

**LE FINANCEMENT PAR CROWDFUNDING, QUEL APPORT
POUR L'ENTREPRENARIAT SOCIAL?
CAS DE LA REGION DE SOUSS MASSA (MAROC)**

**FINANCING BY CROWDFUNDING, WHAT IS THE
CONTRIBUTION TO SOCIAL ENTREPRENEURSHIP?
CASE OF THE SOUSS MASSA REGION (MOROCCO)**

DRISSI Selma (Doctorante)
Université Ibn Zohr, ENCG
Agadir, MAROC
slmadrissi@gmail.com

ANGADE Khadija (Ph.D.)
Université Ibn Zohr, ENCG
Agadir, MAROC
k.angade@uiz.ac.ma

Résumé :

Au cours des dernières années, la technique du crowdfunding est devenue un levier actif de développement de l'entrepreneuriat social. En effet, celle-ci se présente comme une voie innovante cherchant à rendre le phénomène entrepreneurial plus humaniste et plus éthique. Néanmoins, il s'avère que la création d'une entreprise sociale représente une tâche plus compliquée que la création d'une entreprise dite classique, étant donné que la majorité de ces entreprises font face à des contraintes de financement liées étroitement à la connaissance limitée de l'entreprise sociale et à la valeur sociale qu'elle génère. C'est ainsi que le financement participatif ou crowdfunding pourrait se révéler comme une alternative enrichissante pour financer des projets créant aussi bien de la valeur sociale qu'économique. C'est un mode de financement devenu par nature un outil de collecte de fonds dédiés à des projets humanitaires, associatifs ou solidaires.

L'objectif de notre article est de mettre en évidence l'importance du crowdfunding comme un outil phare de développement l'entrepreneuriat social dans le contexte marocain à travers une étude exploratoire à partir d'un échantillon composé de vingt jeunes entrepreneurs marocains. Le but de cette étude est de repérer et d'analyser les opportunités ainsi que les enjeux de la pratique du Crowdfunding au Maroc, précisément dans la région de Souss Massa.

Mots clés : Entrepreneuriat social, Crowdfunding, financement participatif, innovation, Région Souss Massa.

Abstract:

During the last years, the crowdfunding technique has become an active lever for the development of social entrepreneurship. Indeed, it presents itself as an innovative way seeking to make the entrepreneurial phenomenon more humanistic and more ethical. Nevertheless, it appears that the creation of a social enterprise is a more complicated task than the creation of a so-called classic enterprise, since the majority of these companies face financing constraints linked closely to limited knowledge social enterprise and the social value it generates. Therefore, participatory or crowdfunding financing could prove to be a valuable alternative for financing projects that create both social and economic value.

The objective of our article is to highlight the importance of crowdfunding as a flagship tool for social entrepreneurship development in the Moroccan context through an exploratory study from a sample of twenty young Moroccan entrepreneurs. The aim of this study is to identify and analyze the opportunities and challenges of Crowdfunding in Morocco, specifically in the Souss Massa region.

Key Words: Social Entrepreneurship, Crowdfunding, Participatory Financing, Innovation, Souss Massa Region.

Introduction

Il y'a une vingtaine d'années, l'émergence d'une nouvelle forme d'entrepreneuriat a fait son entrée partout dans le monde en regroupant à la fois une démarche économique performante et une valeur sociale. Ce nouveau mode d'entrepreneuriat présente des perspectives prometteuses en apportant des solutions innovantes et performantes à des problèmes sociaux ou environnementaux, il s'agit de l'entrepreneuriat social.

Le nouveau phénomène , devenu un objet de recherche important et pertinent , se présente comme étant un nouveau modèle de management qui tente d'investir dans des secteurs d'activités délaissés aussi bien par les entreprises classiques à raison de leur faible rentabilité que par le secteur public inscrit dans un contexte de diminution drastique des dépenses publiques afin d'apporter des solutions innovantes et durables aux différents problèmes sociaux et environnementaux . Autrement dit, les entreprises sociales ne poursuivent pas seulement les objectifs financiers et la réalisation des profits, mais elles visent surtout la mise en œuvre d'un certains changement social (Leadbeater, 1997). Néanmoins, la majorité de ces entreprises souffrent de contraintes de financement qui, par la suite, limitent leurs croissance et demeurent la principale cause qui menace leurs survies. Parmi les principales contraintes financières qui entravent l'accès de ce genre d'entrepreneuriat aux sources de financement dites classiques : leurs revenus faibles qui ne leurs permet pas d'accrocher des financements classiques, leurs gouvernance et leurs modèles de gestion qui se situe à mi-chemin entre celles des ONG et des entreprises et les problèmes d'agence. Face à ces obstacles, les entrepreneurs sociaux se trouvent obliger d'intégrer la dimension financière avec les objectifs sociaux qui sont sans doute l'enjeu majeur qui entrave le développement de ce nouveau mode d'entrepreneuriat (Mair & Marti, 2006) .

Dans ce contexte, des nouvelles pratiques de la finance entrepreneuriales ont émergé telles que le financement participatif ou le crowdfunding en anglais. Cette nouvelle technique jugée très innovante et créative permet à l'entrepreneur social de financer le lancement ou la mise en œuvre de son projet, grâce aux apports financiers des participants convaincus par l'intérêt du dit projet. C'est ainsi que le financement participatif ou le crowdfunding pourrait se révéler comme une alternative enrichissante pour financer des projets créant aussi bien de la valeur sociale qu'économique (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006, p. 15) .

Du fait, le crowdfunding se porte comme un outil phare pour le financement des projets ayant des solutions novatrices, des enjeux et des problèmes sociaux. C'est un mode de financement

devenu par nature un outil de collecte de fonds dédiés à des projets humanitaires, associatifs ou solidaires (Poissonnier, 2014).

Ces dernières années, le Maroc a connu plusieurs initiatives innovantes à caractère social ayant pour vocation la réponse aux enjeux sociétaux majeurs à l'instar de l'Initiative Nationale pour le Développement Humain (INDH).

Dans ce contexte, le Maroc opte pour la mise en place de ce nouveau mécanisme de financement en adoptant un cadre législatif approprié lui permettant de se positionner à l'image d'un acteur pionnier dans la région et d'exploiter de nouveaux modes de financement qui peuvent stimuler l'activité entrepreneuriale au Maroc.

L'objectif de ce papier est d'étaler, d'analyser l'évolution du Crowdfunding au Maroc et de comprendre comment le Crowdfunding peut-il devenir un partenaire phare de l'entrepreneuriat social selon le contexte marocain. Dans notre article, nous mettons donc l'accent, en premier lieu, sur l'émergence du phénomène de l'entrepreneuriat social comme un nouveau mode d'entrepreneuriat, en se basant sur une revue de littérature synthétisée. Deuxièmement, nous présentons le Crowdfunding comme un moteur de développement de l'entrepreneuriat social dans la mesure où apparaît comme « miracle financier » pour les porteurs de projet. Enfin, nous enchaînons avec la méthodologie de recherche adoptée pour notre étude exploratoire effectuée auprès des entrepreneurs sociaux avant de l'analyser minutieusement. Enfin, nous analysons minutieusement cette étude afin d'exposer les principaux résultats.

1. L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL, L'EMERGENCE D'UN NOUVEAU PHENOMENE

1.1 L'entrepreneuriat social

Le phénomène de l'entrepreneuriat constitue depuis longtemps un sujet d'actualité créant une grande polémique qu'il ne peut faire objet d'une unanimité autour de sa conceptualisation, sa définition, ses théories et ses conceptions en attestant l'absence d'un paradigme fédérateur de ce champs de recherche (Bacq & Janssen, 2008, p. 4).

