

 <p>ISSN NO. 2320-5407</p>	<p>Journal Homepage: -<a href="http://www.journalijar.com">www.journalijar.com</a></p> <h2>INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH (IJAR)</h2> <p>Article DOI:10.21474/IJAR01/8248 DOI URL: <a href="http://dx.doi.org/10.21474/IJAR01/8248">http://dx.doi.org/10.21474/IJAR01/8248</a></p>	 <p>INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH (IJAR) ISSN 2320-5407 Journal Homepage: <a href="http://www.journalijar.com">http://www.journalijar.com</a> Journal DOI:10.21474/IJAR01</p>
---	--	---

### RESEARCH ARTICLE

#### CROWDFUNDING: INNOVATIVE FINANCING SERVING ASSOCIATIONS IN MOROCCO.

**Rachid Bentaibi.**

Institut Royal de Formation des Cadres – Rabat Centre National des Sports Moulay Rachid, km 12, Route de Mekness, Salé Maroc.

#### Manuscript Info

##### Manuscript History

Received: 20 October 2018

Final Accepted: 22 November 2018

Published: December 2018

##### Keywords:-

Crowdfunding, Civil Society  
Associations, Projects, Fundraising,  
Opportunities.

#### Abstract

This article aims to shed light on an innovative, more creative, transparent and egalitarian way of financing, which is gradually having taking in place around the world. The purpose of this article is to review the definitions of crowdfunding, its origins, its principles and its possible financing methods. Also, to discuss the opportunities, the risks and the limits of this method of financing for the associations by relying on the experience and the inventory of the practice in France and in the United States of America but also in few countries in MENA's Middle East and North Africa region. This will undoubtedly enable us to adopt it and adapt it to our Moroccan context, particularly in the associative sector.

Moroccan civil society associations, which find difficulty to access funding, could benefit from this new mode of dealing with the public and private financing crisis. It will also allow them to rethink about their ways of financing themselves and how to raise the funds needed to carry out their programs and actions.

However, the absence of a legal framework in Morocco governing this method of financing, even if a draft law has been prepared and submitted to the competent authority, constitutes a real obstacle to the expansion and the use of this type of financing in the associative sector. Therefore, additional efforts are to be supplied and a real political and voluntarist will of public authorities is to set up, to create a legal framework for "Crowdfunding", as well as in its institutionalization and his evolution on the legislative plan.

A benchmark for sharing international experiences and best practices on Crowdfunding, as well as, additional academic researchs are necessary to better understanding this issue and to examine aspects of the opportunity and risk recognition process in the associative sector.

The originality and value of this article, consists on the fact that it provides us with a concrete, reliable, transparent and egalitarian way of thinking, based on the recognition' creativity of opportunity that could revolutionize the methods of financing Moroccan associations in civil society.

*Copy Right, IJAR, 2018,. All rights reserved.*

**Corresponding Author:-Rachid Bentaibi.**

Address:- Institut Royal de Formation des Cadres – Rabat Centre National des Sports Moulay Rachid, km 12, Route de Mekness, Salé Maroc.

**Introduction:-**

Dans un monde en pleine mutation, tant économique que sociale, et face à la conjoncture économique morose, une crise de financement public s'est fait ressentir et les octrois de crédits bancaires sont devenus de plus en plus restreints, voire contraignants. Pour ce, une nouvelle tendance est apparue chez les associations de la société civile en vue de repenser leurs manières de se financer et de lever des fonds susceptibles de réaliser leurs programmes, leurs actions et leurs activités.

Plébiscitées par une population qui leur accorde plus en plus sa confiance, partenaires stratégiques des collectivités et des pouvoirs publics auprès des citoyens, les associations sont devenues, au fil des ans, un acteur incontournable au pays. En effet, celles-ci, outre le fait qu'elles travaillent pour l'intérêt général du pays, appuient le développement social et économique de leur territoire. Elles renforcent également les liens sociaux du fait qu'elles soient porteuses d'innovation, de créativité et de cohésion sociale.

Au Maroc, le secteur associatif prend de plus en plus de poids et d'ampleur, du fait des opportunités croissantes qu'il offre en termes de création d'emploi et d'insertion socio-économique. Il est à noter qu'il offre aussi un capital humain motivé, suffisamment productif et compétent pour contribuer à la réalisation des objectifs de développement.

Force est de rappeler que selon le rapport gouvernemental annuel sur le partenariat entre l'État et les associations et organisations de la société civile, présenté à l'occasion de la célébration de la journée nationale de la société civile en 2014, le pays a connu une nette progression et une éclosion spectaculaire des associations ces dernières années dont le nombre des associations créées est passé de 116.000 en 2014 à 130.000 en 2016. Ceci étant dit, il n'en demeure pas moins que leur impact sur l'économie nationale n'est pas considéré à sa juste valeur.

Malgré le dynamisme global du secteur et sa contribution dans le développement social du pays, nous assistons à une non-valorisation économique de ce secteur. Un manque criant des unités de mesure est à décrier. Les externalités positives (Fraisie L. et Gardin L., 2001), la valorisation du capital immatériel qu'ils offrent sous forme d'apport de compétences marginalisées et oubliées, sachant que les associations offrent volontiers temps et puissance de travail au profit de la communauté. Il s'agit là d'une économie externe gratuite, non compensable ni payable (Hamon.B., 2013).

En effet, le processus de développement économique et social du pays dépend d'un mixage optimal des différents types de ressources productives, dont les associations. Ce n'est pas tant le travail strictement matériel (rémunéré) qui est l'unique locomotive et qui dispose de la plus grande valeur ajoutée ; les interventions du capital humain, rémunéré ou pas, que génère le travail associatif se veulent également une richesse incommensurable, et qui n'est finalement pas prise en compte dans le dispositif de la comptabilité nationale, alors même qu'elles sont amenées à répondre à des besoins sociaux croissants.

Les pouvoirs publics, conscients du rôle primordial de la contribution socio-économique des associations, mais aussi de la raréfaction des ressources et des difficultés liées à leur accès au financement public, ont augmenté considérablement leur appui financier pour ces dernières. Selon le rapport gouvernemental annuel sur le partenariat, entre l'État et les associations et organisations de la société civile, le montant des subventions publiques accordées aux associations de la société civile a atteint plus de 2 milliards de DH en 2014, en plus des aides non pécuniaires, telles que l'accompagnement, l'encadrement et le soutien technique et logistique.

Pourtant, dans la pratique du financement des associations, celles-ci ont montré que le droit d'accéder à ce dernier, notamment le financement public ou privé, d'une façon égalitaire et transparente est loin d'être acquis. Ceci constitue certainement, un grand handicap pour l'édification d'un partenariat équitable entre les pouvoirs publics, les institutions de financement, les bailleurs de fonds d'une part et les associations d'autre part.

Par ailleurs, les multiples rapports édités par les différents acteurs associatifs et les parties prenantes, concernant le partenariat entre l'État et les associations conformément à la circulaire n° 7/2003 du 26 rabī II/27 juin 2003 du premier ministre marocain, illustre d'une manière claire, le dysfonctionnement de la relation entre l'institution étatique et les entités associatives à propos de l'octroi de financement public et des subventions. Il en résulte même, que 80% des financements publics profitent à une vingtaine d'entre elles dont les institutions des œuvres sociales des

ministères et établissements publics, les associations du secteur parapublic qui s'occupent des missions de service public déléguées par l'État (Choubani.L., 2014).

Il est à mentionner que ledit dysfonctionnement est dû, en grande partie, à une absence de dispositif permettant le financement des associations sur des critères qui démontrent clairement les droits et les devoirs de chaque partie en convergence avec la notion de développement.

Le cas échéant, et face à cette opacité financière et institutionnelle, les associations de la société civile sont amenées à revoir de fond en comble leurs pratiques de financement. Cela leur permettra de recourir aux nouveaux modes de financement, plus créatifs, transparents et égalitaires, qui se mettent progressivement en place partout dans le monde notamment le « Crowdfunding » qui promeut le partage et la collaboration entre les individus en faisant profiter le plus de gens possible et de favoriser la solidarité entre les personnes (Cohen. D., 2012).

Le principe de financement (-funding) par la foule (crowd), (littéralement: financement par la foule), ou la « finance participative » est une méthode de financement de projets, personnels, caritatifs, entrepreneuriaux ou associatifs qui se développe de façon exponentielle depuis quelques années notamment aux États-Unis à la fin des années 90 et dans les années 2000 en Europe et en particulier en France.

