

# LE CROWDFUNDING ET LE FINANCEMENT DES PME : CAS DU MAROC

Loubna Moussaïf

*Professeur habilité à la Faculté des sciences juridiques économiques et sociales –Agdal  
Université Mohammed V-Rabat  
Rabat, Maroc  
loubna\_moussaïf@yahoo.fr*

## **Résumé—**

Actuellement, le crowdfunding, ou le financement participatif connaît un essor d'envergure grâce à sa capacité de tirer parti des effets conjugués du développement d'Internet et des réseaux sociaux. Ce mécanisme de financement intervient dans un contexte épineux où le financement des entreprises demeure une problématique majeure.

Cet article vise à comprendre le rôle joué par le crowdfunding en tant que levier de financement pour les PME marocaines. On trace comme objectif d'explorer comment le crowdfunding est un moyen de financement adapté aux besoins des PME, et quels sont les obstacles qui entravent son développement au Maroc ?

À cet effet, nous nous appuyons sur la littérature en matière de financement participatif en présentant le contexte de son essor, sa définition et ses acteurs. et dans une seconde étape, nous essayerons de dresser sa situation actuelle, son évolution au Maroc à partir de 2019, en présentant les différentes plateformes disponibles tout en exposant un aperçu sur les plateformes dédiées aux projets marocains des PME. Ce papier mettra aussi en exergue, l'évolution du cadre législatif avec l'adoption de la loi 15.18 sur le financement collaboratif en Mars 2021 et avec la publication des premières notes circulaires en Juin 2022.

Enfin, nous démontrons comment le crowdfunding peut être un moyen de financement adapté aux besoins des jeunes entrepreneurs marocains, tout en mettant en exergue les obstacles qui entravent le développement de cette technique au Maroc. Pour ce faire, nous avons choisi de mener une démarche exploratoire avec une position épistémologique interprétativiste. Nous avons adopté la méthode qualitative en s'appuyant sur le questionnaire, comme outils de collecte de données, permettant de réaliser l'objectif escompté.

**Mots clés** — Crowdfunding, PME, entrepreneuriat, cadre légal, apports, obstacles.

## I. INTRODUCTION

Au Maroc les PME et TPE (très petites entreprises) constituent le noyau du tissu économique. Elles forment la

partie majeure du tissu industriel avec une proportion qui s'élève à 93% de l'ensemble des entreprises, 30% des exportations et 50% de l'emploi. (Haut-Commissariat au Plan). Elles participent positivement à la croissance économique, à la création d'emplois et au développement régional et local. Ce qui montre que les PME jouent un rôle important dans la dynamique économique et sont de véritables facteurs de promotion de l'emploi et de partage des richesses constituant ainsi le centre névralgique de notre économie. Nonobstant, les PME marocaines sont confrontées à plusieurs entraves, et l'accès au financement constitue un obstacle réel au développement de l'entreprise, et elles sont les plus confrontées à ce type de contrainte, 69% d'entre elles ont, en effet, souffert des difficultés d'accès au financement (HCP 2019).

En effet, pour les PME marocaines l'accès au crédit s'avère particulièrement plus difficile et cela est dû probablement en grande partie à la prudence des banques pour financer des PME dans un contexte de manque de liquidité particulièrement pendant la phase de création ou d'expansion. En effet, les banques exigent généralement des garanties de la part des entreprises auxquelles elles accordent des prêts, ce qui signifie que le financement par crédit bancaire n'est pas accessible à de nombreuses PME, car elles répondent rarement à cette exigence.

En outre, le problème de l'asymétrie de l'information pour les investisseurs en général est aggravé par le manque de données historiques disponibles. En d'autres termes, les PME fournissent rarement des états financiers des années précédentes, ce qui empêche les investisseurs de se faire une idée réelle d'elles pour les financer.

Le marché financier offre aux PME des opportunités de développement et de croissance. Mais leur introduction sur le

marché boursier n'est pas simple et nécessite un coût important. En effet, la PME devra bien se préparer, ce qui demande du temps et de l'énergie. Les caractéristiques telles que leur petite taille, le nombre d'années d'existence, l'expérience des dirigeants rendent difficile l'accès à cette alternative de financement, Ces problèmes de financement deviennent une réalité avec laquelle les PME doivent composer, sinon contourner.

En plus, La crise du Covid 19, a freiné encore plus la croissance des PME et menace leurs cycles de vie. Donc des jeunes promoteurs de projets se trouvent incapables de libérer leurs créativité et innovations entrepreneuriales ce qui freine ainsi leur développement.

Au cœur de cette problématique et propulsé par la révolution numérique et l'expansion des réseaux sociaux, l'avènement du crowdfunding (CF) ou financement participatif peut être une solution de financement alternative qui peut répondre aux différents besoins de financement et cela dans plusieurs domaines (art, culture, social, etc.), représentant ainsi une vraie rupture avec les mécanismes de financement dites « classiques ou traditionnels » des entrepreneurs et cela en sollicitant directement l'épargne via le web.

