

Crowdfunding, levier de l'entrepreneuriat social au Maroc : entre approches théoriques et réalités empiriques

Crowdfunding, lever of the social entrepreneurial in Morocco: between theoretical approaches and empirical realities

MEGHRAOUI Niama

Doctorante

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Université Ibn Tofail, Kenitra

Laboratoire de recherche en sciences de gestion des organisations, Maroc

niamamegh@gmail.com

AÏT LEMQEDDEM Hamid

Enseignant chercheur

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Université Ibn Tofail, Kenitra

Laboratoire de recherche en sciences de gestion des organisations, Maroc

glemqeddem@gmail.com

Date de soumission : 30/07/2021

Date d'acceptation : 21/09/2021

Pour citer cet article :

MEGHRAOUI N. & AÏT LEMQEDDEM H. (2021) « Crowdfunding, levier de l'entrepreneuriat social au Maroc : entre approches théoriques et réalités empiriques », Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit « Volume 5 : numéro 1 » pp : 274- 290.

Résumé

L'émergence des NTIC a favorisé le développement de nouveaux paradigmes basés sur le partage et la culture du virtuel. L'implémentation de ces outils dans le paysage de financement a augmenté le niveau de participation citoyenne vis-à-vis des projets culturels, sociaux et environnementaux. De plus, à l'issue de la crise financière de 2008, les investisseurs ont eu recours à d'autres modes de financement dits alternatifs qui placent l'éthique et la gouvernance responsable au centre de leur intérêt. Dans cette configuration, le crowdfunding en tant que mode de financement participatif joue un rôle déterminant dans le financement des projets issus de l'économie sociale et solidaire et par conséquent, participe activement dans la consécration de la culture entrepreneuriale à vocation sociale et solidaire. La loi 15-18 publiée récemment au Bulletin officiel participe dans la création du cadre légal des trois formes de crowdfunding au Maroc ; le prêt, l'investissement en capital et le don. Cet article traite le crowdfunding en tant que mode de financement de l'entrepreneuriat social dans le cadre de la loi 15-18.

Mots clés : Entrepreneuriat Social ; Crowdfunding ; Financement collaboratif ; Economie sociale et solidaire ; Nouvelles technologies de l'information et de la communication

Abstract

The emergence of NTIC has fostered the development of new paradigms based on sharing and culture of the virtual. The implementation of these tools in the financing landscape has increased the level of citizen's participation in cultural, social and environmental projects. In addition, following the 2008 financial crisis, investors had resorted to others methods of financing called alternatives, which puts the ethics and the responsible governance at the center of their interests. In this shape, crowdfunding as a mode of participatory financing plays a decisive role in the financing of projects stemming from the social and solidarity economy and therefore actively participates in the consecration of the entrepreneurial culture with a social and solidarity vocation. Laws 15-18 published recently in the official Newsletter participates in the creation of the legal framework for the three forms of crowdfunding in Morocco; the loan, capital investment and donation. This article treats the crowdfunding as a means of financing the social entrepreneurship as part of laws 15-18.

Keywords: Social entrepreneurship; Crowdfunding; collaborative financing; social and united Economy; New information and communication technologies

Introduction

En se référant aux différents construits théoriques qui traitent le concept de l'entrepreneuriat, il s'avère qu'une définition générique est loin d'être un consensus universel. Dans cette configuration, l'entrepreneur est assimilé à une compétence "qui entreprend une tâche importante ou un projet" ; en plus du caractère innovant, il contribue au progrès économique en trouvant de nouvelles et meilleures façons de faire les choses" (Dees *et al.*, 2001).

Suivant le panorama historique, le terme « entrepreneuriat » a été utilisé par Richard Cantillon dans son "Essai sur la nature du commerce en général" qui a été publié en 1755 (Bridge *et al.*, 2003).

Le concept de l'entrepreneuriat a évolué au cours des siècles, il s'agit d'une discipline qui mobilise une pluralité. Ainsi, sa définition s'avère difficile vue l'interférence des éléments qui le compose. Tout en reconnaissant l'ampleur de pensée présente dans la théorie économique et sociale, le présent article s'appuiera sur les différents écrits théoriques qui ont traité le concept de l'entrepreneuriat social en tant que paradigme de développement social.

