



UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI TIZI-OUZOU



**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET
DES SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES**

**Mémoire en vue de l'obtention du Diplôme de
Master en sciences économiques
Option: « Economie Monétaire et Bancaire »**

Thème:

**Crowdfunding, nouvelle alternative de financement
des PME, avantages et perspectives :
Cas du Maghreb (Maroc, Tunisie, Algérie)**

Réalisé par :

MASO MANKUNKU Luxa
MUROI Tinashe

Dirigé par :

M^{elle} BENZEGANE Souhila

Soutenu devant le jury composé de :

Présidente : M^{me} TAOUCHE Samia, Maitre Assistante classe (A), UMMTO.

Examinatrice : M^{me} BOULIFA Yamina, Maitre Assistante classe (A), UMMTO.

Rapporteur : M^{elle} BENZEGANE Souhila, Maitre Assistante classe (A), UMMTO

Promotion : 2018-2019

Remerciements

Avant tout, nous remercions Dieu le tout puissant de nous avoir donné la force et surtout la patience d'arriver au bout de notre travail.

Nous tenons à exprimer nos sincères remerciements à notre promotrice Mlle Benzegane d'avoir accepté de diriger notre travail, pour ses conseils, sa disponibilité et toutes ses critiques constructives.

Ensuite, nous tenons à remercier les membres du jury pour leur aimable acceptation d'évaluer ce travail et de participer à notre soutenance.

Nos vifs remerciements également à tous les enseignants de la faculté des sciences économiques, de gestion et des sciences commerciales de l'Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, qui ont contribué à notre formation durant notre cursus.

Enfin, nous exprimons toute notre gratitude à tous ceux et celles qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

Dédicace

Arrivé au terme de mon master, j'ai le grand plaisir de dédier ce travail aux êtres qui me sont les plus chers au monde :

À mes chers parents qui m'ont soutenu et encouragé durant ces années d'études ;

À mes frères;

Sans oublier mes camarades de la spécialité Economie Monétaire et Bancaire ;

À tous mes amis.

MASO MANKUNKU LUXA

Dédicace

Pour mon mémoire de Master, je tiens à remercier :

Mes parents pour toutes ces années de soutien sans bornes et encouragements. C'est soulageant et motivant d'avoir leur soutien et de savoir que je peux compter sur eux à tout moment ;

Mes frères et sœurs ;

Mes camarades de la spécialité Economie Monétaire et bancaire ;

Tous mes amis.

MUROI TINASHE

Liste des abréviations, acronymes et sigles

AFPM : Association Financement Participatif en Méditerranée

AMF : Autorité des Marchés Financiers

AMMC : Autorité Marocaine du Marché des Capitaux

BAM : Banque Al-Maghrib

BEI : Banque Européenne d'Investissement

BERD : Banque Européenne pour la Reconstruction et le développement

BFR : Besoin en Fonds de Roulement

BPI: Banque Publique d'Investissement

BRI: Banque des règlements internationaux

CF: Crowdfunding

CFA: Franc des Colonies Françaises d'Afrique

CGNC : Code Général de Normalisation Comptable

DH : Dirhams

FMC : Fédération Marocaine Crowdfunding

FP : Financement Participatif

IDE: Investissement Direct Etranger

JOBS: Jumpstart Our Business Startups

LTCM: Long Term Capital Management

MENA: Middle East and North Africa

OCDE: Organisation de Coopération et développement économiques

ONG: Organisation Non Gouvernementale

PC: Personal Computer

PIB : Produit Intérieur Brut

PME : Petites et Moyennes Entreprises

P&L : Profit and Loss

SFC : Société des Financements Collaboratifs

SGG : Secrétariat Général du Gouvernement

SWOT : strengths Weaknesses Opportunities Threats

TIC : Technologies de l'Information et Communication

TPE : Très Petites Entreprises

WWW: World Wide Web

Sommaire

Introduction générale :	01
Chapitre I : Notions générales sur le Crowdfunding et les PME	
Introduction du chapitre I -----	05
Section 1 : Notions générales sur le Crowdfunding -----	06
Section 2 : Evolution du Crowdfunding dans le monde -----	22
Section 3 : Définitions, Caractéristiques et Stratégies des PME-----	31
Conclusion de chapitre I -----	46
Chapitre II : Fonctionnement des plateformes du Crowdfunding	
Introduction du chapitre II -----	47
Section 1 : Fonctionnement du Crowdfunding -----	48
Section 2 : Types et Acteurs du Crowdfunding -----	65
Section 3. : Avantages, inconvénients et perspectives du crowdfunding-----	74
Conclusion de chapitre II -----	85
Chapitre III : Etude comparative du Crowdfunding au Maghreb (Maroc, Tunisie et Algérie)	
Introduction du chapitre III -----	86
Section 1 : Evolution et Caractéristiques du Crowdfunding au Maghreb -----	87
Section 2 : Crowdfunding au Maghreb : états des lieux -----	91
Section 3 : Classement, difficultés et solutions envisagées du Crowdfunding au Maghreb -	114
Conclusion du chapitre III -----	123
Conclusion générale -----	124
Bibliographie -----	126
Annexe -----	132
Liste des illustrations -----	137
Table des matières -----	142

Introduction générale

Depuis la nuit des temps, toutes les entreprises peu importe leur taille font preuve d'un besoin de financement en phase de lancement, de croissance, d'expansion et de diversification. Parmi ces entreprises, les PME occupent une place particulière dans le tissu économique d'un pays, puisque ce sont elles qui créent le plus d'emplois et de richesses.

Deux possibilités de financement s'offrent à une entreprise. La première consiste à recourir à ses propres moyens, c'est l'autofinancement. Les PME ont des difficultés de s'autofinancer car la marge de leurs profits est généralement petite ce qui ne leur permet pas d'investir. La deuxième source de financement pour les entreprises consiste à recourir aux crédits bancaires ou aux marchés financiers à travers l'émission de valeurs mobilières à savoir les actions ou les obligations, c'est le financement externe.

La capacité à ce qu'une entreprise réponde à ses besoins par ses propres fonds ou par des moyens externes, varie selon sa taille. En effet, les très petites, les petites et les moyennes entreprises sont celles qui rencontrent le plus de difficultés lors d'un besoin de financement surtout au cours des deux premières phases à savoir celles de Pré-entreprise et de lancement.

La levée des capitaux est l'un des principaux obstacles rencontrés par les PME dans leur quête de financement. Dès lors, de nombreux entrepreneurs qui cherchent à créer une entreprise se retrouvent sans soutien financier extérieur. En effet, les banques exigent généralement une garantie aux entreprises auprès desquelles elles émettent des prêts ; ce qui signifie que le financement par crédit bancaire n'est pas disponible pour des nombreuses PME, car elles remplissent rarement cette exigence. De plus, le problème de l'asymétrie de l'information pour les investisseurs en général est aggravé par le manque des données historiques disponibles. C'est-à-dire que les PME fournissent rarement les situations financières des années précédentes, ce qui empêche les investisseurs à avoir une idée réelle sur elles pour les financer.

Le marché financier, quant à lui, présente aux PME des opportunités de développement et de croissance. Mais leur introduction en bourse n'est pas simple et nécessite un coût important. En effet, la PME devra bien se préparer, ce qui exige du temps et de l'énergie. Les caractéristiques telles que leur petite taille, le nombre d'années d'existence, l'expérience des dirigeants rendent l'accès difficile à cette alternative de financement.

Ces difficultés de financement deviennent une réalité avec laquelle les PME doivent fonctionner, sinon contourner. Cela devient possible grâce, d'une part, au progrès que connaît le domaine de l'informatique qui a permis la venue du web 2.0 vers les années 2000 qui a conduit, à son tour, à la mise en place de diverses applications économiques et financières. D'autre part, le développement de l'internet qui facilite la communication entre diverses personnes à travers le monde via les réseaux sociaux, d'où l'avènement du crowdfunding à travers les plateformes internet.

Donc, les technologies numériques sont entrain de créer de nouveaux modes de financement et d'investissement. C'est dans ce contexte que la finance participative est apparue comme un mode de financement qui met en rapport directement une offre et une demande de fonds via une plateforme Web en vue de financer des projets entrepreneuriaux créatifs qui répondent à de nouvelles exigences de la part des investisseurs qui veulent placer leur argent pour financer des projets vertueux .

De ce fait, le crowdfunding ou financement participatif semble intéresser et attirer l'attention des PME, des entrepreneurs et d'autres personnes éprouvant des difficultés à se financer via les canaux traditionnels.

Il est important de signaler que cette nouvelle alternative de financement connaît un développement important dans les pays où les technologies numériques et la culture financière et entrepreneuriale sont bien ancrées comme les USA ou l'Europe occidentale. En revanche, les pays du Maghreb où ces deux caractéristiques ne sont pas bien établies, la finance participative essaye difficilement de se mettre en place, alors même que ce sont les entreprises de ces pays qui rencontrent le plus de difficultés à se financer.

Problématique

Il est d'un grand intérêt d'étudier, dans le cadre de financement des PME, les raisons qui peuvent pousser les nouveaux entrepreneurs, les jeunes détenteurs de projets et les PME en général à recourir à cette nouvelle alternative de financement qui est le crowdfunding.

Ainsi notre problématique tourne autour de la question centrale suivante :

Quel est le niveau de développement du *Crowdfunding* au Maghreb (Algérie, Maroc et Tunisie) et quel est son impact dans le financement des PME?

En vue de répondre à la question principale et expliquer les motifs qui peuvent pousser les jeunes innovateurs et entrepreneurs à s'intéresser au financement participatif au détriment des financements classiques, nous posons les questions secondaires suivantes :

- Quelles sont les caractéristiques du *crowdfunding* ?
- C'est quoi une PME et quelles sont ses stratégies de financement ?
- Quels sont les typologies du *crowdfunding* ?
- Quels sont les atouts et limites du *crowdfunding* ?
- Quel est l'avenir du *crowdfunding* dans le monde en général et au Maghreb en particulier ?

Objet du thème

L'objet de ce travail est d'étudier et d'analyser l'importance du crowdfunding dans le financement des PME, pour ensuite évaluer ses chances de réussite dans le financement de ces dernières. Il consiste aussi à énumérer les faiblesses et contraintes du financement participatif, pour enfin fournir quelques pistes de solutions futures.

Motifs du choix de thème

Les motifs ayant motivé le choix du thème s'articulent autour des points suivants :

- La nouveauté et la vitalité de cette nouvelle alternative de financement
- Les difficultés que connaissent les PME pour l'obtention des crédits bancaires.
- La place importante qu'occupent les PME dans l'économie d'un pays

Hypothèses de recherche

L'Hypothèse vise à connecter des faits significatifs plus ou moins concrets. Elle est donc une proposition que l'on veut défendre ou discuter. Cette proposition est la réponse à la question centrale. Pour être crédible, l'hypothèse doit se baser sur des faits réels et vérifiables, selon les informations collectées.

Pour le cas de notre travail, on propose les hypothèses suivantes :

Hypothèse 1. Le crowdfunding est une nouvelle source de financement pour les PME et de rentabilité pour les investisseurs. En effet, le développement du crowdfunding apporte une solution pour les entreprises qui sont exclues des financements classiques, et aux investisseurs désireux de transparence et de proximité.

Hypothèse 2 :Le renforcement du Crowdfunding au Maghreb est une action qui favorise la création et le développement des PME, qui sont un tremplin efficace vers une croissance économique.

La méthodologie de la recherche

Pour donner des réponses aux questions mentionnées ci-haut, nous suivrons une méthodologie de recherche subdivisée en deux volets à savoir :

-Le premier volet est celui de la recherche documentaire consistant à collecter des données et des informations relatives au sujet traité en consultant des livres, e-books, articles, papiers de recherche et sites web, qui vont nous permettre de bien appréhender les notions sur les PME, le crowdfunding ainsi que le lien existant entre ces deux entités en matière de financement. Tout cela appuyé par des statistiques, des graphes et des tableaux.

- Le second volet fait référence à une étude comparative du crowdfunding entre les pays du Maghreb à savoir l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, afin de montrer, analyser et étudier sa genèse, son impact sur les PME, les contraintes à son développement ainsi que des solutions envisagées.

Structure du travail

Notre méthodologie de recherche nous permet de structurer notre travail en trois chapitres :

-Le premier chapitre aborde des notions générales sur le crowdfunding et les PME, où sont énumérées les raisons d'apparition du crowdfunding, son évolution ainsi que les différentes stratégies de financement utilisées par les PME.

-Le deuxième chapitre tourne autour de la relation entre les PME et le crowdfunding en mettant en avant le fonctionnement des plateformes, la typologie du crowdfunding et les acteurs prenant part à cette nouvelle alternative de financement.

-Le troisième chapitre se focalise sur la présentation des résultats d'une étude comparative entre trois pays magrébins à savoir le Maroc, la Tunisie et l'Algérie en mettant en avant la place du crowdfunding dans ces pays et son impact sur le financement des PME.

Introduction du chapitre I :

Le Crowdfunding pourrait être considéré comme un mode de financement important vis-à-vis des petites et moyennes entreprises (PME), il est donc nécessaire de connaître et de comprendre ces deux notions (Crowdfunding et PME) ainsi que la connexion qui existe entre elles. Les PME étant importantes au sein d'une économie en général et surtout dans celle des pays en voie de développement¹, financer leurs activités reste un facteur essentiel.

Ce chapitre portera sur les notions concernant le Crowdfunding et les PME. Il est subdivisé en trois sections.

La première section aborde essentiellement les notions de base du Crowdfunding, en définissant ce concept et tous les éléments le caractérisant.

La deuxième section retrace l'évolution de cette jeune industrie de financement à travers le monde, en donnant sa situation dans différents pays.

La troisième section sera consacrée spécialement aux PME. Dans le but de mieux comprendre ce concept, nous nous proposons de l'étudier en trois points. En premier lieu nous allons définir la PME, voir les éléments qui la caractérisent en second lieu et finalement expliquer les différentes stratégies qu'elle utilise.

¹- Khalid El Ouafa, le financement des TPE : Quelle perspective pour le crowdfunding, Revue FFI n°14, Janvier 2019, p.3

Section1 : Notions générales sur le Crowdfunding.

Cette section traitera exclusivement du financement participatif. En vue d'une meilleure appréhension de la notion, nous avons jugé bon de l'aborder en trois points. D'abord nous allons définir le Crowdfunding, ensuite donner ses objectifs et ses caractéristiques et enfin connaître ses origines ainsi que les causes de son apparition.

1-1- Définitions du Crowdfunding :

Le Crowdfunding, un terme anglais qui est littéralement traduit comme le financement par la foule où crowd veut dire « foule » et funding qui veut dire « financement ». Dans une étude menée par l'association « framework for European Crowdfunding », ses auteurs définissent le Crowdfunding comme « *un effort collectif de nombreux individus qui se mettent en réseau et réunissent leurs ressources pour soutenir des efforts entrepris par d'autres individus ou organisations. Ceci est généralement réalisé avec l'aide d'Internet. Des projets individuels et des entreprises sont financés par de petites contributions provenant d'un grand nombre d'individus, ce qui permet à des innovateurs, des entrepreneurs et des actionnaires d'utiliser leurs réseaux sociaux pour lever des capitaux.* »²

Lambert et Schwienbacher définissent le Crowdfunding comme « *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* »³. C'est donc une offre publique essentiellement à travers Internet, pour l'obtention de ressources financières, sous forme de dons ou en échange d'une récompense ou de droits de vote, afin de contribuer à des initiatives correspondant à des projets précis.

Malgré sa clarté, on a souvent reproché à la définition de Lambert et Schwienbacher (2010) d'avoir omis la prise en compte de la typologie crowdlending. Dès lors, nous proposons une définition qui couvre l'ensemble des modèles existants du financement participatif à savoir le « *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*

²- Michel Dejong, le Crowdfunding un financement alternatif et citoyen ?, revue analyse n°238, septembre 2015, p.2-3

³ - Michael Riga, Mémoire en vue de l'obtention du titre de Master en gestion, le Crowdfunding : bilan et perspectives, Université Catholique de Louvain, 2013-2014, p.28

standard financial intermediaries. »⁴ qui signifie que le Crowdfunding traduit l'activité réalisée par des porteurs (individus ou groupes) de projets culturels, sociaux ou entrepreneuriaux, afin de lever les fonds nécessaires pour mener leur projet, en faisant appel à des contributions de faibles montants issues d'un grand nombre d'individus à travers Internet sans utiliser les intermédiaires financiers traditionnels.

1-2- Objectifs et caractéristiques du Crowdfunding :

À ce niveau, nous allons nous tourner vers les finalités de l'existence du Crowdfunding et voir les éléments qui le définissent et qui lui sont propres.

1-2-1- Objectifs du Crowdfunding :

Les objectifs du Crowdfunding sont multiples, mais l'idée majeure est celle de venir en aide, faire émerger, faciliter et accompagner les personnes dans le besoin à voir leurs idées, projets ou petits business se réaliser et accroître, avec beaucoup plus de souplesse en matière procédurale comparativement aux conditions requises par les financements traditionnels⁵. Il s'agit donc d'aider les innovateurs à voir leurs idées et leurs projets se concrétiser, de venir en aide aux PME dans leur quête de financement de leurs activités, d'aider et d'accompagner les communautés en difficultés financières à pouvoir collecter les fonds nécessaires pour régulariser un souci comme par exemple la réhabilitation d'un bâtiment scolaire ou culturel.

1-2-2- Caractéristiques du Crowdfunding :

Sa manière de procéder et son fonctionnement caractérisent le financement participatif. Les éléments suivants peuvent être considérés comme caractéristiques⁶:

- Le Crowdfunding offre aux sociétés qui viennent de démarrer leurs activités, des conditions de financement attrayantes ;
- Tant pour l'agent à capacité de financement que celui à besoin de financement, l'accès au Crowdfunding se fait toujours via internet ;

⁴ - Véronique Bessière et Eric Stephany, Crowdfunding: fondements et pratiques, 2014, p.20, repris de Ethan Mollick (2014), PDF

⁵- Sanae Rhabra et WafaGuerguer, Le Crowdfunding au Maroc : Modèles existants et perspectives de développement, Revue REGS n°02 Décembre 2015, p.3-4

⁶- Tekfi Saliha, caractéristiques et fonctionnement du Crowdfunding au Maghreb, revue Marocaine de recherche en Management et Marketing n°18, 2018, p.3

- Toute personne voulant financer un projet a un libre accès à ce dernier. C'est-à-dire que tout ce dont le financeur a à faire, c'est simplement se connecter sur une plateforme de Crowdfunding pour voir les différents projets en cours sans payer des frais (droits d'accès) ;
- Le financeur a le droit et le choix de mettre son argent dans un projet parmi tant d'autres;
- Aussi longtemps que le projet est en cours, il y a toujours une transparence sur les informations concernant l'affectation des fonds ;
- La campagne a toujours une durée comprise entre 20 et 90 jours maximum, d'où l'accès rapide au financement.

À cela nous pouvons ajouter que le financement participatif est caractérisé par une réduction des coûts. En effet, le coût est un facteur qui doit toujours être considéré lorsqu'un porteur de projet cherche à faire une collecte de fonds. La foule est toujours choisie par les sociétés car elle diminue les coûts qui leur permettent de réduire le cycle des coûts de développement de produits nouveaux. Aussi ce mode de financement se caractérise par le fait que les organisations à but lucratif et non lucratif n'ont pas le même taux de réussite en matière de collecte de fonds.⁷En effet, Schweinbacher et al. (2010)⁸ pensent que les organisations à but non lucratif ont tendance à avoir plus de succès (en matière de collecte de fonds via Crowdfunding).

1-3- L'histoire du Crowdfunding :

Ce point portera sur les pratiques anciennes qui ont évoluées au fil du temps et d'où l'actuel Crowdfunding tire ses sources, ensuite nous verrons les facteurs ayant favorisés l'avènement et l'expansion du financement participatif.

1-3-1- Origines du Crowdfunding :

En partant de l'idée selon laquelle qu'en finance participative il y a toujours une collecte des fonds auprès des particuliers et donateurs divers, sans intervention des intermédiaires traditionnelles de la finance, nous dirons alors que l'appellation ou le nom «

⁷- Frank Kleemann and G. Gunter Vob, underpaid innovators: the commercial utilization of consumer work through crowdsourcing, STI studies, 2008, p.43

⁸- Yi Zhang, An Empirical study into the field of crowdfunding, Lund University School of Economics and Management, année:2010-2011, p.13

Crowdfunding » est nouveau (récent), mais l'idéologie et la façon de faire cacher derrière ce nom date de longtemps depuis le XVIIème et XVIIIème siècle car à l'époque, certes cette activité ne se dénommait pas financement participatif, mais elle prônait une pensée commune au Crowdfunding actuel, qui est l'action de charité, d'aide et de solidarité. De part cette réflexion, nous allons citer dans les lignes qui suivent, quelques exemples en vue d'une meilleure compréhension.

Le financement de la statue de la liberté ; sa campagne de promotion avait commencé durant l'automne en 1875. Vu l'époque, les moyens de collecte de fonds étaient les banquets⁹, taxations publiques, loterie et articles dans la presse mais plus précisément grâce aux dons offerts par des milliers de donateurs particuliers. Dans l'annonce, le nombre de 100 000 souscripteurs était enregistré et 400 000 francs furent déjà rassemblés vers la fin des années 1875. En 1876, avec la difficulté de trouver de nouveaux fonds, le bras portant la flamme fut expédié aux Etats Unis à l'exposition universelle de Philadelphie pour l'organisation d'une loterie qui permettra de lever des fonds et continuer la sculpture. À l'exposition universelle de Paris en 1878, le sculpteur Auguste Bartholdi avait présenté la tête de son œuvre mais le problème de financement persistait toujours. C'est alors qu'en 1880 que la totalité du financement était enfin assuré par la France. Le refus du Congrès Américain à financer le piédestal de la statue comme prévu fait que Joseph Pulitzer, fondateur du Journal le New York World incite les classes aisées de l'époque à participer financièrement au projet et le montant total sera de 800 000 dollars. Voilà donc une œuvre prestigieuse reconnue mondialement et financée par une foule de gens.¹⁰

Pour la réalisation de son film *Shadows* en 1959, John Cassavetes a utilisé l'expression « Financez un film qui vous ressemble » vis-à-vis des auditeurs d'une radio locale en vue de trouver du financement. Le jeune réalisateur s'était rendu à l'émission de Jean Shepherd, *Night people* à 1h00 du matin et déclare qu'il peut faire un film exclusivement libre de tout blocage commercial imposé au niveau des studios, si seulement chaque personne écoutant la radio pouvait contribuer avec un Dollar. Le jour suivant la collecte avait atteint 2001 Dollars USD. D'où la production de la première version du film bien que cela soit un échec en terme des critiques.