Dans ce contexte, bien qu'une nouvelle génération des mouvements sociaux économiques ait tendance à s'insérer et à transformer l'acte économique qui a atteint un stade d'émergence impressionnant, l'entrepreneuriat social suscite l'intérêt que peu de gestionnaires et encore moins de chercheurs en entrepreneuriat (Boncler & Rispal, 2004, p. 21).

Toutefois, à l'heure actuelle, le contexte socioéconomique est résolument orienté vers cette forme singulière d'entrepreneuriat perçue comme un domaine d'intervention qui peut faire le contrepoids aux insuffisances de l'économie libérale. Autrement dit, l'entrepreneuriat social ouvre une voie nouvelle dans laquelle il est possible de combiner efficacité économique et utilité sociale pour être un véritable levier de la relance de l'activité socio-économique (Stryjan, 2006) et (Weerawardena & Mort, 2006).

L'entrepreneuriat social débarque pour la première fois en Italie, fin des années 1980 avant de se diffuser dans le reste de l'Europe à partir de la deuxième moitié des années 1990 concomitamment à la montée des crises sociales et environnementales. Aux Etats-Unis, ce phénomène remonte à la fin des années 1990 soutenu par des acteurs territoriaux comme Bill Drayton, fondateur d'Ashoka ou les grandes universités (Harvard, Colombia, Yale) qui se mobilisent en organisant des conférences de haut niveau et des nouveaux programmes universitaires sur le sujet.

Face au développement spectaculaire de cette nouvelle forme d'entrepreneuriat un réseau européen de chercheurs s'est constitué en 1996 pour étudier et examiner l'émergence de l'entrepreneuriat social en Europe (EMES) qui doit son nom à son premier programme de recherche sur "*l'émergence des entreprises sociales en Europe*" (1996-2000). Le Réseau EMES étudie plus largement des réalités socio-économiques qui ont pris de plus en plus

d'importance dans les dernières décennies pour élaborer une approche commune de l'entrepreneuriat sociale (Defourny & Borzaga, 2001) .

Ceci-dit, pour bien cerner ce phénomène, il faut bien cerner les particularités de cette forme d'entrepreneuriat pour bien la distinguer des autres pratiques existantes ou ayant existés notamment les entrepreneurs qui pratiquaient des politiques paternalistes. Ces derniers sont parfois qualifiés d'entrepreneurs sociaux juste parce qu'ils ont construit des écoles, des églises ou mêmes des petits villages pour loger leurs ouvriers (Boutillier, 2009, p. 119). Autrement dit, au moment où les objectifs sociaux ne sont que la contrepartie d'une politique de management des ressources humaines, la définition du concept de l'entrepreneuriat social devient une tâche complexe.

Les exemples dans ce sens sont très abondants, tel est le cas des frères Michelin qui associaient leurs employés aux bénéficiaires, en prenant en charge toutes les phases de leurs existances de la naissance au tombeau (Boutillier, 2009). Un autre exemple, celui de Citroën déclarant avec fierté que la démarche adoptée par leur entreprise est l'indissociabilité de la performance économique de la performance sociale, dont les fondements reposent sur la confiance mutuelle et l'engagement de l'ensemble des collaborateurs. Bien que ces exemples peuvent pour certains incarner l'image de l'entrepreneur social, néanmoins, le vocable d'entrepreneuriat social ne semble pas approprié, il s'agit plutôt de paternalisme.

Pour définir l'entrepreneuriat social, nous pouvons donc adopter deux approches : la définition par objectifs et la définition en fonction du statut juridique de l'activité. Pour la première, l'entrepreneuriat social est une forme d'entrepreneuriat classique qui a pour principale vocation, en dehors de la création d'entreprise, la réponse à des besoins sociaux, non encore satisfaits par l'Etat ou par le secteur privé et qui préconise la réalisation d'objectifs strictement financiers. L'entrepreneuriat social s'inscrit donc, dans une logique solidaire, se donnant pour priorité la cohésion sociale (Alvord, Brown, & Letts, 2004). De ce fait, l'entrepreneuriat social cherche à fournir des solutions à des problèmes sociaux plutôt que d'exploiter les opportunités du marché à des fins lucratives (Chauffaut, Lensing-Hebben, & Noya, 2013, p. 17).

A cet effet, les entrepreneurs sociaux cherchent à fournir des solutions durables à des problèmes d'externalités positives négligés (Santos, 2012) . Quant à la seconde, elle définit l'entrepreneuriat social en fonction du statut juridique de son activité. Cette définition peut émaner du type d'organisation, qui sont souvent détenues et gérées sous forme de coopératives ou bien des associations régies selon des critères spécifiques. Néanmoins, la forme juridique

ne peut être un bon critère pour définir l'entrepreneuriat social. En effet, nous constatons que l'entrepreneur social peut bien créer une coopérative, une société anonyme ou même une société à responsabilité limitée. D'une autre manière, l'entrepreneuriat sociale peut prendre différentes formes depuis des organisations financés par des subventions jusqu'à l'entreprise à but lucratif. Elles peuvent également être publiques, privées ou hybrides. Dans ce cas, plusieurs auteurs à l'instar de Neck, H., Brush, C., & Allen, E. (2009) pensent que la mise en accord sur une définition unanime de l'entrepreneuriat social ne présente pas le but ultime, ce qui compte réellement est la compréhension du panorama du secteur (Neck, Brush, & Allen, 2009, p. 15).

De ce qui précède, nous tirons que les caractéristiques inhérentes de la définition de l'entrepreneur social sont : la valeur, la mission, la richesse sociale, le changement social, l'impact social, l'innovation, la durabilité, la créativité et l'approche entrepreneuriale (Chauffaut et al., 2013, p. 18).

1.2 État de lieu de l'entrepreneuriat social au Maroc

L'entrepreneuriat a subi une grande évolution depuis l'indépendance. En effet, le Maroc assistait à l'émergence d'une nouvelle classe sociale qui ont choisi d'investir dans des secteurs créateurs de valeur comme : le textile, l'agroalimentaire, le commerce de détails ou encore la construction. Toutefois, ce n'est qu'à partir des années 90 qu'une réelle dynamique entrepreneuriale s'est instaurée en particulier avec le lancement des grandes réformes structurelles qui seront à l'origine de la croissance qu'a connu le Maroc jusqu'à nos jours. En outre, cette dynamique était un point de départ pour favoriser un certain nombre de mutation au niveau de la nouvelle génération que ce soit d'entreprises ou d'entrepreneurs.

Au Maroc, l'entrepreneuriat contribue à la production grâce à une combinaison de facteurs de production (capital et travail), et donc une allocation des ressources implique un plus grand niveau de production et de bien-être (Feki & Chtourou, 2014, p. 679). Dans ce sens, l'État soutient les porteurs de projets que se soit au niveau institutionnel ou administratif afin de contribuer à la promotion et au développement de la culture entrepreneuriale.

Ces dernières années, l'essor des entreprises sociales a changé la donne. En effet, l'entrepreneuriat social est un thème qui prédomine de nos jours et connaît un essor spectaculaire ces dernières années. Il est de plus en plus utilisé pour désigner de manière générale une forme d'entrepreneuriat qui cherche de mettre les activités économiques au

service de l'homme et aspire à apporter une réponse durable et une solution alternative aux différents défis posés par les crises économiques, sociales, environnementales et morales. Elle contribue aussi à la création de l'emploi en minimisant la pauvreté et les inégalités sociales.

L'entrepreneuriat social est un phénomène qui a reconnu un essor impressionnant que ce soit dans les pays développés comme dans les pays en développement, évidemment avec une approche et des résultats qui se varient en fonction du contexte (Zeyen et al., 2013).