D'autre part, la finance participative permet de combler le manque en termes de financement et de création d'une dynamique socio-économique. Les prémices de financement des projets à caractères culturels et sociaux nécessitent la combinaison d'une trilogie « l'entrepreneur, la plateforme, le contributeur » ce dispositif a été lancé au Maroc depuis 2014 et en l'occurrence Smala & co qui a pu mettre en valeur près de 77 projets. Seulement, et vue l'absence d'un cadre réglementaire, les plateformes qui opèrent dans la finance participative agissaient dans le cadre de la législation française. Après la création de l'association marocaine de crowdfunding et la promulgation de la loi 15-18 qui régit ce nouveau dispositif de financement via la foule, il est opportun de s'interroger sur son apport dans la dynamique de financement de l'économie solidaire et par conséquent sur son appui à l'entrepreneuriat social. Dans cette perspective, cet article traite la problématique suivante : **Quel est le rôle du crowdfunding dans le développement de l'entrepreneuriat social au Maroc ?**

Pour répondre à cette problématique, la structure méthodologique adoptée s'appuie sur trois axes ; d'abord, un relevé théorique du concept de l'entrepreneuriat social ; ensuite, et dans une seconde étape, nous présenterons le mode de financement du crowdfunding en tant que nouveau processus de financement participatif ; enfin et en dernier lieu, nous mettons en relief l'expérience marocaine en vertu de la loi 15-18.

Ainsi, nous greffons à cette problématique sous forme de soubassement théorique les deux hypothèses suivantes :

- La loi 15-18 favorisera l'émergence et l'essor du crowdfunding au Maroc.
- Le crowdfunding grâce à la loi 15-18 permettra d'asseoir une culture entrepreneuriale dédiée à l'économie sociale et solidaire.

1. Fondement théorique et cadre conceptuel de l'entrepreneuriat social

Suivant les écrits scientifiques, le concept de l'entrepreneuriat fait référence à l'innovation et le caractère personnel de l'entrepreneur. L'action d'entreprendre une nouvelle idée dans le domaine social nécessite une détermination et une volonté de la part du porteur du projet et qui doivent être associée à un processus spécifique pour piloter un projet lié à l'entrepreneuriat social. Par conséquent, nous relatons à ce niveau le contexte et cadre référentiel de ce nouveau concept.

1.1. La dimension contextuelle de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat, de par la réalité empirique, est souvent assimilé à la création de nouvelles entreprises ou la gestion de la petite entreprise et à l'auto-emploi (Gibb, 1996 ; Bygrave et Zacharakis, 2008). Cependant, pour les besoins de cet article, la définition qui sera adoptée ne nécessite pas que les entrepreneurs soient les fondateurs ou les gestionnaires d'une organisation. Un entrepreneur est quelqu'un qui reconnaît l'opportunité de créer des produits et services futurs, et l'entrepreneuriat est considéré comme le processus qui comprend toutes les mesures nécessaires pour poursuivre ou exploiter ces opportunités (Shane et Venkataraman, 2000).

Le principal objectif est de donner un aperçu de ce changement d'orientation de l'approche des traits psychologiques (qui met l'accent sur la personnalité de l'entrepreneur), aux approches cognitives (qui examinent le processus décisionnel par lequel les individus choisissent d'agir de façon entrepreneuriale).

En outre, la nature de ce travail nécessite une perspective qui prend en compte le contexte structurel de l'entrepreneur. Ainsi, jusqu'à un passé proche, les théories sur le rôle et la personnalité de l'entrepreneur étaient fondées sur des approches théoriques qui sur idéalisent l'entrepreneur comme un « individu héroïque », tout en ignorant la façon dont les entrepreneurs sont encastés et contraints par la variété des contextes dans lesquels ils opèrent. Les théories sur « l'encastement » et la relation entre « la structure et l'agence » fournissent donc un point de vue sur l'entrepreneuriat, puisqu'elles démontrent l'importance de la prise en considération de la relation entre l'individu et les structures socio-économiques au sens large. Par exemple, de récentes recherches ont souligné le rôle des réseaux sociaux et le travail d'équipe, et ont contribué à une présentation plus réaliste des entrepreneurs. Avant de se

pencher sur la théorie de l'entrepreneuriat, il est nécessaire de contextualiser le concept afin de circonscrire la relation entre la société, l'économie et l'individu dans le but d'acquérir une meilleure compréhension du processus entrepreneurial.

Selon Holton (1992 : 4-5), les théories de l'économie et de la société « cherchent à expliquer comment l'économie et la société interagissent, dans quelle mesure les forces économiques déterminent la forme et le devenir de la société, et dans quelle mesure les forces sociales à l'extérieur de l'économie à leur tour influencent le cours des affaires économiques ». Un sous domaine de l'économie ; la sociologie économique, avec son concept clé de « l'encastrement ». En effet, les théories sur la « Structure et l'agence » qui proposent également des points de vue importants sur la relation entre le comportement humain et la société seront à la base de définition de ce concept.