Une définition générique considère le crowdfunding comme « an open call, essentially through internet, for the provision of financial resources either in form of donation or in exchange for some form of reward and/or voting rights in order to support initiatives for specific purposes » (Schwienbacher A. et Larralde B.,2012).

Actuellement, le Crowdfunding prend toute son ampleur, pour deux principales raisons : l'augmentation de la vitesse de transmission des informations grâce à l'utilisation massive d'internet, par l'intermédiaire de plates-formes spécifiques, mais aussi l'amenuisement des contraintes géographiques.

Le crowdfunding est considéré aujourd'hui, comme le souligne (Agrawal. A., Catalini. C. et Goldfarb A.,2011), une industrie émergente à l'échelle mondiale en quête de structuration et de légitimité portée par un engouement médiatique.

Toutefois, le financement participatif n'a fait l'objet que de peu de travaux de recherche. Les publications s'inscrivent dans des démarches exploratoires compte tenu de la diversité des pratiques. Ce dernier point explique aussi l'importance relative de publications de type professionnel (Mollick. E., 2013).

Le choix de cette thématique n'est pas simplement illustratif, mais il permet d'ouvrir un questionnement très riche sur l'avenir du crowdfunding au Maroc ainsi que sur les opportunités de financement offertes aux associations dans ce sens. Il convient toutefois d'être prudent dans la compréhension du phénomène comme dans sa pratique, Il serait opportun d'apporter quelques éléments d'éclairages.

L'intérêt accordé à ce sujet d'actualité est du fait que de plus en plus de recherches au sein du milieu académique s'intéressent à ce phénomène, mais aussi également les institutions publiques et les particuliers surtout en Europe et aux états unis. Au Maroc, en particulier, les études et les recherches effectuées dans ce domaine sont quasi introuvables du fait de la nouveauté de ce mode financement et la méconnaissance de ses pratiques. Le manque de bases de données et de ressources le rend néanmoins difficile à étudier et à analyser en profondeur.

De ce fait, l'objet de l'article est de mieux comprendre les tenants et les aboutissants de ce système aux contenus complexes et aux évolutions extrêmement rapides. À travers l'analyse qui sera fournie, notre questionnement général est de montrer de quelle(s) manière(s) et à quel point le crowdfunding peut s'avérer un véritable levier et une opportunité innovante pour soutenir l'essor du secteur associatif marocain ?

En filigrane de cet article, diverses interrogations seront soulevées, des interrogations auxquelles des éléments de réponse tenteront d'être apportés avec nuance et en confrontant les théories défendues par des auteurs qui appartiennent à des courants variés. Aussi, de savoir, quels sont les efforts entrepris soit par les pouvoirs publics marocains et/ou par les différentes initiatives de la société civile pour l'instauration et la mise en place d'un cadre juridique le plus adéquat qui pourrait révolutionner les modes de financement des associations ?

Nous nous pencherons dans un premier temps sur une revue de littérature sur le crowdfunding, sur ses principes et ses modes de financement ainsi que sur les conditions qui ont été favorables à son émergence

Nous nous attacherons ensuite à décrypter le phénomène, à travers les formes multiples qu'il revêt et son organisation et en essayant de mettre la lumière sur les opportunités de financement offertes aux associations par le biais du Crowdfunding mais aussi les risques et les limites de ce modèle pour ces dernières.

Enfin, nous nous appliquerons à mettre en valeur la nécessité de régulation du phénomène par la mise en place d'un cadre légal, un « statut juridique » en harmonie avec la législation nationale au Maroc tout en s'appuyant sur des pistes et propositions innovantes pour soutenir l'essor du crowdfunding dans le secteur associatif marocain.

### **Origines du crowdfunding ou le financement participatif:-**

#### **Un concept décliné du crowdsourcing:-**

Dans la littérature, il n'existe pas de définition exhaustive du concept du crowdfunding, qui signifie littéralement « financement par la foule ». Jusqu'à présent, si la littérature scientifique tend à ne pas s'accorder réellement non plus sur une analyse commune du phénomène, il convient de souligner qu'elle attribue d'une façon nette et précise son émergence et son déploiement à un autre concept plus vaste et général, celui du crowdsourcing.

Le terme du crowdsourcing, fut utilisé pour la première fois par Jeff Howe et Mark Robinson dans le Wired Magazine de juin 2006. Ils le définissent de la manière suivante : « Simply defined, crowdsourcing represents the act of a company or institution taking a function once performed by employees and outsourcing it to an undefined (and generally large) network of people in the form of an open call. This can take the form of peer- production (when the job is performed collaboratively), but is also often undertaken by sole individuals. The crucial prerequisite is the use of the open call format and the large network of potential laborers ».

s'appuyant sur cette définition, le crowdsourcing fait référence à la mobilisation des individus de la société civile afin de recueillir auprès d'eux des retours d'opinion, de générer des idées dans l'optique, par exemple pour une entreprise, de développer de nouvelles activités corporate (Belleflamme.P, Lambert .T, Schwienbacher .A., 2013).

Le concept est appréhendé comme une manière de faire appel à la créativité d'acteurs anonymes sinon gratuitement, du moins à des coûts symboliques en théorie toujours plus faibles que ceux qui auraient dû être employés pour rémunérer un salarié au sein de l'entreprise considérée (Sara Bannerman,S.,2013). Au lieu d'externaliser de manière traditionnelle la réalisation d'une activité, en confiant cette dernière à un prestataire de services, l'entreprise confie cette mission à une masse d'individus dont l'hétérogénéité peut se caractériser tant par la langue, que par la situation géographique ou l'origine sociale (Burger-Helmchen T, Pénin J., 2011) . Un exemple évocateur serait celui de l'encyclopédie en ligne Wikipédia qui permet à la communauté des internautes de participer à l'enrichissement perpétuel de ses contenus.

L'appel ouvert à la foule et son implication et l'importance des réseaux sont des notions tout aussi essentielles au crowdfunding. Néanmoins, il diffère du crowdsourcing dans la mesure où le public n'est en l'occurrence pas nécessairement sollicité sur le plan créatif au cours de la conception des projets, mais intervient en priorité, et particulièrement, au financement des projets par des petites sommes.

Plusieurs définitions sont données au crowdfunding comme étant “an open call, essentially through the Internet, for the provision of financial resources either in form of donation or in exchange for some form of reward and/or voting rights in order to support initiatives for specific purposes (Schwienbacher. A. Larralde. B., 2010).

D'autres privilégient une définition un peu plus limitative du terme, mais qui a l'avantage d'être suffisamment pertinente pour couvrir l'ensemble des modèles de crowdfunding existants : « Crowdfunding refers to the efforts by entrepreneurial individuals and groups – cultural, social, and for-profit – to fund their ventures by drawing on relatively small contributions from a relatively large number of individuals using the Internet, without standard financial intermediaries »48 ( Ethan R. Mollick .E., 2013).

Le crowdfunding fait appel à des souscripteurs privés qui prennent part au projet soit sous la forme d'un don, ou soit sous une autre forme d'un investissement avec retour matériel ou monétaire. Comme soulignée par la définition

ci-dessus, cette méthode permet aux porteurs de projets de contourner entre autres les intermédiaires financiers classiques les plus connus, comme les banques, dans leurs démarches de production puis de distribution.

Le crowdfunding est considéré comme étant l'instigateur d'une véritable révolution sociale stimulant les collaborations et les échanges entre les individus venant de tous les milieux et éparpillés partout dans le monde. (Howe.J., 2006).

#### **Une pratique à l'histoire ancienne:-**

En réalité, l'idée qui se cache derrière le crowdfunding de récolter de petites sommes auprès d'un large nombre d'individus pour financer un projet ne date pas d'hier ( Lawton.K, Marom .D., 2013).

À l'époque, on évoquait simplement des dons, on estime que le financement participatif trouve ses origines au XVIII<sup>e</sup> siècle lorsque les associations faisaient appel à la population pour récolter de l'argent. Si le processus n'était pas identique, l'objet reste bien le même : un groupe de personnes réalise des dons pour une cause. Mais les associations n'étaient pas les seules à demander une aide financière. En effet, la statue de la Liberté qui avait fait l'objet d'un financement participatif en 1886 est considérée comme en étant une mise en pratique (Lawton.K, Marom .D., 2013).