Pour le contexte marocain, plusieurs efforts ont été déployés ayant dont la mission est partagée entre des préoccupations sociales et économiques pour lutter contre les facteurs multidimensionnels de l'exclusion et répondre aux nouveaux besoins découlant des transformations que connaît la société marocaine via son insertion dans un environnement de plus en plus mondialisé. Parmi ces initiatives nous pouvons citer l'adoption de l'Initiative Nationale de Développement Humain (INDH) lancée le 18 mai 2005, les différentes stratégies sectorielles (Tourisme 2020, Artisanat 2020, Maroc vert, etc.) et les programmes d'auto-emploi à l'instar de Moukawalati, un programme gouvernementale qui fournit l'appui à la création d'entreprises génératrices de richesses et d'emplois en adéquation avec les exigences et les spécificités au niveau régional. Certes, la plupart de ces programmes sociaux cités ci-dessus, ont fait appel à des stratégies d'appuis de l'entrepreneuriat mais il semble que leurs cibles principales étaient des coopératives agricoles et artisanales sans accorder l'attention aux autres secteurs.

D'ailleurs, pour le contexte marocain, les entreprises sociales demeurent amplement sous-développées en prenant souvent la forme d'ONG vu l'absence d'un statut juridique spécial pour ce profil d'entrepreneur, à l'instar du modèle américain ou canadien.

En outre, la majorité de ces organisations affichent des moyens limités. En effet, trouver les financements peut ressembler à un parcours du combattant pour les entrepreneurs sociaux bien qu'ils reçoivent des subventions et des dons du gouvernement ainsi que du secteur privé, mais la générosité à ses limites. Quant aux sources de financements dites traditionnelles, les institutions financières, notamment les banques, se montrent régissantes envers cette forme hybride d'entrepreneuriat partagée entre la recherche de rentabilité et la volonté d'avoir un impact social, ce qui rend complexe leurs prise en charge par les acteurs financiers traditionnels (Lévesque, 2016, p. 3).

En plus des contraintes financières, le développement de ce type d'entrepreneuriat dans le contexte marocain est confronté à d'autres enjeux à savoir : l'impact du contexte

socioéconomique et culturel , le processus entrepreneurial (Felício, Gonçalves, & da Conceição Gonçalves, 2013) , l'absence d'un cadre législatif et réglementaire qui régit ce type d'entrepreneuriat autres que celles qui régissaient les ONG (la forme la plus courante de l'entrepreneuriat social au Maroc) et le développement d'infrastructures qui leurs facilitant l'accès aux services. C'est le rôle des structures d'appuis, des incubateurs et des réseaux d'investisseurs afin de promouvoir de nouvelles méthodes d'accompagnement visant l'encadrement des entrepreneurs sociaux (Omrane & Fayolle, 2010, p. 23) . Le but étant non seulement d'avoir un impact social mais aussi d'établir une politique axée sur le développement de la société tout en développant leurs activités.

2. CROWDFUNDING MOTEUR DE DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL

Le crowdfunding, le financement participatif, le financement 2.0 ou encore le socio-financement sont tous des expressions pour désigner le nouveau mode de financement devenu alternatif aux canaux de financements dites classiques à savoir les institutions financières et les marchés financiers (Chaaben, 2016, p. 14) .En effet, depuis une dizaines d'années, le financement par crowdfunding est devenu un outil incontournable et une opportunité qui donne l'espoir aux jeunes entrepreneurs porteurs de projets innovateurs afin de valoriser leurs initiatives dans une conjoncture économique jugées très délicate.

Dans la mesure ou le financement participatif apparaît comme un « miracle financier » pour les porteurs de projet, le mode de fonctionnement assez particulier de cette technique fait regarder l'entrepreneuriat sous un autre prisme , en particulier l'entrepreneuriat social pour lequel l'impact attendu du projet est aussi important que sa dimension économique. Ceci-dit, l'entrepreneuriat social et le financement participatif semble être deux concepts qui sont très proches, par leurs points communs, participatifs et citoyens.

2.1 Définir le crowdfunding

Le concept du crowdfunding est très récent (Gobble, 2012, p. 5). Inventé pour la première fois par Michael Sullivan en 2006, le crowdfunding signifie littéralement « le financement par la foule » peut être considéré comme faisant partie du concept plus large de crowdsourcing, qui utilise la «foule» pour obtenir des idées, des réactions et des solutions afin de développer des activités d'entreprise (Lambert & Schwienbacher, 2010). En effet, Kleemann (2008) propose la définition suivante : « *le Crowdsourcing est un concept qui a lieu lorsqu'une entreprise axée sur les bénéfiques externalise des tâches spécifiques essentielles pour la fabrication ou la vente*

de son produit au grand public (la foule) sous la forme d'un appel ouvert sur Internet, dans le but d'animer les individus à contribuer volontairement au processus de production de l'entreprise gratuitement ou pour un montant significativement inférieur à celui de la contribution vaut pour l'entreprise » .

Certes, la définition du crowdsourcing servira comme point de départ mais il faut y ajouter quelques précisions afin de transposer le crowdfunding. Faire financer un projet (funding) par un grand nombre de souscripteurs (Crowd) est l'idée de base de cette technique émergente. Autrement dit, les consommateurs peuvent se porter volontaires pour contribuer au développement du produit, dans notre contexte à travers des aides financières. Dans cette perspective, le crowdfunding est un sous-ensemble de crowdsourcing, puisque ce dernier englobe également l'aide financière (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2010, p. 4).

Pour plusieurs auteurs, le crowdfunding n'est pas une nouvelle technique. Pour Conreaux et Maalaoui (2014), ce n'est qu'une transposition moderne et sociale d'un phénomène assez ancien à savoir la souscription publique (Maalaoui & Conreaux, 2014) quant à la notoriété regagnée du crowdfunding moderne, celle-ci n'est renforcée que par l'utilisation récurrente des réseaux sociaux et de l'internet.

Dans ce contexte, Brabham (2008) and Kleemann (2008) avancent que la forte croissance qu'a connu ce nouveau ancien phénomène est justifié par :

- Le rôle joué par les nouvelles technologies du web 2.0 et les réseaux sociaux dans la réussite d'une levée de fonds en Crowdfunding.
- Une volonté de contribution et d'altruisme développés chez les contributeurs qui désirent franchir une aventure entrepreneuriale dans un contexte de manque de ressources financières affectées aux premières étapes du développement des projets (Maalaoui & Conreaux, 2014).
- Le succès du crowdsourcing, et par la suite crowdfunding dont s'inspire, se justifie par la diversité de contribution dont peut tirer le porteur de projet au-delà des aides financières comme, le savoir-faire, les nouvelles idées et le sens de créativité.

Quand à (Lambert & Schwienbacher, 2010), la définition du Crowdfunding sera encore plus étendue en présentant le crowdfunding comme « *un appel ouvert, essentiellement à travers l'Internet, pour la fourniture de ressources financières, soit sous forme de don en échange d'une certaine forme de récompense et/ou des droits de vote en vue de soutenir les initiatives des fins spécifiques* » (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2010).

Pour le cofondateur de l'entreprise de financement collaboratif Kisskissbankbank Vincent Ricordeau le Crowdfunding est indissociable de l'internet et des réseaux sociaux, il avance que « *Le web est l'outil et le média, l'utilisateur en devient le scénariste et le réalisateur. "Social" et centré sur l'utilisateur, le web se rebaptise 2.0. À partir de ce renversement, l'utilisateur se met à produire du contenu et à le rendre disponible en ligne au même titre que les professionnels, qui jusqu'alors étaient les seuls à agrémenter les pages consultées par le public. Et c'est grâce à cette évolution que les utilisateurs ont pu se regrouper autour de centres d'intérêts communs, en discuter, puis, assez naturellement, ils furent capables de s'organiser pour les financer. Il va sans dire que le crowdfunding est bien le rejeton du web social.*» (Ricordeau, 2013, p. 22). Cette communication renforcée par le Web 2.0 , a transformé l'internaute en un vrai entrepreneur capable de tester l'intérêt du public pour son projet en dépassant les contraintes liées au coût du marketing et de la publicité (Hendrickx, 2014, pp. 20-21).