Bien que la sociologie économique s'appuie sur les principes de base de Max Weber, Karl Marx et Emile Durkheim, c'est l'anthropologue économique, Karl Polanyi, qui a ouvert la voie à une "autre façon de conceptualiser l'économie" à travers son concept « d'encastrement » (Holton, 1992).

Comme Swedberg (1997) le souligne, Polanyi a outrepassé le concept dans son ouvrage « La Grande Transformation » (1944), où il n'a utilisé le terme « encastrement » que deux fois et de façon superficielle. Polanyi a donné une plus grande priorité à ce concept dans son ouvrage « le commerce et marché » (1957), en soulignant que les économistes se sont trompés en centrant leur conceptualisation de l'économie sur une économie de marché, en ignorant la manière dont l'économie est enchâssée dans les relations sociales au sens large. Pour Polanyi, cette approche réductionniste de la société et de l'histoire dans les définitions de l'économie ne pourrait pas être maintenue (Holton, 1992). Comme Polanyi, Parsons et Smelser (1956) relatent dans leurs travaux que « les institutions purement économiques ne peuvent que rarement, sinon jamais, exister » et que « les questions purement économiques peuvent être distinguées, mais seulement de façon analytique, abstraction faite de la complexité profonde de la réalité multifonctionnelle du monde réel » (Holton, 1992).

Cependant, Swedberg (1997) souligne la flexibilité des deux concepts clés « d'encastrement » et de « la construction sociale de l'économie » de la nouvelle sociologie économique, vu la possibilité de les combiner avec d'autres approches en sociologie. Par exemple, lorsque le concept « d'encastrement » de Granovetter a été critiqué par Zukin et DiMaggio (1990) pour ne pas avoir inclus la dimension culturelle, une nouvelle version du concept a été introduite : « l'encastrement culturel ».

À cet effet, « l'encastrement » a été identifié comme un concept important dans le contexte de cette étude. Sa flexibilité est aussi sa force, car, contrairement à des approches plus rigides, il a la capacité de prendre en compte la diversité des individus et des contextes ce qui est d'une importance vitale pour l'étude des entrepreneurs sociaux. Avant d'illustrer la façon dont le concept « d'encastrement » peut contribuer à une meilleure compréhension du rôle de l'entrepreneur dans le processus entrepreneurial social. Les débats relatifs à « l'encastrement » sont directement liés au débat sur la métathéorie de « l'agence et la structure » qui reste l'une des questions centrales de la théorie sociologique. Le cœur du débat est de savoir si et dans quelle mesure le comportement d'une personne est déterminé par la structure sociale. « L'agence » fait référence aux individus humains (dans ce cas, l'entrepreneur) et leur capacité d'agir de façon indépendante et d'exercer des choix libres, tandis que « la structure » fait référence à des facteurs tels que la classe sociale, le sexe, l'origine ethnique et la culture, et dans quelle mesure ils influencent les personnes dans la réalisation de leur potentiel entrepreneurial (Sewell, 1992).

Trois principales approches théoriques peuvent être distinguées dans l'examen de la relation entre « la structure » et « l'agence ». Dans la première, il est soutenu que le comportement humain est principalement déterminé par la structure de la société (holisme). Cette école de pensée est principalement représentée par le travail d'Emile Durkheim. Dans la deuxième approche théorique, qui est représentée surtout par Max Weber, le contraire est soutenu, et il est affirmé que les individus se construisent et reconstruisent la société (l'individualisme) (Bhaskar, 1998).

La troisième approche, qui est adoptée par de nombreux théoriciens sociaux modernes, met en garde contre les conceptions « sur socialisées » et « sous socialisées » de la connexion entre les individus et « la structure » (Granovetter, 1985). Elle offre donc une voie intermédiaire entre les deux autres approches et considère que les deux éléments sont liés.

Dans ce contexte, le réaliste critique Roy Bhaskar (1979 : 286) explique le lien entre les individus et la société comme suit :

"La société n'est pas la création inconditionnée de l'agence humaine (bénévolat), mais elle ne prévoit pas non plus une existence autonome (réification). Et l'action individuelle ne détermine pas complètement (l'individualisme) ni n'est entièrement déterminée par le déterminisme (formes sociales)".

Ce troisième point de vue de la relation entre la structure et l'agence a été suggéré comme étant utile pour la recherche sur l'entrepreneuriat en général (Sarason, et al. 2006) et a également été identifiés pertinent pour cette étude.

En résumé, toutes les positions théoriques abordées dans ce bref examen prennent une position différente sur la nature de la relation entre la structure et l'agence, et entre la structuration et le réalisme critique et ont été soumis à des critiques soutenues. Cependant, il est important de reconnaître l'interaction entre les individus et la société ou, plus précisément, les entrepreneurs et l'environnement socio-économique et culturel dans lequel ils opèrent.

