurances takaful professionnelles — souvent requises dans le cadre des contrats de mourabaha et d'ijara — ainsi que des dispositifs de garantie et de cofinancement publics.

1.3. Cadre institutionnel marocain

La mise en œuvre des produits de finance participative au Maroc s'inscrit dans un cadre réglementaire et institutionnel structuré, reposant sur l'intervention de plusieurs acteurs clés. Ce cadre joue un rôle déterminant dans la diffusion et l'adoption des produits participatifs par les PME, en définissant à la fois les conditions d'offre, les exigences de conformité et les mécanismes de supervision du secteur.

1.3.1. Réforme bancaire 103-12 (2015)

La loi bancaire n°103-12, adoptée en 2015, a introduit officiellement les banques participatives dans le système financier marocain et a défini la typologie des produits financiers autorisés, aussi bien pour les particuliers que pour les entreprises. Elle encadre les modalités de commercialisation des principaux contrats participatifs tels que la mourabaha, l'ijara, le salam, l'istisna'a, la musharaka et la mudaraba, tout en fixant les exigences prudentielles applicables aux établissements de crédit participatifs. Ce cadre juridique constitue ainsi une pression institutionnelle coercitive, au sens de la théorie institutionnelle, qui structure l'offre disponible pour les PME et influence indirectement leurs décisions d'adoption de la finance participative.

1.3.2. Conseil Supérieur des Oulémas (CSO)

Le Conseil Supérieur des Oulémas joue un rôle central dans la gouvernance de la finance participative au Maroc à travers son Comité charia pour la finance participative. À ce titre, il :

- Valide ex ante l'ensemble des produits participatifs commercialisés par les banques,
- Encadre la conformité des contrats et de leurs différentes déclinaisons aux principes de la charia,

- Harmonise les pratiques entre les établissements afin d’assurer une cohérence religieuse et juridique du secteur.

Cette institution contribue fortement à la légitimité religieuse des produits participatifs et constitue un facteur clé de confiance pour les entreprises sensibles à la conformité charia de leurs modes de financement.

1.3.3. Rôle de Bank Al-Maghrib

Bank Al-Maghrib assure la supervision globale du secteur de la finance participative. À ce titre, elle veille notamment à :

- L’octroi des agréments aux établissements de crédit participatifs,
- Le respect des normes prudentielles,
- La protection des clients,
- La stabilité et la solidité du système bancaire participatif.

L’institution publie régulièrement des rapports et des statistiques détaillant l’évolution des financements participatifs, y compris ceux destinés aux entreprises, contribuant ainsi à la transparence du marché et à l’information des acteurs économiques.

1.3.4. Situation actuelle du marché

Selon les données publiées par Bank Al-Maghrib, les financements participatifs au Maroc ont connu une croissance soutenue depuis le lancement des banques participatives, avec une prédominance marquée du produit de la mourabaha. À titre illustratif, la mourabaha représente plus de 85 % des encours de financement participatif sur la période récente, aussi bien pour les particuliers que pour les entreprises. Les produits tels que l’ijara et le salam enregistrent une progression plus modérée, principalement dans le segment des PME, tandis que les contrats de partenariat fondés sur le partage des profits et des pertes, notamment la musharaka et la mudaraba, demeurent marginalement utilisés. Cette structure de marché reflète à la fois les préférences des entreprises pour des produits perçus comme plus simples et les contraintes institutionnelles et opérationnelles propres aux contrats participatifs à forte intensité de gouvernance (Bank Al-Maghrib, 2023).

2. Méthodologie

Cette recherche repose sur une revue de littérature narrative structurée visant à identifier et analyser les déterminants de l’adoption de la finance participative par les PME. L’objectif

n'est pas de procéder à une revue systématique exhaustive, mais de proposer une synthèse théoriquement fondée et méthodologiquement défendable des travaux académiques pertinents.

La collecte des publications a été réalisée à partir de bases de données académiques reconnues, notamment Scopus, Web of Science et Google Scholar. Les recherches ont porté principalement sur la période 2000–2024, correspondant à l'essor des travaux académiques sur la finance islamique et participative. Les mots-clés utilisés, seuls ou combinés, incluent notamment : *Islamic finance, participatory banking, SMEs, adoption, intention, organizational behavior, TPB et TRA*.

Les critères d'inclusion retenus concernent les articles scientifiques publiés dans des revues académiques à comité de lecture, traitant de l'adoption des produits de finance islamique ou participative par les entreprises ou les individus, et mobilisant des cadres théoriques liés aux comportements d'adoption, à l'innovation ou aux pressions institutionnelles. Les études purement descriptives, non académiques ou sans lien direct avec la problématique de l'adoption ont été exclues. Après un processus de sélection et de lecture approfondie, les travaux retenus ont été analysés et synthétisés afin d'identifier les variables récurrentes, les cadres théoriques mobilisés et les principaux résultats empiriques. Cette analyse a permis de structurer la revue autour de quatre grandes familles de déterminants organisationnels, liés aux attributs des produits, institutionnels et socio-religieux et de proposer un modèle conceptuel intégratif adapté au contexte des PME marocaines.

Ainsi, dans le cadre de cette recherche, l'unité d'analyse retenue est la PME. Toutefois, conformément aux pratiques courantes dans les études portant sur les PME et les choix financiers organisationnels, les variables perceptuelles mobilisées dans le modèle conceptuel sont appréhendées à travers le dirigeant-propriétaire ou le principal décideur financier de l'entreprise. Ce choix repose sur l'hypothèse, largement documentée dans la littérature en management des PME et dans la théorie des upper echelons, selon laquelle les caractéristiques, perceptions et attitudes des dirigeants constituent un proxy pertinent des décisions organisationnelles, en particulier dans les petites et moyennes entreprises où le pouvoir décisionnel est fortement centralisé.