D'autres tentatives de définition de ce phénomène se multiplient en présentant les différentes facettes de celui-ci. Il est perçu comme étant un processus spécifique de financement pour aider à transformer des idées prometteuses en réalités commerciales en connectant les investisseurs avec des partisans potentiels (Ramsey, 2012) ou encore c'est un mécanisme financier qui permet aux entreprises de démarrer en sollicitant des fonds auprès du grand public par l'intermédiaire de site web (Powers, 2012).

2.2 Le crowdfunding et l'entrepreneuriat social

Le crowdfunding ou le financement participatif est une nouvelle technique de financement de projets par le public. En effet, elle permet de récolter des fonds, en général des faibles montants, auprès d'un large public pour financer un projet artistique ou social, notamment des projets défendant certaines valeurs morales comme c'est le cas pour l'entrepreneuriat sociale. Il permet donc aux entrepreneurs sociaux de faire appel au public pour financer tout ou une partie d'un projet. Il est devenu une source de financement à part entière en particulier pour les entrepreneurs sociaux souhaitant procéder à la création d'entreprises. En fait, la difficulté à trouver des financements conduit ces entrepreneurs à collecter des fonds en ligne par un intermédiaire, appelé « plateforme de crowdfunding » qui peuvent être soit généralistes ou thématiques. C'est en général un site internet qui se charge de mettre en relation les financeurs avec les porteurs de projet souhaitant obtenir des financements. Toutefois, ce qui est intéressant dans cette technique et qu'au-delà de l'idée de la dimension financière, le

crowdfunding est un outil qui permet de fédérer, fidéliser et tester son projet en offrant la possibilité de faire la communication de lancement (Poissonnier, 2014, p. 4). Cette dernière, qui fait appel aux techniques de marketing dites classiques pèsent très lourds pour les entrepreneurs sociaux ayant un budget de financement très serré mais grâce au crowdfunding ces entrepreneurs auront une visibilité de leurs projets à travers cet espace d'échange. Cette dimension d'échange semble être encore plus cruciale pour le secteur d'entrepreneuriat social que pour tout autre secteur vu que l'impact du projet est un élément stratégique aussi détermine que la viabilité économique. Le crowdfunding permet de sensibiliser les gens à propos d'une problématique sociale ou environnementale et de leur suggérer d'y prendre part en finançant le projet qui apportera des solutions en créant un changement social.

À ce titre, il n'est pas surprenant de penser que crowdfunding et entrepreneuriat social sont deux concepts très proches partageant les mêmes valeurs communautaires, participatives et citoyennes.

Bien que le marché mondial connaisse un succès spectaculaire du crowdfunding, l'analyse par zones géographiques traduits des évolutions différenciées surtout en Afrique ou le développement de cette technique de financement paraît encore hésitante. Le tableau ci-dessus traduit la répartition d'acteurs de Crowdfunding par zones géographiques.

Tableau n°1 : répartition des acteurs de crowdfunding par zones géographiques

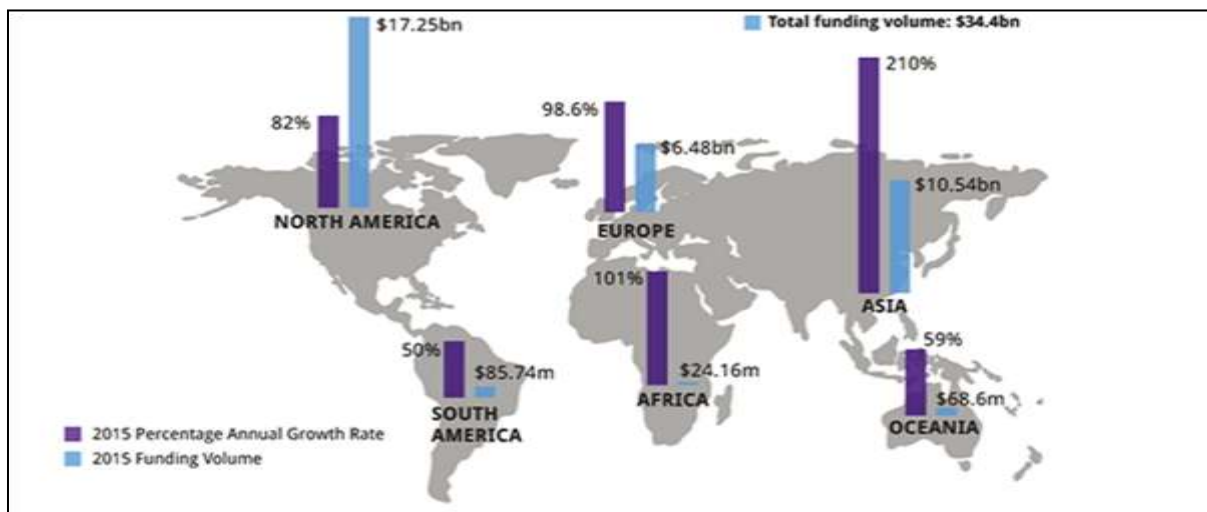
Zone géographiques	Nombre de plateformes
Amérique du Nord	378
Europe	248
Amérique du Sud	17
Asie	12
Océanie	12
Afrique	5

Source: Crowdfunding's Potential for the Developing World. 2013. InfoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC: World Bank

Le marché dominant est celui de l'Amérique du Nord avec plus de 378 plateformes, la zone Européenne occupe la deuxième position avec un total de plateforme qui atteint 248. Quant à

la dernière position, elle est occupée par l'Afrique avec cinq plateformes en total. L'analyse par montant levés appuie la conclusion tirée du premier tableau.

Figure n°1 : répartition des montants levés par le Crowdfunding dans le monde



Source: Massolution /Crowdsourcing.org 2015CF Crowdfunding Industry Report

Tableau n°2 : évolution différenciée du crowdfunding en volume par zone géographiques

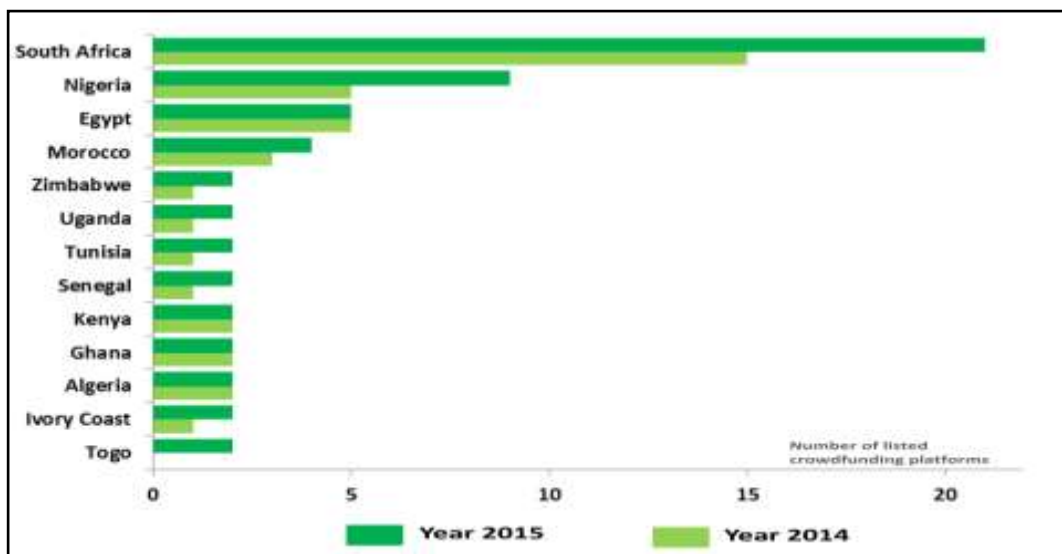
Zone géographique	Montant levée
Amérique du Nord	\$17.2B
Asie	\$10.54B
Europe	\$6.48B
Océanie	\$68.6M
L'Amérique du sud	\$85.74M
Afrique	\$24.16M