Par ailleurs, l'évolution des débats théoriques qui ont vu un changement des approches centrées sur l'agence, et qui présentent l'entrepreneur comme un individu « héroïque », à des approches plus complexes qui reconnaissent le rôle des influences structurelles à la fois comme permissives et contraignantes. Ce développement comprend également un recul par rapport à l'accent mis sur la personnalité de l'entrepreneur en vue de l'examen du processus de prise de décisions qui conduit à un comportement entrepreneurial. Dans le même temps, les résultats de recherches sur le rôle des réseaux sociaux et de l'esprit d'équipe ont été utilisés pour analyser la notion de l'entrepreneur comme acteur individuel.

La théorie de l'entrepreneuriat met donc l'accent sur l'individu en tant que facteur déterminant dans la réussite de tout projet innovant. Ce postulat s'appuie sur l'interférence entre l'individu et son contexte social ; ainsi, la personnalité de l'entrepreneur et sa capacité à mener une équipe autour d'un projet social prime par rapport au processus entrepreneurial. L'avènement des NTIC¹ a accéléré le processus d'apprentissage par le biais du partage informationnel et d'échange d'expérience.

1.2. Cadre contextuel de l'entrepreneuriat social

Suivant le panorama historique, le concept de l'entrepreneuriat social a fait son apparition en 1980 en Italie. La prise de conscience des écosystèmes, de la biodiversité et de la protection de l'environnement conjuguée avec les crises sociales a favorisé l'étendu de ce concept au reste de l'Europe pendant les années 1990. Pendant ces mêmes années, les Etats- Unis ont pris part à ce dispositif par l'organisation des conférences dans les plus grandes universités afin de démystifier ce nouveau concept et de mobiliser les nouvelles énergies autour des projets sociaux et environnementaux.

¹ Nouvelles technologies de l'information et de la communication

La première définition a été propulsée par Dees en 1998, qui a associé le concept de l'entrepreneuriat social à la complexité de la mission de l'entrepreneur qui joue le rôle d'acteur de changement social. En effet, le caractère innovant associé avec l'engagement et la responsabilité permettent d'asseoir une vision sociale au caractère entrepreneurial (Mair et Noboa, 2003). Pour Bornstein (2004), l'entrepreneur social se distingue par sa capacité à combiner les ressources d'une manière efficiente et rationalisée afin de résoudre les impératifs sociaux et environnementaux provoqués par la nouvelle ère de la mondialisation et de la disparité sociale.

Alvord et al. (2004), stratifie le caractère innovant des entrepreneurs en trois niveaux ; en premier lieu le développement des capacités locales ; ensuite, la recherche de solution aux problèmes sociaux qui concernent un grand groupe d'individus ; et en dernier lieu, la mise en œuvre des partenariats avec les parties prenantes afin de contrecarrer les abus de pouvoir. En tandem avec cette vision, Light (2006) s'est intéressé au mode opératoire de l'entrepreneuriat social qui l'associe à tout acteur « individu, organisation, groupe ou alliance » qui œuvre pour un changement durable via des idées innovantes permettant d'instaurer une paix et équité sociale.

Zahra et al. (2009) renforce le principe d'innovation par la création de nouvelle structure ou le pilotage des entités existantes dont la finalité est d'augmenter la richesse sociale.

De même, le sociologue classique Max Weber (1949) n'a pas non plus cru à la forte distinction entre « l'économique » et les « phénomènes sociaux », en faisant valoir la nécessité d'une économie "sociale". Il a estimé que, pour la recherche des phénomènes économiques, il est nécessaire d'analyser un large éventail de phénomènes sociaux qui ont aussi une influence potentielle sur les questions normalement appelées « économiques » (Holton, 1992).

Granovetter, (1985) s'interroge si les personnes prennent des décisions de façon indépendante et en dehors de leur contexte social. Comme il le souligne, « le comportement et les institutions à analyser sont si contraints par des relations en cours que les interpréter comme indépendants est une grave incompréhension » (Granovetter, 1985). En même temps, il avertit sur le risque de « sur socialisation » des conceptions et de la manière dont la société influe sur le comportement de l'individu, ce qui suppose que le comportement des individus est prévisible, et basé sur la socialisation liée, par exemple, à leur classe sociale. Granovetter, (1985) montre clairement que les influences culturelles, sociales, et structurelles sont en permanence « construites et reconstruites au cours de l'interaction » et, par conséquent, font

partie d'un processus continu qui « façonne non seulement ses membres, mais est aussi façonné par eux ».