⁹- Ils représentaient une sorte de communion. Cette dernière étant une façon de s'assimiler ce qu'on souhaite le plus. Traditionnellement un banquet désigne une réception ou une fête

¹⁰- <https://www.alloprod.com/la-statue-de-la-liberte-financee-par-le-crowdfunding/>, consulté le 25/06/2019, à 22h30

Malgré cette mauvaise publicité, Papatakis, un producteur, prête 2000 Dollars et des amis 13000 Dollars en vue d'assurer la continuité du tournage de 10 jours.¹¹

Le Crowdfunding tire aussi ses origines de la tontine basée sur l'idée que plusieurs personnes à parts égales et ayant des objectifs communs cotisent, dans une caisse commune, et se partagent les dividendes. Si l'une des personnes meurt, sa part est redistribuée entre les autres et toutes les parts reviendront au dernier survivant parmi elles. Il y a aussi en Espagne, précisément à Barcelone la construction de la Sagradafamilia (collecte en cours depuis deux siècles), une Cathédrale qui se construit au rythme des donations depuis les années 1882.¹² À partir de 1920, il y avait organisation des messes, des célébrations religieuses et des pèlerinages. La sagradafamilia est toujours en travaux dont la fin est prévue d'ici 2026 et son financement a toujours été assuré à travers des dons et même des revenus des visites rendues, d'où la lenteur dans l'avancement des travaux.¹³ Comme disait Antoni Gaudi, l'architecte du temple, « *Je ne compléterai ni ne développerai le fragment de maquette des clochers de la façade principale. J'ai décidé de la laisser seulement programmée pour qu'une autre génération collabore au temple, comme on le voit de manière répétée dans l'histoire des cathédrales, dont les façades ne sont pas seulement l'œuvre d'autres auteurs sinon d'autres styles* »¹⁴

La sagradafamilia rassemble les gens du monde entier qui sont attirés par la beauté de cette œuvre qu'Antoni Gaudi a mis toute une vie à faire naître. L'élément clé, c'est de voir la volonté et la force de tout un peuple à vouloir soutenir et achever ce que Gaudi voulait ; qu'elle soit la cathédrale des pauvres.¹⁵

Le Crowdfunding, un peu plus récemment, est dérivé de certains concepts qui ne sont pas forcément liés à ses origines historiques mais plutôt aux nouveaux besoins de financement exprimés par les nouveaux acteurs économiques. C'est dans ce nouveau contexte que le financement participatif est considéré comme une branche, un sous ensemble ou encore une

¹¹- Louis Cazemajour, la place du Crowdfunding philanthropique, Cerphi, p.5

¹²- <http://www.stoneraise.com/blog/histoire/petite-histoire-du-crowdfunding>, consulté le 27/06/2019, à 15h45

¹³- http://www.ac-grenoble.fr/college/sand.la-motteservolex/spip31/IMG/pdf/sagrada_familia_version_courte.pdf, consulté le 29/08/2019, à 9h15

¹⁴- Fargas Albert, vivas Pere, symbologie du temple du temple de la sagradafamilia, Barcelone, Triangle postals, 2012, p.180, PDF

¹⁵- Marias Hélène, une approche de l'architecture de Gaudi en milieu scolaire, Institut Universitaire de Formation des Maitres, Site du Mans, année universitaire 2012-2013, p.34, PDF

ramification. En effet, Selon Jeff Howe et Mark Robinson, rédacteurs à wired magazine et inventeurs du néologisme crowdsourcing « *Le Crowdfunding est un sous-ensemble du système de crowdsourcing. Le crowdsourcing est le processus par lequel une tâche est divisée en un grand nombre de plus petites tâches afin de la rendre accessible.*»¹⁶

Une autre source du Crowdfunding est l'économie collaborative, basée sur le partage des biens, des services, des lieux, d'outils, des savoirs et des compétences, ainsi leur mise en commun fait recours à la formation des communautés et réseaux d'acteurs économiques. Sa pratique se fait à travers des échanges pécuniaires ou non, englobant donc la vente de services, de locations, de dons, de volontariat et de troc. L'économie collaborative prend une multitude de formes dont l'une d'elles est le financement participatif.¹⁷ Il existe en général quatre (04) types :

-Le partage des services et des compétences : Il englobe les activités telles que le cotravail, s'échanger les heures de travail (ménage, jardinage, etc.), etc.

-Le partage des biens ou des ressources : Cette forme de l'économie collaborative concerne par exemple le troc des habits, habitation collective, la location des voitures entre particuliers, etc.

-La finance collaborative : Elle concerne le prêt d'argent entre particuliers, les dons pécuniaires, etc. C'est le Crowdfunding (financement participatif).

-La production contributive : Cette typologie de l'économie collaborative concerne les activités comme la fabrication numérique, celle d'imprimante 3D, etc.

1-3-2-Raisons d'apparition du Crowdfunding :

Deux raisons principales peuvent expliquer l'apparition de ce mode de financement. La première concerne les contraintes des PME en matière d'obtention des crédits bancaires, surtout après le resserrement des conditions d'octroi des crédits pour les entreprises en général et les PME en particulier, suite à la mise en place des règles prudentielles qui résultent des différentes crises financières. La seconde raison quant à elle tient au rôle de l'internet et de l'informatique dans l'apparition du financement participatif.

¹⁶- DjellouleMarkia et MounaBouhmouch, Etude de faisabilité sur le Crowdfunding au Maroc en vue de l'implication de la diaspora dans le développement du Maroc, OIM, p.20, PDF

¹⁷- www.toupie.org/Dictionnaire/Economie, consulté le 30/06/2019, à 11h30

1-3-2-1-Difficultés d'accès aux crédits bancaires :

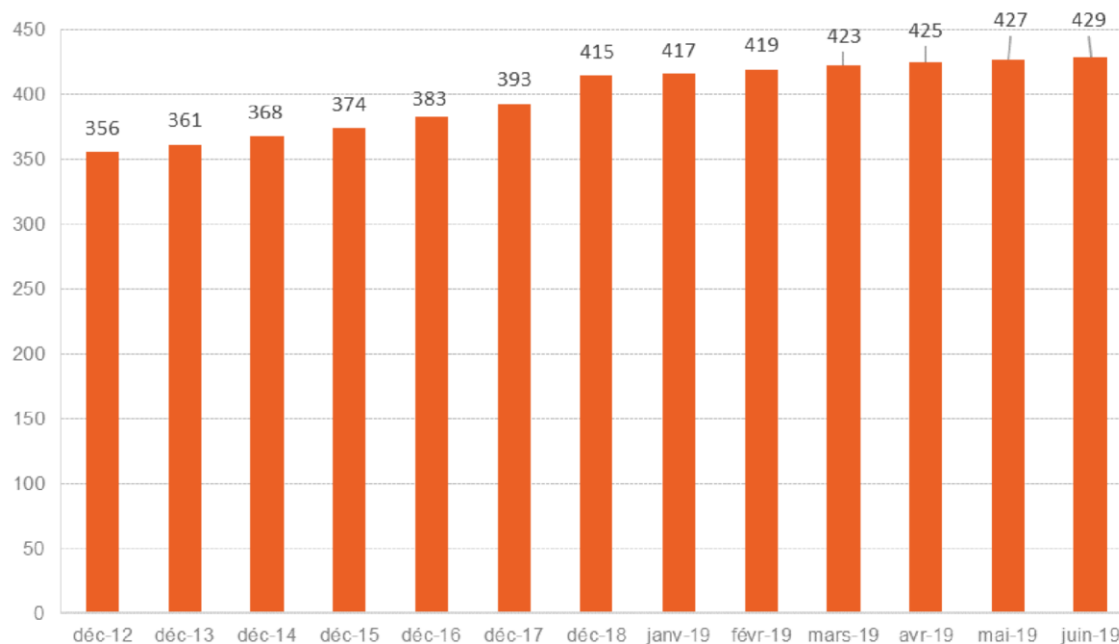
Ce point portera sur la place des banques dans le financement des PME et les contraintes pour ces dernières à obtenir des crédits, suite aux crises financières et accords de Bâle.

A- Rôle primordial du crédit bancaire :

Comme toute entreprise, les PME font preuve d'un besoin de financement lié soit à l'activité d'investissement, soit à celle d'exploitation. Face à ce besoin, les PME peuvent recourir à l'autofinancement ou au financement externe. Il est difficile pour les PME de se financer elles-mêmes, d'où l'obligation de se tourner vers une source de financement externe. Les banques jouent un rôle important dans les opérations entreprises par les PME, en finançant leurs besoins, que cela soit en phase de lancement, en phase de développement et celle de croissance. Au moins 1,1 millions de PME sont financées via crédits bancaires en France. En effet, 429,2 Milliards d'euros ont été disposés pour ces PME et la moitié des crédits accordés aux entreprises vont aux PME.¹⁸ La Figure sur la page suivante illustre les données fournies ci haut.

¹⁸- Banque de France, statistiques intégrant les PME, les ETI et les GE, à la fin juin 2019

Figure N°01 : Crédits Mobilisés aux PME en France (en milliards d'euros).¹⁹



Source : Banque de France

En 2018, 83% des PME en France ont obtenu la totalité des crédits demandés.²⁰ Cette tendance de croissance et d'accélération concernant les crédits accordés aux PME en France en 2018 et 2019 ont confirmé la déclaration suivante de 2017 « *Les vulnérabilités du secteur financier apparaissent contenues et le secteur bancaire semble être résilient face à des développements économiques défavorables. L'enquête de la BCE auprès des banques sur la distribution du crédit indique des conditions de prêt favorables. La croissance des prêts au secteur privé s'accélère et reste supérieure à celle des autres grandes économies de la zone Euro.* »²¹ Un sondage au Nigeria en 2017 donnant des réponses (statistiques) sur le rôle joué par les banques au sein des PME, s'explique à travers le tableau sur la page suivante :

¹⁹- Etudes Economiques, entreprises et PME leur financement : Première priorité stratégique des banques Françaises, Fédération bancaire française, Août 2019, p.10, PDF

²⁰ - Banque Centrale Européenne- 2eme semestre 2018

²¹- Etudes économiques de l'OCDE France, 2017, septembre 2017

Tableau N°01 : Opinions des répondants en vue de savoir si les banques sont une source de financement indispensable pour les PME au Nigeria.

Responses	Frequency	Percentages
Strongly Agree	12	11
Agree	46	42
Undecided	45	41
Disagree	6	6
Strongly Disagree
TOTAL	109	100

Source: Field Survey, 2017

Le tableau 1 démontre que 11% des personnes sont fortement d'accord avec l'idée selon laquelle que les banques sont indispensables pour les PME en matière de financement. 42% des interrogées sont d'accord avec l'idée, 41% restent neutre sur le sujet, 6% s'opposent à cette déclaration et enfin aucune personne n'est fortement opposée à cette opinion. De là, nous comprenons que 53% (11%+42%) sont d'accord et approuvent que les banques sont important pour les PME en terme de financement, contre 6% des personnes qui refusent.²² De plus, même si les personnes neutres (41%) étaient ajoutées aux 6% qui sont contre, le sondage gardera la même tendance qui est celle des banques importantes et indispensables vis-à-vis des PME pour leurs financements.

De part la figure 1 et le tableau 1, nous réalisons que la relation Banques-PME tant à croître au fil des années. Le rôle des banques vis-à-vis des PME est celui de leur apporter du financement pour leurs activités d'exploitation et d'investissement, ce qui entraîne plusieurs

²²- John Akamelu Chitom Racheal and Muogbo Uju, The role of Commercial banks in financing Small and Medium Enterprise in Nigeria, European Journal of Business, Economics and Accountancy, Vol6.n°3 ,2018, p.15, PDF

bienfaits aux économies des pays étant donné que les PME sont un facteur essentiel pour la croissance économique.

L'activité des banques étant risquée en soi et les banques étant la source externe de financement la plus utilisée par les PME, ces dernières présentent beaucoup de risques souvent adossés aux banques qui parfois, faillent les maîtriser. D'où la survenance des crises qui paralysent tant les banques que les économies et le comité de Bâle se crée pour redynamiser la réglementation.

B- Les crises financières et les accords de Bâle comme contraintes d'obtention des crédits bancaires :

Une crise financière peut toucher les marchés des actions, des obligations, les banques et parfois même les Etats en cas d'endettement excessif. Une crise financière de grande ampleur engendre un risque systémique pouvant conduire à une crise économique. Cette dernière entraîne de graves conséquences que la crise financière. En effet, elle affecte tous les acteurs économiques (ménages, entreprises, prêteurs, emprunteurs, etc.) et conduit à une récession voire une dépression économique. Pour une meilleure compréhension, nous proposons le tableau sur la page suivante qui montre la création du comité de Bâle ainsi les différents ratios mis en place par ce comité.

Tableau N°02 : Une ville Suisse au Cœur de l’histoire des plus grandes crises financières.

<p>1974</p>	<p>Le 26 Juin 1974 a eu lieu le dépôt du bilan de la banque Allemande Herstatt. En ce moment là, suite au décalage horaire, les opérations de change de la banque en US dollars n’étaient pas encore dénouées. Cela va entraîner une prise de conscience sur l’existence d’un risque systémique sur les marchés financiers. D’où, Peter Cooke, Directeur de la banque d’Angleterre suggère une réunion qui rassemble les banques centrales et les superviseurs bancaires des pays de G10 (Allemagne, France, Belgique, Canada, Etats-Unis, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni, Japon, Suède et Suisse). C’est à partir de là que né</p>	<p>1974</p> <p>1975</p>	<p>-Création du comité de Bâle</p> <p>-Il y a mise en place du concordat de Bâle qui est un document introduisant le principe du contrôle bancaire sur base consolidée.</p>
	<p>le comité de Bâle et désormais, il se réunira quatre fois l’année à Bâle en Suisse sous la direction de la BRI (Banque de règlements internationaux). Il y a donc faillite de la banque Herstatt</p>		

<p>Années 80</p>	<p>Les crises s'enchainent (crises des pays émergents et défaillance d'emprunteurs aux USA) et le besoin de se focaliser sur le risque de crédit s'impose. Le comité siège pour ses premiers travaux et ils aboutissent à la publication d'un accord sur un ratio international de solvabilité en 1988. Il est appelé ratio Cooke en l'honneur de l'initiateur du comité. Ce ratio est élément essentiel dans la régulation bancaire. Tout risque doit avoir un certain montant de fonds propres en vue d'assurer la sécurité du marché et éviter l'effet domino en minimisant tout risque de nature systémique. C'est donc le premier accord de Bâle.</p>	<p>1988</p>	<p>La mise en place du ratio international de solvabilité, dit ratio Cooke</p>
<p>1995</p>	<p>Il y a amendement du ratio Cooke en 1998. Cette fois ci, les risques de marché sont considérés. Avant cela, en 1995, le scandale de Barings pousse le comité de Bâle à corriger et consolider ses règles. Nick Leeson, la star de Barings, se rend compte vers les années 1990 des profits colossaux qu'il réalise. Etant spécialisé dans le trading, ses gains avoisinent les 10% des bénéfices de la banque en 1993. Lorsqu'il fait face à certaines difficultés, il se mit à dissimuler les pertes dans le</p>	<p>1996</p>	<p>Le comité de Bâle retouche le ratio Cooke en considérant les risques de marché et il y a ainsi ouverture d'une possibilité d'utilisation des modèles internes pour le calcul de fonds propres réglementaire sur ces risques.</p>

	<p>compte 88 888 qui constitue un compte d'erreurs. Cela échappe totalement à la surveillance et contrôle de la banque jusqu'à ce que les pertes accumulées soient égales à la moitié du capital de la banque</p>		
<p>1995-1998</p>	<p>Le comité se voit dans l'obligation de revoir le cadre réglementaire suite à la complexité des évolutions dans le domaine bancaire à travers la crise Mexicaine, crise Asiatique et faillite de LTCM. Depuis 1996, le comité avait ajouté les risques de marché. Il s'avère que la mesure du risque est insuffisamment affinée : même si une pondération uniforme des entreprises à 100%, accompagnées des garanties nécessaires possible semble tenir, cependant certains Etats de l'OCDE ont pu se montrer risqués bien qu'ils aient une pondération de 0%. La grille de pondération est rigide car elle ne considère pas les techniques utilisées pour réduire les risques. En d'autres termes, la grille ne tient pas compte des garanties.</p>	<p>2004</p>	<p>Il y a mise en place du Bâle 2 qui regorge 3 principaux piliers. Le pilier 1 concerne les exigences de fonds propres à travers le risque de crédit (nouvelles approches), le risque de marché (inchangé), le risque opérationnel (nouveau). Le pilier 2 repose sur la surveillance par les autorités de supervision avec évaluation des risques et exigences supplémentaires en fonds propres, des échanges fréquents et plus soutenus avec les banques. Le pilier 3 est basé sur la transparence et la discipline de marché. Il est obligatoire d'accroître de publication concernant les fonds propres et les diverses méthodes d'évaluation des risques.</p>
<p>2007-2008</p>	<p>Il y a une crise financière, économique et la dette souveraine, plus précisément la crise des subprimes, faillite de Lehman Brothers. Tout part d'un problème de marché où les crédits subprimes sont</p>	<p>2010</p>	<p>Bâle 3 vise à renforcer le secteur bancaire en étant strict et rigoureux sur les exigences de fonds propres concernant les opérations les plus risquées,</p>

	accordés en grande quantité mais pas par les banques et ils sont mis dans les produits structurés. Cela entraîne une crise bancaire car les marchés sont bloqués, les investisseurs s'abstiennent aux achats des titres, le marché interbancaire se montre méfiant en son sein. La réduction du financement du secteur privé et ensemble avec les impacts négatifs sur l'emploi, la consommation et les moteurs de croissance, crée une crise économique. La dégradation de la conjoncture (surtout en matière d'entrées fiscales) et les efforts des Etats pour venir en aide à leurs secteurs financiers crée la dette souveraine		en traitant aussi la problématique de banques Too-Big-to-fail, les insuffisances des fonds propres, les problèmes de liquidité et refinancement ainsi que les problèmes liés aux gouvernances déficientes.
De nos jours	Suite aux exigences trop différentes entre les banques, il y a finalisation de Bâle 3. Ce dernier a déjà permis le renforcement de la solidité des banques. La question centrale était celle de savoir la place et le rôle des modèles internes au sein de dispositif réglementaire. Donc l'objectif de cette finalisation était la restauration de la confiance en matière d'évaluation des risques réalisés par les banques	2017	En pratique, les travaux de finalisation de Bâle 3 portent sur le mesure du risque de crédit, celle du risque opérationnel, l'introduction du capital output floor (d'un plancher) entre le calcul en méthode interne et standard, ainsi que l'introduction d'une exigence de levier spécifique aux banques systémiques.

Source : Frédéric Visnovsky, Bale 1, 2,3...de quoi s'agit-il ?, séminaire national des professeurs de BTS banque conseiller clientèle, banque de France, 25 Janvier 2017, p.02

Dans le but de limiter ou de prévenir des crises similaires à celles citées plus haut, les dirigeants des banques des pays de G10 ont décidé de revoir, sinon de resserrer les conditions d'octroi des crédits aux entreprises. Historiquement, tout a commencé avec la liquidation qu'a

connue la banque Allemande Herstatt. Suite à cet incident, il y a eu la création du comité de Bâle²³ en 1974 vu l'ampleur de l'effet domino²⁴ qu'avait engendré cette faillite.

Le comité naissant focalise plus son attention sur le risque de crédit et en 1988 il y a la mise place du Ratio Cooke (Bâle1) qui stipule que le rapport entre les Fonds propres d'une banque et l'ensemble de ses engagements (risque des crédits) doit être supérieur à 8%. En 2004, le comité améliore le ratio Cooke en tenant en compte cette fois ci du risque de marché et du risque opérationnel. Le nouveau ratio se nomme Mc Donough (Bâle2) suite à la faillite de la Barclays. Le comité met aussi en place un pilier sur la surveillance prudentielle et un autre qui se focalise sur la discipline de marché (transparence dans la communication des établissements). Ensuite en 2008 après la crise des subprimes, le comité réalise que d'autres risques (risque financier, etc.) doivent être considérés pour une bonne régulation du système financier en général et celle du système bancaire en particulier, d'où la mise place de Bâle3.

À travers les ratios nous remarquons que le comité de Bâle met beaucoup d'accent sur les fonds propres car il faudrait couvrir la solvabilité en cas de défaillance des débiteurs (PME, grandes entreprises, etc.). La solvabilité étant la capacité d'un débiteur à pouvoir rembourser ses dettes à l'échéance prévue, est un élément capital à considérer lors d'un octroi de crédit par les banques. En effet, lorsqu'une banque accorde un prêt à une entreprise, il y a un risque de défaut que la banque est censée compenser à terme à travers une prime de risque au cas où l'entreprise rencontre des difficultés financières. La prime peut être déterminée par le calcul actuariel (en vue de déterminer le rendement) en utilisant les indicateurs de risque tel que le score²⁵. Cette notation est faite sur la base des informations financières et comptables. Le score peut être subdivisé en 7 classes de risque. Les trois (03) premières classes regroupent les entreprises risquées, la classe 04 regorge les entreprises neutres et les classes 5 à 7 rassemblent les entreprises favorables.

Les PME étant généralement les entreprises avec peu d'informations financières et comptables disponibles, avec moins de garanties à fournir et inspirant moins de confiance,

²³- Comité créé en 1974 par les gouverneurs des banques centrales du G10, visant à assurer la stabilité et la fiabilité du système bancaire et financier en établissant des standards minimaux en matière de contrôle prudentiel, la diffusion et la promotion des meilleures pratiques bancaires et de surveillance et promouvoir la coopération internationale en matière de contrôle prudentiel.