Source: Massolution /Crowdsourcing.org 2015CF Crowdfunding Industry Report

La lecture du deuxième tableau traduit l'évolution différenciée du crowdfunding en volume par zone géographiques. L'Amérique du Nord se situait toujours comme la plus grande région par le volume de financement de 56 % de la part de marché, comparativement à l'Europe à 42 % et la dernière position est occupée par l'Afrique avec un volume total de 24.16M\$.

Même dans le continent africain, la situation en matière du développement du crowdfunding varie d'une manière considérable. En effet, dans la majorité des pays des pays anglo-saxonne africains plusieurs plateformes opèrent grâce à une démarche d'éducation de la population et la sensibilisation à la valeur ajoutée par ce nouveau mode de financement avec 30,8 millions de dollars levés en 2015 dont l'Afrique du Sud, qui compte à elle seule 21 plateformes, suivi de l'Égypte 842 000 dollars pour 5 plateformes et pour compléter le podium on trouve Nigeria 314 445 dollars pour 9 plateformes. Cependant, le développement de ce phénomène reste encore embryonnaire dans l'Afrique subsaharienne et la partie francophone du continent selon une étude réalisée par la plateforme de crowdfunding Afrikstar. Ceci dit, le continent africain compte seulement 57 plateformes de crowdfunding en total, soit disant une moyenne de 1,05 plateforme par pays.

Figure n°2 : développement des plateformes du crowdfunding par pays entre 2014/2015



Source: Frost & Sullivan (2015): Sub-Saharan Africa to Witness Fastest Growth in Mobile Usage Rates Globally

Ce retard peut être expliqué par plusieurs facteurs. D'abord, l'absence d'un cadre réglementaire adapté à ce nouveau mécanisme de financement. Ensuite, le faible taux de bancarisation demeure la contrainte majeure qui limite l'accès des populations à ces différentes plateformes de collectes. Enfin, les difficultés d'accès aux outils informatiques et à l'information ainsi l'absence d'une culture d'entrepreneuriat chez les particuliers.

3. MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

La nature de l'étude nous a mené à opter pour la méthodologie qualitative. Cette dernière nous permet d'explorer, d'examiner et d'expliquer le phénomène du financement de l'entrepreneuriat social par le crowdfunding pour le contexte marocain, en particulier la région de Souss Massa. Dans un premier temps nous présentons la méthodologie de la recherche y compris l'échantillon et la collecte des données (3.1), pour décrire ensuite le déroulement des entretiens (3.2).

3.1 Échantillonnage et collecte des données

L'étude exploratoire par entretien a été réalisée auprès de 20 organismes dont l'activité s'articule autour de la volonté de créer un impact social dans la région de Souss Massa. Au Maroc, l'entrepreneuriat social est initié par des coopératives, des associations ou des fondations (tableau 2). Ceci dit, le choix de notre échantillon s'est reposé sur deux principales raisons. Dans un premier lieu, nous avons choisi de mener notre étude exploratoire auprès d'un échantillon non probabiliste qui combinent les différents acteurs à savoir trois fondations, 11 coopératives et 6 associations dont l'activité s'articule autour de l'accompagnement des activités entrepreneuriales ayant besoin de soutien afin de développer des solutions innovantes et des projets ayant un impact social et environnemental. Le choix de l'échantillon devait avant tout répondre à une exigence de diversité. Dans un second, notre étude documentaire nous a révélé que les majorités de ces acteurs rencontrent des problèmes au niveau d'accès aux ressources de financement pour soutenir ou financer des projets à caractères social, environnemental ou culturel. Nous avons donc estimé que le recours au crowdfunding comme technique de financement pourrait se révéler déterminant à contrecarrer leurs problèmes financiers.

Notre étude a pour objectif de présenter et soutenir et de produire des recommandations ainsi que des mesures concrètes pour promouvoir l'adoption de la pratique du crowdfunding pour le domaine de l'entrepreneuriat social au niveau de la région. Ainsi produire des outils d'information au profit entrepreneurs sociaux afin de mieux comprendre la pratique du crowdfunding, son développement et potentiel au Maroc pour soutenir les efforts menés de développement social ;

Précisons que dans un double souci de confidentialité et de pertinence, les noms des entrepreneures interrogées ont été codifiés. Toutefois, ces modifications n'ont aucun impact sur l'analyse de cas et de facto sur la rigueur des résultats.

Tableau n°3 : Les 20 organismes retenus pour les entretiens semi-directifs

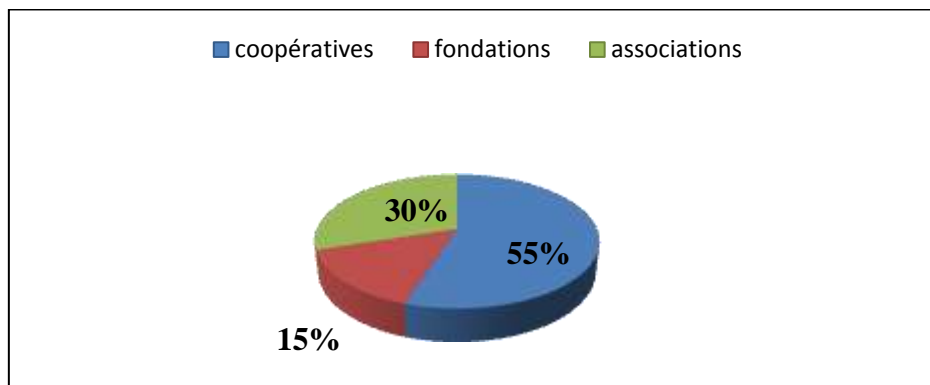
Organisme	Date de création	Statut juridique	Secteur	Activité
F1	2007	Fondation	Services	La construction et l'aménagement d'unités de soins médicaux et chirurgicaux.
F2	1985	Fondation	Services	Environnement et éducation.
F3	1986	Fondation	Services	Développement rural, soutien aux activités économiques de valorisation des produits de terroir et financement des programmes de tourisme rural solidaire.
C4	2003	Coopérative	Artisanat	Production et vente des produits du terroir marocain et régional. Donner des cours pour lutter contre l'alphabétisation des femmes rurales.
C5	2001	Coopérative	Agriculture	Élevage, apiculture et oléiculture.
C6	2001	Coopérative	Minoteries et menuiseries	Apprendre des métiers de minoteries et menuiseries à des jeunes déscolarisés ou non scolarisés issus des familles nécessiteuses. Accompagnement pour l'insertion professionnelle.
C7	2007	Coopérative	Artisanat de service	Présenter aux bénéficiaires des cours d'alphabétisation.
C8	2003	Coopérative	Textile	Confection et vente de vêtements traditionnels.
C9	1998	Coopérative	Arganier	Production de l'huile d'argan cosmétique et alimentaire.
C10	1997	Coopérative	Service	Imprimerie et vente de fournitures scolaires.
C11	1998	Coopérative	Service	Événementiel.
C12	2004	Coopérative	Agriculture	Collecte et commercialisation du lait.
C13	2006	Coopérative	Industrie	Textile.
C14	2006	Coopérative	Service	Commercialisation des produits terroir régional.
A15	2001	Association	Services	Garderies et prématernelles des enfants de femmes ouvrières.
A16	2007	Association	Services	Lutter contre l'abandon scolaire de jeunes filles qui sont en majorité issues du milieu rural, en leur assurant l'hébergement et la nourriture.
A17	1988	Association	Culture et développement durable	Le développement durable en générale à savoir la jeunesse, l'environnement, la santé, la formation et l'encadrement des

				associations locales
A18	1993	Association	Développement social et culturel	Création d'opportunité d'emploi pour les jeunes diplômés. Assurer des formations sur la gestion associative.
A19	2009	Association	Développement de l'entrepreneuriat féminin	Formation en gestion d'entreprises. Accompagnement et Coaching.
A20	2010	Association	Développement de l'entrepreneuriat écologique chez les jeunes	Formation en gestion d'entreprises. Accompagnement et Coaching .