À l'époque, des milliers de petits donateurs ont été mobilisés afin de récolter les fonds nécessaires à sa construction. Lorsqu'Auguste Bartholdi a fabriqué cette œuvre, il manquait de moyens financiers. C'est donc à travers la presse, des banquets et autres loteries que, peu à peu, il a réussi à réunir la somme nécessaire pour la construction de ce monument. Même avant cela, les compositeurs Mozart et Beethoven, l'essayiste Mark Twain ou encore le poète Walt Whitman avaient fait appel à des investisseurs privés pour la complétion de certaines de leurs œuvres (Ricordeau.V., 2013). Le cinéma est également lié au crowdfunding. Lorsque John Cassavetes, dans les années 1950, annonce à la radio qu'il souhaite produire un film indépendant sans l'aide des studios de cinéma, il reçoit l'aide de 2000 donateurs anonymes dès le lendemain. La liste est bien loin d'être exhaustive ; ainsi, cette ancienneté du phénomène démontre que l'appel aux souscriptions privées était déjà possible bien avant les désormais célèbres plateformes américaines de financement participatif en ligne telles que Kickstarter et Indiegogo, et relève surtout d'une certaine philosophie de la participation citoyenne à la production culturelle.

Nonobstant, suite à certaines évolutions contemporaines, le concept a été développé encore plus loin et sa mise en œuvre est aujourd'hui réalisable dans des dimensions autrement plus impressionnantes qu'à l'époque. En effet, Internet a encouragé une accélération exponentielle du phénomène puisqu'il stimule les relations directes "peer-to-peer" entre les utilisateurs du réseau. De fait, le crowdfunding a pris une proportion nouvelle ces dernières années grâce à des outils mis à la disposition des porteurs de projets comme des financeurs par le Web.

Le crowdfunding a pris une proportion nouvelle ces dernières années grâce à des outils mis à la disposition des porteurs de projets et à la création par Tim O'reilly (2005) du web 2.0. Ledit web 2.0 permet aux usagers d'internet d'interagir et de collaborer en ligne (Kleemann, F., Voß, G & Rieder, K.,2008).

L'apparition du web 2.0 et le manque de ressources traditionnelles de financement ont donc fortement encouragé l'apparition et la dispersion du crowdfunding qui a largement bénéficié de ce nouveau cadre communautaire sur internet en distendant les liens séparant les porteurs de projets de leurs investisseurs potentiels et donné la possibilité de s'affranchir d'intermédiaires classiques tels que ceux qui interviennent dans un système de finance traditionnelle.

Le crowdfunding participe ainsi du développement actuel particulièrement marqué des pratiques liées à l'économie collaborative et à la coopération informelle via les plateformes et réseaux accessibles sur l'interface géante du net. Ces réseaux permettent de connecter entre eux des utilisateurs qui sont aussi citoyens et peuvent devenir financeurs et acteurs à part entière du processus de création d'une œuvre. (Fretin.F., 2013)

Les partisans de cette théorie s'appuient entre autres sur les apports de l'essayiste et économiste américain (Rifkin . J., 2012). Nous serions entrés dans l'ère numérique, placée sous le signe de la destruction créatrice et caractérisée par la naissance d'une « troisième révolution industrielle » dont le partage et la circularité seraient les fers de lance : « A l'âge de la propriété, matérialiste, succède l'âge de l'accès, collaboratif ; l'Homo oeconomicus, utilitariste et rationnel, fait place à l'Homo empathicus, altruiste et connecté ». La finance participative serait l'un des

symptômes de cet « élan empathique » qui stimulerait « notre transformation en humains pleinement constitués ». (Rifkin.J, 2012).

L'interconnexion entre les porteurs de projets et les financeurs, la mise en commun des idées, des ressources et des moyens, le chamboulement de l'organisation traditionnelle du secteur associatif sont autant d'aspects allant dans le sens de cette révolution. Le crowdfunding prend tout son sens dans cette logique collaborative, ouverte et participative.

#### **Un phénomène en expansion:-**

Aujourd'hui, il existe peu de données fiables sur ce mode de financement, sur ses avantages ou ses risques encourus, même si en France par exemple, ce financement participatif selon le Baromètre 2013 du "crowdfunding" représentait en 2013 la somme totale de 78,3 millions d'euros. En 2014, selon le Baromètre 2014 du "crowdfunding", 130000 Français ont financé via internet 20380 projets et 152 millions € ont été collectés ; soit près de 2 fois plus qu'en 2013!. Cette même somme a presque doublé selon le Baromètre 2015 du "crowdfunding", puisque 296,8 millions € ont été collectés et 17775 projets financés. Sans oublier bien sûr, sa rapide expansion qui a fait bien des heureux, chez ses défenseurs de la première heure.

Le Crowdfunding est une technique de financement, utilisant internet, a permis l'émergence de l'économie participative, sans intermédiaire, se basant sur l'échange via le web (plateforme) comme moyen de mise en relation entre les porteurs de projets et leurs financeurs (Hornuf .L. et Schweinbacher. A. 2014).

Entre l'épargnant qui souhaite investir un peu d'argent dans un projet "coup de cœur" et un autre, porteur d'un projet (association) qui ne possède pas les fonds nécessaires au démarrage pour la réalisation de son projet de développement.

Tout en sachant que cela relève d'une pratique qui n'est pas nouvelle en soi, la simplicité offerte par le numérique, le fonctionnement des sites de financements ainsi que la difficulté pour les porteurs de projets de réunir des financements pour leurs projets en fait une pratique dont l'engouement s'est fait ressentir.

En réalité, le Crowdfunding s'intéresse à tous les sujets. Généralement, les sites de mise en relation (plateformes) sont thématiques : projets culturels, sociaux, environnementaux, innovants, numériques, associatifs...

C'est un mode de financement qui doit être l'une de priorités des associations, du fait du grand potentiel qu'il offre. C'est une pratique qui se développe dans des domaines variés (Culture, éducation, audiovisuel, musique et solidarité...) et qui reflète de multiples attentes avec ses différentes formes de financement.

De même, le Crowdfunding promulgue des valeurs fondamentales tant cherchées par tous les acteurs et les porteurs de projets associatifs à savoir : partage, entraide, solidarité ou encore empathie. Mieux encore l'équité et l'égalité des chances dans l'obtention des fonds (Ordanini ,A. Miceli, L. Pizzetti.M. et Parasuraman, A. 2011).

Ce qui distingue vraiment le Crowdfunding des autres sources et modes de financement est qu'il permet aux acteurs de partir sur les mêmes starting-blocks `` bloc de départ`` pour obtenir de l'aide, ce qui n'est pas le cas des autres sources de financement qui imposent des conditions, bien souvent draconiennes.

En pratique, le Crowdfunding décrit tous les outils et méthodes de transactions financières entre les porteurs de projets avec pas ou peu d'intermédiations par les acteurs traditionnels (Lefebvre.H . Nivard.F., 2013). Cela consiste donc à collecter des fonds auprès d'une communauté d'investisseurs et de donateurs particuliers (Ricordeau.V., 2013).

#### **Principes et modes de financement possibles par le Crowdfunding:-**

Le crowdfunding est un effort collectif de nombreux individus qui se mettent en réseau et réunissent leurs ressources pour soutenir des efforts entrepris par d'autres individus, d'autres organisations ou associations (Ward, C. Ramachandran.V.,2010). Le crowdfunding est une expérience collective (Cario.E, Gévaudan.C., 2015). Il est avant tout une expérience de capital social partagée et régie selon certains grands principes (Lambert, T., Schwiendbacher, A. 2010), à savoir :

Une plate-forme en ligne, présentant le projet et récoltant des fonds, offrant des contreparties possibles et règlementées par la loi, par seuil, selon le niveau de don.

Un soutien aux projets innovants, qu'ils soient personnels, d'entreprises, culturels, associatifs ou d'utilité sociale.

Une date finale avec un objectif, seuil à atteindre, en s'appuyant sur un relai le plus large possible via les réseaux numériques.

Outre ses quelques grands principes, les modes de financement possibles par le Crowdfunding sont divers (Tomboc, G.F., 2013). Toutefois, 4 modèles de financements coexistent à savoir : le don ou peer to peer lending, qui intéresse plus les associations du fait du principe de la non-lucrativité qui les régit. Cela consiste au fait qu'une personne physique ou morale donne une somme d'argent à un porteur sous la forme d'un don. Ce financement se prête davantage aux actions caritatives ainsi qu'aux projets personnels. Par exemple, une association peut faire appel au financement participatif pour réaliser la construction d'une route dans une région enclavée.