In fine, le concept de l'entrepreneuriat social ne bénéficie pas d'une définition commune (Dacin et al, 2011 ; Sanchis-Palacio et al., 2013); en revanche, les facteurs sous-jacents liés à ce concept représentent un consensus théorique. Ainsi, la majorité des définitions s'articulent autour de la recherche d'une finalité sociale qui dépasse la richesse personnelle (Defourny et Nyssens, 2010).

2. Cadre référentiel du Crowdfunding et ses instruments de financement

Le crowdfunding en tant que mode de financement participatif s'avère une alternative pour les projets sociaux, environnementaux et les structures en phase d'amorçage. Nous souhaitons dans un premier temps contextualiser ce concept qui a connu un essor substantiel avec l'avènement des NTIC et de présenter ses instruments de mesures dans une seconde phase.

2.1. Fondements théoriques du Crowdfunding

L'avènement du concept du crowdfunding est attribué à Michael Sullivan qui, en 2006, a propulsé ce mode de financement qui s'appuie sur la foule (Gobble, 2012.). En effet, le principe de la foule « crowd » est utilisé aussi dans un contexte plus large de crowdsourcing qui est mobilisé dans le cadre de développement de nouvelles solutions, réactions ou idées innovantes au profit des entreprises (Lambert & Schwienbacher, 2010)

Kleemann (2008) propose la définition suivante : « Le principe du Crowdsourcing est de doter les entreprises axées sur les bénéfices la capacité d'externaliser 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 que la contribution vaut pour l'entreprise ».

En s'imprégnant de cette définition, nous relevons les deux facteurs constitutifs de ce nouveau mode de financement à savoir : financer un projet (funding) par un grand nombre de souscripteurs (Crowd). Ainsi, on identifie le caractère volontaire lié à l'action de financement, qui en grande majorité concerne les domaines artistiques, culturels ou sportifs. (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2010, p. 4).

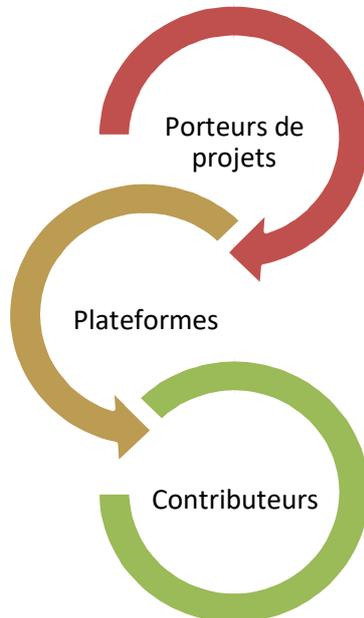
La participation de la foule au financement des projets étant une ancienne technique, ce qui place le crowdfunding dans un panorama historique moins récent, c'est le cas des souscriptions publiques (Maalaoui & Conreaux, 2014) ; en revanche, la mobilisation des outils numériques issus des NTIC ont permis à ce mode de financement d'asseoir une

notoriété accrue via les différentes plateformes qui jouent le rôle d'intermédiaires entre le porteur du projet et les donateurs.

Par ailleurs, définir le crowdfunding est tributaire des acteurs qui forment les parties prenantes. En effet, Pour (Ramsey, 2012) il s'agit d'un processus de financement permettant de transformer les nouvelles idées en réalités commerciales. Alors que pour (Powers, 2012) c'est plus un mécanisme financier sollicité en phase d'amorçage qui relie le grand public aux porteurs de projets via une plateforme numérique.

Pour Lehner et Nicholls (2014) le Crowdfunding s'appuie sur la masse en visant un large public dont la participation est relativement faible pour financer un projet plutôt que concourir le parcours traditionnel des institutions conventionnels dont les investissements sont conséquents. Alors que Mollick (2014) met en relief les caractéristiques du porteur du projet qui en phase de démarrage nécessite un financement qui ne peut être supporté par les banques conventionnelles ; par conséquent, la mise en relation de l'entrepreneur et les investisseurs directement via des plateformes numériques explique le bien-fondé théorique de ce mode de financement.

Figure N°1 : Les acteurs des parties prenantes



Source : Bessière et Stéphany (2014)

L'aspect rétribution développé par Schweinbacher et Larralde (2010) qui prend la forme de dotation permet d'expliquer l'orientation du Crowdfunding en tant que financement alternatif

de jeunes et innovantes structures entrepreneuriales qui opèrent dans le domaine culturel, social ou sportif.

2.2. Types de crowdfunding

A ce niveau, les types de participation réalisés dans le cadre du crowdfunding seront relatés.

2.2.1 Le don sans contrepartie

Fondé sur le principe de dons, Donation-based crowdfunding, caractérise la volonté des contributeurs à participer dans la réalisation des projets culturels ou sociaux sans pour autant avoir une finalité de retour sur investissement. Par solidarité, attachement émotionnel ou intérêt collectif, les contributeurs sont plus dans la logique de défendre un intérêt commun ou un patrimoine culturel (Bessière et Stéphany, 2014 ; Boyer et al., 2016 ; Mollick, 2014).