²⁴- Réaction en chaîne d'un choc désastreux (néfaste) venant de l'extérieur

²⁵- Fonction linéaire qui sert à déterminer la probabilité de défaillance d'une entreprise et souvent utilisée par les banques lorsqu'elles accordent des prêts

elles se retrouvent alors dans les 03 premières classes et les banques à leur tour doivent prendre des mesures strictes et rigoureuses vis-à-vis de ces entreprises risquées, ce qui entraîne des difficultés pour les PME à accéder aux crédits bancaires.

1-3-2-2- L'expansion de l'internet et de l'informatique :

L'internet, ensemble avec le développement de l'informatique ainsi que l'apparition et l'expansion des réseaux sociaux à travers le monde font revêtir au Crowdfunding une dimension nouvelle. En effet, c'est donc le développement du web 2.0²⁶ qui favorise la création des plateformes internet utilisées dans le financement participatif. Le web 2.0 met l'utilisateur (l'internaute) au milieu du web et se veut plus social et collaboratif. L'utilisateur passe de passif à actif et devient un acteur central qui peut partager ou publier des photos, des vidéos et laisser des commentaires sur ce que autres internautes publient.²⁷ Le web, troisième « w » dans le www ou world wide web, est une invention majeure qui favorise l'extension de l'internet sur la planète entière. L'internet s'est donc répandu et étendu grâce à l'usage d'un réseau de communication (web). Ce dernier est souvent confondu à être pareil à internet. Pour mieux comprendre comment l'internet et l'informatique ont, à travers le web 2.0, boostés le Crowdfunding, nous proposons les 7 principes²⁸ suivant du web 2.0 :

-Il est vu comme une plateforme de service : Il fournit des applications aux utilisateurs en passant d'une collection de sites web à une plateforme informatique à part entière ;

-Les internautes considérés comme Co-développeurs des applications : Il y a passage du concept de logiciel produit à celui du logiciel service ;

-Amélioration du service lorsque le nombre d'utilisateurs augmente : Il y a la mise en profit de l'effet de la longue traîne²⁹ ;

²⁶- Aussi connu comme web participatif, regroupe l'ensemble des techniques, fonctionnalités et usages ayant suivi la forme originelle du web, plus basé sur la simplicité et la sociabilité

²⁷- <https://emmanueldabo.files.wordpress.com/2015/01/le-web-2-0-expliqu3a9.pdf> consulté le 28/08/2019 à 11h24

²⁸- Véronique Mesguich, qu'est-ce que le web 2.0 ?, Info thèque pôle universitaire Leonard de Vinci, Journée Juriconnexion, 23 novembre 2006, p.4-5, PDF

²⁹ - C'est une expression souvent utilisée en matière de référencement naturel. Elle désigne donc les mots clés qui, pris isolément, attirent peu de visiteurs sur un site internet. Cependant, la combinaison de ces mots clés peut apporter une part essentielle au trafic total d'un site internet.

-La richesse est dans les données : Ceci envisage un mouvement des données libres s'opposant à l'univers des données propriétaires ;

-Tirer parti de l'intelligence collective : En vue d'une suprématie sur le marché, l'implication des utilisateurs dans le réseau est essentiel et important ;

-Mise en place des interfaces souples et légères : Elles sont basées sur les standards nouveaux et protocoles du web ;

-Le logiciel se libère du PC (Personal Computer) : Il se dirige vers les objets nomades avec tendance d'apparition du Mobtop (téléphones mobiles, etc.)

Vu le mode de fonctionnement du financement participatif, nul ne peut ignorer que l'internet et l'informatique, non seulement ils sont à l'origine de son expansion mais ils constituent le socle de l'existence des plateformes de Crowdfunding utilisées aujourd'hui dans le monde.

Section 2 : Evolution du Crowdfunding dans le monde.

Dans cette section, nous allons exposer le secteur du Crowdfunding à quelques-uns des leaders de ce secteur. Nous allons donner des statistiques récentes sur différents pays, d'abord en Amérique du Nord, puis en France, au Royaume-Uni et enfin en Finlande. Nous allons également donner un briefing sur le Crowdfunding en Afrique.

2-1- Amérique du Nord :

Depuis que Crowdfunding a trouvé l'essentiel de son soutien aux États-Unis, sans doute grâce au développement avancé du système bancaire et des achats en ligne, et d'autre part grâce à la nature entrepreneuriale de la culture elle-même. Les États-Unis ont été à l'avant-garde du financement participatif et c'est là où ils ont le plus évolué en termes de montant des investissements réalisés grâce au financement participatif.

L'Amérique du Nord est en tête du marché du financement participatif, avec plus de 375 plates-formes de financement participatif et de près de 9,4 milliards de capital levé en 2017.³⁰ Le marché nord-américain du financement participatif a enregistré une croissance de

³⁰ - <https://www.statista.com/topics/1283/crowdfunding/> consulte le 05/09/2019 à 12:00

145% en 2017, soit 9,4 milliards USD levés par l'intermédiaire de Crowdfunding au cours de cette année 2017.³¹

Le développement majeur du financement participatif réside dans le fait qu'il est déjà possible d'acheter des actions par le biais de plateformes de financement participatif, grâce à la « loi Jumpstart Our Business Startups (JOBS)». Aux États-Unis, Crowdfunding se situe ainsi au même niveau que les institutions financières traditionnelles et renforce sa position en tant que l'une des principales formes de financement des petites et moyennes entreprises. La loi sur l'emploi crée également un précédent qui pourrait pousser d'autres pays à suivre les États-Unis dans cette affaire.³²

Les plateformes de financement participatif les plus répandues aux États-Unis sont Kickstarter et Indiegogo. Les entreprises et l'entrepreneuriat ont représenté près de la moitié de l'ensemble des fonds collectés, tandis que la popularité du financement participatif dans l'immobilier a continué de croître. Les représentations sur la page suivante montrent les projets financés sur la plateforme Kick starter en 2016 et 2017 (par catégorie). En 2017, les catégories sont présentées en pourcentage.

³¹ - <https://www.crowd101.com/crowdfunding-success-statistics-raise-money-online/> consulté le 05/09/2019 à 8 :00

³²- [statistics-raise-money op.cit](https://www.crowd101.com/crowdfunding-success-statistics-raise-money-op.cit)

Tableau N°03 : Kickstarter par les nombres.

	Successfully Funded Projects	Total Crowdfunding Raised (millions USD)	Average Funded per Project	Average Success Rate (to mid-2015)
Art	1,798	\$14.8	\$8,231	42.0%
Comics	825	\$9.6	\$11,648	49.8%
Crafts	369	\$2.1	\$5,799	24.2%
Dance	416	\$2.7	\$6,490	63.9%
Design	1,715	\$96.7	\$56,385	33.6%
Fashion	996	\$22.8	\$22,892	24.5%
Film & Video	3,846	\$66.4	\$17,265	37.9%
Food	1,393	\$28.1	\$20,172	26.9%
Games	1,980	\$89.1	\$45,000	33.1%
Journalism	158	\$1.9	\$12,025	23.3%
Music	4,009	\$34.1	\$8,506	51.5%
Photography	540	\$6.8	\$12,593	29.6%
Publishing	2,064	\$21.8	\$10,562	29.8%
Technology	1,124	\$125.0	\$111,210	20.5%
Theater	1,019	\$8.2	\$8,037	61.2%
All Categories	22,252	\$530.1	\$23,824	37.2%

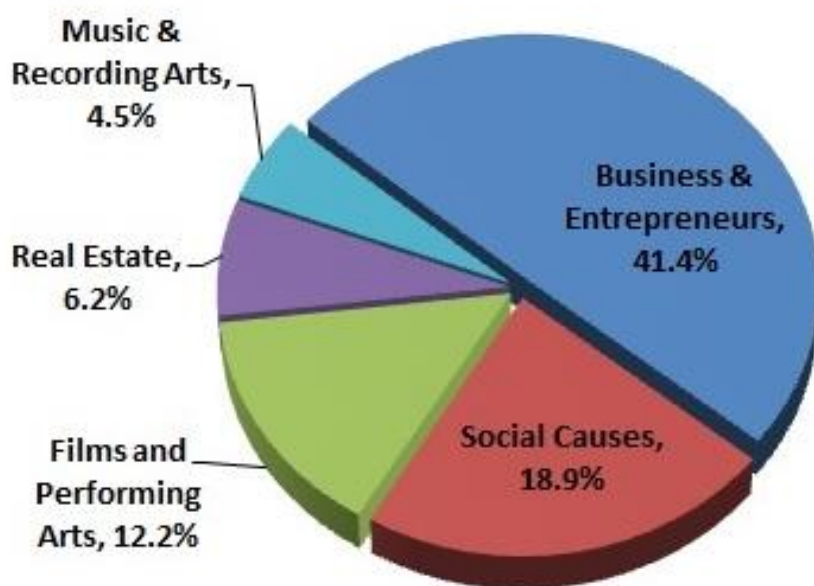
Source: Kickstarter year in review 2016

Les statistiques de Crowdfunding Kick starter montrent que plus de 22 000 projets ont été financés avec succès en 2016. Les films et vidéos et la musique dépassent de loin tous les autres projets en termes de projets réussis, mais les catégories Technologie et Design ont collecté plus d'argent par projet.

L'année dernière, plus de 3,3 millions de personnes dans le monde ont soutenu un projet sur Kick starter, dont 2,2 millions de nouveaux parrains. Plus de 1,9 milliard de dollars ont été collectés sur Kick starter à la mi-2015, avec un taux de réussite de 37% pour tous les projets.³³

³³ -statistics-raise-money op.cit

Figure N°02 : Statistiques de Crowdfunding par catégories 2017.



Source : Masssolution 2017

En 2017, parmi toutes les catégories financées, la catégorie Business Entrepreneurs est celle qui a reçue plus de la moitié de fonds collectés avec 41,4%.

2-2- France :

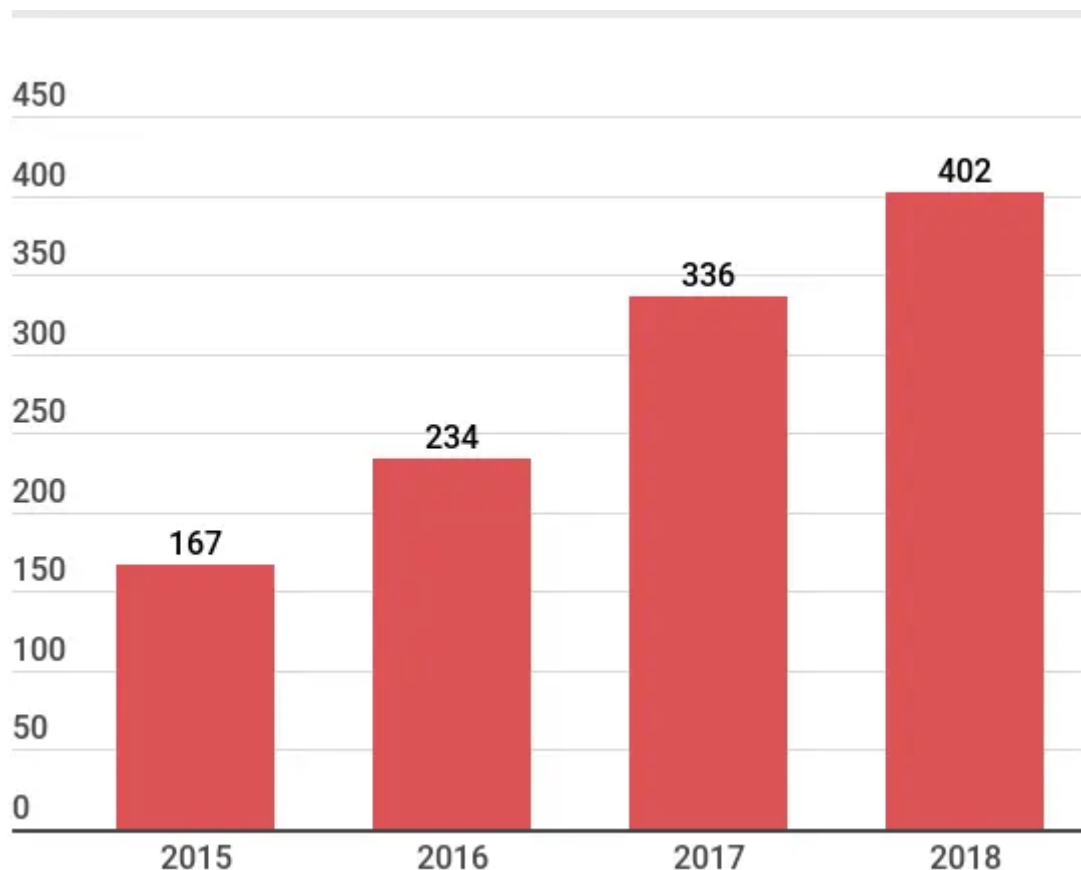
Le gouvernement français semble essayer de promouvoir l'environnement du financement participatif. La Banque française d'investissement a mis en place un site Web consacré aux Crowdfunding plateformes et aux projets français de financement participatif, créant ainsi un point de rassemblement pour le marché français du financement participatif.

Le directeur de l'innovation chez BPI France, Paul François Fourier, a également souligné que le Crowdfunding est maintenant une course dans laquelle les différents marchés européens se positionnent pour gagner.

La France est le plus grand marché d'Europe continentale, avec 336 millions d'euros en 2017 et avec 402 millions d'euros collectés par le secteur du Crowdfunding. « C'est 20% de plus qu'en 2017. Le rythme de croissance est cependant moins soutenu puisque la collecte globale avait augmenté de 43,6% entre 2016 et 2017. Au total, plus de 1,5 million de personnes ont permis de financer 33 381 projets (contre 24 126 en 2017). A noter qu'un

investisseur a pu réaliser une ou plusieurs souscriptions dans l'année ». ³⁴ Le nombre de plates-formes de financement participatif est également important, elles sont environ 170 plateformes en France. La figure ci-dessous montre les fonds collectés par le Crowdfunding en France entre 2015 et 2018.

Figure N°03 : Le Crowdfunding en France : les montants collectés (millions €).

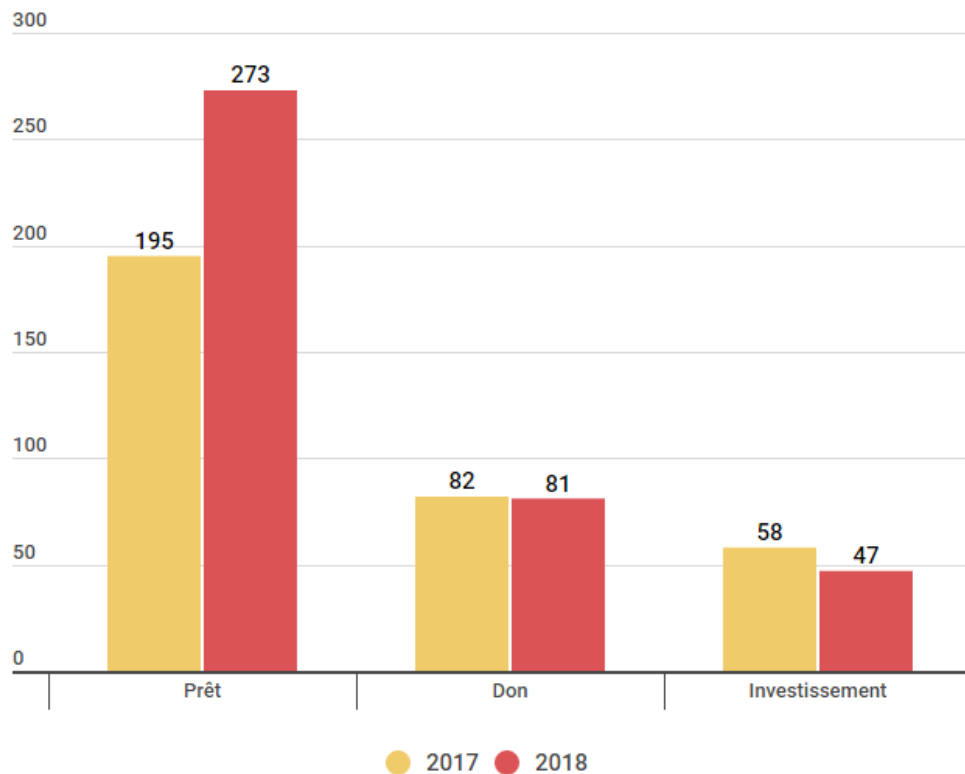


Source : KPMG/FPF 2018

La meilleure performance a été enregistrée dans le secteur du crowdlending en 2017. Les plateformes de prêt ont levé 273 millions d'euros, en hausse de 40% par rapport à 2016. Les sites de dons reculent de 2% par rapport aux fonds levés par rapport à 2017, pour un montant total de 81,5 millions d'euros. Crowdequity est en baisse de 19% avec un total de 45,9 millions d'euros, contre 57,5 millions d'euros en 2017. Le graphique sur la page suivante montre les fonds levés par différents types de financement participatif.

³⁴-<https://www.journaldunet.com/economie/finance/1196225-crowdfunding-definition-start-up-ulule-marche-de-l-immobilier/> consulté le 15/08/2019

Figure N°04 : Le Crowdfunding en France : le type de collecte en 2018 (millions €).



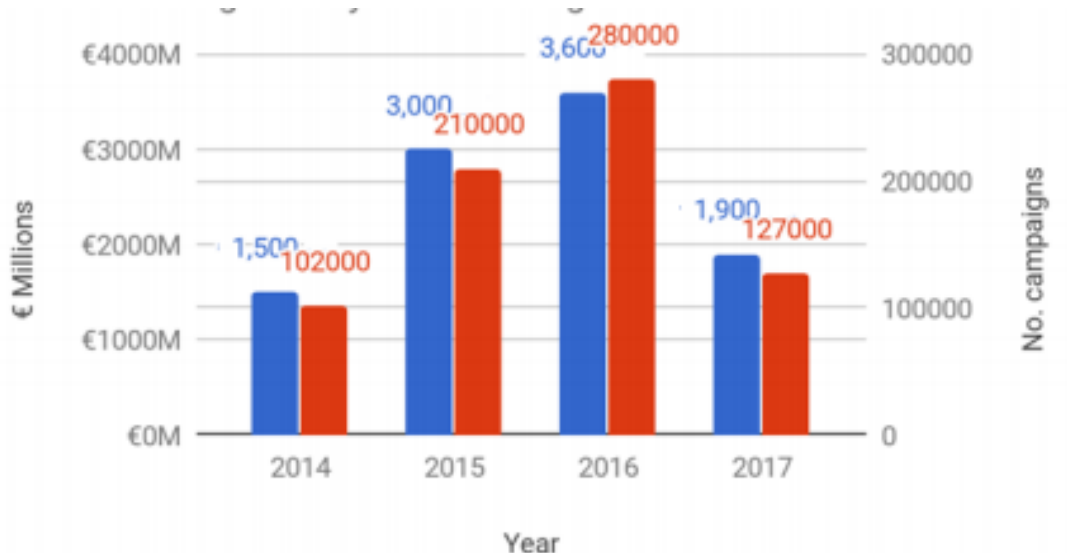
Source ; Baromètre KPMG/FPF 2018

2-3- Royaume-Uni :

L'annuaire CrowdingIn compte actuellement environ 65 plates-formes de financement participatif basées au Royaume-Uni. Il existe différents modèles de financement participatif (dons, récompenses, prêts et équité) et la plupart des plates-formes sont en mesure de proposer plusieurs modèles.³⁵ Le Royaume-Uni domine le paysage du financement participatif en Europe en termes de volume de marché par habitant. La figure suivante montre le montant collecté et le nombre de projets présentés en 2014 à 2017.

Figure N°05 : Activité de Crowdfunding au Royaume Uni entre 2014 et 2017.

³⁵ - <https://www.nesta.org.uk/blog/the-current-shape-of-crowdfunding-platforms-in-the-uk-1/> consulté le 16/08/2019



Source: <https://eurocrowd.org/wpcontent/blogs.dir/sites/85>

/2018/06/CF_FactSheet_UK_June2018.pdf consulté le 15/08/2019 à 14h20

Le financement participatif fondé sur les dons a augmenté de 507%, passant de 2 millions GBP en 2014 à 12 millions GBP en 2015. Le financement participatif en capital est le deuxième secteur qui connaît la plus forte croissance en hausse de 295%, passant de 84 millions GBP en 2014 à 332 millions GBP (y compris le financement immobilier) en 2015.³⁶

2-4-Finlande :

La popularité du financement participatif a rapidement augmenté depuis 2013. Le gouvernement a mené une enquête à la fin de 2013 pour déterminer la taille du financement participatif en Finlande. Selon le sondage, le Crowdfunding a suscité de grandes attentes. Il a été perçu comme un canal de financement rapide, efficace et flexible, en particulier pour les nouvelles entreprises et les entreprises innovantes.