Le second modèle, le crowdfunding basé sur la récompense, rétribue le donateur pour sa participation en lui octroyant une récompense qui n'est pas d'ordre monétaire (membre honorifique, statut avancé, publicité...). Dans la pratique, le plus souvent, la récompense consiste en une marque de reconnaissance ou un remerciement publié sur le site de l'association ayant introduit le projet (Tomboc, G.F., 2013). Elle est donc souvent d'ordre symbolique. À titre d'illustration, une grande société spécialisée dans la production et la vente des produits d'artisanat a par exemple décidé d'entreprendre la création d'une école d'artisanat pour les associations professionnelles de sa région. Pour financer ce grand projet, ladite société a décidé de faire appel au crowdfunding et propose au réseau d'association actif et spécialisé dans le domaine, en échange de leur contribution et leur participation, que son nom soit écrit sur la façade de l'école. Cet exemple est assez représentatif du type de récompense que reçoivent en général les contributeurs. C'est ce type de financement participatif qui intéressera particulièrement les associations.

Le Prêt constitue le troisième modèle de crowdfunding. Contrairement à l'endettement traditionnel auprès de banques, ce sont directement les investisseurs qui prêtent de l'argent pour la mise en œuvre du projet. Dans cet état de figure, dans l'objectif d'appuyer un projet de développement associatif, à l'encontre de l'endettement traditionnel où l'investisseur s'attend à récupérer le principal majoré d'intérêts, il accepte de prêter gratuitement, sans recevoir aucun intérêt sur son prêt (Tomboc, G.F. 2013).

Le dernier modèle de crowdfunding est celui qui s'apparente à la prise de participation : Equity (montée au capital) (Lambert, T., Schwienbacher, A., 2010). Les investisseurs participent à un projet qui, une fois financé, leur permettra de recevoir des dividendes et dans lequel ils recevront éventuellement une part (Lambert, T. Schwienbacher, A., 2010). C'est un mode de financement intéressant, mais qui ne répond pas aux attentes des associations.

Aujourd'hui en France, selon le Baromètre 2015 du "crowdfunding", 80% des projets qui font appel au Crowdfunding pour se financer reposent sur une logique de don. Il est important de les distinguer des logiques de prêt et d'équity (montée au capital).

Dans les faits, selon le décret n° 2014-1053 relatif au financement participatif de la loi française de 2015 sur le Crowdfunding, le terme "don" s'est généralisé pour la contribution d'une personne à un projet d'association sur une plateforme de financement participatif, même si cette contribution donne lieu à une contrepartie. Il existe pourtant une exception : les associations d'intérêt général ont la possibilité d'émettre une contrepartie à un don, et que cette contribution soit bien reconnue comme étant un don par l'administration fiscale.

La contrepartie doit rester une contrepartie symbolique sans qu'il n'y ait de « disproportion marquée » entre la somme donnée et la prestation rendue. C'est cette même loi qui, en pratique, stipule que la valorisation de la contrepartie doit être inférieure à 25% du montant du don, donnant aussi le droit à une réduction fiscale qu'il est possible de faire dès lors qu'un individu fait un don.

À de nombreuses occasions, et après le succès des différentes expériences ayant bénéficié de ce mode de financement, le Crowdfunding est présenté par ces partisans et ses adeptes comme digne de confiance, transparent, privilégiant la proximité (Ordanini, A. Miceli, L. Pizzetti, M. et Parasuraman A. 2011). Il permet également le développement de l'initiative associative, l'esprit d'entreprendre et du profit, au service du développement du monde associatif.

En France, les projets associatifs sont présentés par les associations sur des plateformes (internet) dédiées. Parmi les plates-formes généralistes françaises les plus connues, on trouve : [kisskissbankbank.com](http://kisskissbankbank.com), [ulule.com](http://ulule.com), [mymajorcompany.com](http://mymajorcompany.com). Mais certaines sont plus spécialisées, on trouve par exemple : [touscoprod.com](http://touscoprod.com) (pour le cinéma) ou [sandawe.com](http://sandawe.com) (pour la bande dessinée), L'épargnant (individus, entreprises, collectivités locales et territoriales...) choisit de financer tel ou tel projet à hauteur de sa capacité d'investissement et des potentialités des projets.

En effet, la rencontre d'un grand nombre de personnes investissant un petit montant qui permet aux projets portés par les associations de voir le jour. Le choix pour des contributeurs de participer au financement d'un projet associatif part en principe du désir d'accompagner ce projet et non de faire des bénéfices financiers, qui, s'ils existent, seront de toute façon très minces.

En revanche, selon la même loi française, la plateforme se rémunère, le plus souvent, grâce un pourcentage pris sur les sommes récoltées par le porteur. En échange de leurs services (qui vont du conseil au paiement sécurisé), selon une étude menée par le Comité développement et financement des entreprises relevant du Conseil supérieur de l'Ordre des experts comptables sur « Tout savoir sur le financement participatif : État des lieux du financement participatif, » en 2016, les plates-formes prennent une commission qui oscille entre 5 et 10 % du montant collecté, mais seulement si le projet aboutit. Au cas où le projet n'aboutirait pas, deux possibilités se rencontrent selon les plateformes. Soit, les sommes récoltées sont rendues aux contributeurs, on parle de la méthode du « tout ou rien », soit elles sont versées automatiquement quel que soit le montant collecté par le porteur de projet, on parle alors de la méthode du « tout est pris » qui reste très marginalement utilisée par les plateformes. Si les sommes collectées dépassent l'objectif fixé, la collecte est soit remise au porteur de projet, soit rendu aux contributeurs offrant les taux les plus élevés, on parle dans ce dernier cas d'enchères inversées pratiquées par certaines plateformes de prêt rémunéré. Les sommes ne deviennent disponibles qu'à la fin de la campagne. Au terme de cette période, la plateforme autorise le prestataire de services de paiement à débloquer les fonds. Sur certaines plateformes, le déblocage des fonds s'effectue de façon progressive en vue de garantir la contrepartie promise au contributeur dans le cas d'un financement avec contrepartie. Cette procédure a pour but d'éviter le non-respect des engagements des porteurs de projets. En général, selon la même étude, on considère une opération réussie si le montant final récolté se trouve dans la tranche 75-115 % de l'objectif initial.

Même si ces différentes formes de crowdfunding reposent sur une idée commune et ont été étudiées conjointement par beaucoup d'auteurs, elles sont, dans la pratique, très différentes et ne sont, ni mises en place par les mêmes plates-formes, ni n'attirent le même type d'investisseurs. Elles se basent sur un même principe de financement par la foule, mais ont évolué de manières distinctes. Idéalement, chacun de ces modes de financement devrait être étudié de manière indépendante afin de tenir compte de ses spécificités et notamment son apport pour le secteur associatif.

### **Opportunités offertes aux associations par le biais du Crowdfunding :-**

Abstraction faite du rôle de levée de fonds que joue ce mode de financement, d'autres opportunités sont offertes aux associations par le biais du Crowdfunding en tant que plateformes virtuelles. C'est le cas, par exemple, ou il permet d'être à l'écoute du large public intéressé par le projet et par la thématique qu'il défend. Il permet d'entamer une conversation globale autour d'un sujet et d'interagir. Il en va de même pour créer et fédérer une communauté composée de personnes sensibles à sa cause/son activité, de diffuser des contenus de tous types pour qu'ils soient viraux ou encore à leur capacité à toucher plus de prescripteurs et d'influenceurs.

Les associations peuvent gagner en termes de crédibilité, de transparence et de visibilité auprès du grand public. Les donateurs et contributeurs aux projets bénéficieront, tout aussi, de cette notoriété. À cela s'ajoute aussi, le fait que ce genre de financement est aussi intéressant pour les associations, car il permet de développer voire de retravailler leurs modes de communication, de faire appel à ses adhérents-e-s et de chercher des financements annexes sur des projets précis, au-delà des financements publics. Le cas échéant, en termes de planification stratégique, les associations seront plus précises et concises dans la formulation de leurs objectifs, mais aussi par rapport à l'opérationnalisation de leurs plans d'action. Évidemment, cela demande beaucoup d'efforts, de travail, du temps et du suivi.