3. Cadres théoriques de l'adoption

L'adoption de la finance participative par les PME peut être appréhendée à travers plusieurs cadres théoriques issus de la psychologie sociale, des comportements organisationnels et des théories de l'innovation. Les modèles les plus mobilisés dans la littérature pour expliquer les intentions et les comportements d'adoption sont la théorie de l'action raisonnée (TRA), la théorie du comportement planifié (TPB) et la théorie de la diffusion de l'innovation (TDI/DOI). Ces modèles permettent de comprendre la manière dont les PME perçoivent les produits participatifs, évaluent leurs bénéfices et décident ou non de les adopter.

3.1. Theory of Reasoned Action (TRA)

Selon Fishbein et Ajzen (1975), la théorie de l'action raisonnée (TRA) constitue l'un des modèles fondateurs pour expliquer les comportements d'adoption. Elle postule que l'intention d'utiliser un produit ou un service repose principalement sur deux déterminants : l'attitude envers le comportement et les normes subjectives. L'attitude reflète l'évaluation positive ou négative que l'entreprise porte sur l'adoption d'un produit financier. Dans le contexte de la finance participative, cette attitude peut être influencée par plusieurs éléments, tels que :

- La perception de la conformité religieuse,
- La perception des coûts et des bénéfices associés aux produits participatifs,
- La confiance accordée à la banque participative.

Le second déterminant, les normes subjectives, renvoie à l'influence perçue des personnes ou institutions importantes pour l'entreprise, comme les pairs, les conseillers financiers ou encore l'environnement religieux et culturel. Dans le contexte marocain, ces normes sociales jouent un rôle déterminant, notamment à travers les valeurs religieuses, la perception du caractère halal des produits financiers et l'importance accordée à la conformité éthique dans les décisions des dirigeants de PME.

La TRA a ainsi été largement mobilisée dans la littérature portant sur la finance participative pour expliquer les intentions d'adoption des clients et des entreprises, comme l'attestent les travaux de Amin (2008) et de Lajuni et al. (2017).

3.2. Theory of Planned Behavior (TPB)

Ajzen (1991) approfondit la théorie de l'action raisonnée en développant la théorie du comportement planifié (TPB), laquelle introduit un troisième déterminant essentiel pour comprendre l'adoption organisationnelle : le contrôle comportemental perçu. Selon ce

modèle, l'intention d'une entreprise d'adopter un produit ou un service repose sur trois composantes. La première est l'attitude envers l'adoption, influencée notamment par :

- Les bénéfices perçus,
- L'utilité attendue,
- L'alignement éthique ou religieux.

La deuxième composante correspond aux normes subjectives, c'est-à-dire aux influences externes perçues par l'entreprise, telles que la pression sociale et la pression religieuse ou culturelle en faveur de la finance participative.

La troisième composante, propre au TPB, est le contrôle comportemental perçu, qui reflète la perception qu'a l'entreprise de sa capacité réelle à adopter un produit financier. Cette perception peut être influencée par plusieurs facteurs, notamment :

- La facilité d'accès à l'information,
- La compréhension des contrats participatifs (mourabaha, ijara, salam, etc.),
- La disponibilité des ressources internes nécessaires,
- La simplicité des procédures bancaires.

Le TPB est largement mobilisé dans l'étude de l'adoption des services financiers participatifs, car il permet d'intégrer simultanément des dimensions psychologiques, organisationnelles et contextuelles (Echchabi & Abd Aziz, 2012 ; Amin, 2013). Dans le contexte marocain, le contrôle comportemental perçu est souvent façonné par des éléments spécifiques tels que :

- La complexité contractuelle perçue et la relation entretenue avec les conseillers,
- La disponibilité de produits réellement adaptés aux besoins des PME,
- Les exigences administratives associées aux financements participatifs.

3.3. Théorie de la Diffusion de l’Innovation (TDI / DOI)

Rogers (2003) propose la théorie de la diffusion de l'innovation, un cadre fondamental pour analyser l'adoption d'un produit ou d'un service par les organisations. Cette théorie repose sur cinq attributs clés qui déterminent la vitesse et l'ampleur de la diffusion :

- L'avantage relatif, correspondant à la perception que la finance participative apporte une valeur ajoutée par rapport au financement conventionnel, notamment en matière de conformité religieuse, de transparence ou d'alternatives au crédit classique ;

- La compatibilité, renvoyant à l’alignement entre les produits participatifs et les besoins, valeurs ou pratiques de l’entreprise ;
- La complexité, liée à la difficulté perçue dans la compréhension ou l’utilisation de certains contrats participatifs tels que la musharaka ou la mudaraba ;
- L’observabilité, c’est-à-dire la visibilité des résultats obtenus par d’autres PME ayant adopté ces produits, encore limitée dans le contexte marocain ;
- La testabilité, qui désigne la possibilité d’essayer un produit à petite échelle, généralement restreinte dans les financements participatifs.

Dans ce cadre, la théorie de la diffusion de l’innovation s’avère particulièrement pertinente pour analyser l’adoption de la finance participative, puisqu’elle permet de comprendre comment ces caractéristiques perçues influencent le comportement des PME marocaines face à une innovation à la fois financière et culturelle.