« En Finlande, la taille du marché du financement participatif a plus que doublé entre

2015 (70,5 millions EUR) et 2016 (153,2 millions EUR), selon une enquête du ministère des Finances. La croissance devrait se poursuivre, selon les prévisions du ministère. D'après la dernière enquête de la Banque de Finlande la croissance s'est effectivement poursuivie. Le marché du Crowdfunding s'élevait à 246,7 millions d'EUR en 2017, ce qui

³⁶ -https://eurocrowd.org/wpcontent/blogs.dir/sites/85/2018/06/CF_Factsheet_UK_June2018.pdf consulté le 15/08/2019

représente un taux de croissance impressionnant de 61% par rapport à l'année précédente.
»³⁷

Le marché du Crowdfunding en 2017 peut être résumé comme suit :

-Financement participatif basé sur l'investissement: 63,0 millions d'euros
(augmentation de 51% en glissement annuel)

-financement participatif pour les entreprises: 75,8 millions d'euros (augmentation de
64% en glissement annuel)

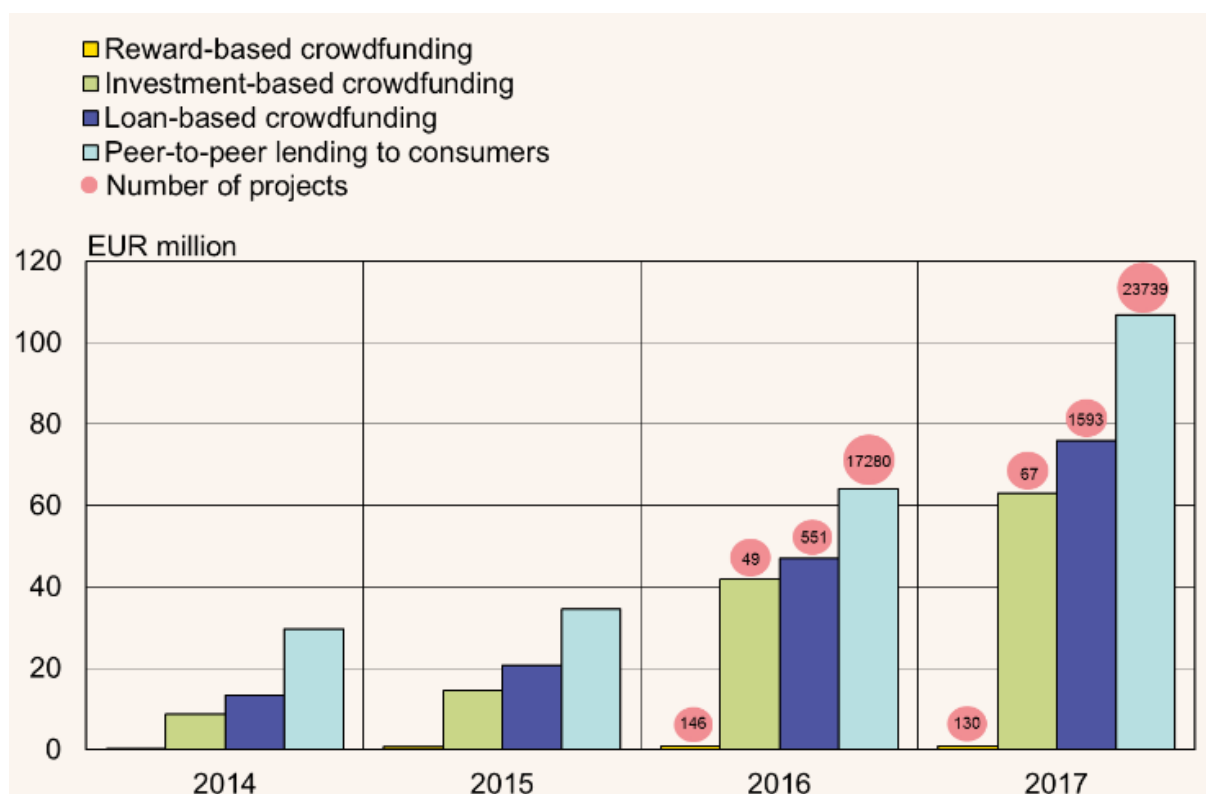
-prêts entre particuliers entre particuliers: 106,8 millions d'EUR (augmentation
annuelle de 67%)

-financement participatif par primes: 1,0 million d'euros (augmentation de 5% en
glissement annuel)

Les notions citées ci-haut s'appuie sur le tableau sur la page suivante :

³⁷- <http://www.altfinance.eu/issues/alternative-finance-in-finland-1-4-billion-altfin-in-france-in2018-fintech-summer-school-126434>consulté le 08/07/2019

Tableau N°04 : Taille des marchés du Financement Participatif en Finlande.



Source: Bank of Finland and ministry of finance 2017

Le gouvernement finlandais s'attend à ce que le marché du financement participatif se développe davantage. La loi sur le financement participatif, qui précise les droits et obligations des opérateurs du marché et des investisseurs, contribue à cette croissance. La loi sur le financement participatif a placé le financement participatif fondé sur les prêts et l'investissement dans la sphère des marchés financiers réglementés.³⁸

2-5-L'Afrique :

Le processus de financement participatif est inconnu de nombreux pays en développement et de nombreux pays africains ne font pas exception. La solidarité financière et la collecte de fonds communautaires sont profondément ancrées dans la culture et les traditions africaines. Partout en Afrique, les villages, les communautés locales, les tribus, les clans, les familles, les groupes d'entreprises et les particuliers créent des associations, souvent appelées « groupes d'entraide », qui regroupent leurs économies pour financer diverses causes

³⁸-<http://www.altfinance.eu/issues/alternative-finance-in-finland-1-4-billion-altfin-in-france-in2018-fintech-summer-school-126434>consulté le 08/07/2019

sociales et économiques. Ces «groupes d'entraide» sont appelés Harambees au Kenya ou Tontines dans certains pays d'Afrique de l'Ouest.³⁹

La mise en commun de fonds d'un grand nombre de personnes pour soutenir diverses initiatives n'est pas un concept étranger en Afrique. Ce qui est nouveau, Cependant, c'est la traduction du processus en ligne, sous sa forme actuelle de financement participatif en ligne, sur Internet ou sur les téléphones mobiles (par SMS). Dans certains pays africains, les Africains vivants à l'étranger envoient dans leurs pays d'origine plus de fonds que le montant total de l'aide étrangère reçue.

Le financement participatif en est à une phase relativement naissante en Afrique. Son développement en tant qu'option alternative de financement en ligne est entravé par: une faible pénétration de l'Internet, une faible utilisation des médias sociaux et des options de transfert de fonds et de paiement limitées dans la plupart des pays africains.

Un autre défi plus urgent pour les plates-formes de financement participatif basées en Afrique consiste à opérer dans un environnement commercial dépourvu de cadre juridique et réglementaire définissant les règles de financement participatif dans tous les pays africains. Et pour que le financement participatif apparaisse comme une alternative viable et évolutive aux financements publics et privés, il faut également sensibiliser le grand public au financement participatif.

Ces contraintes ne sont pas loin d'être insurmontables, car de plus en plus de plateformes de financement participatif sont en train d'être lancées en Afrique, et testent et ajustent les modèles commerciaux et les pratiques qui peuvent correspondre à la culture africaine de la collecte de fonds.⁴⁰

La figure sur la page suivante montre la relation entre les fonds collectés par les différentes startups dans différents pays.

³⁹- <https://www.forbes.com/sites/jonathanmoed/2018/08/02/a-new-model-for-investing-in-africa/#723dbc6f3a45>, consulté le 06/09/2019 à 12 :00

⁴⁰- <http://www.afrikwity.com>Afrikwity, « la plateforme d'Equity Crowdfunding pour les startups africaines » consulte le 23/09/2019

Figure N°06 : Nombre des startups financées et le fonds total levé en Afrique par pays.



Source: African tech startup funding in 2017 DISRUPT AFRICA

Le financement participatif en capital offre un investissement alternatif, démocratisant, et ce, de manière totalement interne, offrant aux résidents locaux la possibilité d'investir dans des entreprises enregistrées localement (et au-delà si la plateforme de financement participatif en capital est conforme aux exigences financières et juridiques d'autres pays).

Section 3 : Définitions, Caractéristiques et stratégies de PME.

Plusieurs définitions se rattachent à la notion de PME. La PME est un concept relativement flou, la première difficulté dans l'étude de celle-ci est sa définition. Lorsque on évoque l'expression PME, il n'y a pas la notion de seuil, ni la notion de dimension qui se profile, donc il y a aucune définition universelle qui fait l'unanimité, qui serait la même dans tous les pays, pour la simple raison que souvent les PME sont définies dans les textes législatifs ou réglementaires à l'occasion de dispositif fiscal ou de politique économique spécifique à chaque pays. Donc il y a l'usage des différents paramètres pour distinguer les PME dans les différents secteurs comme l'agriculture, l'industrie manufacturière, le commerce, le transport ou autres services. Nous allons donner quelques définitions pour mieux cerner la notion des PME.

3-1-Définitions des PME :

-Selon P.A Julien : la définition est la suivante : « *elle est avant tout une entreprise juridiquement, sinon financièrement indépendante, opérant dans des secteurs primaires, manufacturiers ou des services, et dont les fonctions de responsabilités incombent le plus souvent à une personne en général seul propriétaire du capital* »⁴¹. L'entreprise qui se développe dans un environnement en relation avec des partenaires qui lui permettent d'avoir une existence juridique et financière sur un marché, et qu'elle n'est pas seulement un modèle réduit de la grande entreprise. Elle exerce dans divers domaines passant de l'artisanat aux activités de technologies simples ou complexes et se référant à un seul dirigeant et détenteur de pouvoir qui est aussi le propriétaire du capital.

-Selon Léon Gingembre : Il en donne une définition comme suit : « *les petites et moyennes entreprises sont celle qui sont exploitées par des patrons qui risquent dans leur affaire leurs propres capitaux, qui exercent sur ces affaires une direction administrative et technique effective et qui ont des contacts directs et permanents avec leurs personnels. De façon plus claire et schématique, la petite et moyenne entreprise est à l'échelle de l'homme dans laquelle toutes les responsabilités financières, techniques, économiques et sociales sont exercées directement par l'exploitant* »⁴². Pour Gingembre, le dirigeant d'une PME est à la fois, le directeur et le preneur des décisions vues qu'il est l'apporteur du capital investi dans l'activité et qu'il est en relation directe avec son personnel, il n'y a pas de délégation de pouvoir ou d'intermédiaire entre le patron et les employés.

-Selon l'Union européenne :

« *La commission européenne fournit une définition des PME dans sa recommandation 2003 /361/CE entrée en vigueur le 01 janvier 2005. La catégorie des PME est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros ou dont le total du bilan annuel n'excède 43 millions d'euros. Dans la catégorie des PME, on distingue les micros, petites et moyennes entreprises en fonction des seuils d'effectifs et financiers suivants* ».⁴³

⁴¹- Julien Pierre-André et Marchesnay. Michel, « la petite entreprise » Ed Vuibert, Paris, 1996, p56.

⁴²- Guillaume Sylvie, « Léon Gingembre défenseur des PME », Vingtième Siècle. Revue d'histoire n°15, 1987, p72

⁴³- Christian Paquay « PME & stratégie » 2^e édition, p9

Tableau N°05 : Classification des PME selon l'effectif, chiffres d'affaires et total du bilan.

Catégorie d'entreprise	Effectifs: unités de travail par an (UTA)	Chiffre d'affaires annuel	OU	Total du bilan annuel
Moyenne	< 250	≤ 50 millions d'euros	OU	≤ 43 millions d'euros
Petite	< 50	≤ 10 millions d'euros	OU	≤ 10 millions d'euros
Micro	< 10	≤ 2 millions d'euros	OU	≤ 2 millions d'euros

Source : Guide de l'utilisateur pour la définition des PME 2015

- Les micros entreprises sont définies comme des entreprises qui emploient moins de 10 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan annuel n'excède pas 2 millions d'euros.

- Les petites entreprises sont définies comme des entreprises qui emploient moins de 50 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan annuel n'excède pas 10 millions d'euros.

- Les entreprises de taille moyenne sont définies comme des entreprises qui emploient moins de 259 personnes et soit ont un chiffre d'affaires annuel qui ne dépasse pas 50 millions d'euros, soit un bilan annuel qui n'excède pas 43 millions d'euros.

- Selon les pays⁴⁴ :

Vue la diversité des définitions sur le concept PME, toute idée ou tentative de définition universelle a été abandonnée, pour laisser libre champ à chaque pays selon ses conditions de déterminer une définition de la petite et moyenne entreprise. La différence de la

⁴⁴- https://fr.wikipedia.org/wiki/Petite_ou_moyenne_entreprise consulté le 30/08/2019, à 12:40

taille de l'économie à l'échelle internationale, laisse apparaître un écart majeur entre les pays développés et les pays sous-développés en termes de définition.

-Aux Etats Unis :

Comme le souligne le « Small Business Administration », une PME est celle qui emploie moins de 500 salariés, le chiffre d'affaire doit être inférieur à 50 millions de Dollars dans le secteur des services, de 13,5 dans le commerce et 17 millions de Dollars dans la construction et enfin, 9 millions de Dollars dans le secteur primaire (agriculture).⁴⁵

- Au Canada :

Au Canada, une petite ou moyenne entreprise (PME) ne doit généralement pas employer plus de 500 personnes, ne doit pas avoir un actif supérieur à 25 millions de dollars et ne doit pas être détenue à plus de 25 % de son capital par une entreprise de plus grande importance.

- Au Maroc :

Au Maroc, il n'y a pas non plus de définition légale et officielle de la PME. À l'instar des institutions internationales, la sous-commission chargée de la PME dans le cadre du Plan de Développement Économique et Social 2000-2004, a retenu les critères suivants pour la définition : Moins de 200 personnes comme effectif employé, un chiffre d'affaires inférieur à 4 millions de DH en phase de création, à 20 millions de DH pour la phase de croissance et à 50 millions de DH pour la phase de maturité.

- En Tunisie :

En Tunisie, le Conseil du Marché Financier a proposé une définition des PME à travers son communiqué n° 2588 du Mercredi 03 Mai 2006. Cette définition se repose sur deux critères qui sont les actifs immobilisés nets et l'effectif de l'entreprise. Selon ce communiqué, sont considérées comme petites et moyennes entreprises, les entreprises qui vérifient à la fois les deux conditions suivantes :

-Les actifs immobilisés nets ne dépassent pas les quatre millions de dinars

-L'effectif total de l'entreprise est en dessous de 300 personnes.

⁴⁵- www.sba.gov/content/what-sbas-definition-small-business-concern -consulté le: 04/09/2019 à 12 :00

3-2- Caractéristiques des PME ⁴⁶ :

Dans cette partie, nous allons nous concentrer sur les caractéristiques de pme. Nous allons donner les éléments qui les différencient des grandes entreprises et leur donner un avantage concurrentiel dans leurs domaines respectifs.

-La centralisation de la gestion :

On peut même parler de personnalisation de la gestion en la personne du propriétaire-dirigeant dans le cas de toutes petites entreprises, il y a la simplicité et la rapidité du processus de gestion. Mais on peut aussi retrouver une forte centralisation dans des moyennes entreprises de différents secteurs.

-La faible spécialisation de travail :

La direction met en place plusieurs tâches et les employés sont généralement polyvalents. En effet, l'exécution des tâches se fait par une interaction indirecte entre les individus et ou la communication se fait généralement de manière informelle.

-Une stratégie intuitive ou peu formalisée :

Pour les grandes entreprises, on doit préparer des plans relativement précis et les actions à venir pour que toute la direction puisse s'y référer, dans les petites entreprises le propriétaire-dirigeant est suffisamment proche de ses employés clés pour leur expliquer, au besoin, tout changement de direction.

-Un système d'information interne simple ou peu organisé. :

Les très grandes entreprises sont obligées de produire leur propre journal pour diffuser l'information générale de l'entreprise. Les grandes entreprises doivent mettre sur pied tout un mécanisme formel permettant la circulation d'informations tout en minimisant le bruit et en favorisant le contrôle. Pour le petites, il y a une diffusion rapide d'informations entre la direction et les employés. Les petites organisations fonctionnent par dialogue ou par perception directe.

-Un système d'informations externe simple :

Dans les entreprises artisanales, le propriétaire-dirigeant peut discuter directement avec ses clients tant pour connaître leurs besoins et leurs goûts que pour expliquer différents

⁴⁶ - Julien. P-A et Marchesnay. M. opt cit, 1996, p57.

aspects du ou des produits. La grande organisation doit commander des études de marché coûteuses et complexes qui, souvent d'ailleurs, finissent par influencer la stratégie alors que la réalité a déjà changé. Une PME n'a pas besoin d'une étude de marché compliquée. Les entrepreneurs attentifs captent rapidement les informations à la moindre agitation du marché, étant donné que son marché est souvent géographiquement proche.

-La recherche d'un environnement stable malgré l'accélération du changement :

Vu le faible poids d'une PME dans son environnement et face à l'aversion du risque de la majorité des dirigeants, les PME s'y adaptent par la recherche d'un créneau. Les PME sont liées à l'idée de la concurrence. Elles ne mettent presque pas des barrières à l'entrée et à la sortie. D'où l'arrivée des nouvelles PME et aussi disparition de plusieurs qui sont moins efficaces.

-L'entreprise de petite taille possède une faible capacité de financement :

Suite à l'absence des garanties, les PME trouvent des difficultés pour obtenir les crédits bancaires. La majorité des PME ne remplissent pas les conditions requises pour intervenir sur le marché boursier.

-Faible maîtrise de la technologie :

Ce qui explique leurs vocations et leurs concentrations dans les secteurs nécessitant peu de technologie, mais beaucoup plus le facteur travail.

-Une capacité d'adaptation aux changements :

Une petite entreprise n'est pas une version réduite des grandes entreprises. Les grandes et les petites entreprises diffèrent les unes des autres en termes de structures organisationnelles, de réponses à l'environnement, de styles de gestion et, plus important encore, de la manière dont elles concurrencent d'autres entreprises. Elles sont plus flexibles parce que leur taille et leur structure sont simplifiées. Ils auront une plus grande capacité d'adaptation aux changements.

Les définitions sur la PME sont différentes d'une nation à une autre, et d'un auteur à un autre, ce qui permet de garder ce concept dans un état en constante évolution afin d'y apporter une vision plus universelle et plus précise. Donc c'est difficile d'avoir une définition universelle.

3-3- Les stratégies des PME :

Dans cette partie, nous allons expliquer les différents types de stratégies utilisées par les PME. Nous allons commencer par la stratégie de financement et suivies par la stratégie de gouvernance. Dans la dernière partie nous allons expliquer la stratégie de l'organisation et structure de PME.

3-3-1- La stratégie de financement de PME :

Les PME jouent un rôle très important tant au niveau social qu'au niveau économique. Pour survivre, ces entités ont besoin d'un financement adéquat et d'un accompagnement continu. Pour couvrir leurs besoins de fonds, les PME peuvent faire appel à des ressources internes constituées essentiellement de capital social, l'autofinancement et l'emprunt bancaire qui constitue la source de financement la plus importante pour cette catégorie d'entreprises (Financement externe). Le PME faire appel aussi le financement sur les marchés financiers. Nous allons brièvement parler aussi d'autre source de financement pour le PME qui est le Crowdfunding.

3-3-1-1-Capital social :

Le capital social est défini comme étant la valeur d'origine des éléments mis à la disposition de l'entreprise d'une manière permanente par le propriétaire ou par les associés, sous forme d'apports en espèces ou en nature.

L'apport de capital par les associés s'effectue :

- A la création de l'entreprise : c'est l'exigence dictée par l'objectif de la constitution du capital social de la société.
- Au cours de la vie de l'entreprise : c'est un moyen d'accroître les ressources stables, ainsi que la capacité d'emprunt. Il s'agit de l'augmentation de capital.

Le capital social joue un double rôle :

- Il forme une ressource stable permettant de financer les investissements
- Il constitue une garantie pour les prêteurs car il ne peut être remboursé sauf en cas de dissolution de la société.

L'augmentation de capital social consiste à demander aux associés ou actionnaires d'effectuer de nouveaux apports en espèces ou sous forme de biens, l'accroissement de capital permet de financer le développement de l'entreprise ou en cas de perte, de rétablir une situation financière saine.

3-3-1-2-L'autofinancement :

Selon le code général de normalisation comptable (C.G.N.C), l'autofinancement constitue le surplus monétaire généré par l'entreprise et conservé durablement pour le financement de ses activités. En effet, il s'agit de financer des projets de l'entreprise en décidant d'épargner d'une partie ou de l'intégralité des bénéfices. L'autofinancement représente la différence entre la capacité d'autofinancement et les dividendes distribués au cours de l'exercice. Sur le plan stratégique, l'autofinancement donne aux entreprises le libre choix d'investissement. Tandis que financièrement, la minimisation du recours à l'endettement permet aux entreprises d'améliorer leur rentabilité en diminuant les charges financières. Toutefois, un autofinancement trop élevé peut conduire à la mise en œuvre d'investissements inutiles, comme il peut amener l'entreprise à réduire l'endettement pouvant améliorer la rentabilité des fonds propres grâce au phénomène de l'effet de levier⁴⁷

3-3-1-3-Le financement bancaire :

En plus de leurs sources internes, les PME peuvent se financer également en recourant à la banque. Cependant, le recours à l'emprunt bancaire est en forte relation avec la capacité du remboursement et d'endettement et le risque encouru par le prêteur.

Actuellement, les banques proposent des emprunts bancaires qui se différencient par les durées, les modalités de remboursement, les taux d'intérêts, les garanties, les conditions de remboursement. Ainsi, on distingue généralement deux grandes catégories de crédits bancaires :

A- Les crédits d'exploitations (crédit à court terme) :

Le crédit à court permet le financement des besoins courants et d'exploitation de l'entreprise, il est d'une durée inférieure à deux ans. Il permet aux entreprises de couvrir en temps leurs besoins de trésorerie, en finançant l'actif circulant du bilan, plus précisément les valeurs d'exploitation et/ou réalisables. Il sert généralement à lui procurer des liquidités de façon à pouvoir assurer des paiements à court terme, dans l'attente du recouvrement de créances facturées.

On distingue généralement deux grandes catégories de crédit d'exploitation :

⁴⁷-c'est une mesure comptable qui permet aux actionnaires et associés de l'entreprise de mesurer à quel point ils peuvent accepter l'endettement, c'est-à-dire la dégradation du ratio de solvabilité

- Les crédits par caisse : c'est une avance en compte courant. Le crédit de caisse donne donc la possibilité à un client de rendre son compte débiteur pendant une certaine durée (habituellement courte). Les formes habituelles du crédit par caisse sont la facilité de caisse et le découvert. Le crédit de caisse est souvent considéré par les banques comme un crédit risqué, puisque non adossé à des garanties spécifiques.

- Les crédits par signature: Le crédit par signature est un engagement donné par une banque pour le compte de son client auprès d'un ou de plusieurs tiers. La banque s'engage à satisfaire, moyennant commissions, aux obligations contractées par son client si celui-ci n'y satisfait pas. Le crédit par signature est sans décaissement immédiat pour la banque qui prend néanmoins le risque de se faire actionner par un tiers en cas de défaillance de son client.

B- Les crédits d'investissements (crédit à long terme):

Le crédit à moyen terme est destiné au financement des investissements de différentes natures. Il est qualifié d'une durée comprise entre 2 à 7 ans, quant au crédit à long terme il est d'une durée comprise entre 7 et 20 ans, et il sert à financer les investissements de longue durée.