En effet, penser au financement participatif pour financer tout, ou une partie, de son projet associatif nécessite quelques prérequis. Le choix du projet, sa pertinence et son utilité sont, à ne pas douter, des facteurs essentiels pour la réussite du Crowdfunding. En fait, l'association doit être porteuse d'un projet qui fédère une communauté



(Bénévoles, partenaires, personnes qui ont un intérêt ou qui participent de près ou de loin au projet). Aussi, ce projet doit être innovant, qui porte en son sein un gène mobilisateur et Perrin. D'autant plus que, une des clefs de réussite du projet associatif est de mettre en place un objectif financier réaliste et atteignable. C'est une condition sine qua non et un point capital dont il faut se préoccuper en amont. C'est aussi un gage de sérieux, de crédibilité et donc... de confiance !

Les associations dans leur quête de mobilisation de foule et de financement sont tenues de déterminer les différentes ressources mobilisables pour leurs projets (animation régulière, des contenus adaptés liés au projet, du temps et de la disponibilité, des ressources humaines qualifiées et motivées). L'optimisation des moyens de communication disponibles (Bessière.V, Stéphany.E, 2014), soit par le biais des canaux de communication privés (téléphone, message en direct, email, site internet, newsletter) ou à travers le recours aux nouvelles technologies d'information et de communication telles que les réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Twitter, Google+, Instagram, LinkedIn...), s'avère incontournable, voire même décisive pour la réussite et la pérennisation du projet associatif. Cela permettra, tout aussi, de mobiliser le grand public et les communautés qui ont une affinité avec l'activité de l'association.

### **Risques et les limites de ce modèle pour les associations :-**

Les avantages du crowdfunding se conçoivent sans difficulté. Facilité d'internet, outils clés en main, coûts réduits, multiplication des opportunités de dons, effet démultiplicateur des réseaux et de la communication en pairs, proximité des habitudes des nouvelles générations... ils ont de quoi séduire, d'autant qu'ils surfent sur des tendances sociétales en pleine expansion, dont l'installation sur le secteur associatif est inéluctable (Nghiem. T., 2013).

Aujourd'hui, la levée des fonds par les associations via le Net évolue rapidement. Les événements et les campagnes de mobilisation se sophistiquent et intègrent systématiquement de nouvelles solutions numériques qui proposent soit un soutien direct, soit de devenir relais de la cause en créant sa propre page de collecte, et en mobilisant son réseau autour d'un défi.

Ces nouvelles solutions numériques permettent une réduction importante des coûts de collecte par l'industrialisation des procès, grâce à des outils élaborés en amont (appli, portails...), qui peuvent être utilisés de façon collective ou adaptés par chaque organisme. Toutefois, si ce mode de financement représente certains avantages pour les associations, une utilisation non rationnelle, dénuée de raison convaincante et hâtive des associations peut nuire à leurs crédibilités (Cerfi., 2013).

Au-delà d'une simple résistance au changement, les questionnements des responsables associatifs autour des conséquences de l'utilisation massive de ces nouveaux outils relèvent d'une posture de responsabilité (Cerfi., 2013) et d'une volonté de rester en phase avec ses convictions.

Il est à mentionner un autre risque non négligeable qui est celui du manque de qualification des associations visées par le Crowdfunding, surtout si celles-ci n'ont pas les moyens et les ressources nécessaires pour répondre au bon fonctionnement de ce mode de financement, ou encore ne sont pas en mesure de juger du risque de sa pertinence et de son utilité.

En l'absence d'un encadrement réglementaire, le risque de fraude, de mensonge et de tromperie est également très grand du fait d'un manque criant de transparence et de fiabilité des informations divulguées par les associations.

Dans la pratique, une campagne de levée de fonds ratée peut ternir l'image de marque d'une association ou écorner, à jamais, la crédibilité de l'auteur du projet, son image, et plus largement sur le rapport du public à la solidarité.

En raison des faibles montants impliqués, de l'aspect affectif plus que financier, le risque semble plus grand pour les donateurs que pour les associations elles-mêmes. Cela est d'autant plus vrai si la collecte de fonds ne se fait pas dans les normes ni dans les temps impartis (Mollick .E., 2014). Néanmoins, il existe un risque réel de réputation pour la place en cas de manipulation ou de fraude.

Aussi, l'association ne s'adresse plus à des « donateurs » mais à la communauté de ses supporters, dans une relation qui n'a plus rien de vertical. D'autant que dans de nombreux cas, elle n'a pas d'accès direct ou pas d'accès du tout aux donateurs que ses projets mobilisent.

Travailler en mode projet n'est pas un concept nouveau. Certaines associations le font déjà, notamment avec leurs grands donateurs. Mais une massification des dons affectés comporterait un risque de ne plus pouvoir financer les causes les moins "attractives" pour les donateurs, et un risque plus global d'affaiblissement du rôle des marques, de "désinstitutionnalisation" de la collecte, l'association passant au second plan derrière son projet (Cerfi., 2013).

Mais ces réflexions traduisent une préoccupation plus profonde : celle de l'indépendance des associations, qui suppose nécessairement l'indépendance vis-à-vis de tous ses financeurs. Cette tendance à faire des donateurs les clients des associations, avec des exigences demandant ceci ou cela, à l'extrême ça peut mener dans une ornière terrible, celle de la sur-affectation, et de la perte d'indépendance et de la capacité d'innover des organismes.

Par ailleurs, l'utilisation rationnelle de ce mode de financement nécessite, pour les associations qui veulent se lancer dans cette nouvelle expérience, des informations concrètes et des études sur par exemple ce que vivent et veulent les donateurs au travers de ces nouvelles expériences de don (Cerfi., 2013), sur les raisons d'un succès ou d'un échec, les motifs de satisfaction, les attentes, les déceptions du public.

Aussi, le secteur associatif est traditionnellement peu proactif en matière d'innovation dans le domaine de la collecte (Hély.M., 2011). Plusieurs facteurs interdépendants contribuent à freiner la créativité et à limiter l'accès au crowdfunding, notamment le manque d'implication de la gouvernance, une culture de la rentabilité rapide des dépenses engagées et aux ratios de collecte, l'absence ou la modestie des budgets et la non-acceptation des risques de ce domaine.

Sans oublier aussi, la confusion entre la gestion professionnelle associative avec les méthodes et moyens de la société commerciale peut favoriser dans l'équipe dirigeante l'émergence d'un état d'esprit capitaliste plus enclin à rechercher le résultat pour le résultat qu'à rechercher l'utilité sociale. Le processus entrepreneurial risque alors de l'emporter sur la vie associative et de porter atteinte à la notion même d'association (Sousi. G., 2012).

Par ailleurs, il convient également de noter que ce mode de financement, bien que prometteur, ne pourra pas se substituer, à lui seul, aux diverses formes de financement possibles, dans la mesure où la campagne de Crowdfunding n'aboutit pas aux objectifs escomptés.

### **Les nouvelles plateformes de crowdfunding dédiées au Maroc:-**

Depuis 2010, des projets marocains fleurissent sur des plateformes de crowdfunding au niveau mondial, mais ce n'est qu'en 2014 que des plateformes de crowdfunding commencent à s'intéresser au Maroc.

Selon une étude présentée par l'association Financement Participatif Méditerranée (FPM) à l'occasion des premières rencontres du Crowdfunding en Méditerranée en 2014, le crowdfunding reste très peu développé dans les pays du Maghreb. Les plateformes de financement participatif sont peu nombreuses et aucune réglementation n'a été mise en place. L'absence de cadre réglementaire pour les plateformes de crowdfunding fait que ces plateformes n'ont pas le droit d'opérer. Les plateformes marocaines, algériennes et tunisiennes opèrent à partir de France où il existe un cadre réglementaire (Hemdanen.T., 2014).

En Algérie, une seule plateforme est sur le marché. Il s'agit de twiiza.com, qui permet aux particuliers comme aux entreprises d'investir dans des projets créatifs, innovants, artistiques, sportifs, solidaires, écologiques, etc. Pour les fondateurs de twiiza.com, une campagne réussie comprend des donateurs actifs dans la promotion du projet et un projet qui donne envie : « un projet qui fait plaisir à découvrir se partage plus facilement » (Hemdanen.T., 2014).

Au Maroc, à ce jour, de nouvelles plateformes dédiées aux projets marocains ont vu le jour, ce qui constitue sans aucun doute, un tournant dans l'histoire du crowdfunding marocain. Smala & Co, Atadamone et Cotizi en représentent les premières pierres. D'autres devraient venir s'y poser prochainement.

Smala & Co est une plateforme de don basée en France, elle se destine essentiellement aux projets marocains de nature créative, artistique ou culturelle. La plateforme maroco-française Smala & Co, dédiée aux projets numériques, artistiques et culturels. En 2014, selon le premier baromètre du crowdfunding marocain publié par la plate-forme Smala & Co en 2014, une trentaine de campagnes ont été lancées dont 60% ont atteint leur objectif. Soixante-dix projets ont été financés pour 2,2 millions de dirhams (198 000€) par du crowdfunding depuis 2010.