2.2.2 Le don avec contrepartie

C'est la forme de crowdfunding la plus développée, du fait qu'elle assure une contrepartie aux contributeurs (Bessière et Stéphany, 2014). Suivant les travaux de Calic et Mosakowski (2016) et qui ont été confirmé par Boyer et al. (2016), Reward-based crowdfunding permet aux contributeurs de percevoir une contrepartie qui peut prendre la forme financière ou pas. En effet, le partage des idéologies de l'entrepreneur et la conviction de la mission de l'entreprise sont conjuguées avec l'intéressement proposé dans le cadre du Reward-based crowdfunding.

2.2.3 Le prêt rémunéré :

Destiné plus aux entrepreneurs qui ne peuvent bénéficier d'un financement en mode conventionnel, il s'agit d'un prêt destiné à financer un projet en participation au capital avec promesse de remboursement avec ou sans intérêts (Bessière et Stéphany, 2014 ; Boyer et al., 2016). Selon Meyskens et Bird (2015), appelé aussi *crowdlending*, il est plus adéquat aux petites structures collectives qui œuvrent dans le domaine social, environnemental ou projet lié à l'économie solidaire. Proche du microcrédit, il a une orientation socio-économique permettant ainsi le développement humain et asseoir une paix sociale dans le cadre du développement durable.

2.2.4 La prise de participation

La prise de participation se caractérise par l'attribution des actions aux contributeurs lors de la mise en œuvre de ce mode de crowdfunding. La prise de risque est partagée entre l'entrepreneur et les contributeurs qui sont dotés d'une participation dans le capital de la structure ; l'avantage pour les contributeurs réside essentiellement dans la capacité de suivre le projet depuis son amorçage et de percevoir des rendements conséquents en fonction du

développement de l'entreprise. En revanche, la prise de risque comprend aussi la situation déficitaire de l'entreprise et risque de pertes des actions initialement accordées aux contributeurs (Bessière et Stéphany, 2014).

3. Résultats escomptés : rôle du crowdfunding dans le financement des entreprises sociales au Maroc

En l'absence d'un cadre juridique et réglementaire de la mise en œuvre du crowdfunding au Maroc, l'avènement de cette forme de financement participatif a pris du retard comparativement aux autres pays précurseurs comme la France. En effet, la première conférence a eu lieu en Mars 2016 au Maroc, avec le soutien de l'ambassade des Etats Unis et sous l'égide du ministère de l'économie et des finances. La sensibilisation des acteurs socioéconomiques à cette nouvelle forme de financement et sa capacité à promouvoir les projets socio-économiques issues de l'économie sociale et solidaire a permis la création en 2017 de la Fédération marocaine de crowdfunding. Dans la même logique de développement, et dans le but d'accorder au crowdfunding un cadre juridique qui régit la transaction entre l'entrepreneur et les investisseurs via les plateformes numériques, le ministère de tutelle a formulé un projet de loi en 2018, adopté par le parlement et publié le 9 mars 2021 au bulletin officiel. Dès lors, la loi n°15-18 qui organise le financement collaboratif et autorise la création de plateformes numériques en toute légalité au Maroc voit le jour.

La finance participative est une continuité de l'importance accordée au développement humain qui s'est initié par les hautes autorités du royaume depuis 2005 par le lancement de l'INDH², programme qui favorise un développement basé sur les projets issus de l'économie sociale et solidaire afin de combattre la précarité, l'exclusion sociale et la pauvreté. Plusieurs projets ont été initiés dans ce cadre de développement de l'entrepreneuriat social.

La finance collaborative s'est illustrée dans plusieurs projets via la plateforme Smala & Co et ce depuis 2014. Le projet Cotizi « 100 dhs pour aider » en est l'exemple de la mobilisation des marocains autour d'un projet solidaire, ce projet a permis de récolter 302688 dirhams pour venir en aide aux victimes des inondations qui ont dévasté les régions du sud.

Le Maroc est un terrain fertile pour les projets culturels, solidaires et humanitaires développés dans le cadre du crowdfunding. En s'appuyant sur une étude empirique réalisée par Smala & Co en 2014, le financement participatif a contribué à la réalisation de 70 projets sur 117 campagnes avec une enveloppe globale qui dépasse 2,2 millions de dirhams. Il est à noter

² Initiative nationale de développement humain

également que « Les porteurs de projets marocains rencontrent plusieurs entraves liées aux sources de financement, par conséquent, l'étude de l'émergence du crowdfunding en tant que nouveau mode de financement au Maroc s'avère primordiale » (Mighiss & Moutahaddib, 2021).