3.4. Approche institutionnelle (complément nécessaire)

DiMaggio et Powell (1983) ainsi que Scott (2008) montrent que la théorie institutionnelle constitue un apport essentiel pour enrichir les modèles comportementaux appliqués à l’adoption de la finance participative. Cette approche met en évidence l’influence de plusieurs types de pressions institutionnelles susceptibles d’orienter les décisions des organisations, notamment :

- Les pressions coercitives, issues du cadre réglementaire et des obligations légales imposées par des institutions telles que Bank Al-Maghrib ou le Conseil Supérieur des Oulémas ;
- Les pressions normatives, découlant des valeurs religieuses, sociales et professionnelles qui structurent les pratiques attendues au sein d’un secteur ;
- Les pressions mimétiques, qui conduisent les entreprises à imiter les comportements d’organisations perçues comme légitimes ou performantes, notamment celles ayant déjà adopté la finance participative.

La théorie institutionnelle est particulièrement pertinente dans les contextes où la finance participative est strictement encadrée par la loi et où la conformité réglementaire et religieuse constitue un élément central de légitimation.

3.5. Déterminants socio-religieux spécifiques à la finance participative

Enfin, la littérature en finance participative met en évidence des déterminants propres au secteur (Metawa & Almossawi, 1998 ; Dusuki & Abdullah, 2007) :

- Conformité religieuse,
- Adhésion aux valeurs éthiques,
- Confiance dans les institutions islamiques,
- Influence des leaders religieux ou sociaux.

Ces dimensions complètent TRA, TPB et TDI, en fournant une lecture plus culturelle de l'adoption dans les PME marocaines.

3.6. Synthèse des principales études sur l'adoption de la finance participative

Cette section propose une synthèse des principaux travaux académiques ayant analysé l'adoption de la finance participative ou islamique, afin de mettre en évidence les tendances dominantes, les cadres théoriques mobilisés et les limites de la littérature existante.

Tableau N°2 : Synthèse des principales études sur l'adoption de la finance participative

Auteur(s)	Pays	Population étudiée	Méthode	Cadre théorique	Principaux résultats
Metawa & Almossawi (1998)	Bahreïn	Clients particuliers	Enquête	Approche comportementale	Importance des motivations religieuses et de la confiance
Gerrard & Cunningham (1997)	Singapour	Clients particuliers	Quantitative	Comparaison bancaire	La religion n'est pas l'unique déterminant
Amin (2008)	Malaisie	Clients particuliers	Quantitative	TRA	Attitude et normes subjectives influencent l'adoption
Echchabi & Abd Aziz (2012)	Maroc	Clients particuliers	Enquête	TPB	Rôle significatif de la religiosité
Mansour et al. (2015)	Tunisie	PME	Quantitative	TPB	Littératie financière et religion déterminantes
Lajuni et al. (2017)	Malaisie	PME	Quantitative	TPB	L'intention explique l'adoption, modérée par la religiosité

Source : Synthèse d'auteur

L'analyse des études existantes met en évidence une prédominance des recherches centrées sur les clients particuliers, tandis que les travaux portant spécifiquement sur les PME demeurent relativement rares, en particulier dans le contexte marocain. Par ailleurs, la littérature mobilise majoritairement des cadres comportementaux tels que la TRA ou la TPB, souvent sans les articuler à des approches institutionnelles ou organisationnelles. Ce double constat justifie la proposition d'un modèle conceptuel intégratif permettant de mieux appréhender la complexité du processus d'adoption de la finance participative par les PME. Dans cette perspective, la théorie de la diffusion de l'innovation éclaire le rôle des caractéristiques perçues des produits participatifs (avantage relatif, compatibilité, complexité et observabilité dans la formation de l'attitude et du contrôle comportemental perçu). La théorie institutionnelle met quant à elle en évidence l'influence des pressions coercitives, normatives et mimétiques issues de l'environnement réglementaire, religieux et professionnel, agissant principalement sur les normes subjectives. L'intention d'adoption, telle que conceptualisée par la théorie du comportement planifié, constitue ainsi le mécanisme central reliant ces déterminants à l'adoption des produits de finance participative par les PME.

4. Facteurs explicatifs de l'adoption de la finance participative par les PME

L'adoption des produits de finance participative par les PME résulte d'un ensemble multidimensionnel de facteurs combinant des aspects organisationnels, contractuels, institutionnels et socio-religieux. La littérature montre que ces facteurs interagissent et influencent différemment l'intention et la décision d'adopter selon le contexte, les caractéristiques de l'entreprise et la maturité du marché (Amin, 2008 ; Echchabi & Aziz, 2012 ; Mansour et al., 2015). Dans le cas marocain, marqué par une structuration récente du secteur et un niveau de connaissance encore limité, ces facteurs prennent une importance particulière.

4.1. Facteurs organisationnels (caractéristiques internes de la PME)

Les caractéristiques propres à l'entreprise influencent directement sa capacité et sa volonté d'adopter de nouveaux modes de financement.

4.1.1. Taille et structure de la PME

La taille et la structure organisationnelle de la PME conditionnent l'accès à l'information financière, la qualité des dispositifs comptables et la capacité à répondre aux exigences documentaires des établissements bancaires. Les entreprises de petite taille sont généralement

plus exposées aux asymétries d'information et à la complexité perçue des produits financiers, ce qui peut freiner leur adoption de la finance participative (Beck & Demirguc-Kunt, 2006).