Il s'agit d'un nouveau mode de financement qui vient d'apparaître au Maroc, et qui a pris de l'ampleur au fil des années dans tout le monde. Il s'agit de faire appel à une multitude d'investisseurs non « sophistiqués » pour collecter des petites sommes d'argent en vue de financer un projet artistique, entrepreneurial ou autre, plutôt que de lever des fonds auprès des institutions financières. D'après une étude de la Banque Mondiale, le crowdfunding représente un potentiel de 93 Md\$ par an à l'horizon de 2025 pour les pays en développement. Pour la région Moyen Orient et Afrique du Nord, ce potentiel est estimé à 5,6 Md\$ par an à horizon de 2025 (The World Banque 2013).

De ce fait, le crowdfunding s'impose aux côtés des acteurs classiques de financement et apparaît comme un procédé et un moyen innovant permettant aux promoteurs de projets de se financer à l'aide des plateformes web en ligne spécialisées. Ce papier vise à mieux comprendre le fonctionnement et le rôle joué par le crowdfunding entant que levier de financement des PME marocaines . On trace comme objectif d'explorer comment le crowdfunding est un moyen de financement adapté aux besoins des jeunes entrepreneurs marocains, et quels sont les obstacles qui entravent son développement au Maroc ?

Dans un premier lieu, nous nous appuyons sur la littérature en matière du financement participatif à savoir le contexte de son essor, sa définition et ses acteurs.

Ensuite et dans une seconde étape, nous essayerons de dresser sa situation actuelle, son évolution au Maroc en présentant les différentes plateformes disponible ainsi que le cadre légal mis en place.

Enfin, nous démontrons comment le crowdfunding peut être un moyen de financement adapté aux besoins des jeunes entrepreneurs marocains, tout en mettant en exergue les obstacles qui entravent le développement de cette technique au Maroc, en menant une démarche exploratoire avec une position épistémologique interprétativiste.

Nous avons adopté la méthode qualitative en s'appuyant sur le questionnaire, comme outils de collecte de données, permettant de réaliser l'objectif escompté.

## II. PANORAMA sur le CROWDFUNDING

### A. Context d'Essor

Avec l'adoption généralisée d'Internet, le financement participatif est devenu une autre forme de financement. Dans sa forme actuelle, le crowdfunding est un mécanisme de financement de projets en attirant le plus grand nombre de personnes appelées le « crowd ». Le crowdfunding signifie littéralement « financement participatif ». Trois facteurs favorisent son émergence sous sa forme moderne, le premier étant la rareté des ressources financières dédiées aux projets d'investissement dans les phases amont du cycle de vie des entreprises. Cette rareté entraîne un déficit de financement, car les investisseurs traditionnels ont tendance à financer les projets d'entreprises établies moins risquées (Pierakis et Collins, 2012). La baisse des financements a été particulièrement prononcée lors de la crise de 2008.

Le deuxième facteur est l'évolution du web 2.0 qui a permis des connexions directes entre les foules et les porteurs de projet à un coût relativement faible.

Enfin, le dernier facteur est lié au crowdsourcing. Ce dernier mobilise les foules pour des solutions dont le but est de développer des activités, des idées et en retour faire des suggestions (kleemann et al, 2008).

### B. Définition du Crowdfunding

Selon (Gobble, 2012), le terme crowdfunding est relativement récent, il a été inventé par Michael Sullivan en 2006. Le terme est basé sur l'énorme pouvoir que les masses peuvent exercer dans la mobilisation des ressources financières (Freud, 1981 ; Turner & Killian, 1972 ; Wallace, 1999 ; Surowiecki, 2004 ; Russ, 2007). Les sciences de gestion (Lambert & Schwiendbacher, 2010) élargissent la

définition du crowdsourcing donnée par (Kleemann, Voß, & Kerstin, 2008), définissant le crowdfunding comme « un appel public, principalement via Internet, pour la fourniture de ressources financières, ou sous forme de cadeaux en échange d'une forme d'incitation et/ou de droits de vote en faveur d'initiatives à des fins spécifiques ».

### C. Acteurs du Crowdfunding

Les principaux acteurs du crowdfunding sont :

**Porteur de projet** : Il est l'initiateur du projet participant, et nous utiliserons les mots porteur, créateur, entrepreneur, etc.

**Investisseurs de projets ou Financiers ou Contributeurs de projets** : Internaute, personnes morales ou personnes physiques qui financent les projets participants .

**Gestionnaire de plate-forme** : Mets en œuvre toutes les technologies liées à la mise en place du site et à l'hébergement, prends en charge la plate-forme de paiement et fournis un environnement permettant aux détenteurs et aux investisseurs de communiquer entre eux.

### III. CROWDFUNDING au MAROC : ÉTAT DES LIEUX

Selon la Banque mondiale : « L'ampleur potentielle du crowdfunding dans les pays en développement sera 1,8 fois supérieure à celle du capital-risque » (Yniim, 2014). En effet, la popularité de ce modèle de financement et ses avantages pour l'économie rendent cruciale l'analyse des perspectives du crowdfunding au Maroc.

#### A. Évolution du CF au Maroc

L'évolution du financement collaboratif ou du crowdfunding suit une tendance positive au Maroc, malgré le fait que le cadre légal a pris beaucoup de temps à se mettre en place. C'est ce qui ressort de la 2e édition du Baromètre du financement collaboratif au Maroc, réalisé par Happy Smala, ESSEC Afrique et In-Lab Africa. Selon cette enquête, 171 projets marocains ont été financés sur la période 2019-2021 via 13 plateformes marocaines, françaises, américaines et du Moyen Orient de financement collaboratif, contre 117 projets financés entre 2010 et 2014, soit une hausse de 50%.