3-3-1-4-Le financement sur le marché financier :

Le marché financier est défini comme étant : « Le marché financier est le lieu d'émission et de négociation des titres à long terme mobilisant l'épargne nationale et internationale et de toutes les opérations destinées à faciliter et à accompagner cette mobilisation ». ⁴⁸

Le marché financier présente deux compartiments qu'il convient de distinguer : le marché primaire et le marché secondaire dont les fonctions sont différentes et complémentaires.

A- Le Marché primaire :

Le marché primaire appelé communément « marché du neuf », est le marché concerné par les émissions de nouveaux titres. Il met en relation des sociétés telles que des entreprises, des collectivités, des Etats, qui vont, pour se financer, émettre des actions ou obligations à destination d'agents à capacité de financement qui consentiront à investir dans ces produits financiers moyennant une rémunération.

⁴⁸ - De Mourgues M, « La monnaie, système financier et théorie monétaire », 3eme édition, édition Economica, Paris, 1993, P210.

B-Le marché secondaire :

Une fois l'étape du marché primaire franchie, les titres peuvent la plupart du temps se renégocier sur le marché secondaire. Le marché secondaire est celui sur lequel s'échangent des titres déjà émis une première fois. Comme son nom l'indique, est destiné aux « secondes mains et plus ». Sur ce marché varient donc les cours des valeurs échangées,

Le financement via le marché financier présente de nouvelles opportunités de développement et croissance pour les PME. Ce moyen de financement peut s'avérer également avantageux car une fois cotée, l'entreprise, qui doit répondre aux conditions de transparence et d'information financière, peut lever des fonds autant de fois que nécessaire pour financer son investissement et développer son activité, via des augmentations de capital ou encore des emprunts obligataires.

Cependant, ce n'est pas facile pour les PME car cela représente un coût élevé. En fait, la société doit être bien préparée avant d'entrer sur le marché boursier. Il faut du temps pour s'adapter aux différents changements du marché boursier.

3-3-1-5-Le financement par le Crowdfunding :

Les PME peuvent également chercher des fonds via d'autres canaux comme le Crowdfunding. Selon leurs besoins, elles peuvent s'adresser à des plates-formes de financement participatif en don ou en actions. Alors que les plates-formes de financement en dons et en prêt sont celles qui financent le plus grand nombre de projets, celles d'equity-Crowdfunding (c'est-à-dire le financement participatif par actions) ont pour avantage de raccourcir le délai de la levée de fonds. Il n'est pas rare qu'elles soient terminées en un ou deux mois.

3-3-2- La stratégie de gouvernance dans une PME:

Les PME sont reconnues pour leur efficacité. Celles qui connaissent une croissance rapide et importante sont même reconnues pour être des gazelles. Des structures souples, parfois inexistantes, la proximité des marchés et des parties prenantes internes et externes, la centralisation du pouvoir et du processus de décision autour du propriétaire-dirigeant, l'implication des membres de la famille dans la gestion ou dans la propriété de l'entreprise, la

capacité à s'organiser avec peu de ressources sont quelques caractéristiques qui distinguent les PME des plus grandes organisations.⁴⁹

Pour les PME, la gouvernance (ou gouvernement d'entreprise) pourrait mieux se définir comme les "procédure et structure utilisées pour diriger et gérer les affaires tant internes que commerciales de l'entreprise dans le but d'en augmenter la valeur à long terme pour les investisseurs et d'en assurer la viabilité financière". Gouvernance, conseil d'administration, administrateurs : ces mots sont habituellement associés à de grandes entreprises ou à des sociétés inscrites en Bourse. Pourtant, les PME et autres sociétés privées ont tout intérêt à adopter les pratiques de bonne gouvernance.

« Les entreprises qui veulent aller loin, se développer, grandir, aller à l'étranger, bâtir quelque chose de solide et créer de la valeur vont progresser davantage dans un cadre de gouvernance »,⁵⁰

3-3-2-1-Les avantages de la bonne gouvernance :

Plus une entreprise grandit, plus elle a besoin des structures. La mise en place de bonnes pratiques de gouvernance permet de poser les bases pour la croissance future de l'entreprise. Une PME profitera de la présence d'un conseil qui pose les questions qui doivent être posées et contribue à l'élaboration des stratégies de la PME, les avantages de la gouvernance sont :

-La PME peut compter sur les conseils de gens expérimentés, dont l'expertise complète celle des dirigeants.

-La mise en place de systèmes de contrôles et de processus rend l'organisation plus efficace et la prépare à croître ou à affronter de nouveaux défis ou marchés.

-La gouvernance apporte rigueur et organisation, notamment quand il s'agit de discuter des défis de l'entreprise et de ses plans, afin d'augmenter sa valeur et assurer sa pérennité.

⁴⁹- <https://www.lesaffaires.com/dossier/la-gouvernance-dans-tous-ses-etats/une-bonne-gouvernance-c-est-aussi-pour-les-pme/567674>. Consulté le 11:10am, à 05/07/2019

⁵⁰- <https://www.lesaffaires.com/dossier/la-gouvernance-dans-tous-ses-ats/une-bonne-gouvernance-c-est-aussi-pour-les-pme/567674> op.cit.

-Adhérer à de bonnes règles de gouvernance donne confiance aux prêteurs et investisseurs. Cela facilite aussi le recrutement de dirigeants solides et peut contribuer à donner confiance à l'acheteur au moment de la vente de la PME.

3-3-3- Stratégies d'Organisation et structure de PME :

Toute entreprise est régie par des éléments qui lui permettent d'exister et de pratiquer son activité. Ces éléments ne sont rien d'autre que l'organisation, la structure et les mécanismes de coordination que l'entreprise utilise pour assurer son activité au quotidien. Le fonctionnement de l'organisation et son ajustement sont devenus des facteurs importants pour juger la performance des entreprises.⁵¹ Quant aux choix d'une structure, cela lui permet d'atteindre ses objectifs, et ce, en arrangeant ses différentes unités sous forme de services, fonctions ou sous-systèmes et d'y identifier les mécanismes adéquats pour permettre la collaboration entre ces unités⁵². Dans cette partie, nous allons revenir sur les concepts qui reviennent couramment lorsqu'on parle d'une entreprise à savoir : l'organisation, la structure et la configuration des éléments qui la constituent.

3-3-3-1-L'organisation :

Une organisation est formée par quatre phénomènes interdépendants : la structure sociale, la structure physique, la culture et la technologie, le tout situé dans un environnement avec lequel elle interagit⁵³.

-La structure sociale : englobe tous les hommes et toutes les femmes qui activent au sein de l'entreprise pour assurer la réalisation des tâches au quotidien.

-La structure physique : englobe l'ensemble des éléments matériels (équipements, bâtiments, etc.) et ce qui ressort de la distribution dans l'espace (localisation, flux de matières et d'énergies, etc.).⁵⁴

-La culture : est un ensemble de valeurs, de croyances, de symboles et de pratiques qui définissent la manière dont une entreprise réalise ses activités.⁵⁵

⁵¹ - Livian Yves-Frédéric, « Organisation, Théories et pratiques, 3^e édition », Dunod, Paris, 2005, p 1

⁵² - Ricket. X, « Economie d'entreprise », Hachette, Paris, 2001, p 35.

⁵³ - Hatch. M-J, Cunliffe. A-L, « Théorie des organisations, de l'intérêt de perspectives multiples, 2^e édition », De Boeck, Bruxelles, 2009, P 65

⁵⁴ - Levian. Y-F, op cit, p 54.

⁵⁵ - Mercier. S, « l'Ethique dans les entreprises, 2^e édition », Repères, n°263, La Découverte, 2004.

-La technologie : c'est l'ensemble de moyens qui permettent à l'entreprise d'améliorer sa performance au quotidien (procédés, techniques, etc.)

-L'environnement : est un espace composé de nombreux acteurs (concurrents, clients, fournisseurs, État, etc.) avec lequel l'entreprise interagit et vis-à-vis duquel elle réagit.

3-3-3-2-La structure de la PME

Le succès et la réussite d'une entreprise ne répond pas seulement aux compétences du personnel ou de celles de son dirigeant. La structure organisationnelle joue un rôle important aussi au sein de l'organisation. Elle constitue un des principaux facteurs de compétitivité de la PME. Elle définit les relations hiérarchiques et fonctionnelles entre les divers collaborateurs. Il s'agit de la répartition des responsabilités et du mode de communication interne à l'entreprise. Elle va permettre à l'entreprise notamment à la PME de bien coordonner ses actions et de simplifier ses tâches.

L'importance dans le choix de la structure réside dans la relation stratégie- structure, mais le choix de la structure est aussi fonction de l'environnement dans lequel il se trouve et du contexte dans lequel il opère. Il y a deux types de structures, l'une organique qui repose sur un faible degré de formalisation et des règles adaptées aux environnements instables. L'autre, mécaniste très formalisée et hiérarchisée adaptée aux environnements stables.

Le fait que les PME évoluent dans un environnement instable et font recours à des technologies simples, réduit largement l'efficacité de l'organisation mécanique. Il existe divers types de structures mais il n'existe pas du moins, dans la réalité, de modèle idéal valable pour toutes les PME. ⁵⁶ En référence des caractéristiques de PME citées précédemment, nous concluons également que ce ne sont pas toutes les structures qui peuvent être appliquées à une PME.

Nous pouvons dire qu'il existe deux types de structures qui peuvent s'adapter aux spécificités de la PME, qui sont la structure fonctionnelle et la structure entrepreneuriale.

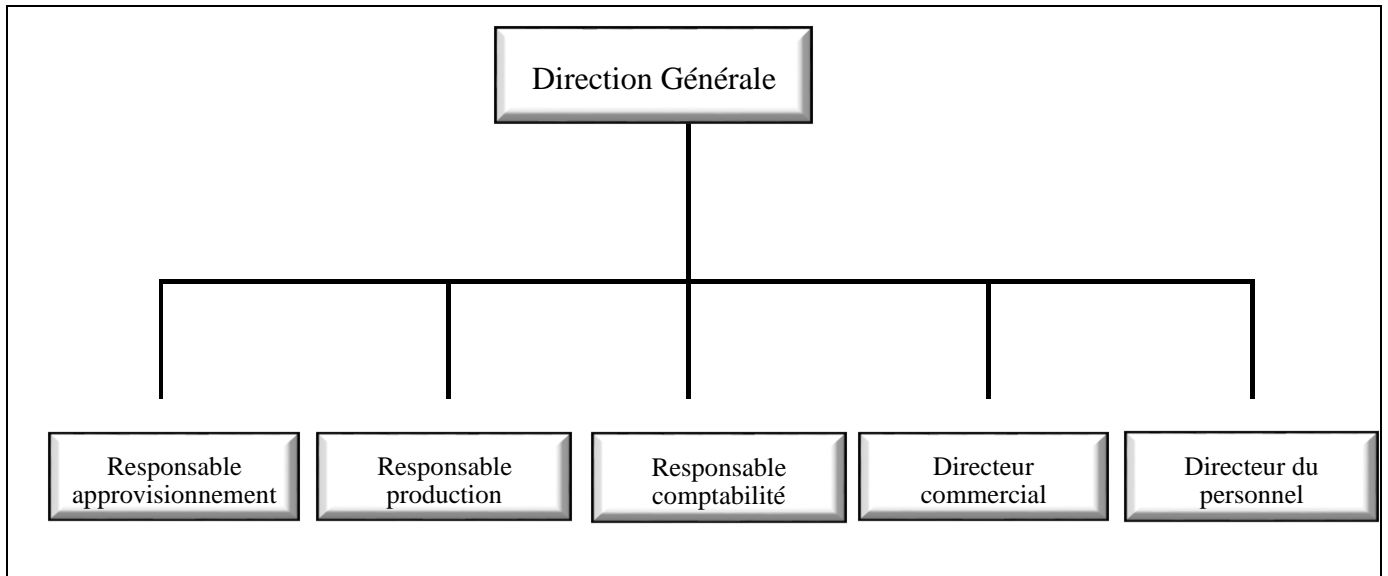
A- La structure fonctionnelle :

Cette structure est aussi appelée structure en « U », qui provient du terme « Unitary ». L'origine du terme fonction est liée au critère de découpage de l'entreprise en activités ou en

⁵⁶ - Derray. A, Lussealt. A, « Les structures d'entreprise », Ellipses, Paris, 2006, p 27.

unités (production, commercialisation, comptabilité, etc.).⁵⁷ L'organigramme qui suit est une représentation de la structure fonctionnelle.

Figure N°07 : La structure fonctionnelle :



Source: KALIKA. M, HELFER. J-P. ORSONI. J, «Management, stratégie et organisation, 8ème édition », Vuibert, Paris, 2010. p 320.

Dans ce type d'organisation, la direction générale connaît et suit toutes les opérations qui parcourent l'entreprise vu sa simplicité de fonctionnement. Par ailleurs, cette structure convient autant à une PME qu'à une entreprise mono-productrice ou à faible différenciation des produits.

B- La structure entrepreneuriale :

Appelée aussi organisation personnalisée, elle est connue pour être la forme la plus simple en terme de structure. La direction est l'axe majeur autour duquel les autres activités tournent. En étant au centre de l'organisation, elle entretient des relations avec l'ensemble du personnel.

Les procédures et les liaisons entre les unités sont peu formalisées et la coordination n'est pas vraiment nécessaire vu que le champ d'intervention des agents est volontairement imprécis. Dans ce contexte, le privilège est donné aux relations personnelles (Proximité personnel-dirigeant). Du fait de ce privilège, le personnel est motivé par un climat de

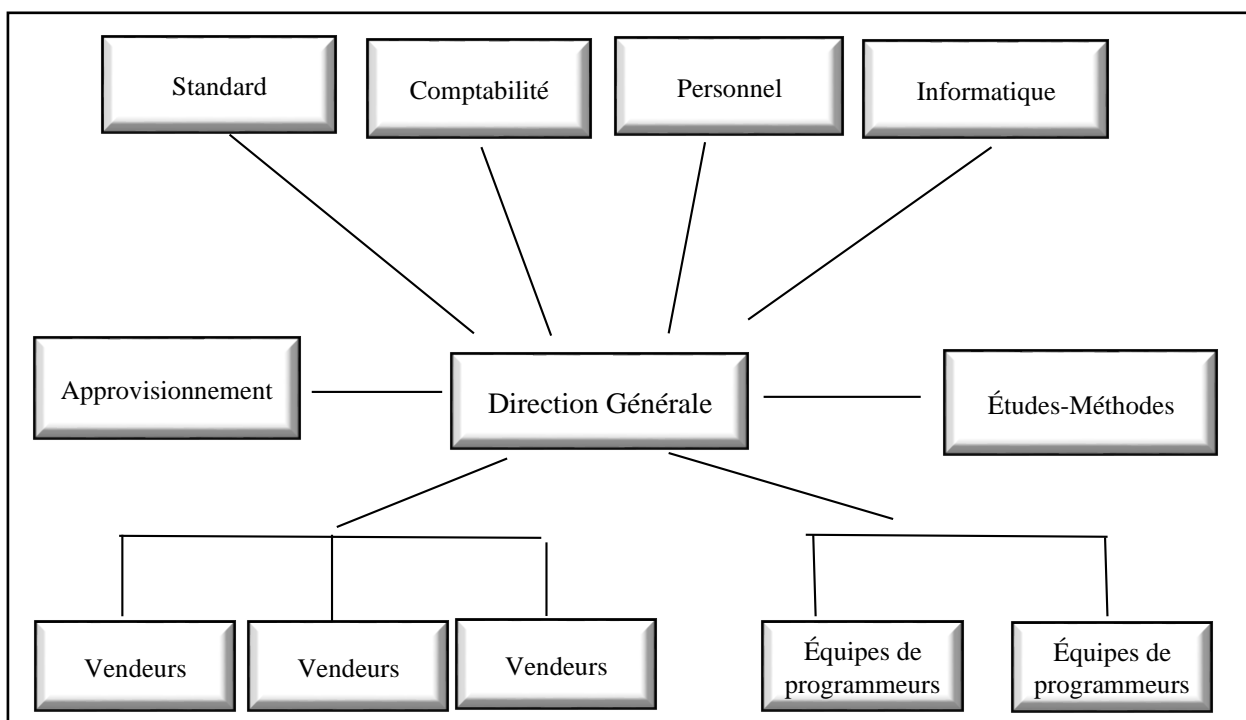
⁵⁷ - Livian. Y-F, op cit, p 99

confiance. Les problèmes rencontrés par l'entreprise sont tous réglés par le dirigeant, grâce à cette centralisation et au faible niveau de formalité, elle devient plus souple et flexible, ce qui lui permet de s'adapter beaucoup plus facilement aux changements.

Le management d'une telle entreprise repose sur des qualités de leadership qui permettront au dirigeant de superviser, contrôler et coordonner les différentes opérations. Cela dit, dans de nombreux cas, le dirigeant-proprétaire désire accomplir tout de lui-même, et, inévitablement, une erreur peut vite arriver.

On retrouve en général ce type de structure au sein des magasins de détail, des cabinets-conseils, des start-up et des PME. La figure ci-après démontre comment elle se construit :

Figure N°08 : La structure entrepreneuriale :



Source: KALIKA, HELFER, ORSONI, Op Cit., p 318.

En plus de jouir d'une forte flexibilité/réactivité et d'une motivation du personnel⁵⁸, la structure présente aussi l'avantage d'être peu couteuse. Mais en parallèle, elle connaît

⁵⁸ - Derray. A, Lusseau. A, op cit. p 39-40

certaines limites liées à la fois à la forte dépendance vis-à-vis du dirigeant et au manque de cadres compétents pour une spécification des activités.

Conclusion du chapitre I :

À travers ce chapitre où sont décrites et énumérées les notions générales sur les PME et le Crowdfunding, nous comprenons que les PME jouent un rôle très important au niveau social et économique d'un pays. Pour survivre, elles ont besoin d'un financement convenable et d'un accompagnement continu. En effet, nous avons essayé de présenter les principales modalités de financement pour les PME et pour plusieurs raisons, le financement bancaire a toujours occupé une place importante dans la survie des PME. Par contre de nos jours, suite aux différentes crises financières et les règles prudentielles (les accords de Bale), les banques qui furent les plus à même d'accompagner les PME autrefois rencontrent des difficultés à octroyer des crédits.

Les PME n'ont seulement pas besoin d'un financeur, mais aussi besoin d'une entité ou d'un partenaire pouvant les accompagner, les conseiller et à supporter et gérer une partie des risques. Face à cette situation, seul le financement participatif semble venir au secours des PME.

Il existe donc une bonne affinité et correspondance entre ces deux entités (PME et crowdfunding) en matière de financement car la structure, la taille, l'organisation, les caractéristiques et les stratégies des PME coïncident avec les objectifs poursuivis par le financement participatif. En ce dernier, les PME voient leurs activités (d'exploitations et d'investissements) obtenir un financement assuré.

Introduction du chapitre II:

Ce chapitre est composé de trois sections :

La section (1) portera sur le fonctionnement du financement participatif. Nous allons voir comment les PME et les entrepreneurs préparent la campagne de financement, montrer comment les plates formes analysent et sélectionnent les projets ainsi que le lancement de la campagne de collecte des fonds. Enfin nous verrons ce qui se passe après la phase de financement.

La section (2) sera abordée en deux volets. D'une part, nous allons donner les types ou les modèles existants du Crowdfunding, d'autre part, nous verrons les différents acteurs du Crowdfunding ou les intervenants de ce mode de financement.

La section (3) sera abordée en trois points. D'abord, nous ferons ressortir les avantages du financement participatif, ensuite donner ses inconvénients et enfin essayer de voir les perspectives de développement de cette jeune industrie.

Section1: Fonctionnement du Crowdfunding.

Dans cette section, nous allons montrer la démarche à suivre par une PME pour rechercher et choisir une plateforme, voir comment l'entrepreneur doit préparer son dossier de financement, ainsi que l'analyse de ce dossier par la plateforme. Nous allons aussi expliquer le déroulement de la campagne de levée de fonds et enfin la période après la campagne.

1-1-Préparation de la Campagne de financement :

Bien que chaque plateforme de Crowdfunding ait ses spécificités, le processus de financement quant à lui, reste plus ou moins inchangé. Pour un entrepreneur ou une PME, il est important de dédier et consacrer du temps pour pouvoir choisir la plateforme qui lui convient et ainsi préparer son dossier de financement répondant aux critères et spécificités de la plateforme choisie, pour que la collecte de fonds soit une réussite.

1-1-1- Recherche et choix de la plateforme :

Le bon choix d'une plateforme de Crowdfunding reste un facteur décisif dans la réussite d'une campagne de financement participatif. Face à une multitude de plateformes au niveau national, continental et international, il peut parfois s'avérer difficile pour un entrepreneur ou une PME de cibler la plateforme adéquate pour son financement. Il existe toutefois des critères qui peuvent orienter un porteur de projet à la recherche d'une plateforme de financement participatif. Ces critères⁵⁹ sont les suivants :

-L'entrepreneur doit être en mesure de pouvoir situer son projet dans l'une des formes de Crowdfunding. Ces dernières sont des dons (avec ou sans contreparties), des prêts (avec ou sans intérêts) et des prises de participations (investissements). Les notions sur la typologie seront développées dans la section (5) de notre travail. L'entrepreneur doit donc définir les besoins réels et les besoins réalisables de son projet en vue d'avoir une idée sur le modèle de Crowdfunding à adopter.

-Il faudra définir la cible pour savoir à qui s'adresser. Cette cible varie selon le fait que l'entrepreneur compte se lancer au niveau national ou international, selon la nature du projet et le secteur (projet immobilier, projet lié à l'agriculture, projet culturel, projet lié aux bandes dessinées, etc.) dans lequel on compte évoluer.

⁵⁹ - <https://www.naoxica.com/single-post/2>, consulté le 12/07/2019 à 17h30

-Vérifier la légalité des plates formes : Le Crowdfunding n'est pas une activité sans risque, d'où il est toujours prudent de s'assurer que la plateforme est certifiée pour mettre tout le monde (entrepreneur et futurs contributeurs) à l'abri et éviter des surprises désagréables dans l'avenir. En France depuis 2016, la loi a mis en place un cadre légal permettant aux plateformes d'œuvrer sans problème, tout en passant par l'AMF (Autorité des marchés Financiers) pour l'obtention d'un agrément. Deux organismes existent pour attester la fiabilité des plateformes. Il s'agit du label pour le financement participatif et du label croissance verte. En Afrique, il n'y a pas encore un cadre réglementaire pour ce nouveau mode de financement.