4.1.2. Compétence financière et expertise managériale

La compétence financière du dirigeant constitue un déterminant clé de l'adoption de la finance participative. Un niveau élevé de littératie financière facilite la compréhension des contrats islamiques, souvent perçus comme plus complexes que les produits conventionnels, et réduit les barrières cognitives à l'adoption (Mansour et al., 2015).

4.1.3. Attitude du dirigeant envers la finance participative

Conformément aux apports de la théorie de l'action raisonnée et de la théorie du comportement planifié, l'attitude du dirigeant influence directement l'intention d'adopter la finance participative. Cette attitude résulte de l'évaluation des bénéfices attendus, de la perception de la conformité religieuse des produits et du niveau de confiance accordé aux banques participatives (Amin, 2008 ; Echchabi & Aziz, 2012).

4.1.4. Contrôle comportemental perçu

Le contrôle comportemental perçu renvoie à la perception qu'a la PME de sa capacité à comprendre les contrats participatifs, à gérer les démarches administratives et à interagir efficacement avec les institutions financières. Dans les économies émergentes, ce facteur apparaît comme un déterminant majeur de l'intention et du comportement d'adoption des produits de finance participative.

4.2. Facteurs liés aux caractéristiques des produits participatifs

Selon Rogers (2003), cinq attributs de l'innovation influencent directement l'adoption. Dans le cas de la finance participative, plusieurs attributs influencent directement l'intention d'adoption des PME.

4.2.1. Avantage relatif

L'avantage relatif correspond au degré auquel les produits de finance participative sont perçus comme offrant des bénéfices supérieurs aux solutions de financement conventionnelles. L'adoption est favorisée lorsque les PME considèrent ces produits comme conformes aux principes de la charia, transparents dans leurs modalités contractuelles, crédibles comme alternatives au crédit classique et susceptibles de renforcer l'image éthique de l'entreprise (Rogers, 2003 ; Amin, 2008).

4.2.2. Compatibilité

La compatibilité renvoie à l'adéquation entre les produits participatifs et les besoins opérationnels, financiers et culturels de l'entreprise. Les PME sont plus enclines à adopter la finance participative lorsque les produits proposés correspondent à leur cycle d'exploitation et lorsque les principes des contrats islamiques s'alignent avec leurs valeurs et pratiques organisationnelles (Rogers, 2003 ; Mansour, Ben Abdallah & Masood, 2015).

4.2.3. Complexité perçue

La complexité perçue constitue l'un des principaux freins à l'adoption de la finance participative. Les contrats islamiques, en particulier ceux fondés sur le partage des profits et des pertes, sont souvent jugés difficiles à comprendre et à mettre en œuvre, en raison de procédures longues, d'exigences documentaires élevées et d'une technicité contractuelle importante (El-Gamal, 2006 ; Ayub, 2007).

4.2.4. Observabilité

L'observabilité désigne le degré de visibilité des résultats et des bénéfices associés à l'utilisation des produits participatifs par d'autres entreprises. Lorsque les retours d'expérience et les cas de succès sont peu visibles, l'adoption tend à être ralentie, notamment dans les marchés où la finance participative est encore récente (Rogers, 2003 ; Echchabi & Abd Aziz, 2012).

4.2.5. Testabilité

La testabilité renvoie à la possibilité pour les entreprises d'expérimenter un produit à petite échelle avant une adoption complète. Dans le cas de la finance participative, la rigidité contractuelle et la nature des engagements financiers limitent cette capacité d'expérimentation, ce qui peut freiner l'adoption par les PME (Rogers, 2003 ; El-Gamal, 2006).

4.3. Facteurs institutionnels et réglementaires

La théorie institutionnelle (DiMaggio & Powell, 1983 ; Scott, 2008) montre que les entreprises sont influencées par des pressions externes.

4.3.1. Pressions coercitives : cadre réglementaire

Les PME sont influencées par :

- La réglementation de Bank Al-Maghrib,

- Les normes du Conseil Supérieur des Oulémas,
- Les mécanismes de garantie (Tamwilcom),
- Les exigences de conformité.

Un cadre clair et rassurant favorise l’adoption, tandis qu’une réglementation perçue comme rigide peut freiner certaines entreprises.

4.3.2. Pressions mimétiques

Les pressions mimétiques renvoient à la tendance des PME à imiter les pratiques d’entreprises perçues comme légitimes ou performantes, en particulier dans des contextes caractérisés par une forte incertitude informationnelle. Dans le domaine de la finance participative, l’adoption par des entreprises similaires peut réduire la perception du risque et renforcer la crédibilité des produits participatifs, favorisant ainsi leur diffusion (DiMaggio & Powell, 1983).

4.3.3. Pressions normatives

Les pressions normatives résultent des recommandations et des attentes émanant des acteurs professionnels tels que les experts-comptables, les conseillers financiers ou les associations sectorielles, qui contribuent à définir les pratiques jugées appropriées au sein d’un champ organisationnel. Ces influences peuvent orienter les décisions financières des PME en renforçant la légitimité de la finance participative comme option de financement acceptable et conforme aux normes professionnelles dominantes (DiMaggio & Powell, 1983 ; Scott, 2008).

4.4. Facteurs socio-religieux

La littérature en finance participative insiste sur l’importance des motivations religieuses (Metawa & Almossawi, 1998 ; Gerrard & Cunningham, 1997 ; Dusuki & Abdullah, 2007).