Le total des fonds levés a atteint 3,7 millions de dirhams ont été récoltés entre 2019 et 2021, contre 2,1 millions de DH entre 2010 et 2014. Le plus grand nombre de contributeurs par campagne s'est élevé à 1 198.

Parmi ces projets, 61% sont portés par des particuliers, 27% par des associations, tandis que 10% des projets sont portés par des entreprises et 2% par des entités publiques.(fig.1)

Les plateformes sur lesquelles ces campagnes de crowdfunding se sont tenues ont été à 80% internationales.

6.100 personnes ont contribué au financement des projets recensés, avec une moyenne de ticket de 741 dirhams et une moyenne de 32% de projets financés. Les 171 projets financés sont les 32% de projets soumis à ce canal de financement collaboratif. Et sur cet indicateur, on est proche de la moyenne mondiale.

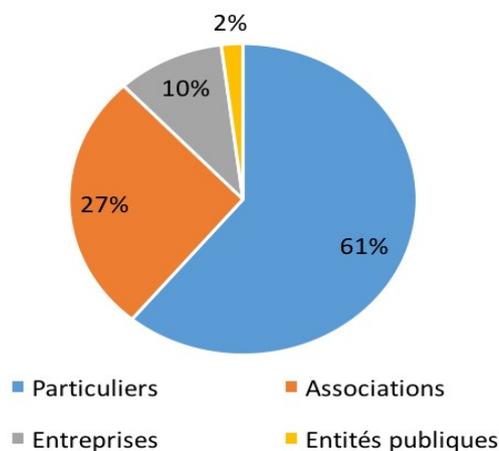


Fig. 1 Les typologies des porteurs de projets

#### B. Lois sur le Crowdfunding

Le CF évolue bien au Maroc malgré le fait que le cadre légal a pris beaucoup de temps à se mettre en place. Conscient de l'importance du rôle des initiatives entrepreneuriales dans la réduction du chômage et des inégalités, et sous l'impulsion de l'ambassade des États-Unis, le Maroc s'est engagé dans un projet de loi sur le crowdfunding mis en œuvre par le ministère des Finances, il s'agit du projet de loi n° 15-18 sur le "crowdfunding". Ce projet de loi a été déposé au secrétariat général du gouvernement en mars 2018. Il a depuis fait son chemin dans le circuit législatif et a finalement atterri au Conseil du gouvernement, où il a été adopté. La loi n°15- 18, publiée au bulletin officiel le 9 mars 2021, permet de définir le cadre réglementaire et légal des participants aux campagnes du crowdfunding. Ce n'est que plus d'une année plus tard, en juin 2022, que son premier décret d'application voit le jour. Le règlement définit le cadre de financement qui implique la participation du public au financement et organise le processus d'agrément des sociétés de financement collaboratif, ainsi que l'encadrement des activités liées au crowdfunding sous forme de dons ou de prêts sous l'égide de Bank Al Maghrib et l'autorité marocaine des marchés des capitaux.

La loi n° 15-18 sur le crowdfunding traite les trois formes de ce financement à savoir : les prêts, les investissements en capital et les dons. Opérationnellement, les entrepreneurs envoient leurs projets à des sociétés de crowdfunding et après recherche et décisions favorables ces projets seront mis en ligne sur une plateforme de financement collaboratif.

### C. Plateformes du Crowdfunding au Maroc

Même si le cadre juridique régissant les entreprises de financement participatif n'existait pas auparavant, de nombreuses plateformes de crowdfunding existaient déjà spécifiquement pour des projets au Maroc. Chaque plateforme a développé des stratégies spécifiques pour pouvoir mener ses activités en tenant compte des contraintes nationales. Certaines plateformes ont opté pour la «l'offshoring ou la délocalisation », notamment en France, où une législation est en place pour encadrer le crowdfunding depuis 2014. Il s'agit notamment de "CoFundy", une plateforme de financement participatif de droit français destinée à mobiliser les diasporas, notamment maghrébines, pour participer au développement de leurs pays d'origine. Il leur offre la possibilité de soutenir divers projets à impact social, culturel ou économique sans démarches administratives compliquées. Il y a aussi la plateforme « Atadamone », une plateforme de don basée en France dédiée au Maghreb (Maroc, Mauritanie) et à l'Afrique francophone (Mali, Sénégal, Cameroun, Guinée, Bissau, Côte d'Ivoire, Burkina Faso), au Togo, Bénin et Gabon). La plateforme permet à tout type de projet de voir le jour pour favoriser le développement.

Il y a enfin la plateforme « Smalaandco », qui a suivi la même stratégie et s'est implantée en France. La plateforme se définit comme dédiée à l'Afrique, mais compte tenu de ses partenariats, elle apparaît plus spécifiquement tournée vers le Maroc, d'autant plus qu'un bureau local a déjà été implanté à Rabat.