Les projets financés sont majoritairement en rapport avec la solidarité, la culture et l'humanitaire et représentent 83% du crowdfunding au Maroc. Les perspectives pour 2016 sont de l'ordre de 10 millions de dirhams (1 million d'euros) souligne PINIER Arnaud co-fondateur de Smala & Co qui s'occupe de l'identification et de la sélection des projets proposés sur la plateforme ainsi que le développement des partenariats et de la stratégie commerciale. Les Marocains sont ainsi les plus intéressés par la finance participative au Maghreb.

Atadamone, première plateforme de crowdfunding « d'origine » marocaine, dédiée au Maroc et à l'Afrique francophone, notamment au Maghreb, en Mauritanie, au Mali, au Sénégal, au Cameroun, en Guinée-Bissau, en Côte d'Ivoire, au Burkina Faso, au Togo, au Bénin et au Gabon. Cette plateforme permet à tout type de projet de voir le jour notamment les projets culturels, artistiques, technologiques, et solidaires. À travers elle, ses deux créateurs, Khalid Farrahe et Jamal Aatif, souhaitent mettre en avant les projets marocains et ceux de l'Afrique francophone.

Cotizi plateforme dédiée à la collecte de dons et au lancement de pétitions en ligne au Maroc et dans la région MENA permet aux associations de collecter plus facilement des dons en faisant appel à la générosité des internautes et à n'importe quelle personne ou organisation de faire entendre une opinion citoyenne collective et concrète. Les associations peuvent créer des cagnottes pour collecter des dons qu'elles peuvent percevoir sous forme de virement ou de chèque et, dans le cas où elles ne disposeraient pas d'une autorisation d'appel à la générosité publique, de convertir le montant collecté en achat géré par Cotizi.com.

Aujourd'hui, plusieurs projets associatifs ont pu voir le jour grâce au financement par le crowdfunding. Effectivement, grâce audit mode de financement, et en termes de solidarité, la campagne #100Dh Pour Etudier # lancée sur la plateforme de financement participatif Cotizi par la Fondation Marocaine de l'Étudiant (FME) avec le soutien de la Twittoma et en partenariat avec 100 écoles privées, dont l'objectif de cette collecte de fonds est d'offrir des bourses d'études supérieures à 20 orphelins des villes de Casablanca, Salé, Chefchaouen, Chichaoua, Azilal, Berrechid, Agadir, Benslimane, El Jadida, Marrakech, Safi, Settat et Khouribga a pu récolter 500.000 dirhams (25.000 dirhams par étudiants) pour leur assurer "une bourse de vie, des cours de langue, un ordinateur, un hébergement, un parrain, ainsi qu'une bourse d'études offerte par l'une de 100 écoles privées partenaires".

Par ailleurs, ce n'est pas la première fois que le web se solidarise pour récolter des fonds pour les démunis. L'opération de crowdfunding à l'adresse des victimes des inondations du sud a permis d'accumuler plus de 300.000 dirhams afin de permettre à la Banque alimentaire d'envoyer des aides alimentaires. Fouzia, la jeune fille handicapée qui a accouché suite à un viol a bénéficié de 200.000 dirhams récoltés sur la même plateforme.

Dans cette optique, une autre étude sur le crowdfunding dans la région Mena réalisée par l'agence Happy Smala qui s'est intéressée à neuf pays dont le Maroc, l'Égypte, l'Algérie et Israël et publiée par l'institut SwitchMed en 2016, a permis de mettre en exergue l'importance de ce mode financement et son succès auprès des associations surtout au Maroc et en Tunisie. En effet, ce sont les acteurs associatifs et les particuliers qui ont le plus recours au crowdfunding pour financer des projets. Le cas échéant, les associations souhaitent le plus souvent récolter des fonds pour des actions sociales, humanitaires, écologiques, relatives à l'éducation ou le journalisme. Les 274 campagnes de financement participatif ayant servi de support d'étude pour SwitchMed ont pu récolter quelque 413.000 euros, dont 7.000 par des associations.

Les particuliers, eux, ne sont pas en reste, et souhaitent avant tout financer des projets relatifs à l'éducation. C'est ce que révèle l'étude dans la partie réservée au royaume. Loin derrière, des secteurs comme le numérique, le social ou les sports tentent quelques lanceurs de projets, mais peinent à s'imposer devant cet engouement pour l'éducation.

En analysant 15 projets relatifs à l'éco-entrepreneuriat, SwitchMed dresse un état des lieux de cette "niche" qu'est le "green entrepreneurship". Les associations ont ainsi le "lead" sur les campagnes de financement écologiques (10.388 euros récoltés), viennent ensuite les entreprises (6.190) et les particuliers (5.770).

Une autre initiative a vu le jour dernièrement, il s'agit du lancement officiellement de WULUJ par l'association Moroccan CISE de la première plateforme marocaine de pré-vente pour la région MENA nommée WULUJ.COM qui est une plateforme pour démocratiser l'entrepreneuriat au Maroc. De ce fait, tout porteur de projet ayant un produit ou un service innovant ou créatif, pourra créer une campagne de pré-vente qui lui permettrait de cumuler des commandes et la somme d'argent suffisante pour produire et livrer ses contributeurs, qui sans eux le projet ne peut aboutir.

La plateforme dans sa première version est opérationnelle au Maroc pour le moment, mais sera ouverte à toute la région « Moyen-Orient et Afrique du Nord » MENA dans un futur proche.

.L'idée de Wuluj n'est pas récente puisque Moroccan CISE consciente de l'illégalité du concept de crowdfunding au Maroc à nos jours s'est focalisée sur la Pré-vente comme solution alternative qui sert le même objectif, celui de soutenir les entrepreneurs marocains innovants".

Les équipes de Moroccan CISE et Happy Smala, leur partenaire sur ce projet, se sont dits fières de lancer la plateforme aujourd'hui après avoir surmonté de multiples obstacles liés au lancement de ce type de plateforme au Maroc. La plateforme est simple d'utilisation, tout entrepreneur qui a un projet innovant peut lancer une campagne en ligne et tout utilisateur peut soutenir un projet en faisant une pré-commande en ligne avec plusieurs options de paiement.

Trois projets ont été à l'honneur pour le lancement de cette 1ère version du site : Amendy Foods (production et commercialisation de Quinoa), Seaskin ( fabrication et commercialisation de maroquinerie de luxe à base de peaux de poisson) et Shem's for lighting (fabrication et commercialisation de lampes solaires décoratives ou utilitaires).

Les chiffres relevés des différentes initiatives ne sont pas impressionnants, certes, mais ils permettent néanmoins au Maroc de se positionner en tant que "pays de la région " qui a le plus grand taux de fonds collectés et d'activités et d'initiatives programmées.

Enfin, si les plateformes créées et les chiffres avancés révèlent une certaine évolution positive du crowdfunding, le Maroc ne fait pas pour autant le poids face à son premier concurrent dans la région, Israël. Effectivement, 97% des fonds collectés par les 2.977 campagnes sondées dans la région reviennent à des entrepreneurs, acteurs associatifs ou particuliers israéliens. Le pays est leader dans la région et écrase toute concurrence. Loin derrière, viennent la Palestine et le Liban. Le Maroc est classé sixième sur les neuf pays étudiés et arrive juste avant la Libye, l'Algérie et la Tunisie, où le financement participatif peine à séduire.

Le Maroc voit dans le crowdfunding un réel potentiel entrepreneurial pour les jeunes et pour les associations, pour stimuler l'emploi et réduire les inégalités sociales (Elazami Elidrissi.D., 2016). Le cadre législatif actuel freine et empêche l'exercice légal du crowdfunding.

#### **Quel cadre légal pour le Crowdfunding au Maroc:-**

Choisir la méthode du financement « Crowdfunding » par une association afin de compléter un budget est une démarche dont les résultats sont de plus en plus positifs notamment pour tous les destinataires et bénéficiaires du secteur associatif. Le Crowdfunding revêt, pour le moment, essentiellement un caractère altruiste, humain et solidaire (Cohen. D., 2012).