Source : *Élaborée par l'auteur*

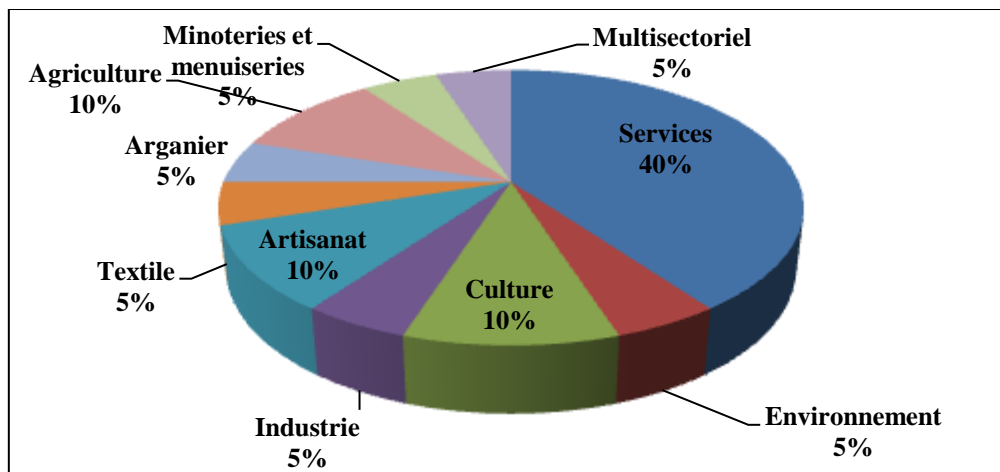
Ainsi la répartition finale de l'échantillon est la suivante :

Figure n°3: Répartition par type



Source : *Élaborée par l'auteur*

Figure n°4: Répartition sectorielle



Source : *Élaborée par l'auteur*

3.2 Déroulement des entretiens

Le guide d'entretien, préparé à l'avance pour notre étude exploratoire, comprend cinq rubriques ; le nombre de questions était de sept grandes questions principales y compris des sous questions. La première identifie l'organisme : le secteur d'activité, la taille, le nombre total des membres. La deuxième question concerne la gestion et le fonctionnement de l'organisme. La troisième question met l'accent sur la gestion financière et les ressources financières auxquelles les entreprises sociales ont recours, particulièrement pendant la phase de démarrage du projet. La quatrième question, concerne la définition du crowdfunding et l'identification des pistes où le crowdfunding pourrait être instrumentalisé pour soutenir les efforts de développement local. Finalement, nous avons posé la dernière question aux responsables de ces établissements pour déterminer s'ils sont prêts à recourir à cette technique pour financer leurs projets ainsi de Mieux comprendre quels types de crowdfunding aux à adopter pour financer les projets. Nous avons donc invité les dirigeantes à nous parler de la gestion interne de leur entreprise, des différentes difficultés rencontrées et des solutions envisageables pour contrecarrer l'ensemble de ces problèmes.

3.3 Analyse des résultats

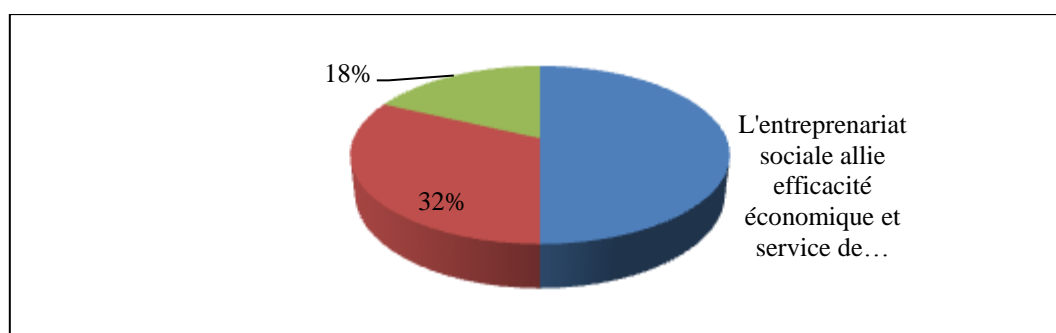
D'après les réponses des gérantes lors des entretiens, nous pourrions maintenant analyser les résultats que nous avons obtenus.

3.3.1 Situation des organismes interviewés

Le champ de notre étude était les entreprises sociales, qui répondent aux caractéristiques que nous avons choisis à savoir placer l'efficacité économique au service de l'intérêt général quel que soit le statut juridique association, coopérative. Ces acteurs sociaux sont généralement de petite taille, elles se caractérisent par la simplicité en termes de gestion et d'organisation. Ce qui engendre généralement des problèmes de maîtrise d'information, vu que la circulation de ce dernier reste informel. Concernant le statut juridique de ces opérateurs qui s'intéresse à l'entrepreneuriat social, ils sont en général des acteurs associatifs qui s'intéressent à l'entrepreneuriat social ou des fondations créés par des personnes physiques ou morales dans le but de réaliser une œuvre sociale d'intérêt général et à but non lucratif. D'ailleurs, la fondation est l'acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident de l'affectation irrévocable de biens, droit ou ressources à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général et à but non lucratif.

Vu l'absence d'une réglementation qui définit clairement les éléments constitutifs de l'entreprise sociale en précisant ses droits et ses obligations, ce type de structure reste vaguement méconnu au Maroc. La majorité des responsables des structures interviewés n'appréhendent pas bien le concept de l'entrepreneuriat social. En effet 50% considèrent l'entrepreneuriat social allie efficacité économique et service de l'intérêt général, contre 32 % qui définissent celle-ci comme des entreprises à responsabilité sociale.

Figure n°5 : Définition du concept d'entrepreneuriat social



Source : *Élaborée par l'auteur*

Quant à ceux qui définissent l'entrepreneuriat sociale, ils attestent une grande confusion entre l'entreprise sociale et la responsabilité sociale des entreprises vu qu'ils citent des exemples d'entreprises traditionnels manifestant des préoccupations sociales et écologiques comme Orange, la Banque populaire ou centrale laitière.

Quant aux différents programmes d'appui financier de l'entrepreneuriat social, quelques responsables ayant déclaré connaître quelque uns à savoir : le programme Moussanada , le programme Moukawalati , l'Initiative nationale pour le Développement Humain (INDH) .La grande majorité des répondants affirment ne pas connaître de programmes d'appui et de financement de l'entrepreneuriat social, les rares activistes ayant déclaré en connaître, citent Ashoka, l'Initiative nationale pour le Développement Humain (INDH) et quelques incubateurs comme le Centre Marocain pour l'Innovation et l'Entrepreneuriat Social.