Une autre stratégie, plus contraignante, vise à développer ses activités au Maroc tout en s'adaptant aux contraintes réglementaires. À cet égard, nous avons d'abord choisi Cotizi, la première plateforme 100% marocaine à se positionner comme une plateforme ferme de financement participatif et de pétition en ligne. Elle collecte exclusivement des dons pour le compte d'associations ayant reçu l'autorisation préalable du Secrétariat du Gouvernement (SGG). Ensuite, on trouve Afineety, une plateforme d'actions dédiée à l'Afrique et basée au Maroc. Elle vise à mettre en contact direct des porteurs de projets en Afrique avec des investisseurs en Afrique ou à l'étranger, en devenant

actionnaires et partenaires actifs. En dernier lieu vient Wuluj, une nouvelle plateforme née d'une collaboration entre Happy Smala et le CISE Maroc (Centre pour l'Innovation et l'Entrepreneuriat Social au Maroc). La plateforme sera positionnée dans un modèle de prévente, pour projets innovants et à fort impact dans la région MENA.

Selon l'étude menée par Happy Smala, en partenariat avec l'ESSEC Afrique et l'In-LAB Africa sur la période 2019 - 2021, 40% du montant total récolté a servi à financer des projets sociaux, 22% à lancer des activités économiques et 10% à soutenir des projets éducatifs.

## IV. ASPECTS MÉTHODOLOGIQUES

Nous avons adopté une démarche exploratoire avec une position épistémologique interprétativiste. Cette démarche n'a pas comme objectif de formuler des lois mettant des relations entre des variables, par contre, elle peut viser à mettre en évidence des mécanismes (Dumez, 2016), à comprendre un phénomène et décoder ainsi la réalité. Notre recherche s'articule d'une part autour d'une veille documentaire à partir de sites des plateformes dédiées aux projets marocains. Nous avons procédé au traitement des données collectées auprès : des sites internet, documents institutionnels, articles de presse et par la prise de connaissance des plateformes dédiées aux projets marocains afin d'appréhender le phénomène du CF au Maroc et son essor au Maroc. D'autre part, et afin d'élucider les obstacles qui entravent le développement du crowdfunding au Maroc, nous avons adopté la méthode qualitative en s'appuyant sur le questionnaire, comme outils de collecte de données, permettant de réaliser l'objectif escompté. Le questionnaire était rédigé en français et des questions ouvertes et fermées, afin de permettre aux interviewés de s'exprimer en toute liberté, il est publié sous format électronique dans les réseaux sociaux, et un format papier pour des interviewés sur terrain. Nous avons enregistré la collaboration de 56 individus marocains qui ont pu nous livrer des réponses susceptibles de mettre en œuvre les principaux obstacles qui empêchent l'essor de ce type de financement. Les résultats de cette étude sont présentés ci-dessous.

## V. RÉSULTATS et DISCUSSIONS

### A. Profil des interviewés

Tableau n°2 : les différentes sources de financement des projets

Source : Auteur

Tableau n°1 : statistiques relatives aux caractéristiques de l'échantillon

	%	Sexe	%	Age	%
Projet artistique	1,5%	Femme	40%	20- 25 ans	21%
Projet agricole	1,4%	Homme	60%	25- 35 ans	46%
Stylisme & modélisme	12,3%			35-45 ans	27%
Projet social	9,2%			45 ans et plus	6%
Commerce & business	58,7%				
Projet de recherche scientifique	2,5%				
Projet lié au tourisme	11,4%				
Projet lié aux constructions & travaux publics	3%				

Source : Auteur

D'après ces résultats, nous pouvons dire que la majorité des répondants entrepreneurs sont des hommes avec 60%. Ainsi que 46 % ont un âge entre 25 et 35 ans et ceux qui sont âgés de 35 à 45 ans sont de 27%. Encore, il ressort de la lecture du tableau que les projets de commerce et business sont largement majoritaires avec une part de 58,7% , 12,3% des projets de stylisme et modélisme et 11,4% des projets liés au tourisme.

	Effectifs	Pourcentage
Famille	20	35,71 %
Autofinancement	15	26,78 %
Financement de l'État	10	17,85 %
Financement des banques conventionnelles	5,3	9,46 %
Financement des banques participatives	3	5,35 %
Pas encore	2,7	4,82 %
Total	56	100 %

B. la nature des sources de financement

Concernant ce point, 26,78 % des entrepreneurs font appel à l'autofinancement, et une grande part de 35,71% des entrepreneurs enquêtés ont recouru à leurs familles. Tandis que 9,46 % des entrepreneurs ont fait appel aux financements des banques conventionnelles , 5,35 % d'entre eux ont fait appel aux banques participatives et 17,85 % recourent au financement de l'Etat.

En effet, le financement constitue une difficulté majeure pour les entrepreneurs où 65% des entrepreneurs trouvent des difficultés de recourir aux sources de financement (Drissi Angade. 2017 :8). pour les PME marocaines l'accès au crédit s'avère particulièrement plus difficile et cela est dû probablement en grande partie à la prudence des banques pour financer des PME dans un contexte de manque de liquidité particulièrement pendant la phase de création ou d'expansion.

Les taux d'intérêts élevés, la présence des garanties sont les principales entraves pour les PME. Pour cela le recours à l'autofinancement, à la famille et le réseau relationnel représentent les solutions adéquates avec les défis et les besoins des entrepreneurs.