4.4.1. Conformité religieuse perçue

Il s’agit du facteur le plus souvent cité comme déterminant majeur de l’intention d’adopter. Les PME motivées par le respect des principes islamiques privilégient les produits participatifs même si leur coût est plus élevé.

4.4.2. Confiance dans les institutions financières islamiques

Elle dépend de :

- La gouvernance,
- La transparence et la qualité du conseil,
- La réputation de la banque participative.

La confiance réduit l'incertitude et augmente l'adoption.

4.4.3. Normes culturelles

Certaines entreprises adoptent des produits participatifs parce que cela correspond aux valeurs dominantes de leur environnement social (ex. préférences halal).

4.4.4. Influence des leaders religieux ou communautaires

Dans certains secteurs traditionnels, l'avis des leaders religieux ou de personnalités influentes peut renforcer l'intention d'adopter.

5. Synthèse des résultats et limites de la littérature

5.1. Synthèse des résultats

La revue de littérature met en évidence que l'adoption de la finance participative par les PME repose sur un ensemble de déterminants multidimensionnels ancrés à la fois dans les comportements organisationnels, les propriétés des produits financiers, le cadre institutionnel et les considérations socio-religieuses. Dans l'ensemble, les études analysées convergent vers l'idée que l'adoption n'est pas motivée par un seul facteur, mais résulte d'une combinaison d'éléments structurés selon les cadres théoriques de la TRA, du TPB, de la TDI et des approches institutionnelles et socio-religieuses propres à la finance participative.

Sur le plan organisationnel, les travaux montrent que l'attitude du dirigeant, ses compétences financières, la perception de sa capacité à adopter (contrôle comportemental perçu) et la structure interne de la PME jouent un rôle essentiel (Ajzen, 1991 ; Mansour et al., 2015). Les petites entreprises, disposant de ressources limitées ou souffrant d'un déficit de littératie financière, semblent moins enclines à adopter des produits participatifs jugés complexes ou administrativement contraignants.

Les caractéristiques des produits participatifs constituent un deuxième axe central. Les études basées sur la diffusion de l'innovation (Rogers, 2003) montrent que l'avantage relatif (conformité religieuse, transparence), la compatibilité avec les besoins de l'entreprise et la complexité perçue des contrats influencent fortement l'intention d'adoption (Amin, 2008 ; Echhabib & Aziz, 2012). La complexité contractuelle, en particulier pour les produits à partage de profits (musharaka, mudaraba), reste un frein majeur dans plusieurs pays, y compris au Maroc.

Les facteurs institutionnels constituent un troisième déterminant important. Les pressions coercitives (réglementations de Bank Al-Maghrib et validations du CSO), mimétiques (imitation d'entreprises similaires) et normatives (influence des experts-comptables et conseillers financiers) façonnent les comportements d'adoption (Scott, 2008). Dans les économies où la finance participative est jeune, comme au Maroc, la légitimité institutionnelle joue un rôle particulièrement aigu.

Enfin, les facteurs socio-religieux émergent comme une dimension incontournable. La conformité à la charia, les valeurs culturelles, la confiance dans les institutions islamiques et l'importance des normes sociales constituent des déterminants robustes confirmés dans de nombreuses études empiriques (Metawa & Almossawi, 1998 ; Dusuki & Abdullah, 2007). Ces motivations ne remplacent pas les considérations économiques, mais les complètent et renforcent l'intention d'adopter, surtout dans les PME dirigées par des entrepreneurs sensibles à la dimension religieuse.

5.2. Limites de la littérature existante

Malgré la richesse des travaux existants, plusieurs limites importantes apparaissent dans la littérature. Premièrement, les recherches portant spécifiquement sur les PME restent rares et souvent éclatées, la majorité des études se concentrant sur les comportements individuels des clients ou sur des contextes géographiques éloignés des réalités marocaines. Cette focalisation réduit la compréhension fine des contraintes organisationnelles propres aux PME, comme le déficit de littératie financière ou les capacités administratives limitées. Deuxièmement, la plupart des études disponibles utilisent des approches transversales basées sur des intentions d'adoption, ce qui empêche d'évaluer l'adoption réelle, les rythmes d'évolution et l'impact concret des produits participatifs dans le temps. Les modèles longitudinaux ou causaux, indispensables pour analyser la dynamique d'adoption, sont encore très peu mobilisés. Troisièmement, la complexité contractuelle perçue des produits participatifs, souvent évoquée comme un frein majeur, n'est que partiellement analysée ; très peu d'études comparent objectivement la complexité effective des produits, ni ne mesurent son effet différencié selon le profil des entreprises. Quatrièmement, le rôle du facteur religieux, pourtant essentiel dans la finance participative, demeure souvent appréhendé de manière superficielle, à travers des indicateurs généraux ne permettant pas d'appréhender les nuances entre croyances déclarées, motivations profondes et comportements observés. Enfin, la littérature traite encore peu du

rôle des conseillers bancaires, des experts-comptables et des réseaux professionnels, alors que ces acteurs influencent fortement les choix financiers des PME.