Néanmoins, il faut rester très vigilant, puisque la pratique sur le terrain de ce mode de financement dans les pays, ou le Crowdfunding est institutionnalisé et règlementé par des lois comme aux États-Unis avec le « Jumpstart Our Business Startups Act » (JOBS) en 2012 et la loi française sur le Crowdfunding de 2015 par exemple, leur situation juridique est plutôt floue et lacunaire (gestion des plateformes, agrément, réduction fiscale...).

C'est vrai qu'aujourd'hui, au Maroc, ce mode de financement est en train de se frayer un chemin. Pourtant, même s'il a fait ses preuves, notamment pour le financement de quelques actions associatives. Un vide juridique concernant ce mode de financement subsiste dans le royaume puisque jusqu'à lors, aucune loi n'encadre le recours au financement participatif, et les différents textes législatifs notamment une loi de 1971 régissant les appels aux dons ou les appels à la générosité des associations conditionnent ceux-ci par l'autorisation préalable du Secrétariat général du gouvernement (SGG).

Toutefois, ce manque est entrain d'être pallier par le ministère de l'Economie et des Finances qui a déposé le 21 mars 2018 un avant-projet de loi sur le financement collaboratif, sur le site officiel du Secrétariat général du gouvernement. Le texte prévoit, tout d'abord, la création du statut de gestionnaire de plateformes de financement collaboratif (PFC) – en l'occurrence les sociétés de financements collaboratifs (SFC)-, à l'instar des autres régimes régissant les activités du marché des capitaux.

D'autre part, le texte définit les procédures et les modalités de création et de fonctionnement des PFC ainsi que la définition des engagements et des obligations des SFC, notamment en matière d'information du public, de publicité, et de reporting.

Par ailleurs, il établit les règles à respecter en matière de vérification préalable des projets à financer, de sécurisation des transferts et de protection des contributeurs. Aussi, il fixe également l'établissement de plafonds en termes de montants à lever par projet et par contributeurs pour les différentes formes de financement.

Concernant, les plateformes de crowdfunding existantes au Maroc : Cotizi, Afineety, et Wuluj, les deux dernières plateformes citées sont en discussion avec le ministère des Finances depuis 2014 dans le cadre de l'élaboration de ce projet de loi, se sont constituées en fédération, en mai 2017 : la Crowdfunding Morocco Federation. L'actuel texte de loi prévoit que toute future plateforme de crowdfunding créée au Maroc adhère à cette fédération, en plus de recevoir l'agrément du ministère de l'Economie et des Finances.

Enfin, le texte prévoit la définition de règles spécifiques à chacune des trois formes de financement collaboratif : (investissement, prêt, don).

Bien que le macro-environnement de la promotion du Crowdfunding soit marqué par certaines conditions qui y sont favorables, il n'en demeure pas moins qu'un très grand effort est à fournir. Une réelle volonté politique et volontariste de l'état est également souhaitable afin d'instituer un cadre légal pour le Crowdfunding et favoriser, ainsi, l'évolution de la législation en sa faveur.

Une prise de conscience collective s'impose entre tous les acteurs concernés afin de favoriser la mise en place de manière légale de ce type de financement. Il faudrait aussi dépasser la phase de « déclaration de bonnes intentions » afin de développer un secteur associatif responsable, prometteur et inclusif.

L'idée est d'aller au-delà des différentes palettes en matière de financement qui existent déjà, et de s'inspirer de l'expérience américaine et française en la matière, tout en respectant la spécificité, macro-économique et financière marocaine, pour une réelle inclusion financière des associations.

Dès lors, il convient de s'intéresser aux législations existantes, applicables et pérennes, et d'observer les différents types de financement participatif qui existent actuellement. Il est, tout aussi nécessaire, d'étudier les réglementations applicables, définies selon les régimes juridiques, des diverses sources de levée de fonds, ainsi qu'aux éventuelles mesures à prendre, afin d'encadrer et de permettre le développement du Crowdfunding au Maroc.

### **Pistes et propositions innovantes pour soutenir l'essor du crowdfunding dans le secteur associatif marocain :-**

Innover dans la collecte de fonds constitue une nécessité, une urgence et une opportunité pour les associations, pour continuer d'exister et de répondre aux besoins sociaux croissants, alors que les ressources traditionnelles stagnent ou baissent, et pour rester en phase avec les évolutions sociétales.

Il existe actuellement une réelle dynamique d'innovation en matière de levée des fonds, avec l'émergence d'un ensemble de tendances et d'outils de financement nouveaux et dont les caractéristiques sont très différentes de l'existant. L'importance du rôle qu'y tiennent les nouvelles technologies, les réseaux sociaux et Internet ; le caractère complexe des mécanismes, l'importance du back-ground technique ; le financement de projet et la relation indirecte entre donateurs et association nécessitent la mise en place de programmes de renforcement des capacités des associations et répondre aux besoins de compétence et de professionnalisation.

L'avantage essentiel de la professionnalisation est de permettre une meilleure gestion associative (Moreau. D.B., 2003). La qualité de la gestion sera de nature à rassurer les membres, mais aussi les tiers « donateurs », les bailleurs de fonds, les collectivités territoriales et les autorités institutionnelles pourvoyeuses de subventions et créanciers de tous ordres.

La facilité d'accès au crowdfunding via internet, les coûts réduits, la multiplication des opportunités de don, l'effet démultiplicateur des réseaux et de la communication en pairs, la proximité et la connaissance des habitudes des nouvelles générations constituent un avantage considérable pour les associations.

Via le crowdfunding, les associations s'adresseront, non seulement, à la communauté de ses supporters, mais aussi aux nouveaux donateurs et intéressés par leurs projets. Le cas échéant, des efforts supplémentaires sont à fournir par ces dernières afin de les fidéliser et les mobiliser pour une meilleure visibilité et crédibilité.

D'autre part, dans un contexte de coupes budgétaires permanentes dans le finances publiques dont le secteur associatif est l'une des principales victimes, et face à la difficulté fréquente des associations porteuses de projet de dégager des ressources nécessaires à la consolidation et la pérennisation de leurs œuvres et actions, l'enjeu est malgré tout conséquent d'un point de vue du financement des projets. Il reste à voir si le crowdfunding saura évoluer dans le sens d'un affinement de ses rouages et non dans la persistance d'un magma diffus, incapable de donner une réponse satisfaisante et commune aux interrogations posées par son développement.

C'est dans ce contexte, et afin de mieux appréhender les contours du crowdfunding, les associations doivent se mettre dans une posture d'apprentissage et d'observation des bonnes pratiques, de mutualisation des expériences réussites à suivre. Les expérimentations doivent être progressives et prudentes, mais exigent aussi une certaine ouverture sur ce qui se fait ailleurs et de transposer les choses et les modèles et les modes de financement qui ont bien fonctionné ailleurs surtout sur le plan juridique. Une approche mutualisée de co-construction (Cerfi., 2013) avec toutes les parties concernées, surtout avec les pouvoirs publics, est à asseoir pour soutenir l'essor du crowdfunding dans le secteur associatif marocain.

L'enjeu est autour d'une articulation à trouver entre les partisans du crowdfunding communautaire, fondé sur l'entraide et le lien social avec une déclinaison du capitalisme à visage plus humain comme une réelle alternative, ou même selon certains comme une révolution d'une part, et les détracteurs, d'autre part, qui le voient comme un modèle complémentaire de ceux qui sont déjà à l'œuvre déjà bien éloignés des fondements purement philanthropiques des plateformes de dons, ce qui interroge la portée du phénomène et les valeurs qui sont véhiculées en son sein.

Au Maroc, la voie la plus révolutionnaire serait peut-être celle d'instaurer un nouveau modèle de « crowdfunding hybride » s'inspirant des expériences et des bonnes pratiques des uns et des autres selon des dimensions territorialisées, agissant pour le compte des économies locales du fait que c'est dans un système d'économie relocalisée que la révolution du financement participatif des associations pourrait alors prendre tout son sens et son ampleur.

### **Conclusion:-**

Bien que le crowdfunding soit un phénomène qui a pris beaucoup d'ampleur ces dernières années en devenant dans plusieurs pays notamment aux états unis et en Europe un moyen incontournable et largement utilisé afin de trouver les financements nécessaires à la réalisation des différents projets. Aujourd'hui, ce phénomène, bien qu'il soit au « stade embryonnaire », a un bel avenir devant lui au Maroc.

Du point de vue sociétal, le crowdfunding a beaucoup de choses à apporter tant aux associations tant à tout autre porteur de projets en termes de rencontres et de partage de connaissances, et que, bien encadré, il représente une alternative fiable et digne d'intérêt aux techniques de financement traditionnelles.