3.3.2 Le Crowdfunding comme mode de financement

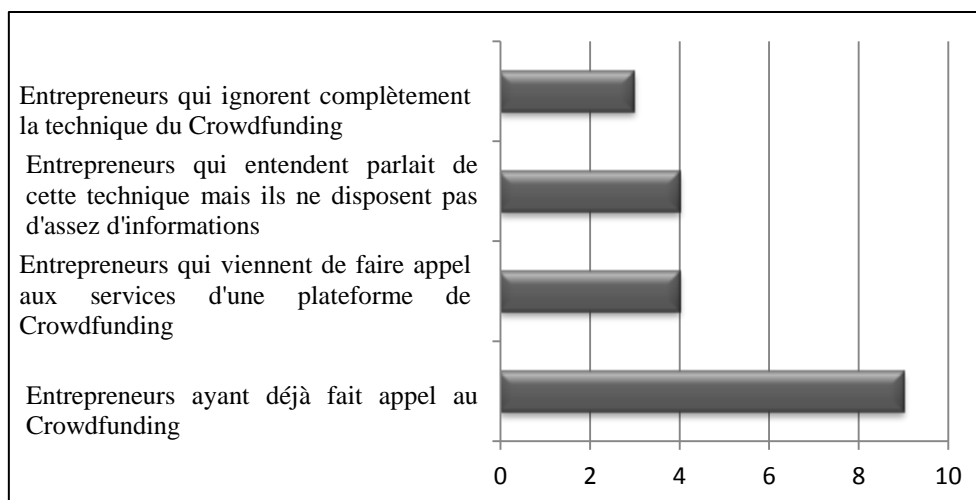
Les opérateurs sociaux qui ont fait l'objet de notre étude se différencient par leur secteur d'activité, ainsi que leur forme juridique. En analysant les principales difficultés liées à la création de projets sociaux, les difficultés de recours aux sources de financement pour 65%, le manque d'encadrement et de suivi des entrepreneurs sociaux pour 20%. Les principales

difficultés liées à la création d'entreprises sociales selon les répondants, restent le manque d'encadrement des entrepreneurs sociaux pour 70%, le financement pour 64% et 15 %. Pour la prise de risque par les entrepreneurs sociaux, elle diffère évidemment d'une unité à l'autre ce qui explique l'enjeu majeur de l'aspect financier dans le développement de cette forme d'entrepreneuriat au Maroc. En ce qui concerne les ressources auxquelles les entreprises sociales ont recours particulièrement pendant la phase de démarrage du projet, elles sont hybrides articulés autour des apports personnels, des subventions nationales et internationales, des crédits bancaires.

D'après l'entrepreneur social 4 *« malgré les efforts fournis par le pouvoir public dans la promotion de l'entrepreneuriat social, la problématique du financement des projets des entrepreneurs sociaux des efforts fournis par l'Etat dans ce domaine, la problématique du financement des projets des entrepreneurs sociaux demeure presque entière. Elle reste toujours l'une des contraintes majeure de l'amélioration de cette forme d'entrepreneuriat. Ces entrepreneurs doivent se montrer très créatif pour concilier objectif social et rentabilité. Néanmoins, la contrainte financière est l'une des causes majeures de l'échec des projets »*. Quant à l'entrepreneur 11 *« il faut concevoir une politique nationale pour l'entrepreneuriat social »*. Il ajoute que *« A l'instar de l'entrepreneuriat classique, les entreprises sociales doivent être viable et rentable, afin de pérenniser son activité. Par contre, le problème d'accès aux sources de financement continue à freiner le développement de l'entrepreneuriat social au Maroc »*.

Quant au recours à la technique du Crowdfunding, les résultats ont montrés qu'il s'agit de 9 parmi les acteurs interviewés qui affirment avoir utilisée cette technique pour financer leurs projets. Pour les entrepreneurs sociaux qui viennent de faire appel aux services d'une plateforme de crowdfunding, ils sont 4. Pour les autres acteurs interviewés, ils se sont scindés en deux groupes, 4 acteurs ont entendu parler de cette technique mais ils n'ont pas des informations concernant la démarche à suivre. Le deuxième groupe, ignore complètement cette technique.

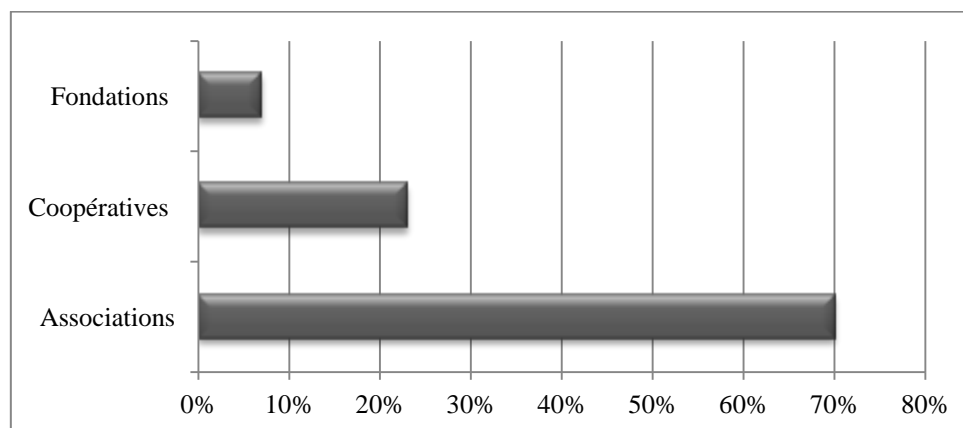
Figure n°6 : la connaissance de la technique du crowdfunding



Source : *Élaborée par l'auteur*

Sur un total de 13 acteurs qui regroupent les entrepreneurs qui viennent de faire appel aux services d'une plateforme de crowdfunding et ceux ayant déjà fait appel au crowdfunding se sont les acteurs associatifs qui ont le plus recours au crowdfunding (don) pour financer des projets.

Figure n°7 : l'utilisation de la technique du crowdfunding



Source : *Élaborée par l'auteur*

Lorsque les associations ont recours au crowdfunding c'est pour financer en priorité les projets à fort impact social ainsi que le secteur de la culture et de l'environnement. Pour les coopératives qui, ayant recours ou qui viennent de solliciter les services d'une plateforme de crowdfunding, elles œuvrent dans deux secteurs principaux : l'artisanat et la culture.

Le modèle du don est le plus courant vu que c'est les acteurs associatifs et coopératifs qui ont le plus recours au crowdfunding pour financer des projets au niveau de la région de Souss Massa. Pour les fonds collectés, 73% provient de plateformes françaises contre 27 % de plateformes marocaines vu qu'au Maroc, il n'y a actuellement aucune loi encadrant le recours au financement participatif, la majorité des plateformes de crowdfunding choisissent de se localiser en France pour éviter les contraintes juridiques au Maroc. Pour les autres plateformes qui opèrent sur le territoire marocain, elles sont régies par la Circulaire n°2/2005 relative aux conditions et procédures d'instruction des demandes d'appel à la générosité publique.

Pour les entrepreneurs qui ont déjà au courant de l'existence de cette technique de financement, ils n'ont pas du tout cofinance en les parties prenantes. Au niveau des réponses, le recours à l'internet ou l'utilisation des réseaux sociaux pour collecter des fonds s'avère être un obstacle de première importance pour ces entrepreneurs. En effet, les entrepreneurs sociaux sont assez méfiants vis-à-vis de ces plateformes qui jouent le rôle d'intermédiaires entre les donateurs et les porteurs de projets. En cas d'incident, les entrepreneurs sociaux réclament qu'ils ne peuvent pas recourir aux institutions judiciaires vu qu'il n'existe pas encore aucun cadre législatif qui régit l'activité de ces plateformes.