5.3. Conséquences de ces limites pour les recherches futures

Ces limites suggèrent plusieurs orientations pour les recherches futures. Il apparaît nécessaire d'approfondir l'étude de l'adoption de la finance participative dans les PME en intégrant des approches méthodologiques plus robustes, notamment longitudinales, permettant de saisir l'évolution des comportements, la fidélité aux produits participatifs et les effets réels sur la performance financière. Les travaux futurs gagneraient également à développer des modèles intégratifs combinant les dimensions organisationnelles, institutionnelles, contractuelles et religieuses, afin de mieux appréhender les interactions entre ces variables dans le processus d'adoption. Par ailleurs, une attention particulière devrait être accordée à l'analyse de la complexité contractuelle et à son impact différencié selon la taille, le secteur ou les capacités managériales des entreprises. Il serait aussi pertinent d'explorer davantage le rôle des acteurs de l'écosystème (conseillers financiers, experts-comptables, réseaux professionnels), dont l'influence sur les décisions financières des PME est aujourd'hui sous-dокументée. Enfin, le contexte marocain, encore peu étudié, offre un terrain particulièrement riche pour des recherches empiriques capables de tenir compte des spécificités réglementaires, culturelles et religieuses qui façonnent les comportements d'adoption.

6. Formulation des hypothèses et proposition du modèle conceptuel

6.1. Formulation des hypothèses

À la lumière de la revue de littérature réalisée dans les sections précédentes, il apparaît que l'adoption de la finance participative par les PME résulte d'un ensemble multidimensionnel de déterminants. Ces déterminants relèvent à la fois des caractéristiques internes de l'entreprise, de la perception des attributs des produits participatifs, du cadre institutionnel ainsi que des motivations socio-religieuses propres au contexte de la finance islamique. Les cadres théoriques mobilisés permettent de structurer ces dimensions et d'en déduire un modèle conceptuel intégratif.

Le modèle propose que l'intention d'adopter la finance participative constitue la variable dépendante principale. Elle est influencée par quatre familles de déterminants :

- Les facteurs organisationnels,
- Les facteurs liés aux attributs des produits participatifs,
- Les facteurs institutionnels,

- Les facteurs socio-religieux.

Facteurs organisationnels :

Issus principalement de la TRA et de la TPB, ils incluent l'attitude, les compétences financières et le contrôle comportemental perçu.

- **H1** : L'attitude positive du dirigeant envers la finance participative influencerait positivement l'intention d'adoption par les PME.
- **H2** : Un contrôle comportemental perçu élevé (capacité à comprendre et utiliser les produits participatifs) influencerait positivement l'intention d'adoption.
- **H3** : Le niveau de compétence financière du dirigeant influencerait positivement l'intention d'adopter la finance participative.

Facteurs liés aux attributs des produits participatifs :

Tels que définis par la théorie de la diffusion de l'innovation (Rogers, 2003).

- **H4** : L'avantage relatif perçu des produits participatifs influencerait positivement l'intention d'adoption.
- **H5** : La compatibilité perçue des produits participatifs avec les besoins de l'entreprise influencerait positivement l'intention d'adoption.
- **H6** : La complexité perçue des produits participatifs influencerait négativement l'intention d'adoption.
- **H7** : L'observabilité des résultats de l'utilisation des produits participatifs influencerait positivement l'intention d'adoption.

Facteurs institutionnels :

Basés sur la théorie institutionnelle (DiMaggio & Powell, 1983 ; Scott, 2008).

- **H8** : Les pressions coercitives (réglementation, conformité) influenceraient positivement l'intention d'adopter la finance participative.
- **H9** : Les pressions normatives (valeurs professionnelles, réseaux, conseillers) influenceraient positivement l'intention d'adoption.
- **H10** : Les pressions mimétiques (imitation des entreprises similaires) influenceraient positivement l'intention d'adoption.

Facteurs socio-religieux :

- **H11** : La conformité religieuse perçue influencerait positivement l'intention d'adopter la finance participative.

- **H12** : La confiance dans les institutions financières islamiques influencerait positivement l'intention d'adoption.
- **H13** : L'importance accordée aux valeurs religieuses et éthiques influencerait positivement l'intention d'adoption.

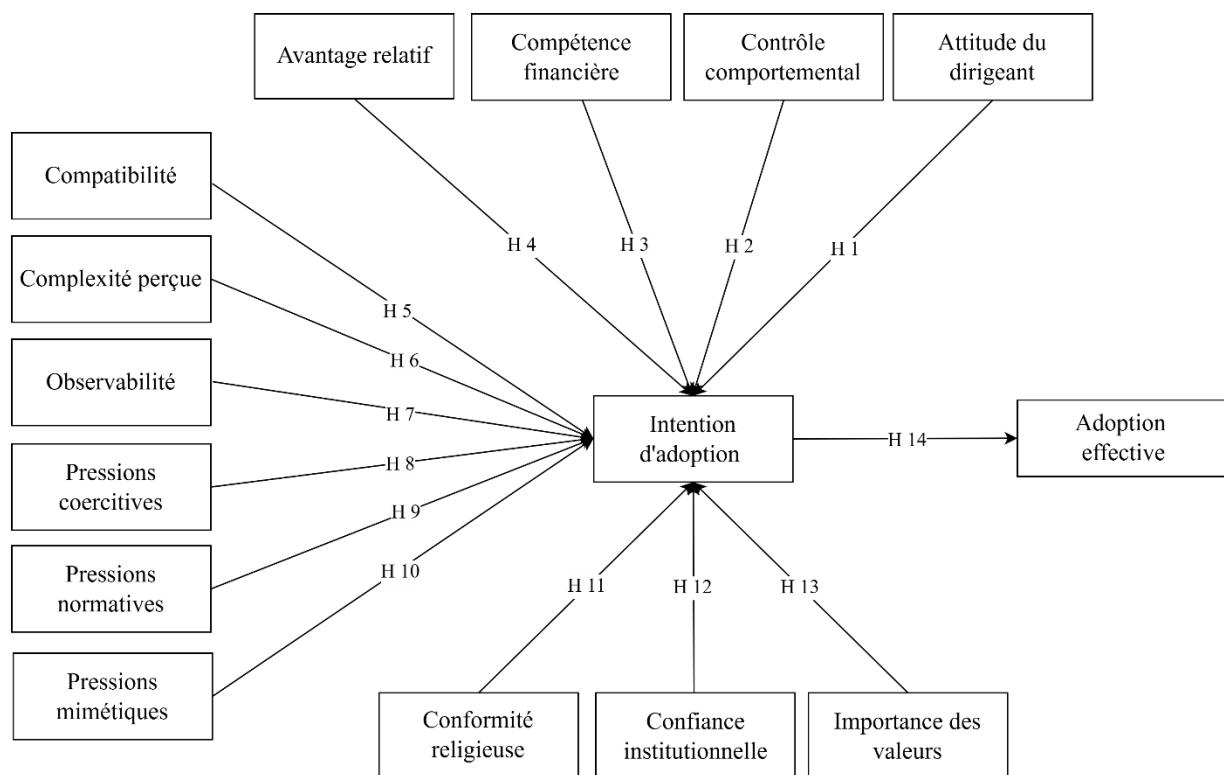
Relation entre intention et adoption effective :