Les autorités ne sont pas contre, mais elles ne savent comment faire car il faut une réforme et travailler sur les textes de loi, ce qui peut s'avérer complexe pour les régulateurs et autorités locales des différents pays. A chaque fois, les autorités lancent un appel d'aide et d'accompagnement pour un avancement à ce sujet. C'est dans ce cadre que Thameur Hemdane, co-président de l'Association Financement Participatif en Méditerranée déclare en 2017 que l'Association ne cesse d'organiser des séminaires et des forums pour résoudre cette problématique.⁶⁰ Cependant, au Maroc il existe un projet de loi sur le Crowdfunding en cours d'évaluation depuis 2018 et établi par l'administration des Sociétés de financement collaboratif (SFC), où Bank Al Maghreb prend en charge les dons et les prêts et l'Autorité Marocaine du Marchés des Capitaux se charge des prises des participations (Equity Crowdfunding).

-Etablir une comparaison entre son projet et ceux qui lui sont similaires (même nature, même secteur et avec un objectif financier proche) et chercher à connaître dans quelles plateformes les projets similaires au vôtre ont obtenu du financement. Cette comparaison permettra au porteur de projet d'avoir des indications et des indices sur les plateformes idéales pour son projet.

-Comparer les technicités et fonctionnalités des différentes plateformes.

L'entrepreneur devra chercher les informations telles que :

° Le montant minimum atteignable lors de la levée de fonds ;

° Le montant maximum des investissements ;

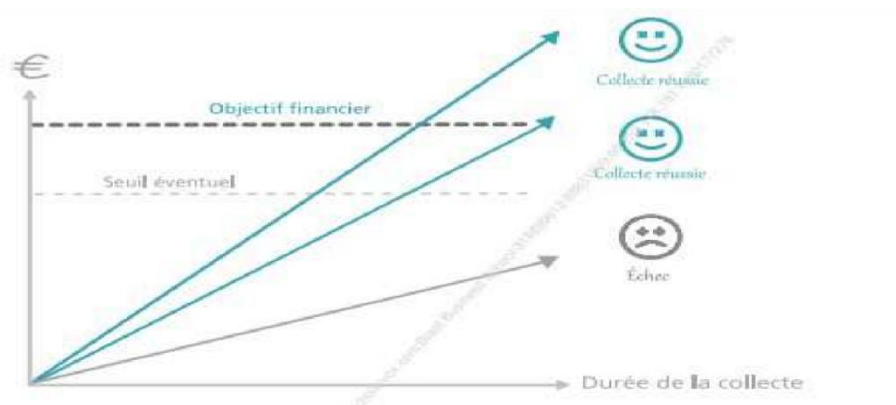
⁶⁰ - Le courrier de l'Atlas, développement du Crowdfunding : l'Afrique doit se donner les moyens, propos recueillis par Charly célinain, 2017

- ° La notoriété ou célébrité de la plateforme ;
- ° L'expérience de la plateforme :
- ° La commission de la plateforme (généralement comprise entre 5 et 8 % de la somme collectée lors de la campagne)⁶¹ ;
- ° Les spécificités et exigences requises pour la construction de la campagne (Apparence, liens externes, réseaux sociaux, vidéos, etc.) ;
- ° Les modalités des cagnottes (tout ou rien/ garder tout)⁶². Pour la campagne tout ou rien, le porteur ne recevra rien du tout si l'objectif fixé n'est pas atteint. Pour la campagne flexible (garder tout), même si l'objectif n'est pas atteint, il touchera l'argent collecté sans pour autant oublier les frais un peu plus chers que la plateforme demandera. Dans les deux cas, il faut bien réfléchir et arbitrer. Il existe aussi la campagne avec seuil de déclenchement où la plateforme estime un montant minimum qui pourra assurer la viabilité du projet bien que la campagne soit un échec. Son défaut est qu'elle diminue la dynamique de la plateforme et le porteur de projet aura tendance à être plus confortable en fournissant moins d'efforts. Dans les lignes suivantes, nous proposons la figure qui illustre le seuil de déclenchement.

⁶¹ - <https://www.journaldunet.com/economie/expert/66269/le-crowdfunding-est-il-tropcher.shtml>, consulté le 27/07/19 à 20h04

⁶² - Brest Métropole, le Crowdfunding pour quoi, pour qui et à quel moment ?, Brest school of business, 2016, p17

Figure N°09 : Le principe de Seuil de déclenchement.



Source : *Brest Métropole, op.cit., p18*

- ° Existence d'une possibilité de renvoyer le projet vers un site marchand après la campagne.
- ° Les success stories (grandes réussites connues par presque tout le monde vue l'ampleur, les conditions de réalisation et l'utilité du projet)⁶³
- ° L'audience des sites (la taille de la foule)
- ° Temps de réponse (moins de 1 seconde pour l'apparition d'une page)
- ° Personnalisation des mails de remerciements
- ° Les systèmes de paiement utilisés

-Une possibilité est aussi celle de contacter une agence pour le conseil et accompagnement en vue de réussir sa campagne.

1-1-2-Préparation du projet de financement (du dossier) :

Après avoir choisi une plateforme, l'entrepreneur devra constituer un dossier pour son projet, conformément aux critères et exigences de la plateforme de financement. Ce dossier est aussi utilisé dans les financements classiques.

C'est un *business plan* qui vérifie qu'un projet est prêt à être présenté aux investisseurs. C'est un document obligatoire qui est souvent demandé par les

⁶³ - <http://success-stories.fr/definition-success-story/>, consulté le 27/07/19, à 19h53

investisseurs avant de se prononcer sur leur intention et décision d'investir. Il n'est pas important que le business plan soit long. Au contraire, il doit être précis de manière à pouvoir retenir l'attention du *business Angel*⁶⁴ et faire en sorte que ce dernier puisse poser ses propres questions. Le document doit contenir et suggérer des projections financières et les valider à travers des hypothèses de croissance réalistes et prouver la stabilité du modèle utilisé.

Le porteur du projet est censé prendre son temps à construire et bien préparer son business plan qui est la première liaison entre l'entrepreneur et l'investisseur.

L'important est de faire ressortir et présenter les compétences, les qualités et les aptitudes de l'équipe dirigeante à pouvoir bien mener le projet de façon durable. Les plateformes reçoivent beaucoup de dossiers par mois, donc l'entreprise devra profiter de cette opportunité pour marquer non seulement les futurs investisseurs mais aussi le comité d'étude des projets au sein de la plateforme. Rapidement et clairement, le lecteur du business plan doit être capable de cerner ou comprendre le projet et sa vision.

Un business plan, c'est aussi sa composition⁶⁵. Les investisseurs n'ont pas toujours beaucoup de temps pour faire la lecture intégrale de ce document.

Dans les lignes suivantes, nous allons expliquer les points essentiels qui doivent figurer dans le business plan.

1-1-2-1-L'executive summary :

Permet de captiver leur attention. Cette rubrique doit être attractive, réaliste, fondée et faisant ressortir une vision globale du projet. Sur ce, les éléments suivants sont indispensables :

-Concept et l'innovation : faire une présentation rapide de l'activité et sa différenciation par rapport aux autres projets.

⁶⁴ - Aussi appelé investisseur providentiel, le Business Angel est une personne physique qui décide d'investir une part de son patrimoine dans une start up (entreprise innovante à fort potentiel des gains). Au-delà de son apport financier, l'investisseur providentiel met à la disposition du start up ses compétences, son expérience, ses réseaux relationnels et aussi une partie de son temps

⁶⁵ - <https://docplayer.fr/10282722-Ma-levee-de-fonds-sur-anaxago.html> , consulté le 28/07/2019 à 20h18

- Traction : Etablir la présentation sur l'évolution du chiffre d'affaires, du nombre de ventes, du nombre d'inscrits à un service ou des pages vues sur le net, etc.)
- Equipe : Faire la présentation de l'équipe dirigeante, sa complémentarité et ses expériences passées.
- Actionnaires principaux : Mentionner les investisseurs passés prouve que le projet a une fois convaincu. Il en est de même pour les récompenses obtenues.
- Finances : Il est question ici, de projeter un tableau synthétique prévisionnel sur les 3 à 5 exercices à venir. L'investisseur devra être capable d'établir le rapport risque-opportunité (business model⁶⁶, dépenses mensuelles, trésorerie, besoins financiers et le break even ou point mort⁶⁷).

1-1-2-2-Produit/service/innovation:

Dans ce volet du business plan, il faudra mettre en valeur le produit de façon à pouvoir montrer aux investisseurs que le projet a plus de chance de réussite que ceux des concurrents. On se focalise sur les éléments suivants :

-Une offre claire et simple à travers le Model generation. Ce dernier permet de définir les éléments clés pouvant conduire à un grand projet entrepreneurial. Le but principal est d'aider les entreprises à définir un bon plan stratégique pour le futur, en mettant l'accent sur tous les facteurs qui entraînent la réussite et l'échec dans les affaires au temps présent.⁶⁸

-L'innovation (d'usage, de produit, de service, de technologie, du business Model)

-La propriété intellectuelle (brevet, marque, modèle)

-Les opportunités de développement de gamme.

⁶⁶ - Partie du business plan qui montre comment la PME va réussir vis-à-vis de sa cible. Il est aussi appelé modèle économique car il définit la façon dont l'entreprise va créer la valeur.

⁶⁷ - Terme utilisé en finance pour désigner le point d'équilibre où l'on ne réalise ni profit ni perte. C'est donc le moment où le seuil de rentabilité est atteint.

⁶⁸ - <https://canvanizer.com/book/business-model-generation> , consulté le 04/09/2019 à 13h35

1-1-2-3-Marché:

Souvent, le lecteur ignore les caractéristiques du marché dans lequel évolue le produit. D'où, il faudra:

- Préciser la taille, la croissance et les segments du marché ;
- Préciser les consommateurs cibles, leurs caractéristiques et la façon de les atteindre ;
- Préciser une matrice de positionnement de la concurrence, les atouts et les barrières à l'entrée ;
- Préciser la concurrence selon les anciennetés, les forces et faiblesses, préciser aussi le type de concurrence directe ainsi que les produits de substitution ;

-L'analyse SWOT ⁶⁹étant un outil important pour la présentation d'une vision synthétique de la concurrence, la présence de la compétition est un avantage qui prouve que le marché existe réellement

1-1-2-4- Finances et Objectifs:

Bien que les entreprises soient jeunes pour présenter des prévisions sur 3 ans ou 4 ans, il reste indispensable à ce qu'elles fournissent des informations à ce sujet.

-En dehors du P&L (expression comptable utilisée pour désigner Profit&Loss qui regroupe l'ensemble des revenus et dépenses d'une entreprise au cours d'un exercice comptable), présenter le projet dans ses généralités, présenter l'argent dépensé chaque mois, établir la distance entre le point mort et la gestion du BFR⁷⁰. Il est important de signaler que même pour une activité en break even (activité ayant atteint le seuil de rentabilité) dès les premiers mois, le calcul de son BFR peut indiquer un besoin en liquidités important, ce qui engendre des difficultés de trésorerie. Cela risque d'entraîner des nouveaux financements, cessation de paiement de l'entreprise et donc sa défaillance. D'où l'importance de bien gérer le BFR en tenant compte du seuil de rentabilité de l'entreprise.

⁶⁹ - L'analyse ou matrice SWOT est un outil d'analyse stratégique. Il combine l'étude des forces et faiblesses d'une organisation, secteur, etc. avec celle des atouts et des menaces de son environnement, afin d'aider à définir une stratégie de développement

⁷⁰ - C'est la liquidité dont l'entreprise a besoin simplement pour faire rouler son activité

-Le besoin financier et son utilisation. C'est-à-dire, expliquer l'utilisation de l'argent sollicité en donnant des précisions sur les différentes affectations des dépenses futures (achats matériels, entretiens machines, etc.)

-Une stratégie de sortie en vue de rassurer l'investisseur sur la possibilité de recouvrer son argent

1-1-2-5-Documents et le due diligence:

Des documents seront demandés lors des analyses, ensemble avec le *teasing* qui est une technique de vente et de communication utilisée pour amplifier la curiosité du public en ligne en vue de réaliser cette due diligence.⁷¹ Suivant la spécificité de l'activité et des plateformes, les documents peuvent légèrement varier :

- Business plan ;
- présenter le management (les CV des dirigeants) et conseils externes ;
- Présenter les membres de l'équipe dirigeante et leurs casiers judiciaires ;
- Fournir les objectifs de la collecte de fonds (le montant global et les détails) ;
- Fournir un plan d'affaires dans une vision de 3 à 5 ans
- Présenter le procès-verbal de l'assemblée générale ;
- Donner la composition des organes dirigeants et l'organigramme du management ;
- Fournir les agréments requis pour la conduite de l'activité ;
- Donner la loi qui régit la présente opération ;
- Fournir s'il existe, le pacte d'associé ;
- Présenter le registre des titres (table de capitalisation) ;

⁷¹ - La totalité des vérifications faites par un investisseur avant une transaction dans le but d'avoir une idée générale sur l'entreprise

- Consolidation du bilan et compte de résultat des trois derniers exercices ;
- Fournir les liasses fiscales de trois derniers exercices ;
- Présenter en haute définition, les logos et les photos d'identité de l'équipe dirigeante ;
- Fournir une vidéo de présentation pouvant être une interview et/ou une vidéo commerciale ;
- Présenter la liste des principaux fournisseurs et leurs apports dans la capacité de production de la PME ;
- Fournir la liste des principaux partenaires ;
- Donner une liste des principaux clients et leurs emprunts dans le chiffre d'affaires de l'entreprise ;
- Fournir les rapports des commissaires aux comptes ;

1-1-2-6-Pitch Entrepreneur:

C'est une présentation orale de maximum 03 minutes sur l'entreprise. Il faudra l'adapter à l'auditeur pour être plus convainquant car le pitch destiné à un client est différent de celui destiné à un investisseur prospect par exemple.

Préparer et maîtriser ce pitch revient à se l'approprier en choisissant les mots et en organisant les idées pour être plus convaincant.

De manière générale, un pitch peut être structuré en deux :

-Le contenu: consiste à présenter le nom du projet de façon à le rendre inoubliable et le développement du concept en donnant plus des problèmes que des solutions

°Présenter l'activité à travers une simple astuce, à travers l'environnement (les clients, fournisseurs et sa valeur ajoutée dans cette chaîne)

°Présenter l'équipe, son expérience et l'actionnariat car c'est des éléments capitaux lors d'une recherche de financement

°Faire savoir son besoin, car l'investisseur cherche à comprendre pourquoi vous faites appel à lui

-La forme : il s'agit de :

°Faire une mise en scène d'un discours en racontant une histoire ;

°Utiliser des phrases simples et précises, en respectant le temps imparti ;

°S'approprier le discours en s'entraînant ;

°Si on est face à une caméra, il faudra maîtriser l'environnement de la vidéo en faisant attention à ce qui est visible sur l'image, en étant ni trop près, ni trop loin, en se positionnant bien.

Donc la préparation du projet de financement veut que l'entrepreneur constitue un bon projet à travers la qualité de sa transmission via la plateforme et les réseaux sociaux en vue de réussir la levée de fonds.

De plus, la stratégie de financement et la politique de communication sont deux éléments essentiels dans le financement via Crowdfunding. La maîtrise des techniques de communication revient à bien présenter son projet de la manière la plus attrayante qui soit, selon les normes et standards d'internet. Les informations communiquées doivent correspondre aux attentes des financeurs et leurs donner une idée sur l'équipe entrepreneuriale. A travers les outils de communication utilisés, il devra être possible de répondre aux questions telles que : pourquoi ce projet ?, En quoi le projet est pertinent ?, Quelles sont les qualités et compétences du porteur de projet pour le mener à bien? quelle est la somme à collecter et quelle est son utilisation ?, quel est le retour sur l'investissement ? Ces questions sont basiques et correspondent à toute procédure de due diligence d'un projet entrepreneurial.

La campagne de levée de fonds s'étalant sur plusieurs mois, le début a une forte intensité qui baisse vers la moitié de la campagne et qui remonte quelques jours avant la clôture de la campagne. Alors, lors de ses préparations, l'entrepreneur devra prévoir un rythme de communication (une stratégie de communication continue) qui devra maintenir l'intensité entre les deux pôles (entrepreneur et crowders). Le maintien de cette communication est réalisable à travers les blogs, etc.

Généralement trois possibilités existent pour maintenir cette communication intense tout au long des campagnes telles qu'un premier cercle qui contient la famille, les amis, les proches et les membres appartenant au réseau social de l'entrepreneur. Toutes ces personnes ont un élément en commun : elles connaissent le projet et font confiance au porteur du projet. C'est un cercle d'amis qui compte beaucoup pour la réussite du projet. Donc dès le départ, leur mobilisation reste une condition importante à considérer. Elles constituent une dynamique première qui sera créée autour du porteur de projet.

Un deuxième cercle qui regroupe les amis via les réseaux sociaux. Il suffit d'identifier les personnes pouvant servir de relais d'informations et ramener ainsi les financeurs potentiels.

Un troisième cercle qui est le grand public ayant aucune liaison avec les porteurs du projet. Dans ce cas, la notoriété, les liens, les relais et les partenaires de la plateforme constituent des leviers efficaces pour ramener des financeurs.⁷²

1-2- Dépôt du dossier et Mécanismes d'analyses des PME par les Plateformes :

Cette étape du financement participatif s'inscrit aussi dans la phase précampagne où l'entrepreneur est censé déposer son dossier ou business plan au niveau de la plateforme. Cette dernière fera donc la réception du dossier afin de l'étudier et analyser l'opportunité d'investissement. En vue de prendre contact avec la plateforme, il existe souvent un formulaire en ligne (au niveau de la plateforme) que doit remplir le porteur du projet pour lui permettre la transmission de son dossier. Toutes les plateformes font la réception des dossiers en s'engageant à ce que le business plan soit confidentiel.

Après le dépôt du dossier à la plateforme, le comité de sélection interne qui est une structure qui permet et facilite l'évaluation des projets et qui est composé de plusieurs catégories des personnes qui sont des leaders d'opinion, se mettra au travail. Aussi, certains membres du comité ont un engagement en vue de conserver la confidentialité du dossier. La réception du dossier d'investissement et sa validation sont faites via accusé de réception, ensuite la plateforme se prononcera dans un intervalle de 2 semaines.

⁷² - Véronique Bessière et Eric Stéphan, op.cit, p24-25

L'étape suivante est la rencontre et la convention de référencement où la plateforme reprend contact avec le porteur du projet après sa validation, en se fixant un rendez-vous qui permettra de faire les présentations des équipes de la plateforme et bien se mettre d'accord sur les informations concernant l'ensemble des opérations qu'ils auront à mener. Si les deux pôles (entrepreneur et plateforme) se retrouvent sur une même longueur d'ondes, ils vont clore le rendez-vous par la signature d'une convention de référencement.

Après s'être mis d'accord et signé la convention de référencement, ensemble ils doivent préparer les stratégies de communication afin de déterminer le message spécifique à adresser aux différents membres lors du lancement de la campagne, ensuite, le projet pourra être visible au niveau de la plateforme (teasing et comité de sélection en ligne). Il faudra interagir sur les réseaux et être disponible pour répondre aux questions qui seront posées.

L'objectif de la visibilité du projet en ligne est de jauger la collecte de fonds. Les membres du jury au niveau de la plateforme vont juger le projet en se basant sur les informations disponibles en ligne et devront attribuer une note qui permettra la validation du lancement de la campagne de financement. Les analystes de la plateforme verront ensuite si la note obtenue et attribuée par le jury lors du teasing correspond à celle requise par la plateforme, ensemble avec la définition d'un pacte d'associés accompagné du dossier complet de financement.

Enfin, si le projet répond aux conditions requises par la plateforme, il sera sélectionné. Sur la plateforme My Major Company par exemple⁷³, la sélection d'un projet et l'avant lancement de la campagne de financement, vérifient que le projet a :

- Un caractère innovant, vertueux et original ;
- Une cohérence entre la nature du projet et le total de fonds demandés ;
- La connaissance des conditions de réussite du projet.

⁷³ - Première plateforme française de Crowdfunding apparue en 2007, qui œuvre comme label musical participatif

En effet, « *Les plateformes doivent expliquer clairement quels types de projets elles acceptent, ainsi que l'existence ou l'absence d'un processus de sélection des projets avant mise en ligne, et les critères de sélection appliqués le cas échéant. Si les projets publiés sur la plateforme sont sélectionnés sur des critères éthiques ou en raison de leur impact positif au niveau économique, social ou environnemental, ces derniers doivent être énoncés clairement. Les plateformes s'engagent à ne pas accepter de projet dont l'objectif est contraire aux lois, ou à caractère raciste, discriminatoire, diffamatoire, injurieux, xénophobe, incitant à la violence, violant l'image de tiers, portant atteinte à l'ordre public, violant des brevets ou de toute autre création intellectuelle ou industrielle appartenant à des tiers* »⁷⁴

Ne perdons pas de vue que si les analyses faites par les équipes de la plateforme répondent négativement conformément à leurs critères, spécificités et attentes, le projet sera rejeté.

1-3-Lancement de la Campagne de financement :

Après analyse favorable par la plateforme, le projet sera sélectionné pour enfin lancer la campagne de financement. Cette dernière est ouverte sur 90 jours maximum. Les financeurs entrent en action et les équipes de la plateforme accompagnent le projet à chaque étape en vue de réaliser la levée de fonds dans des meilleures conditions.

Il est crucial pour la plateforme et surtout pour la PME de bien choisir la période d'enclenchement de la campagne de financement car les contributeurs (amis, amis des amis et grand public) doivent être capable de financer le projet. En effet, il faut éviter de débiter la campagne de collecte de fonds durant les périodes des grandes fêtes comme la Noël ou le Ramadan par exemple car en ce moment les financeurs dépensent beaucoup pour leurs propres comptes. L'essentiel est donc de bien préparer son agenda.