Pour montrer les principales causes qui freinent les entrepreneurs marocains de recourir au financement bancaire,

	Effectifs	%
Oui	16	28,87
Non	40	71,43
Total	56	100

nous avons posé une question relative au niveau de satisfaction afin de déceler les principales raisons de non satisfaction des moyens de financements conventionnels.

C. les moyens de financement conventionnels

Tableau N°3 : Satisfaction des moyens de financements conventionnels

Source : Auteur

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

Source : Auteur

À partir du tableau 3 et 4, nous constatons que 16 enquêtés de la population étudiée sont satisfait des moyens de financement traditionnels, tandis que 40 enquêtés, soit 71,43 % de la population étudiée n'expriment pas leurs satisfactions des moyens de financements conventionnels, où 25% de la population se justifie de la non-conformité à Chariaa, et 56,25% par le taux d'intérêt élevé, et 12,5% par la difficulté d'avoir des garanties.

#### D. Crowdfunding : nouveau mode de financement

Tableau N°5 : Connaissance du crowdfunding

	Effectifs	Pourcentage
Oui	38	67,85 %
Non	28	50 %
Total	56	100 %

Source : Auteur

À partir de ces résultats, nous constatons que 67,85 % de la population étudiée connaissent bien le crowdfunding, alors que 50% de la population étudiée ne l'affirment pas.

#### E. Financement ou création d'un projet via le crowdfunding

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

	Effectifs	Pourcentage
Oui	30	53,57 %
Non	26	46,43%
Total	56	100 %

Source : Auteur

D'après le tableau, nous constatons que 46,43 % de la population étudiée n'ont jamais financé ou créé un projet via le crowdfunding, et 53,57 % des répondants ont été affirmatifs en disant qu'ils ont contribué ou pu financé un projet par le biais du crowdfunding.

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

#### F. Type de projet financé ou créé via le CF

Tableau N°7 : Les différents types des projets financés ou créé par le crowdfunding

Type de projet financé ou créé via le CF	Effectifs	%
Projet de commerce	12	40
Projet de développement social	4	13,33
Projet de nouvelle technologie	5	16,66
Projet de recherche scientifique	9	30
Total	30	100

Source : Auteur

Pour les entrepreneurs qui ont utilisé le crowdfunding pour financer ou créer leurs projets, 40% des entrepreneurs ont des projets de commerce et 30% des projets de recherche scientifique, et 16,66% des projets de nouvelle technologie.

#### G. Le non recours au crowdfunding

Tableau N°8 : Les facteurs empêchant les entrepreneurs à recourir au crowdfunding

	Effectifs	%
Manque d'information	10	38,46
Montant important d'investissement	7	26,92
hésitation	5	19,23
Qualité du projet	2	7,69
Faire une annonce dans un journal	1	3,34
Vide juridique	1	3,34
Total	26	100

Source : Auteur

D'abord, nous remarquons que 38,46% des entrepreneurs enquêtés n'ont pas eu recours au crowdfunding pour créer ou financer leur projet pour une raison de manque d'information, et 26,92% des enquêtés pensent que les projets proposés nécessitent un montants d'investissement important, spécialement dans un contexte caractérisé par la difficulté et la complexité d'accéder au financement, qui constitue un

	Effectifs	Pourcentage
Financement limité	1	6,25 %
Taux d'intérêt élevé	9	56,25 %
Difficulté de présenter des garanties	2	12,5 %
Non conforme à Chariaa	4	25 %
Total	16	100 %

obstacle réel au développement des entreprises jeunes et de petites tailles. Les TPME et les PME sont les plus

confrontées à ce type de contrainte, 69% d'entre elles ont, en effet, souffert des difficultés d'accès au financement (HCP 2019:23).

Ainsi que, 19,23 % hésitent d'utiliser ce canal de financement, de même que 3,34% de la population étudiée préfère de faire une annonce de son besoin de financement sur un journal.

#### H. Connaissance et dépôt des projets sur les plateformes de crowdfunding

Tableau N°9 : Connaissance des plateformes de crowdfunding

	Effectifs	Pourcentage
Oui	22	39,28 %
Non	18	32,14%
Sans réponse	16	28,57 %
Total	56	100 %

Source : Auteur

Lors de l'analyse des réponses, la majorité des répondants (39,28,8%) prouve sa connaissance de ses plateformes de crowdfunding., tandis que 32,14% de la population étudiée n'affirment pas leurs connaissances des plateformes de crowdfunding. Dans ce contexte de non connaissance des plateformes de crowdfunding, le crowdfunding admet un financement direct des projets entrepreneuriaux grâce à des plateformes qui facilitent la rencontre entre l'offre et la demande et garantissent une interaction directe entre les investisseurs et les porteurs de projets.