- **H14** : L'intention d'adopter la finance participative influencerait positivement l'adoption effective des produits participatifs par les PME.

6.2. Proposition du modèle conceptuel

Le modèle conceptuel proposé vise à illustrer la manière dont les différents facteurs convergent pour influencer l'intention d'adopter la finance participative au sein des PME et par voie de conséquence l'adoption définitive. La Figure 1 ci-après offre ainsi une représentation schématique de ces relations théoriques et sert de base à la future validation empirique du cadre proposé.

Figure N°1 : Modèle conceptuel préliminaire



Source : Auteurs

Ce modèle propose une lecture intégrative qui synthétise les déterminants identifiés dans la littérature et les articule de manière cohérente autour de l'intention d'adopter la finance participative. Il permet de dépasser les approches centrées uniquement sur les individus en

intégrant des dimensions organisationnelles, institutionnelles, contractuelles et religieuses. Il offre ainsi une base solide pour le développement de travaux empiriques futurs portant sur les PME marocaines et sur les modalités réelles de diffusion des produits participatifs.

6.3. Opérationnalisation des variables de modèle

Afin de renforcer la cohérence méthodologique du modèle conceptuel proposé et de préparer sa future validation empirique, les principales variables mobilisées dans cette recherche sont définies et opérationnalisées à partir de la littérature existante (Tableau 3).

Tableau N°3 : Opérationnalisation des variables du modèle conceptuel

Variable	Définition opérationnelle	Références principales
Attitude envers la finance participative	Évaluation globale favorable ou défavorable du dirigeant à l'égard de l'utilisation des produits de finance participative par la PME	Ajzen (1991) ; Amin (2008)
Normes subjectives	Pressions sociales, professionnelles ou religieuses perçues incitant la PME à adopter la finance participative	Ajzen (1991) ; Echchabi & Abd Aziz (2012)
Contrôle comportemental perçu	Perception du dirigeant quant à la capacité de la PME à comprendre, accéder et utiliser efficacement les produits participatifs	Ajzen (1991) ; Mansour et al. (2015)
Compétence financière du dirigeant	Niveau de connaissances et de compétences financières permettant au dirigeant de comprendre et gérer les produits financiers participatifs	Mansour et al. (2015)
Avantage relatif perçu	Degré auquel les produits participatifs sont perçus comme offrant des bénéfices supérieurs au financement conventionnel	Rogers (2003) ; Amin (2008)
Compatibilité perçue	Degré d'adéquation entre les produits participatifs et les besoins, valeurs et pratiques de la PME	Rogers (2003)
Complexité perçue	Degré de difficulté perçue dans la compréhension et l'utilisation des produits participatifs	Rogers (2003) ; El-Gamal (2006)
Observabilité	Degré de visibilité des résultats et bénéfices de l'utilisation des produits participatifs par d'autres PME	Rogers (2003)
Pressions coercitives	Contraintes réglementaires et exigences institutionnelles influençant l'adoption de la finance participative	DiMaggio & Powell (1983) ; Scott (2008)
Pressions normatives	Influences exercées par les normes professionnelles, religieuses et sociales	DiMaggio & Powell (1983)
Pressions mimétiques	Tendance des PME à imiter les pratiques d'entreprises similaires perçues comme légitimes ou performantes	DiMaggio & Powell (1983)
Conformité religieuse perçue	Perception du respect des principes de la charia par les produits participatifs proposés	Dusuki & Abdullah (2007)
Confiance dans les institutions participatives	Degré de confiance accordée aux banques participatives et à leurs mécanismes de gouvernance	Metawa & Almossawi (1998)
Intention	Degré de volonté de la PME d'adopter des produits de	Ajzen (1991)

d'adoption	finance participative	
Adoption effective	Utilisation réelle des produits de finance participative par la PME	Lajuni et al. (2017)

Source : Synthèse des auteurs

Conclusion

La présente revue de littérature avait pour objectif d'identifier et d'analyser les facteurs explicatifs de l'adoption de la finance participative par les PME, en s'inscrivant dans un contexte marocain caractérisé par une structuration récente du secteur participatif et par une demande croissante de solutions de financement alternatives. L'étude montre que l'adoption des produits participatifs ne résulte pas d'un déterminant unique, mais s'explique par un ensemble de facteurs multidimensionnels intégrant aussi bien les caractéristiques internes des entreprises, les attributs des produits financiers, les contraintes institutionnelles que les considérations socio-religieuses propres au cadre islamique.