En effet, il pourrait devenir vital et déterminant dans le financement futur des projets associatifs du fait qu'il a le potentiel demandé afin d'améliorer l'environnement associatif dans notre pays.

À ce jour, la perception du crowdfunding est encore très limitée, mais le sujet mérite sans doute d'être étudié en profondeur afin d'en favoriser son développement optimal.

Dans notre pays, la réussite et l'essor de ce mode financement est tributaire de la façon dont il sera encadré et mis en place ce qui influencera certainement en grande partie son évolution et permettra sûrement de mieux évaluer la multitude de nouvelles opportunités qu'il offre pour le secteur associatif.

**Bibliographie:-**

1. Agrawal A., Catalini C. et Goldfarb A. (2011). "The geography of crowdfunding", NBER working paper, n° 16820.
2. Armin Schwiendbacher, Benjamin Larralde, « Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures », SSRN Electronic Journal, 2010
3. Bernardeau Moreau D. (2003)., « La professionnalisation dans les organisations associatives. Le cas des dirigeants bénévoles de la fédération française d'équitation », Gérer et comprendre, n° 73, sept. pp. 55-74.
4. Bessière.V. Stéphanie.E. (2013)., Le crowdfunding : Fondements et pratiques Broché.
5. Cohen, D. (2012). Homo economicus, prophète (égaré) des temps nouveaux. Broché, Paris.
6. Ethan R. Mollick, « The Dynamics of Crowdfunding : An Exploratory Study », SSRN Electronic Paper, 2013, p.5
7. Fraisse L. et Gardin L., (2001), Les externalités positives dans l'aide à domicile : une approche européenne, in Lesservices sociaux, entre associations, État et marchés : l'aide aux personnes âgées (sous la dir. de Laville J.-L. et Nyssens M.), Paris, La Découverte : 192-207.
8. Jeff Howe Magazine; Date of Publication: 06.01.06The Rise of Crowdsourcing
9. Jérémy Fretin, 2013 Crowdfunding : Les ambiguïtés d'un modèle
10. au cœur d'une économie culturelle en mouvement Institut d'Etudes Politiques de Toulouse
11. Jeremy Rifkin, 2012La troisième révolution industrielle Broché – 28 janvier 2012
12. Hornuf L. et Schweinbacher A. (2014). "Crowdinvesting – Angel Investing for themasses?", Handbook of Research on Venture Capital, vol. 3, Business Angels.
13. Lambert, T., Schwiendbacher, A. (2010). An Empirical Analysis of Crowdfunding Lawton, K. & Marom, D. (2013). The crowdfunding revolution: how to raise venture capital using social media. New York: McGraw Hill.
14. Kleemann, F., Voß, G.G. & Rieder, K. (2008). Un (der)paid Innovators: The commercial utilization of consumer work through crowdsourcing. Science, Technology & Innovation Studies, 4-1, 5-26. Mollick E. (2014). "The dynamics of crowdfunding: an exploratory study", Journal of Business Venturing, vol. 29, n° 1, p. 1-16. Ordanini A., Miceli L., Pizzetti M. et Parasuraman A. (2011). "Crowdfunding: transforming customers into investors through innovative service platforms", Journal of ServiceManagement, vol. 22, n° 4, p. 443-470.
15. Paul belleflamme, Thomas Lambert, Armin Schwiendbacher, « Crowdfunding : tapping the right crowd », Journal in Business Venturing, 2013, p.1
16. Ricordeau.V (2013). Le crowdfunding : le financement participatif bouscule l'économie !, Editions Fyp, p.20.
17. Sara Bannerman, « Crowdfunding Culture », WI, Journal of Mobile Media, 2013, p.2
18. Schwiendbacher A. et Larralde B. (2012). "Crowdfunding of small entrepreneurial ventures", Handbook of Entrepreneurial Finance, Oxford University Press.
19. Thierry Burger-Helmchen, Julien PENIN, « Crowdsourcing : Définition, enjeux, typologie », Management & Avenir n°41, 2011, p.255
20. Tomboc, G.F., (2013). The lemons problem in crowdfunding. The John Marshall Journal of Information Technology & Privacy Law, 30, 253-279
21. Article en ligne:
22. Ahlers G., Cumming D. et Schweizer G. (2012). "Signaling in equity crowdfunding", SSRN working Paper.
23. Andrieu G. et Groh A. (2013). "Active hot hands investors vs. the crowd: trading-off investment horizon, support quality and the allocation of control rights in entrepreneurial Finance", SSRN working paper.
24. Cario.E, Gévaudan.C, « Comment rater son crowdfunding », Libération, 29 janvier 2015, [http://www.liberation.fr/culture/2015/01/29/comment-rater-soncrowdfunding\\_1191545](http://www.liberation.fr/culture/2015/01/29/comment-rater-soncrowdfunding_1191545), consulté le 09 aout 2016.
25. Entretien réalisé avec le Ministre chargé des Relations avec le Parlement et la société civile, Lahbib CHOUBANI, par media 24, le lundi 8 décembre 2014 à 18h41. (Page consultée en juin 2016), <http://www.medias24.com/SOCIETE/151054>.
26. Hély Matthieu., (2011).Quelle professionnalisation pour le monde associatif ? Dossier : Le conflit, impensé du monde associatif par Yves Lochard & Arnaud Trenta & Nadège Vezinat , le 25 novembre 2011. (Page consultée en juin 2016), <http://www.laviedesidees.fr/Quelle-professionnalisation-pour.html>
27. Ward, C. and V. Ramachandran (2010), "Crowdfunding the Next Hit: Microfunding Online Experience Goods," University of Massachusetts Working Paper, <http://people.cs.umass.edu/~wallach/workshops/nips2010css/papers/ward.pdf> (accessed May 16, 2016).
28. Baromètre 2015 du "crowdfunding": (Page consultée en juin 2016), <http://financeparticipative.org/wp-content/uploads/2015/09/BAROMETRE-S12015-web.pdf>

29. Baromètre 2014 du "crowdfunding" : (Page consultée en juin 2016), <http://financeparticipative.org/barometres/annee-2014/>
30. Baromètre 2013 du "crowdfunding" : (Page consultée en juin 2016), <http://financeparticipative.org/barometres/annee-2013/>
31. Cerfi., (2013). Les financements innovants des associations et fondations : État des lieux et perspectives, opcit, pp 12-28.
32. Conseil supérieur de l'Ordre des experts comptables, (2016) « Comité développement et financement des entreprises », « Tout savoir sur le financement participatif », CSOEC, Edition Partie 1 – État des lieux du financement participatif, p 58.
33. Ministère chargé des Relations avec le parlement et la société civile., (2014). Rapport gouvernemental annuel sur le partenariat entre l'État et les associations et organisations de la société civile présenté à l'occasion de la célébration de la Journée nationale de la société civile, qui coïncide avec le 13 mars de chaque année.
34. Ministère délégué en charge de l'Économie sociale et solidaire et de la Consommation., (2013)., L'évaluation de l'apport de l'économie sociale et solidaire, rapport de mission de Benoît Hamon, 2013.
35. Pnud-Vnu Maroc., (2015). Volontariat des jeunes pour un meilleur avenir : Evaluation nationale du cadre juridique et institutionnel pour le volontariat des jeunes. Rapport du projet régional VNU Maroc.
36. SwitchMed., (2016). le crowdfunding dans la région Mena, étude réalisée par l'agence Happy Smala qui s'est intéressée à neuf pays dont le Maroc, l'Égypte, l'Algérie et Israël.
37. Rencontres du Crowdfunding en Méditerranée : Semaine économique de la Méditerranée tenue le 5 novembre à la villa Méditerranée à Marseille en France.
38. Conférence « Crowdfunding, catalyser de l'innovation et de l'entrepreneuriat » organisée le 22 mars à Rabat par l'Ambassade des États-Unis en partenariat avec le magazine « Économie & Entreprises.
39. Avant-projet de loi sur le Crowdfunding déposé par le ministère de l'Economie et des finances, mardi 21 mars 2018, sur le site officiel du Secrétariat général du gouvernement.
40. Circulaire n° 7/2003 du 26 rabī II/27 juin 2003) du premier ministre marocain sur le partenariat entre l'État et les associations.
41. Décret n° 2014-1053, Cadre juridique sécurisé en matière de crowdfunding en France, signé le 16 septembre par le Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique.
42. Loi « Jumpstart Our Business Startups Act » (JOBS), 2012. réglementent désormais les offres de financement participatif aux USA.