#### I. Facilité de financer un projet via une plateforme de crowdfunding

Tableau N°10 : Facilité de financer un projet via une plateforme de crowdfunding

	Effectifs	Pourcentage
Oui	35	62,5%
Non	19	33,92%
Sans réponse	2	3,57 %
Total	56	100 %

Source : Auteur

Tableau N°11 : les raisons pour lesquelles les entrepreneurs n'ont pas recouru au CF

	Effectifs	Pourcentage
Manque d'information	10	38,46
Coût de la communication du projet	12	26,92
Difficulté de trouver des investisseurs	8	19,23
Pas de besoin	5	7,69
Procédure complexe	18	3,34

Problème d'accès à la plateforme	3	3,34
Total	56	100

Source : Auteur

En interrogeant les entrepreneurs sur la facilité de financer un projet via les plateformes de crowdfunding, 62,5% des répondants pensent qu'il est facile et 33,92% des répondants pensent qu'il est difficile.

Aussi 38,46 % des promoteurs de projets trouvent un manque d'information, et 26,92% trouvent le coût de la communication élevé, et 19,23% rencontrent une difficulté de trouver des investisseurs, ainsi que 7,69% des entrepreneurs réclament qu'ils n'ont pas besoin de recourir au CF. Il y a aussi 3,34 % des entrepreneurs réclament que la procédure du CF reste complexe y compris des problèmes d'accès aux plateformes.

Le crowdfunding est considéré comme un levier de financement des porteurs de projets grâce à plusieurs facteurs de succès favorisant ainsi son émergence. On cite dans un premier lieu, les facteurs culturels et sociaux qui sont liés au caractère social et à la générosité des marocains. Dans un deuxième lieu, les facteurs technologiques avec l'émergence de l'internet, du web 2.0 et l'utilisation croissante des moyens de paiement électroniques. Enfin, le dernier facteur est lié au crowdsourcing qui mobilise les foules pour des solutions dont le but est de développer des activités et en retour faire des suggestions (Kleemann et al.,2008).

Certes, le crowdfunding peut apporter de nombreux bénéfices au monde de l'innovation, monobstant il demeure exposé à certaines menaces qui entravent son développement au Maroc. Cette analyse des contraintes au développement du crowdfunding au Maroc a révélé divers obstacles qu'on peut les énumérer ainsi :

##### ▪ **Obstacles réglementaires :**

La ratification du projet de loi 15-18 est une étape importante pour le secteur, mais il reste encore beaucoup de travail à faire avant de pouvoir lancer des plateformes et des campagnes. En effet, Eric Asmar, PDG de Happy Smala First, a déclaré que certains éléments techniques du projet de loi devaient être revus pour permettre aux opérateurs de plateformes et aux porteurs de projets de procéder dans l'esprit d'inclusivité et d'ouverture du modèle. Des travaux ont également été menés pour sensibiliser le public au fonctionnement et aux avantages du Crowdfunding .

##### ▪ **Obstacles liés à la nature du domaine :**

La finance est un domaine socialement et politiquement sensible en raison de la complexité des lois pour attirer l'épargne et les dons publics ; et à cause des charges administratives et juridiques et des contraintes sur le processus d'investissement ; les acteurs traditionnels peuvent se sentir menacés.

##### ▪ **Obstacles liés au commerce électronique :**

Les conditions économiques moroses des citoyens marocains suggèrent que leur système bancaire est faible, et

donc leur capacité à effectuer des transactions en ligne en général, et à s'en tenir au crowdfunding en particulier. Il est donc difficile de financer des projets innovants via « e-business. »

▪ **Barrières psychologiques et culturelles :**

Malgré l'essor du crowdfunding dans le monde, la plupart des citoyens marocains ignorent ce mode de financement et sont très méfiants vis-à-vis des méthodes proposées. Cette méfiance provient principalement des caractéristiques nouvelles et originales du service. Cette culture caractérisée par l'anxiété et l'aversion au risque freine l'innovation .

▪ **Barrières liées au risque de fraude :**

Les investisseurs ignorent les autres parties prenantes, c'est-à-dire les plateformes qui jouent le rôle d'intermédiaires et les porteurs de projets. Du fait de l'asymétrie d'information entre ces investisseurs, porteurs de projets et plateformes, les risques de fraudes et d'escroqueries augmentent. Ils peuvent être lésés sur un projet sans possibilité de recours en justice. Le problème s'aggrave, alors que les mécanismes d'assurance et de protection des consommateurs restent invisibles.

J. APPORT DU CROWDFUNDING

Tableau N°12 : Apport du crowdfunding

	Pourcentage
Communauté et visibilité sur internet	21,4
Financement	22
Réseau relationnel	34,6
Sans réponse	22
Total	100

Source : Auteur

Lors de l'analyse de ces résultats, 21,4% de la population étudiée confirme que le crowdfunding permet aux entrepreneurs de créer une communauté et se bénéficier d'une visibilité sur internet, de même 34,6% l'utilise pour constituer un réseau relationnel, ainsi que 22% des entrepreneurs recours au crowdfunding pour avoir un financement à leurs projets. En effet, le choix du crowdfunding permet aux entrepreneurs d'augmenter la visibilité de leur offre et relayent l'aspect promotionnel à la foule, qui est devenue principale ambassadrice du produit (Mollick 2014).

Le crowdfunding connaît une croissance importante dans les pays développés, et dans le cas du Maroc, les points de départ du développement du crowdfunding semblent être réunis, et son rôle important est crucial dans le contexte actuel.