Les cadres théoriques mobilisés permettent d'éclairer les mécanismes décisionnels sous-jacents à l'intention d'adopter la finance participative. Ces approches soulignent notamment l'importance du cadre réglementaire, des pressions sociales, de la légitimité religieuse et de la confiance accordée aux institutions financières islamiques. Les résultats suggèrent que les PME adoptent davantage la finance participative lorsque les produits sont perçus comme avantageux, compatibles avec leurs besoins, éthiquement conformes et suffisamment simples à comprendre et à utiliser. Toutefois, plusieurs freins persistent, tels que la complexité contractuelle perçue, le manque de visibilité des bénéfices, une littératie financière limitée et un cadre institutionnel encore en consolidation.

Au-delà de cette synthèse, l'article apporte une contribution supplémentaire en proposant un modèle conceptuel intégratif qui articule de manière cohérente l'ensemble des déterminants identifiés. Ce modèle constitue une base robuste pour le développement d'études empiriques visant à tester les relations hypothétiques proposées et à mieux comprendre le processus d'adoption dans le contexte marocain.

Par ailleurs, cette revue met en évidence plusieurs limites importantes de la littérature existante, notamment la rareté des travaux empiriques portant spécifiquement sur les PME, la prédominance de méthodologies transversales, l'absence d'analyses longitudinales et un traitement souvent superficiel de la dimension religieuse. Ces constats soulignent la nécessité d'investigations plus approfondies, mobilisant des approches méthodologiques plus variées et permettant de saisir la complexité de l'adoption en contexte réel.

Ainsi, des perspectives de recherche futures s'ouvrent pour analyser plus finement les déterminants de l'adoption dans le contexte marocain, tester empiriquement le modèle conceptuel, comparer l'attractivité des produits participatifs entre secteurs d'activité et mesurer l'impact réel de l'adoption sur la performance financière des PME. De tels travaux contribueraient à une meilleure compréhension des dynamiques de la finance participative et offriraient aux institutions financières, aux décideurs publics et aux entrepreneurs des éléments d'aide à la décision susceptibles de renforcer l'inclusion financière et d'améliorer l'offre destinée aux PME.

BIBLIOGRAPHIE

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amin, H. (2008). *Choice criteria for Islamic home financing: Empirical investigation among Malaysian bank customers*. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 1(3), 256–274.
- Amin, H. (2013). *Factors influencing Malaysian bank customers to choose Islamic credit cards: Empirical evidence from the TRA model*. *Journal of Islamic Marketing*, 4(3), 245–263.
- Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic Finance*. John Wiley & Sons.
- Bank Al-Maghrib (2023). *Rapport annuel sur la supervision bancaire*. Rabat, Maroc.
- Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2006). *Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint*. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931–2943.
- Berger, A., & Udell, G. (1998). *The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle*. *Journal of Banking & Finance*, 22(6–8), 613–673.
- Chapra, M. U. (2008). *The global financial crisis: Can Islamic finance help minimize the severity and frequency of such a crisis in the future?* Islamic Development Bank, Islamic Research and Training Institute.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). *The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields*. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). *Why do Malaysian customers patronize Islamic banks?* *International Journal of Bank Marketing*, 25(3), 142–160.
- Echchabi, A., & Abd Aziz, H. (2012). *The relationship between religiosity and customers' adoption of Islamic banking services in Morocco*. *The Journal of Applied Business Research*, 28(5), 93–102.
- El-Gamal, M. (2006). *Islamic Finance: Law, Economics, and Practice*. Cambridge University Press.
- El Moussaoui, A. and Budas, I. 2022. *Les voies de transition de la finance conventionnelle à la finance islamique, analyse empirique sur un échantillon de pays*. *Revue Internationale du Chercheur*. 3, 3 (Sep. 2022).

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Gerrard, P., & Cunningham, J. B. (1997). *Islamic banking: A study in Singapore*. International Journal of Bank Marketing, 15(6), 204–216.
- Haut-Commissariat au Plan. (2023). *Structure du tissu économique marocain*. Rabat, Maroc.
- HILMI, Y. (2024). Contrôle de gestion dans les banques islamiques: Une revue de littérature. Recherches et Applications en Finance Islamique (RAFI), 8(1), 23-40.
- Iqbal, Z., & Mirakhori, A. (2011). *An Introduction to Islamic Finance: Theory and Practice*. John Wiley & Sons.
- Lajuni, N., Wong, W. P., & Ghazali, P. L. (2017). *Religiosity moderates the relationship between intention and adoption of Islamic financing among SMEs in Malaysia*. Jurnal Pengurusan, 50, 1–12.
- Mansour, W., Ben Abdallah, S., & Masood, O. (2015). *Islamic banking and customers' preferences: The case of Tunisia*. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 6(2), 183–205.
- Metawa, S., & Almossawi, M. (1998). *Banking behavior of Islamic bank customers: Perspectives and implications*. International Journal of Bank Marketing, 16(7), 299–313.
- Oseni, U. A., & Ali, S. N. (2019). *Fintech in Islamic finance: Theory and practice*. Routledge.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Scott, W. R. (2008). *Institutions and Organizations: Ideas and Interests* (3rd ed.). Sage Publications.