Le lancement de la campagne en soi ne suffit pas pour garantir son succès. La campagne se passe dans sa quasi-totalité via internet, à travers les médias sociaux qui sont des outils, et selon les recommandations de chaque plateforme, il y a des blogs, Twitter, Facebook, voire même des groupes whatsapp et youtube pour toucher les financeurs potentiels. Il est aussi conseillé de passer à la télévision pour quelques

⁷⁴ - Ingrid Fasshauer, la relation entrepreneur / investisseur en PME : quels outils de contrôle dans le cas du financement participatif, Université Paris-Est Marne- la-vallée, p9

minutes et présenter le projet lors d'un journal télévisé par exemple. En vue de la rendre efficace et d'atteindre le montant voulu, il faut⁷⁵ :

-Que l'entrepreneur soit disponible pour répondre aux questions venant du crowd et régulièrement actualiser les informations sur la campagne ;

-Que la PME fasse passer un même message sur le projet de façon récurrente ;

-Inviter un porteur de projet à témoigner via une chaîne web par exemple car cela motive et rassure les financeurs potentiels ;

-Penser à planifier des rencontres entre les porteurs des projets et contributeurs (donateurs et donateurs potentiels).

C'est l'opportunité pour la PME de croiser ses contributeurs ayant déjà participé et ceux qui le feront au futur et détailler davantage les informations sur la campagne.

1-4- Période Après financement :

A la fin de la campagne de financement, le Crowdfunding continue. L'emprunteur qui est le porteur du projet a l'obligation de rendre comptes aux financeurs quel que soit le type de Crowdfunding (don, prêt, etc.) dans lequel on se trouve. En effet, il faut qu'il y ait transparence de l'information car les contributeurs veulent savoir l'utilisation concrète de leurs participations ou contributions. Cette diffusion et transparence de l'information après la campagne prouve à la communauté que la somme totale récoltée était d'une grande importance dans le développement du projet, mais aussi remercier et rendre hommage aux financeurs qui ont cru en l'entrepreneur et en son projet. Selon la typologie, les actions à entreprendre sont⁷⁶ :

-Pour les Dons : le porteur du projet doit se lancer dans la livraison de contreparties. Il est important de tenir à sa parole et donner les récompenses comme convenu initialement avant le lancement de la campagne. Les délais d'envoi des contreparties sont censés être respectés.

-Pour les Prêts : si le porteur du projet a fait recours au prêt, il doit être capable de rembourser les financeurs. La PME devra maintenir sa rentabilité sous peine de ne

⁷⁵ - Philippe Petit, Crowdfunding, études sur les opportunités et les risques associés des nouvelles pratiques de financement participatif pour une fondation (INSA LYON), Adema Paris Tech, 2015, p12

⁷⁶ - <https://tousnosprojets.bpifrance.fr/Porteur-de-projet/Gerer-sa-campagne-de-crowdfunding>, consulté le 24/07/2019 à 15h30

pas être à même de rembourser le prêt. Si cela arrivait, la PME sera en cessation d'activités.

-Pour l'investissement : le caractère important est la transparence envers les investisseurs. Dans ce mode, la réalité est la même qu'avec le financement classique où le porteur de projet devra rendre comptes aux investisseurs et se conformer aux conditions impliquant une augmentation du capital par exemple. Il faut donc faire l'usage à bon escient de l'argent reçu pour développer l'entreprise.

Toutes les plateformes prévoient des possibilités de communication en ligne avec l'équipe dirigeante après la levée de fonds. La plateforme Anaxago⁷⁷ par exemple délègue un collège composé d'environ 5 investisseurs pour représenter les actionnaires en matière de gouvernance. La plateforme Happy Capital⁷⁸ exige à son tour un accompagnement par un expert reconnu pour toute la première année d'activités. Finance Utile⁷⁹, quant à elle, combine l'accompagnement des dirigeants et les suivis des participations.

L'accompagnement se fait conformément aux besoins de l'entreprise financée en faisant recours aux experts dans le domaine. Le suivi est basé sur des reportings habituels et sur la présence de Finance Utile dans les diverses instances de gouvernance. Les tableaux 6 et 7 donnent les détails sur le suivi :

Tableau N°06 : suivi mis en place par Finance Utile.

Informations trimestrielles : chiffre d'affaires réalisé, commandes en cours, analyse des écarts prévisionnels actualisée

Informations semestrielles : informations financières plus détaillées, perspectives année N+1, organisation ressources humaines

⁷⁷ - Plateforme de financement participatif créée en 2012 en France. Elle œuvre dans le conseil pour les affaires et autres conseils de gestion, particulièrement conseiller en investissements participatifs (CIP). Elle est spécialisée dans l'Equity Crowdfunding

⁷⁸ - Plateforme de financement participatif œuvrant dans l'Equity Crowdfunding pour les projets de développement des PME et jeunes entreprises innovantes. Elle est implantée en France et créée 2013.

⁷⁹ - Plateforme de financement participatif, spécialisée dans l'Equity Crowdfunding, accélérateur de business, elle se veut un accompagnateur des investissements, au-delà de sa mission première qui consiste à lever des fonds au profit de développement viables. Elle est basée en France et créée depuis 2009.

Informations annuelles : bilan de l'année passée, perspective des années N+1 et N+2, Stratégie, etc.

Source : *Ingrid Fasshauer, op.cit., p.12*

Tableau N°07 : Présence de Finance Utile dans les instances de gouvernance.

-Membre de tous les conseils de surveillance et est très souvent président du conseil.
-Point mensuel (minimum) avec les dirigeants (sur place ou par skype).
-Participe à tous les conseils de surveillance (trimestriels)
-Participiaux assemblées générales annuelles
-Mise en place d'alertes éventuelles, afin de pouvoir participer au mieux en cas de problème et trouver des solutions.

Source : *Ingrid Fasshauer, op.cit., p.12*

L'accompagnement, lui, est fait selon les besoins de l'entreprise financée en faisant intervenir les experts. L'utilité et la difficulté de l'accompagnement de la PME par les plateformes de Crowdfunding sont des éléments sur lesquels la dirigeante de Finance Utile a mis l'accent lors d'une série d'entretiens. Pour la dirigeante, l'accompagnement d'une part, permet au porteur de projet de développer son activité et d'autre part, il constitue un moyen pour rassurer et garantir les financeurs. Le tableau ci-dessous illustre les différents dispositifs de contrôle mis en place par Finance Utile pour un meilleur accompagnement après la campagne de collecte de fonds via Crowdfunding.

Tableau N°08 : Présentation des différents dispositifs de contrôle chez Finance Utile.

<p>Système de croyance :</p> <p>Sélection :</p> <p>Test des valeurs de l'entrepreneur « en situation » par l'intermédiaire du réseau d'incubateurs, d'experts, etc.</p> <p>Suivi :</p> <p>Pas de système mis en place à ce jour</p>	<p>Système de garde-fou :</p> <p>Sélection : Due diligence Suivi :</p> <p>Clauses du pacte d'actionnaire</p>
<p>Systèmes interactifs :</p> <p>Sélection :</p> <p>Travail commun</p> <p>Plateforme/entrepreneur/expert sur le business plan, notamment sur la partie commerciale</p> <p>Suivi :</p> <p>Réunions régulières avec les dirigeants</p>	<p>Systèmes diagnostiques :</p> <p>Sélection : Business plan Suivi :</p> <p>Suivi commercial et résultats</p> <p>Suivi trésorerie</p>

Source : Ingrid Fasshauer, op.cit., p.15

Les entretiens menés avec Anne Saint Léger, Directrice de la plateforme Finance Utile, prouvent que la plateforme de Crowdfunding s'est vue jouer un rôle dans la gouvernance de la PME financée plus précisément en constituant un réseau composé d'experts et d'investisseurs car un simple appel à la foule s'avère non suffisant surtout quand il s'agit de l'Equity Crowdfunding (type de Crowdfunding se basant sur les prises de participation). Les actionnaires de la PME ont besoin de se faire accompagner et conseiller en matière de gouvernance par exemple, ce qui n'est pas vraiment important avec les typologies telles que les dons et le crowdlending (les prêts).

Une contrainte évoquée par la dirigeante est celle de la conservation des valeurs car la plateforme a ses valeurs face auxquelles tous (dirigeante, salariés et financeurs) obéissent. Pour la dirigeante, les projets n'ont pas de valeurs intrinsèques même si parfois certains projets peuvent afficher par exemple le respect de l'environnement. Pour elle, ce dernier n'est rien d'autres qu'une approche marketing. La dirigeante estime que l'argent des investisseurs et entrepreneurs est aussi son argent et quand ils perdent,

elle perd aussi car c'est elle la responsable. Les vraies valeurs ne s'affichent que lors des circonstances difficiles rencontrées par les entrepreneurs et cela reste le principal problème qui se découvre souvent après la campagne.

Ce problème devra être géré car avant et lors de la campagne les porteurs de projets sont plutôt calmes en cachant ce qu'ils sont réellement en vue d'obtenir du financement. Une fois que des difficultés surviennent, les experts vont tester la situation en se focalisant sur la façon dont la PME modère les salaires par exemple car la collecte avait pour but de financer le projet et non payer les ouvriers. La capacité de l'entrepreneur à être présent et disponible au travail pendant les moments difficiles sera évaluée. Enfin, le courage du porteur de projet à pouvoir communiquer les problèmes rencontrés à la plateforme.

Autre chose à faire après la campagne c'est se saisir du pacte d'actionariat utilisé comme garde-fou vu la nature opportuniste de certains entrepreneurs. Il faudra mettre en relation les anciens actionnaires et les nouveaux (après campagne) et rassurer ces derniers contre un comportement opportuniste de l'entrepreneur car après la collecte de fonds, les financeurs et l'entrepreneur ont désormais des intérêts liés et le porteur de projet reste avantageux vu la forte asymétrie d'informations⁸⁰.

Le business plan ne servant que de feuille de route, il faudra attendre 3 mois avant le début de réception des informations sur le chiffre d'affaires et les différentes commandes. D'où, tout ce que la plateforme a à offrir à l'entrepreneur est le reporting de trésorerie servant de diagnostic. Mais bien souvent la plateforme reçoit un refus de l'entrepreneur qui pense perdre son temps en fournissant cette information.

Enfin, bien que la plateforme soit déjà impliquée dans les instances de gouvernance, quelques actions mises en place sont l'installation d'un cabinet consultant en ressources humaines chargé d'évaluer l'équipe de la PME et dénicher des talents ou ressources supplémentaires.

⁸⁰- Elle décrit une situation où les participants à un marché n'ont pas la même information. Une telle situation rend le marché imparfait jusqu'à aboutir à une sélection adverse ou un aléa moral

Section 2 : Types et Acteurs du Crowdfunding.

Dans cette section nous allons expliquer les différents types de Crowdfunding qui sont les dons, le reward-based (récompense), le prêt et l'Equity Crowdfunding. Enfin nous allons voir les acteurs de Crowdfunding, ainsi que leurs rôles et motivations dans la participation au Crowdfunding.

2-1-Différents types de Crowdfunding :

Le tableau ci-dessous précise les différentes formes à travers quatre types mentionnés ci haut. Si les deux premières relèvent de dynamiques sociales ou solidaires, les deux dernières formes de financement par la foule relèvent du champ de la finance. Le versement de prêt sans intérêt est assimilable à de la microfinance⁸¹. Le prêt avec intérêt et l'Equity Crowdfunding se fondent sur une logique financière : l'investissement repose sur un espoir de rentabilité.

Tableau N°09 : Typologie des formes de Crowdfunding.

Types	don	reward- based	peer- to- peer lending	equity crowdfunding
Concept	Financement philanthropique	Financement « coup de cœur » ou philanthropique ; Financement artistique, culturel, caritatif...	Prêts entre particuliers ou aux PME	Investissement et prise de participation dans le capital d'entreprises

⁸¹ - L'octroi de services financiers (généralement du crédit et/ou de l'épargne), à des personnes développant une activité économique productive, le plus souvent de l'artisanat ou du commerce, et n'ayant pas accès aux institutions financières commerciales en raison de leur profil socio-économique (il s'agit des pauvres, sans revenus fixes, qui n'offrent aucune des garanties en vigueur dans les institutions bancaires commerciales). Selon Marc Labie

projets financés	Projets humanitaires, associatifs ; Projets personnels	Projets culturels, entrepreneuriaux	Particuliers, PME, projets...	Jeunes entreprises en phase d'amorçage, PME, TPE
rétributions	Aucune	royalties, contreparties	Intérêts (ou non)	Dividendes, plus-value à la revente
Besoins en capitaux	Entre 2000€ et 20 000€	Entre 2 000€ et 20 000€	Entre 2 000€ et 25 000€	Entre 50 000€ et 1 000 000€
acteurs (exemples)	Helloasso The give	Kickstarter, Ulule, MyMajorCompany	Friendsclear, Spear, Prêt d'Union	wiSeed, Anaxago, Smartangels.

Source : Veronique Bessiere Et Eric Stephany, crowdfunding : fondements et pratiques, 2014.⁸²

2-1-1- Les Dons :

Il y a deux types des dons que la plateforme de crowdfunding peut offrir qui sont les dons sans et avec la récompense.

2-1-1-1- Le don sans récompense:

Les plateformes de dons collectent des ressources sans versement de contrepartie. Elles sont principalement développées dans les pays anglo-saxons et attirent des montants importants. Le financer des projets par la foule n'est pas une nouveauté en soi. De grandes avancées dans la recherche médicale ont ainsi été réalisées via un crowdfunding qui ne portait pas encore son nom.⁸³

Il existe différents types de plateformes qui font du don sans contrepartie.

-La première catégorie concerne des plateformes qui ont pour mission de collecter des fonds pour des organisations non gouvernementales « ONG », des fondations ou des organisations sans but lucratif.

⁸² - Veronique Bessiere Et Eric Stephany, crowdfunding : fondements et pratiques, 2014, p.19

⁸³ -Bessière Véronique et Stephany Eric op cit, p63

-La seconde a pour mission de constituer des cagnottes ou tirelires électroniques, (Pour financement des projets personnels diversifiés exemple : d'évènements de type mariage, anniversaires).

-La troisième est destinée à financer des causes personnelles. Il est bien sur possible que certaines plateformes soient hybrides et proposent plusieurs de ces différentes missions.

2-1-1-2-Le don contre don (reward-based):

C'est le modèle de crowdfunding qui est le plus utilisé et le plus développé. Il est nommé aussi don contre don ou financement participatif, avec contreparties en nature. L'émergence du reward-based date des années 2008 et 2009 aux Etats-Unis, avec la création des deux leaders mondiaux ; kickstart et Indiegogo.⁸⁴

Le principe est assez simple, un entrepreneur dépose un projet à financer sur une plateforme avec pour communication, les montants à lever et les contreparties. A partir de là, chaque contributeur verse le montant qu'il souhaite investir et recevra en échange les contreparties choisies. Pour ce type de plateforme, les réseaux sociaux constituent un facteur clé de réussite du projet car cela permet de toucher une foule très importante.

Ce type de plateforme se caractérise par le fait qu'elle finance une grande diversité de projets. Il peut s'agir autant de projets artistiques, culturels et éducatifs que de projets entrepreneuriaux. Les récompenses reçues dépendent du montant investi et évidemment de la nature du projet. La récompense peut aussi prendre la forme d'un cadeau de remerciement. En échange d'un financement, le donneur recevra un disque (CD dédié), un bon cadeau, etc. d'une valeur inférieure au don initial.⁸⁵

2-1-2- Les Prêts (crowdlending) :

Ce type de crowdfunding est aussi appelé crowdlending. Sur ce type de plateforme, la foule place son épargne sous la forme de prêt. Nous allons analyser les différents modèles de crowdlending ; les prêts rémunérés ou non et les prêts aux entreprises.

⁸⁴ - Bessière Véronique et Stephany Eric op cit, p97

⁸⁵ - Bessière Véronique et Stephany Eric op cit, p100

2-1-2-1-Le prêt (avec ou sans intérêt):

Une plateforme de Crowdfunding permet à un auteur de projet ou une start-up de rassembler des fonds via des emprunts à un taux d'intérêt généralement plus faible que ceux proposés par les banques. Certaines plateformes proposent même des prêts sans intérêt.

Dans le premier cas, l'investisseur attend donc un retour financier via les intérêts. Dans le second cas, la motivation de l'investisseur est plus sociétale que financière.

Bien entendu, la motivation du prêteur peut également être double : à la fois financière et sociétale.⁸⁶

Le problème principal pour ces plateformes est lié à la solvabilité des emprunteurs. Il est primordial que le pourcentage de défaillance soit faible pour ne pas remettre en cause la crédibilité de la plateforme. En cas de défaillance du débiteur, le prêteur ne sera pas remboursé. La plateforme peut, dans certaines conditions, accompagner les emprunteurs en cas de difficulté de recouvrement.⁸⁷

2-1-2-2-Prêts aux entreprises:

Le développement de plateformes permet d'aider les PME ou start-ups qui connaissent des difficultés à trouver de capital. Comme pour les prêts aux particuliers, la crédibilité de ces plateformes passe d'abord par un processus de sélection des projets mis en place soit par la plateforme, soit par un de ces partenaires. Il est aussi important que les entreprises éligibles fournissent toutes les informations nécessaires pour élaborer le projet de financement mais surtout pour évaluer leur solvabilité.⁸⁸

2-1-3- La Prise de Participation ou Equity Crowdfunding :

L'Equity Crowdfunding consiste à rentrer dans le capital d'une entreprise via l'achat de parts d'actions. Il s'agit d'une forme particulière car comme il s'agit d'investissement à risque, elle doit obligatoirement être soumise à certaines règles et législations. Elle nécessite souvent de la part des pays, la mise en place d'une réglementation adaptée afin que les plateformes puissent la proposer aux acteurs. C'est pour cette raison qu'elle est aussi peu

⁸⁶ - Michel Dejong, Le crowdfunding un financement alternatif et citoyen ?, revue analyse n°238, septembre 2015,

⁸⁷ - Bessière Véronique et Stephany Eric, op cit, p76

⁸⁸ - Bessière Véronique et Stephany Eric op cit, p79 -81

présente pour l'instant sur le marché et qu'elle est la dernière à s'être développée. Les plateformes d'Equity permettent à la foule de devenir actionnaires de start-ups ou de PME

Cette opération, de manière générale, est plus complexe que les autres formes de Crowdfunding en raison de la phase d'évaluation, nommée la due diligence.

C'est une étape cruciale où la plateforme examine les perspectives de développement du projet et en fournit une évaluation détaillée. L'Equity Crowdfunding est la forme la plus rentable si la plateforme parvient à réduire les incertitudes pour les investisseurs potentiels. Elle diffère des autres plateformes par la nature des compensations et des contributions proposées. Les membres de la foule sont invités à directement fournir une somme d'argent et l'entrepreneur promet, en échange, une part des profits futurs. Ils attendent un vrai retour sur l'investissement et donc la place de la logique financière dans la prise de décision est centrale pour les investisseurs. Leurs réactions et leurs votes se positionnent en fonction du business model et de la capacité de l'entrepreneur à rendre son projet viable. Il convient mieux à des projets pour lequel l'entrepreneur a besoin d'un financement important.⁸⁹

L'efficacité d'un financement par Equity Crowdfunding implique que la plateforme ait une bonne connaissance du public auquel elle s'adresse. La réussite d'une plateforme dépend aussi en partie de la composition de cette foule. *«Dans l'Equity Crowdfunding, la foule doit pouvoir porter un jugement, non seulement sur les aspects commerciaux d'un produit ou d'un service, mais aussi comprendre le business model de la start-up, évaluer son avantage concurrentiel et valider le prix proposé pour entrer dans le capital».*⁹⁰

L'Equity permet de compléter les dispositifs traditionnels de financement existant en particulier dans les premières phases de développement. Il a des avantages comme des inconvénients dont respectivement les premiers, accès aux opportunités d'investissements, participation à une communauté, implication dans un projet, gestion du suivi, organisation de la sortie du capital et les seconds sont le risque managérial, risque d'affaires, risque de perte en capital.

⁸⁹ - Belleflamme, Paul. & Lambert, Thomas. (2014). Crowdfunding: Some Empirical Findings and Microeconomic Underpinnings. Forum Financier-Revue Bancaire et Financière 4 p 288-296 pdf

⁹⁰ - Bessière Véronique. et Stephany Eric, Op Cit, 2014, p.138

2-2-Les Acteurs du Crowdfunding :

Le financement participatif est composé de trois acteurs principaux, qui sont les entrepreneurs, les investisseurs et finalement les plateformes qui vont jouer le rôle d'intermédiaire.

2-2-1-Les entrepreneurs/les start-ups :

Il y a d'autres raisons qui motivent, mais la principale motivation des entrepreneurs à utiliser le financement participatif est de trouver du financement pour leurs projets. Depuis un certain nombre d'années, la recherche de financements a tendance à devenir de plus en plus difficile, les entrepreneurs ont dû recourir à d'autres méthodes de financement. Le Crowdfunding est l'un d'entre eux. Cependant, les besoins de financement ne sont pas les seules raisons qui motivent les entrepreneurs à utiliser le financement participatif. En outre, le financement participatif est considéré comme un moyen très efficace de faire connaître une idée ou un projet à un public très vaste et parfois même international. Cela se fait principalement par le biais de réseaux sociaux et verbaux, deux méthodes efficaces mais peu coûteuses.

Les entrepreneurs sont également motivés à satisfaire un certain désir d'approbation, à la fois pour eux-mêmes et pour leur projet. L'intérêt généré pour un projet augmente leur confiance en eux des entrepreneurs.⁹¹ De plus, grâce au nombre d'investisseurs et au montant des fonds collectés, il est possible de voir si un projet a un potentiel. La flexibilité et la rapidité de la levée de fonds, les conditions de financement parfois très attrayantes et la réduction de la dépendance aux formes de financement traditionnelles, telles que les fonds de capital-risque⁹² ou Business Angel, sont d'autres avantages du financement participatif.⁹³

La figure ci-dessous identifie trois motivations principales. La collecte de fonds est la motivation la plus importante, puis il y a le désir d'attirer l'attention du public et enfin d'obtenir des commentaires sur le produit ou le service offert.⁹⁴

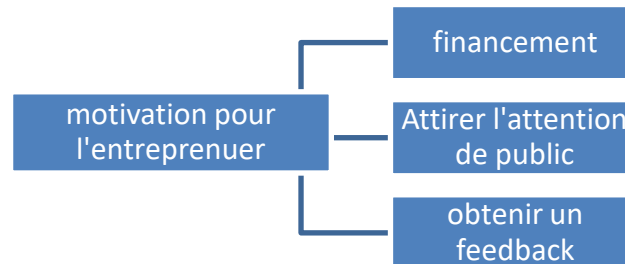
⁹¹ - Elizabeth Gerber, Michael D.Greenberg, Karthic Hariharan, & Pardo Bryan (2013). Crowdfunding Support Tools: Predicting Success and Failure.ACM New York. pdf

⁹²- Le capital-risque est un investissement, généralement sous forme d'argent, apporté au profit d'une jeune entreprise par des investisseurs. Ce financement prend la forme d'une prise de participation au capital de ladite entreprise.