Tout d'abord, le crowdfunding apportera des moyens de financement aux porteurs de projets et aux PME innovantes, résolvant ainsi les problèmes liés au financement, d'une part en comblant la défaillance des sources traditionnelles de

financement à financer les premières phases du cycle financier des PME innovantes (phase d'amorçage et de développement). Et d'autre part, en étant un remède pour financer certains types d'innovations plus risquées.

Deuxièmement, le contexte post-crise révèle la fragilité du système financier traditionnel. Grâce à la capacité de répartir les risques entre des acteurs indépendants, le crowdfunding peut apporter plus de stabilité financière et ouvrir des PME innovantes au Maroc. La multitude d'options offertes par le crowdfunding permet à l'économie marocaine de financer des projets innovants traditionnellement marginalisés par le risque.

Troisièmement, le crowdfunding peut ouvrir la voie à l'ensemble de l'économie marocaine, en particulier à l'innovation, car il constitue une passerelle pour le transfert de financement. En effet, par sa transparence (accès ouvert et visible au public), il peut être utilisé pour optimiser la répartition des fonds reçus des Marocains résidant à l'étranger et canaliser efficacement les projets innovants les plus rentables économiquement et socialement bénéfiques. En plus de ça, le crowdfunding s'aligne sur avec la stratégie de décentralisation du Maroc. En fait, cette stratégie de gouvernance peut tirer parti des plateformes de financement participatif en s'associant aux citoyens de la région pour développer des projets innovants au niveau local. En d'autres termes, les citoyens sont plus susceptibles de choisir les projets dont ils ont besoin dans la région. À travers ces plateformes, ils seront associés à la reconstitution des ressources des collectivités locales et à la résolution des problèmes de développement régional. De plus, il favorisera un sentiment d'appartenance, de proximité et d'engagement envers les citoyens et générera plus de cohésion sociale et de créativité.

Enfin, le crowdfunding peut contribuer à réduire les dépenses de l'État en mobilisant tous les acteurs économiques pour financer des projets sociaux. L'exemple pratique est l'initiative menée par la plateforme marocaine "cotizi", qui a réussi à lever 302 688 DH en 2014 pour aider les victimes des inondations dans la région sud du Maroc. Ce mouvement de solidarité a mobilisé non seulement la société civile, mais aussi des investisseurs, tels que « Meditel 26 » qui a fait un don de 45 000 DH, « Le Groupe Managem » avec un don de 60 000 DH, la « Fondation ADDOHA » et le groupe « Ciments de l'Atlas » qui ont fait un don de 80 000 DH chacun, et finalement « Le Groupe Saham » qui a fait un don de 100 000 DH.

K. Le rôle du crowdfunding et les obstacles des entrepreneurs

Tableau N°13 : Le rôle du crowdfunding pour dépasser les obstacles rencontrés

	Pourcentage
Non	17,5
Oui	48,7

Sans réponse	33,8
Total	100

Source : Auteur

À partir des résultats obtenus, nous constatons que 48,7 % des entrepreneurs qui ont recouru au crowdfunding confirment qu'ils ont dépassé leurs obstacles, tandis que 17,5% ne confirment pas.

## VI. RECOMMANDATIONS

Pour une très bonne connaissance du CF, il faut initier des programmes de formations au niveau des centres d'investissements pour susciter les entrepreneurs de l'intérêt du crowdfunding pour leurs projets. Également, chez les étudiants universitaires pour promouvoir leurs esprits entrepreneuriaux par le biais du crowdfunding.

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

De même, et sur le plan de l'arnaque et l'escroquerie, il faut exercer plus de veille et de vigilance sur les plateformes de crowdfunding. Toutes ces mesures permettent sans doute de donner un grand essor et un dynamisme à la promotion des initiatives entrepreneuriales au Maroc, et promouvoir ainsi l'économie du pays.

En outre, notre étude aurait été plus significative, si nous avions étendu l'échantillon de notre population, et approfondir les questions au profit des porteurs de projets qui ont pu se lancer dans le crowdfunding. Nonobstant, ces résultats créent des pistes de recherche qui peuvent favoriser les travaux de recherche sur le crowdfunding, et de faire avancer la discipline de la finance participative.

## VII. CONCLUSION

Avec cet article, nous avons essayé de planter le décor du crowdfunding ou « financement par la foule » pour comprendre les concepts, les acteurs, les différents types de plateformes et leur fonctionnement, ainsi que le potentiel présenté par ce nouveau modèle de financement pour la

promotion des PME marocaines. En effet, le crowdfunding est favorisé par les limites atteintes par les systèmes de financement traditionnels. Ainsi, tout citoyen souhaitant soutenir une idée ou un projet a la possibilité de faire un don, un prêt, un investissement ou un achat à l'avance. Par conséquent, son objectif est de soutenir des projets dans divers domaines afin que les détenteurs puissent collecter de petites sommes d'argent auprès d'un large public via des plateformes Internet sans avoir recours aux banques et aux institutions financières traditionnelles. Ce nouveau modèle de financement repose sur les capacités de communication d'Internet et des réseaux sociaux (forbes.com 2013), qui le placent au cœur des technologies de l'information et des télécommunications.