Pour conclure, notre analyse nous a permis de mettre en relief trois points essentiels à retenir concernant le rôle que peut jouer le crowdfunding ou le financement participatif comme un moyen de financement spécifique adapté pour le développement de l'entrepreneuriat social au niveau de la région Souss Massa.

Premièrement, les entrepreneurs sociaux que nous avons interviewés ont confirmé qu'ils n'ont pas pour objectif prioritaire la maximisation du profit, ils sont davantage motivés par la recherche de créer un impact social. Néanmoins, la contrainte financière demeure la principale contrainte qui bloque le développement de cette forme d'entrepreneuriat au Maroc.

Deuxièmement, certes, le crowdfunding a connu un essor sans précédent en particulier avec l'apparition d'internet et des divers progrès technologiques et de communications. Toutefois, Ce mode de financement souffre du manque d'un cadre juridique qui peut présenter une référence législative et réglementaire pour cette technique financière.

Enfin, de par leur structure réduite, les entreprises sociales de la région Souss Massa, prennent souvent la forme des ONG ou des coopératives qui opèrent dans le secteur social, humanitaire ou culturel. La majorité de leurs programmes sociaux s'articule autour de la volonté de créer l'impact social en portant des solutions à des problématiques majeures dont souffre la société.

Toutefois, la difficulté d'accès au financement, l'absence d'un cadre juridique et d'un support technique adéquat, figurent parmi les principaux obstacles qui entravent la croissance et le développement de l'entrepreneuriat social au Maroc. Ceci dit, le crowdfunding semble être une solution attrayante pour fertiliser l'entrepreneuriat social qui représente une opportunité inouïe pour le développement.

Conclusion

L'entrepreneuriat social est devenu un thème prédominant en connaissant un essor impressionnant ces dernières années. Les entrepreneurs sociaux sont devenus des acteurs incontournables dans la lutte contre toute forme d'exclusion, la création d'emploi, la préservation de l'environnement et le renforcement de la cohésion sociale. Dans le but de dépasser les logiques de subventions, de l'assistanat et de la charité qui engendrent des contraintes financières pour cette forme d'entrepreneuriat, le Crowdfunding semble être une solution pour soutenir l'entrepreneuriat sociale et appuyer l'économie solidaire au Maroc. L'analyse de l'importance du rôle joué par le Crowdfunding à bannir les contraintes financières dont souffrent l'entrepreneuriat social, nous a permis de montrer que l'importance du financement participatif réside dans le fait d'apporter un appui institutionnel et financiers aux acteurs sociaux à travers le rôle d'intermédiation entre les personnes physiques qui souhaitent apporter leur expérience et leur argent dans des entreprises sociales et des porteurs de projets créateurs et innovants. Il s'agit en fait, d'une opportunité inouïe pour le développement de l'entreprise sociale au Maroc.

A la lumière de cette étude exploratoire, on peut déduire que le manque de moyens financiers et la visibilité des entrepreneurs sociaux sont des freins majeurs au développement et à la promotion de leur rôle clé dans l'innovation sociale et la volonté de contribuer au développement des d'un modèle entrepreneurial plus éthique. Raison pour laquelle en plus d'être un outil financier, le crowdfunding est avant tout un outil de communication capable de pouvoir de fédérer une grande communauté autour d'un projet. Certes, il n'existe pas encore un cadre légal régissant l'activité de crowdfunding au Maroc. Toutefois, à partir de 2014 plusieurs plateformes de Crowdfunding commencent à s'intéresser au Maroc pour accompagner, former et aider les entrepreneurs sociaux à mener une campagne de financement participatif réussi.

Il sera impératif de penser à l'instauration d'une réglementation marocaine relative à ce mode de financement comme étant une solution, afin aider les plateformes actuelles à se développer

ainsi qu'à se pérenniser d'un côté. D'un autre, le Crowdfunding favoriserait la prise de conscience de l'intérêt et des enjeux que présente l'entrepreneuriat social évidemment à travers l'encouragement des partenariats avec des plateformes étrangères et des organismes de microcrédit. Ce qui rend le Crowdfunding une opportunité en matière de soutien et de financement des entrepreneurs sociaux affirmant régulièrement la grande difficulté d'accès au financement notamment au niveau des premiers stades du cycle de vie de leurs projets.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.

Bacq, S., & Janssen, F. (2008). *Définition de l'entrepreneuriat social: revue de littérature selon les critères géographique et thématique*. Paper presented at the IXe Conférence internationale francophone en entrepreneuriat et PME, Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve, octobre.

Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2010). *Crowdfunding: An industrial organization perspective*. Paper presented at the Prepared for the workshop Digital Business Models: Understanding Strategies', held in Paris on June.

Boncler, J., & Rispal, M. H. (2004). L'entrepreneuriat en milieu solidaire: un phénomène singulier? *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(1), 21-32.

Boutillier, S. (2009). Aux origines de l'entrepreneuriat social. Les affaires selon Jean-Baptiste André Godin (1817-1888). *Innovations*(2), 115-134.

Chaaben, M. (2016). *Le Financement participatif:(Crowdfunding): Connaissances et Savoirs*.

Chauffaut, D., Lensing-Hebben, C., & Noya, A. (2013). L'entrepreneuriat social en France: réflexions et bonnes pratiques: n.

Defourny, J., & Borzaga, C. (2001). *From third sector to social enterprise*: London: Routledge.

Feki, C., & Chtourou, N. (2014). Entrepreneuriat et croissance économique: effet du capital social [Entrepreneurship and economic growth: effect of social capital]. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 6(3), 677.

Gobble, M. M. (2012). Everyone is a venture capitalist: the new age of crowdfunding. *Research technology management*, 55(4), 4.

- Hendrickx, M. (2014). *Crowdfunding: mode d'emploi: Comment trouver de 300€ à 1 million grâce au financement participatif?* : Edipro.
- Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2010). An empirical analysis of crowdfunding. *Social Science Research Network*, 1578175, 1-23.
- Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*: Demos.
- Lévesque, B. (2016). Économie sociale et solidaire et entrepreneur social: vers quels nouveaux écosystèmes? *Revue Interventions économiques. Papers in Political Economy*(54).
- Maalaoui, A., & Conreaux, P. (2014). *Crowdfunding: les clés du financement participatif*: Ellipses.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
- Neck, H., Brush, C., & Allen, E. (2009). The landscape of social entrepreneurship. *Business horizons*, 52(1), 13-19.
- Omrane, A., & Fayolle, A. (2010). L'entrepreneuriat social et le développement durable: quels modèles d'affaires dans le champ social?. XIXème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS.
- Poissonnier, A. (2014). Le financement participatif est-il le futur de la solidarité? *Humanitaire. Enjeux, pratiques, débats*(39), 82-87.
- Powers, T. V. (2012). SEC regulation of crowdfunding intermediaries under Title III of the JOBS Act. *Banking & Financial Services Policy Report*, 10(31), 1-7.
- Ramsey, Y. (2012). What the heck is crowdfunding. *Business people*, 25(11), 54-57.
- Ricordeau, V. (2013). *Crowdfunding: le financement participatif bouscule l'économie!* : Fyp.
- Santos, F. M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of business ethics*, 111(3), 335-351.
- Stryjan, Y. (2006). 2. The practice of social entrepreneurship: notes towards a resource-perspective.
- Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), 21-35.
- Zeyen, A., Beckmann, M., Mueller, S., Dees, J. G., Khanin, D., Krueger, N., . . . Walske, J. (2013). Social entrepreneurship and broader theories: Shedding new light on the 'Bigger Picture'. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(1), 88-107.