La loi n°15-18 a favorisé le dévouement des jeunes entrepreneurs afin de bénéficier d'un financement participatif. Cette initiative est caractérisée par un cadre juridique qui régit la finance participative et qui lui permet de jouer son rôle pleinement dans le développement socio-économique.

Par ailleurs, plusieurs plateformes ont déjà vu le jour : Afineety, Smala & Co, Cotizi, Atadamone et Wuluj. De plus, la plateforme Flowingo, lancé en 2019 a anticipé le marché en attendant la promulgation de la loi 15-18 qui représente la pierre angulaire de la finance participative au Maroc. Dans l'attente de cette promulgation, les plateformes existantes comme Smala & Co sont sous l'égide du droit français ; alors que Flowingo propose temporairement la mise en relation en mode gratuit.

A noter que la loi n° 15-18 relative au financement collaboratif au Maroc, traite les trois formes de crowdfunding : le prêt, l'investissement en capital et le don. D'une manière opérationnelle, l'entrepreneur transmettra son projet à une société de crowdfunding après étude et décision favorable, il sera mis en ligne sur une plateforme de financement collaboratif.

La publication de la loi 15-18 au bulletin officiel le 9 mars 2021, a permis de circonscrire un cadre réglementaire et juridique des acteurs qui opéreront dans le crowdfunding. Ce dispositif organise le processus d'agrément des Sociétés de financement collaboratif, ainsi que la supervision des activités liées au financement collaboratif sous forme de don ou de prêt sous l'égide de Bank Al-Maghrib et l'Autorité marocaine des marchés des capitaux.

Conclusion

En guise de conclusion, l'entrepreneuriat social représente la solution optimale pour réussir le challenge de développement humain au Maroc qui vise à son tour la lutte contre l'exclusion, la pauvreté et la discrimination sociale. Cette vision stratégique s'est propulsée depuis 2005 par le lancement du programme INDH, suivi par les réformes constitutionnelles de 2011 et appuyé par le nouveau modèle de développement. L'ensemble de ces chantiers ont mis l'accent sur l'importance du capital immatériel « valeur humaine » en tant que principal acteur de développement de croissance socio-économique.

L'absence générale de littérature traitant de la question du financement participatif des projets sociaux justifie la conduite de recherches pour ce travail, ceci est démontré par le nombre de résultats obtenus lors de la recherche de la combinaison des mots « crowdfunding » et « social entrepreneurship » et qui est soutenu par la revue littéraire de Lehner (2013). En effet, le crowdfunding, qui a une grande valeur sociale, peut changer les règles de la finance pour l'entreprise. Cela a été constaté non seulement par les entreprises traditionnelles, mais également par les entreprises sociales qui, grâce au financement collaboratif, sont en mesure de financer des projets d'innovation sociale.

La communication est un élément important du crowdfunding social. La force du crowdfunding est de commencer par le bas, d'impliquer un territoire en proposant des initiatives pouvant affecter les citoyens; dans ce sens, les implications managériales se caractérisent par la prise en charge des individus de leurs devenirs par le biais de l'innovation et la mise en valeur du caractère entrepreneurial lié à chaque activité d'ordre social. Ce processus permet à son tour de combattre la pauvreté et l'exclusion sociale par le développement humain, l'instauration d'une paix sociale et l'autonomie des individus dans une logique de développement durable et de protection de la biodiversité.

La loi 15-18 permettra de légiférer le processus de mise en place et de doter ce nouveau dispositif de financement participatif par un cadre juridico-légal afin que l'ensemble des parties prenantes puissent en bénéficier. Le développement de l'économie sociale et solidaire permettra de créer de l'emploi et développera une autonomie auprès des entrepreneurs ainsi que l'ensemble des membres qui agissent dans le cadre de la société sociale. Avec un dispositif légal, les projets de financement ne se limiteront pas aux axes culturels, environnementaux mais s'élargira à tous les domaines innovants afin de stimuler l'esprit d'entrepreneuriat et de le conjuguer avec la dimension sociale et sociétale. Comme perspective à cet article, il sera utile de relever l'impact de la loi 15-18 sur la dynamique de financement collaboratif au Maroc.

BIBLIOGRAPHIE

Ballarini, Marie. 2019. « Le mécénat participatif dans les secteurs du patrimoine muséal et monumental ». Thèse de doctorat. Université de la Sorbonne Nouvelle.

Barthélémy, Amandine, et Romain Slitine. 2011. *Entrepreneuriat social : innover au service de l'intérêt général*. Paris, France: Vuibert.