Au Maroc, plusieurs éléments nécessaires ont été réunis pour faciliter l'éclosion du crowdfunding. En effet, selon les estimations régionales de la Banque mondiale : "Le marché du CF en Afrique et dans les régions MENA (Moyen-Orient/Afrique du Nord) est estimé à 2,4 milliards de dollars et 5,5 milliards de dollars, respectivement. Le Maroc appartenant à ces deux régions, sa position géostratégique lui permet de croître à partir des opportunités de croissance offertes par CF dans ces deux régions. Conscient du potentiel de ce nouveau modèle de financement, le Maroc a lancé un groupe de réflexion piloté par le ministère des Finances, qui a travaillé sur un projet de loi, la loi n°15-18 relative au « crowdfunding ». Cette nouvelle loi va donner un nouveau souffle au développement économique et social du Maroc, car elle permettra une meilleure inclusion financière des petits projets qui ont du mal à accéder aux sources traditionnelles de financement (capital ou dette).

Certes, l'approbation de ce projet de loi est une étape importante pour l'industrie, mais il reste encore beaucoup de travail à faire avant de pouvoir lancer les plateformes et les campagnes. Premièrement, certains éléments techniques du projet de loi doivent être revus pour permettre aux opérateurs de plateformes et aux porteurs de projets de procéder dans l'esprit d'inclusion et d'ouverture du modèle.

Deuxièmement, cette technologie est encore peu connue, il faut un mouvement pour promouvoir cette technologie auprès des futurs entrepreneurs.

Troisièmement, cette loi ne comprend pas toutes les mesures réglementaires suffisantes pour faire intégrer efficacement ce secteur dans le marché marocain ; le cadre légal est en train de s'installer dans le Royaume pour la partie «prêts», par contre pour les parties «dons» et «investissements et prise de participation», il reste encore du chemin à parcourir. En plus, ce qui concerne tout ce qui est lié à l'investissement et à la

prise de participation, il y a toujours un manque de lois et de textes d'application et de clarté réglementaire sur l'investissement en action.

A l'issu des résultats de l'analyse de notre étude en contexte marocain, nous pouvons dire que le champ de recherche autour du crowdfunding est très vaste, et pourrait être traité sous différentes ongles pour tirer plus aussi bien sur le plan théorique que managérial.

Comme perspective, il sera utile de relever l'impact de la loi 15-18 sur la dynamique de financement collaboratif au Maroc, de s'intéresser à l'adéquation du type de projet avec le processus du crowdfunding.

Nous espérons que de nouvelles études et explorations seont mises en place sur ces problématiques qui seront déterminantes pour l'essor du crowdfunding et le développement des PME marocaines.

#### REFERENCES

- [1] Kleemann &Günter. Rieder . (2008), “ Underpaid innovators : the commercial utilization of consumer work through crowdsourcing ,” Science, technology & innovation studies : STI studies, Vol 4, n° 1, p. 5-26.
- [2] Loi n° 004-71 du 21 chaabane 1391 (12 octobre 1971) relative aux appels à la générosité publique. Bulletin officiel n° 3077 du 20/10/1971.
- [3] Yniim, “Etats des lieux et perspectives du crowdfunding au Maroc en 2014 ,” édition Economica , 2014.
- [4] Burkett, E., “A crowdfunding exemption? online investment crowdfunding and U.S. securities regulation,” The tennessee journal of business law, vol. 13, pp 44, 2011 .
- [5] Sylla, A., *Finance participative (Crowdfunding) : 171 projets marocains financés en 2 ans via 13 plateformes*, En ligne sur le site de challenge.ma,<https://www.challenge.ma/crowdfunding-171-projets-marocains-finances-en-2-ans-via-13-plateformes-242014/>, 2022.
- [6] Cazemajour, L., “La place du Crowdfunding Philantropique ,” Etude réalisée par le Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie, pp 220,2014.
- [7] Amrabi,S., “Crowdfunding au Maroc : Après la loi 15-18, les modalités d'exercice se précisent ,” En ligne sur le site de lopinion.ma, [https://www.lopinion.ma/Crowdfunding-au-Maroc-Apres-la-loi-15-18-les-modalites-d-exercice-se-precisent\\_](https://www.lopinion.ma/Crowdfunding-au-Maroc-Apres-la-loi-15-18-les-modalites-d-exercice-se-precisent_), Décembre 2022.
- [8] Sellam, M., “ Le Crowdfunding, un nouvel élan pour un secteur en transition ,” En ligne sur le site le matin.ma, <https://lematin.ma/express/2022/crowdfunding-nouvel-elan-secteur-transition/379170.html>, Juillet 2022.
- [9] Site Web de la plateforme Smala&co: <http://www.smalaandco.com/> (consulté le 25 septembre 2022).
- [10] Site web de la plateforme Afneety : <http://afineety.com/> (consulté le 02 Avril 2023).
- [11] Site Web de la plateforme Smala&co: <http://www.smalaandco.com/> (consulté le 05 Mars 2023).
- [12] Site Web de la plateforme Cotizi: <http://www.cotizi.com/> (consulté le 10 Mars 2023).
- [13] Wacheux, F., (1996). *Méthodes Qualitatives et Recherche en Gestion, Collection « Gestion »*, Série : Politique générale, Finance et Marketing, Economica, Paris.
- [14] Iizuka, M., (2015). *Le crowdfunding : les rouages du financement participatif*, Ed. Edubanque, pp 220.