Barthélémy, Amandine, Romain Slitine, Jean-Louis Préfacier Bancel, et Christophe Préfacier Chevalier. 2014. *Entrepreneuriat social: innover au service de l'intérêt général*. Paris, France: Vuibert.

Benna, Umar G., et Abubakar U. Benna, éd. 2018. *Crowdfunding and sustainable urban development in emerging economies*. Hershey, PA, USA, Etats-Unis d'Amérique : IGI Global.

Bennett, Lucy, Bertha Chin, et Bethan Jones, éd. 2015. *Crowdfunding the future: media industries, ethics and digital society*. New York (N.Y.) etc., Suisse : Peter Lang.

Bessière, Véronique, et Éric Stéphan. 2014. *Le crowdfunding: fondements et pratiques*. Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck, DL 2014.

Bouvier, Alice, et Dominique Siegel. 2020. « L'entrepreneuriat social au service de la culture : opportunités et défis ».

Boyer, Karine, Alain Chevalier, Jean-Yves Léger, et Aurélie Sannajust. 2016a. *Le crowdfunding*. Paris, France: La Découverte.

Brüntje, Dennis, et Oliver Gajda, éd. 2015. *Crowdfunding in Europe: state of the art in theory and practice*. Cham, Suisse: Springer, 2015.

Chauffaut, Delphine et al. 2013. *L'entrepreneuriat social en France: réflexions et bonnes pratiques*. éd. Organisation de coopération et de développement économiques. Programme LEED. Paris, France: la Documentation française, DL 2013.

Clarens, Pascal de. 2019. « L'avenir du crowdfunding en France: une approche par les plateformes ». Thèse de doctorat. Université de Nantes.

Dresner, Steven. 2014. *Crowdfunding: a guide to raising capital on the internet*. Hoboken, Etats-Unis d'Amérique: Wiley : Bloomberg Press.

Estevan de Quesada, Carmen. 2018. *El Crowdfunding de inversión (Crowdinvesting)*. Cizur Menor (Navarra), Espagne: Thomson Reuters-Aranzadi.

Flores, Laetitia. 2017. « Le contrat de financement participatif des oeuvres de l'esprit: de sa qualification à son exécution ». Thèse de doctorat. Aix-Marseille Université.

Joffre, Olivier, et Donia Trabelsi. 2018. Revue française de gestion Revue française de gestion, ISSN 0338-4551. Crowdfunding la finance autrement. Paris, France: Lavoisier.

Lawton, Kevin, et Daniel Marom. 2013. The crowdfunding revolution: how to raise venture capital using social media. New York, Etats-Unis d'Amérique: McGraw-Hill.

Leboeuf, Gael. 2016. « Design des Campagnes de Crowdfunding ». Thèse de doctorat. Université du droit et de la santé.

Lefèvre, Fantine, et Bogdan Filip Popescu. 2015a. Le crowdfunding à la française. Paris, France: Presses des Mines.

Maalaoui, Adnane, et Pierre Conreaux. 2014. Crowdfunding: les clés du financement participatif. Paris, France: Ellipses

Meyskens M. & Bird L. (2015) « Crowdfunding and Value Creation » Entrepreneurship Research Journal, volume 5 : numéro 2, pp : 155-166

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

Milosevic, Marina. 2017. « Le Crowdfunding (ou financement participatif) comme nouveau mode de financement responsable de l'entreprise: focus sur le CrowdInvesting (financement participatif en investissement) ». Thèse de doctorat. Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Mollick E. (2014), « The dynamics of crowdfunding: An exploratory study » Journal of Business Venturing, Volume 29 : numéro 1, pp : 1-16.

N'Diaye, Florence, et Centre juridique franco-allemand, éd. 2016. Le crowdfunding ou financement participatif: état des lieux en Europe. Saarbrücken, Allemagne: Ed. juridiques franco-allemandes,.

Pais, Ivana, Paola Peretti, et Chiara Spinelli. 2014. Crowdfunding: la via collaborativa all'imprenditorialità. Milano, Italie: EGEEA.

Ricordeau, Vincent. 2013. Crowdfunding: le financement participatif bouscule l'économie ! Limoges, France: FYP.

Robyn, Carl-Alexandre. 2017a. Crowdfunding: la face obscure du rêve. Bruxelles, Belgique: EdiPro.

Spirer, Gary. 2014. Crowdfunding: the next big thing. North Charleston, Etats-Unis d'Amérique: CreateSpace.

Uzunidis, Dimitri. 2018. Innovations (Paris) Innovations (Paris), ISSN 1267-4982.
Crowdfunding et nouveaux modèles de l'innovation. Paris, France: De Boeck supérieur :
Réseau de recherche sur l'innovation (RRi).