⁹³-https://ec.europa.eu/finance/consultations/2013/crowdfunding/docs/consultation-document_en.pdf consulte le 05/08/2019 à 14:00

⁹⁴- Belleflamme, Paul. Lambert, Thomas, & Schwiendbacher, Armin. (2013). Crowdfunding: Tapping the Right Crowd.Journal of Business Venturing. 29 (5), 585-609

Figure N°10 : Motivation de financement par Crowdfunding.



Source: Carmen Ortega Hernaez Par communication in Crowdfunding; a case study of success, PDF

2-2-2-Plateformes/intermédiaires :

Il y a eu une croissance constante des plates-formes de financement participatif dans le monde. Il est clair que la majorité des plates-formes sont principalement attirées par le marché en croissance des Financière Capital et les revenus qui en résultent. Bien entendu, les plateformes facturent des commissions sur le montant total collecté et parfois sur la réalisation de l'objectif de financement.

Les frais payés par les plates-formes varient d'une plate-forme à l'autre en fonction des opérations proposées par la plate-forme.

2-2-2-1-Les rôles des plateformes :

Les plateformes facilitent la transaction entre entrepreneurs et investisseurs grâce à leurs connaissances, leur savoir-faire et leurs expériences passées. La motivation des plates-formes va bien au-delà des motivations monétaires. Ils peuvent être considérés comme des catalyseurs d'innovation, offrant les moyens et les systèmes permettant le financement participatif. Les ingrédients de base que toute plate-forme doit avoir pour être efficace. Premièrement, une plate-forme doit être aussi flexible que possible. Ce n'est pas à elle de contrôler le processus de financement, mais plutôt de jouer un rôle de soutien. Les plates-formes doivent être flexibles pour attirer les investisseurs et les entrepreneurs. En outre, il doit faciliter la circulation des idées et des solutions, par exemple en favorisant la communication entre les créateurs de projets et les investisseurs.

Cependant, nous notons que le rôle et surtout l'implication des plates-formes peut-être très variable en fonction du type de financement participatif. Certaines plates-formes offrent uniquement aux créateurs de projets et aux investisseurs la possibilité de se rencontrer via leur site Web. Ils jouent un rôle de facilitateur et restent totalement neutres.⁹⁵ D'autres plateformes s'impliquent beaucoup plus dans le processus de financement, et notamment celles d'Equity Crowdfunding. Ce modèle étant plus complexe on observe que les petits investisseurs n'ont généralement pas les capacités de faire des recherches approfondies et d'évaluer la valeur de certaines start-ups.

2-2-3-Investisseurs :

Tout d'abord, il est intéressant de noter qu'il existe plusieurs types d'investisseurs dans les projets de Crowdfunding et qu'ils peuvent avoir des motivations fort différentes. On ne retrouve d'ailleurs pas de crowdfunder type. Les investisseurs font partie de toutes les catégories socio professionnelles.

2-2-3-1-Motivations pour les investisseurs:

L'idée de Crowdfunding est basée sur le fait que certaines personnes souhaitent soutenir des projets qui leur plaisent et qui leur sont proches, d'un point de vue émotionnel, familial, communautaire ou géographique.⁹⁶ Certaines personnes souhaitent soutenir des projets avec lesquels elles partagent les mêmes valeurs ou des projets locaux susceptibles de contribuer à la création d'emplois.

D'autres personnes sont plus intéressées par les récompenses qu'elles obtiendront en échange de leur contribution. Bien que ces récompenses aient une valeur monétaire inférieure aux contributions, elles peuvent parfois avoir une valeur sentimentale pour les investisseurs, telles que la possibilité de rencontrer le créateur du projet ou de recevoir des récompenses uniques.⁹⁷

Certaines personnes veulent faire partie d'une communauté avec des personnes partageant des valeurs communes. Pour eux, il s'agit de maintenir leur identité sociale. Ils auront tendance à participer au financement participatif, car ils pensent que leur réseau social

⁹⁵ - Joachim Hermer, (2011). A Snapshot on Crowdfunding. Working Papers Firms and Region No R2/2011..pdf

⁹⁶-Kristof De Buysere, Oliver Gajda, Ronald Kleverlaan And Dan Marom, (2012) A framework for European crowdfunding pdf

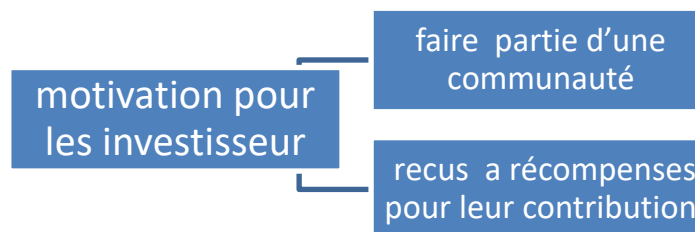
⁹⁷ - Gerber, E., Greenberg, M., Hariharan, K., & Pardo, B. (2013). op.cit.pdf

jugera bon de soutenir des idées populaires ou de petits projets.⁹⁸ Certaines personnes souhaitent soutenir des projets ou des entreprises car elles ont une réelle connaissance du marché.

Certains investisseurs, principalement motivés par les rendements financiers, voient dans le financement participatif un investissement. Ils pratiquent principalement le Crowdfunding en fonds propres ou le financement participatif avec emprunt.

La diversité des projets et des modèles de financement participatif permet à toutes les personnes, quels que soient leur origine et leurs niveaux d'éducation, de trouver le modèle qui leur convient le mieux. Il est maintenant certain que de nombreuses motivations poussent les gens à participer au Crowdfunding. C'est la raison pour laquelle le financement participatif se développe et prend de plus en plus d'importance. La figure ci-dessous montre clairement leur motivation.

Figure N°11 : Motivation pour les investisseurs à participer au Crowdfunding.



Source: Carmen Ortega Hernaez Par communication in Crowdfunding; a case study of success, PDF

2-2-3-2-Les rôles des investisseurs :

L'investisseur a un rôle important à jouer. Son rôle principal est de soutenir le projet par le financement afin que l'objectif de financement soit atteint dans les meilleurs délais.

⁹⁸-Florian Danmayr(2014).Archetypes of crowdfunding platforms: A Multidimensional Comparison. Wiesbaden: Springer

L'investisseur peut toujours jouer un autre rôle important pour aider le projet, par exemple en utilisant son expérience et son savoir-faire pour fournir des conseils à l'entrepreneur. Donner de la rétroaction et donner son avis sur l'orientation du projet fait également partie de ses responsabilités.

Section 3 : Avantages, Inconvénients et Perspectives du Crowdfunding.

Le succès du Crowdfunding est lié aux nombreux bénéfices que présente ce nouveau mode de financement comparativement aux sources de financement traditionnelles. Cependant, ce n'est pas un mode de financement parfait. En effet, le financement participatif présente aussi des risques et des inconvénients qui doivent être améliorés ou éliminés pour que cette jeune industrie s'épanouisse sur le long terme. Le Crowdfunding n'est pas de la charité et les investisseurs ne donnent pas leur argent juste parce que l'idée entrepreneuriale est bonne ou intéressante. Ils recherchent du profit d'abord ; d'où, de manière générale, le pour ou le contre du financement participatif dépendra de la typologie utilisée.

3-1-Avantages du Crowdfunding :

Dans ce point, nous allons voir les avantages du Crowdfunding pour l'économie, pour les entrepreneurs et pour les investisseurs.

3-1-1- Avantages pour l'économie :

Bien qu'il soit difficile de pouvoir quantifier les retombés du financement participatif sur l'économie réelle vu son récent développement, il est toujours possible de pouvoir ressentir son impact comme avec les 16 milliards USD introduit dans l'économie mondiale en 2014 ayant engendrés des nouvelles activités, d'emplois, etc.⁹⁹. Le financement participatif a tendance à s'adapter au contexte économique des pays dans le but de remédier et améliorer le faible accès aux crédits en promouvant l'émergence des starts ups qui sont un facteur de création d'emplois, de la croissance économique et de la réduction de pauvreté.¹⁰⁰ Lors de la présentation de l'état des lieux du Crowdfunding français en 2018, la présidente de l'association Financement participatif France et directrice de la plateforme Wised, Stéphanie Savel, déclare que 402 millions d'euros ont été collectés auprès des particuliers via différentes plateformes et pense que le secteur a atteint de la maturité. En effet, basé sur les statistiques

⁹⁹ -Alexandre Raguét et Hélène le Teno, le financement participatif et l'aide public au développement : Etats de lieux et enjeux, notes techniques n°33, septembre 2017, p.30, PDF

¹⁰⁰ - Alexandre Raguét et Hélène le Teno, op.cit, p.49

de l'année 2018, il a été confirmé que le Crowdfunding finance de plus en plus l'économie et donc la foule finance les entreprises de toute taille.

Contrairement aux idées souvent reçues qui qualifient le Crowdfunding au financement des projets socioculturels, 80% sont dirigés dans le financement du secteur économique¹⁰¹. Seulement en Espagne, le financement participatif a facilité la création de 7500 emplois à travers 2800 projets réussis en 2012 (Ramos et Gonzalez, 2013). Aussi, la concurrence entre Crowdfunding et autres sources de financement est avantageuse pour l'économie. Un article dans le Harvard Law and Policy Review décrit que le Crowdfunding serait à même de décentraliser et changer le financement des entreprises dans le monde.¹⁰²

3-1-2- Avantages pour les entrepreneurs :

Les principaux avantages pour les porteurs des projets sont :

-Source alternative de financement : l'un des bénéfices majeurs du Crowdfunding est qu'il donne la possibilité aux individus et organisations de se financer sans passer par leurs propres fonds ou par des emprunts. Le fait que ce mode de financement fonctionne avec internet permet aux porteurs de projets de trouver les financeurs partout à travers le monde sans pour autant signer des accords ou documents avec ces investisseurs.¹⁰³

-Vitesse et accessibilité : De manière générale, il n'existe pas des qualifications spéciales pour débiter une campagne de Crowdfunding, surtout quand il s'agit de la typologie donation. Dans un intervalle de temps réduit, une page contenant les informations basiques peut être créée et visible au niveau de la plateforme.

-Marketabilité : Une fois qu'on a une page établie spécifiquement pour le projet, il est possible d'accroître sa foule des contributeurs en mettant en pratique les différentes stratégies marketing, en créant par exemple des vidéos qui montrent le fonctionnement du produit, faire en sorte que la page du projet soit hautement cotée pour qu'elle apparaisse lors des recherches pertinentes en ligne ou procéder de la manière traditionnelle en payant pour une publicité en vue de promouvoir sa marque ou son produit.

¹⁰¹ - <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/banques-finance/finance-participative-80-des-montants-collectes-aupres-des-particuliers-vont-aux-entreprises-807148.html> , consulté le 10/08/2019, à 14h20

¹⁰² - Michael Riga, Le crowdfunding : bilan et perspectives, op.cit, p.48

¹⁰³ - <https://www.profolus.com/topics/advantages-and-disadvantages-of-crowdfunding/> , consulté le 10/08/2019, à 9h13

-Feedback et communauté : En lançant une campagne de financement participatif, les personnes auxquelles l'entrepreneur vendra son produit sont les contributeurs et cela permet au porteur de projet d'avoir un feedback car il a partagé et leur a transmis son projet et son idée entrepreneuriale. Si les financeurs décèlent un vice dans le projet, ils peuvent faire proposition d'une amélioration ou changement en vue de rendre le produit meilleur. Bien battre sa campagne de financement participatif est un moyen d'attirer l'attention et l'intérêt sur sa marque. A titre illustratif, quand Pebble Time, la Montre connectée qui ne dort jamais et financée par Kickstarter¹⁰⁴ est entrée sur le marché, elle avait déjà une dizaine de milliers de fans. En effet, ceci peut être considéré comme un examen de marché pour voir la viabilité du projet¹⁰⁵

-Choix : Plusieurs plateformes de Crowdfunding existent, donc les entrepreneurs ont la possibilité d'établir un choix parmi elles. Un autre avantage est la liberté de structurer sa campagne en déterminant par exemple quelle récompense offrir pour un certain niveau de contribution ainsi que la liberté du public de contribuer à un projet parmi tant d'autres. De plus, il y a réduction des coûts car l'accès aux différentes plateformes et différents projets par les investisseurs est quasi gratuit afin d'encourager la participation du public dans le financement des projets. Le financement participatif encourage les individus à investir, mais il supporte aussi l'entreprenariat en même temps contrairement aux sources de financement traditionnelles qui se focalisent souvent sur des projets à haute technologie.

- Procédure peu complexe : le Crowdfunding épargne les PME à prouver leur crédibilité pour obtenir un prêt comme c'est le cas avec les modes traditionnels de financement.

-Attraction facile des investisseurs : Il est relativement simple d'attirer les financeurs avec le Crowdfunding aussi longtemps que la campagne est bien promue et que le projet a un caractère innovant.¹⁰⁶

¹⁰⁴ -Kickstarter est une plateforme de financement participatif créée en 2009 qui accueille des projets créatifs dans de nombreux domaines : cinéma, jeux, musique, art, design, technologie, etc. Elle est basée aux USA

¹⁰⁵ -<https://startupnation.com/start-your-business/advantages-disadvantages-crowdfunding/> , consulté le 01/08/2019, à 13h30

¹⁰⁶ -<https://www.quora.com/What-are-the-advantages-and-disadvantages-of-crowdfunding> , consulté le 02/08/2019, à 17h23

-Levée de fonds immense : Le Crowdfunding peut collecter des grosses sommes d'argent vue la taille des PME et peut stimuler et assurer la croissance d'un projet.

-Le Crowdfunding centralise la communication : En regroupant tous les financeurs, c'est possible de mettre à jour les investisseurs potentiels à travers des appels téléphoniques, mails, meetings, etc. Mais le but n'est pas simplement d'envoyer des messages. C'est plus mettre constamment à niveau les informations concernant le projet de façon à ce que les investisseurs prospects puissent avoir des informations actualisées concernant le profil de la collecte de fonds.

-Le Crowdfunding protège l'Equity (parts) : En achetant un produit financé via Crowdfunding, l'audience est considérée comme des investisseurs. Ces derniers reçoivent des récompenses et non des parts d'entreprise. C'est qui est intéressant pour l'entrepreneur car les bénéfices appartiendront à lui seul.

-La gratuité : aucun frais de participation n'est prélevé, ensuite si l'objectif financier n'est pas atteint lors de la collecte de fonds, cela n'entraîne aucune pénalité. Les fonds sont remis aux contributeurs et la plateforme ne perçoit rien. Dans le cas contraire, tout le monde sera gagnant et aura contribué à un projet de Crowdfunding.¹⁰⁷

3-1-3- Avantages pour les Investisseurs :

Les avantages les plus connus pour les financeurs sont :

-Accès aux opportunités d'investissements : Une panoplie des projets s'offre aux investisseurs pour fructifier leurs épargnes.

-Implication dans un projet et participation à une communauté : Un investisseur qui choisit de mettre son argent dans un projet prônant la protection forestière et environnementale par exemple, participe à la protection d'une communauté, voire même à celle de la planète ; contrairement aux modes traditionnels de financement où l'argent de l'investisseur peut participer à des activités illicites sans qu'il le sache.

-Suivi et évolution : L'investisseur a l'avantage d'avoir des informations nécessaires sur l'avancement du projet qu'il a financé.

¹⁰⁷ <https://www.forbes.com/sites/tanyaprive/2012/10/12/top-10-benefits-of-crowdfunding-2/#4abcd112c5e> , consulté le 13/08/2019 à 23h44

3-2- Inconvénients du Crowdfunding :

Recourir au Crowdfunding n'est pas synonyme de négligence, de liberté ou de réussite immédiate. Environ 60% des campagnes de Crowdfunding n'obtiennent pas le financement voulu et nombreuses de celles qui réussissent ne vendent pas leurs produits car les entrepreneurs ayant menés ces campagnes ont surement sous-estimé la complexité de ce mode financement ou encore celle de la fabrication de leur produit.¹⁰⁸.

3-2-1- Inconvénient pour les entrepreneurs :

Généralement, les inconvénients sont :

-Le crowdfunding, c'est beaucoup de travail : En visant une réussite de la campagne, l'entrepreneur devra commencer à préparer son projet depuis au moins 03 mois, ce qui nécessite un financement initial. Ensuite le porteur de projet devra consacrer 15 heures à 20 heures par semaine pour travailler avec une équipe composée de 2 à 4 personnes. Il faut donc prendre son temps à tout préparer (business plan, due diligence, etc.), sinon l'entrepreneur est juste en train de commettre une grave erreur.

-Le paiement des commissions : Bien que chaque plateforme fixe ses commissions, ces dernières sont parfois comprises entre 8 et 12% de la somme collectée. Cela n'est pas à négliger car enlever en moyenne 10% de l'argent reçu peut très bien déstabiliser la réalisation du projet.

-Les fonds n'ont pas de champ de croissance : Les campagnes de crowdfunding étant basées sur des récompenses, l'argent collecté après déduction des récompenses n'est au maximum suffisant que pour assurer la production du produit, mais pas assez pour assurer sa croissance. Il est conseillé dans ce cas de se créer une épargne qui permettra à l'activité de continuer d'accroître ou envisager une seconde campagne.

-Le crowdfunding crée une compression inutile : Partant du fait que les campagnes de crowdfunding sont limitées en termes de durée, deux cas se présentent. Soit il y a réussite de la campagne, soit un échec, suivant le temps imparti. Ce dernier n'est pas nécessaire car il n'ajoute rien d'autres que le stress au staff, financeurs, etc. Par conséquent, en compressant le temps de la campagne dans lequel l'entrepreneur est censé réussir sa collecte, le risque

¹⁰⁸ <https://www.bigcommerce.com/blog/benefits-and-drawbacks-of-crowdfunding/> , consulté le 01/08/2019, à 14h07

d'échec apparait et pourtant l'idéal serait de laisser la campagne avancer normalement en gagnant la traction.

-Le crowdfunding peut être un marché saturé : Au fil du temps, les produits financés via crowdfunding deviennent similaires. Pour qu'un projet soit une réussite dans le crowdfunding, l'entrepreneur doit donc se demander si son idée est assez originale et chercher à connaître si son projet est excitant ou intéressant au point d'être accepté par la plateforme pour le financement.

-Mesure et visibilité de l'échec : Nul ne peut ignorer que le crowdfunding procure une image sur la performance de la PME dès le début de la campagne en sollicitant l'opinion du public. Le cas d'un succès reste motivant tandis qu'apprendre que le public n'est pas réceptif du projet démotive l'entrepreneur et peut accélérer l'échec.

-Le feedback négatif peut être insupportable : Comme un mauvais commentaire sur une chaîne YouTube peut changer l'avis de bien de personnes, pareil est le cas avec le crowdfunding car tout est ouvert au public. Prenons l'exemple d'un commentaire disant que la personne financée, est un charlatan ou encore dire que ce produit ou service ne marchera pas ou échouera. Ces commentaires peuvent affecter négativement la campagne et détourner ainsi des investisseurs potentiels du projet

-La sécurité de l'idée entrepreneuriale : Opter pour le financement participatif oblige à ce que l'entrepreneur dévoile son plan de projet. Bien que cela soit une action appréciée par les investisseurs qui souhaitent améliorer leurs connaissances sur le projet, les concurrents potentiels quant à eux, profitent du relâchement des informations capitales et confidentielles qui risqueraient de pénaliser le porteur de projet en matière de compétition.

-Risque d'échec : il est difficile de se relever après un échec de la campagne de Crowdfunding. En effet, cela suppose que le business plan n'est pas assez bon pour être accepté par les investisseurs ou les analystes des plateformes. Recommencer une nouvelle campagne est une option non considérée par la majorité des plateformes qui ne sélectionnent pas un projet deux fois. Donc les conséquences d'un échec sont sévères.

3-2-2- Inconvénients pour investisseurs :

Voici les principaux inconvénients :

-Le Crowdfunding c'est accorder de l'attention, pas la responsabilité : Il est possible que le produit reçu par les financeurs après la campagne ne soit pas ce à quoi ils s'attendaient. Il arrive aussi que des entrepreneurs fassent toute sorte des promesses pour finir par prendre l'argent et s'enfuir. L'investisseur ne devra pas renvoyer cette responsabilité à qui que ce soit car lui seul avait choisi et décidé d'accorder de l'attention au projet.

-Le Crowdfunding est plein de « menteurs » : Les tricheurs constituent le plus grand inconvénient de cette industrie. Beaucoup de projets font des campagnes réussies, mais dont les activités ne sont pas lancées d'où la baisse de confiance entre les porteurs des projets et les financeurs. Cela entraîne donc le risque de perte en capital.

3-3- Perspectives du Crowdfunding :

Avec l'expansion de l'industrie du crowdfunding, il sera fort probable qu'il ait scission entre les plateformes finançant les grands projets et celles qui financent les projets à petite échelle. De nos jours, les plateformes telles que crowdcube (plateforme britannique en Equity, créée en 2011) sont déjà à même de pouvoir cibler et délimiter leur audience, ce qui octroie une vision plus claire lors de la levée de fonds. En effet, lors d'un sondage mené par le Virgin Group¹⁰⁹ en 2017 intitulé A look inside the future of crowdfunding, les commentateurs prédisent que le financement participatif sera finement diversifié avec des plateformes s'intéressant spécifiquement dans les domaines tels que les documentaires, les jeux vidéo, etc.¹¹⁰

Lors d'une interview menée par la journaliste Matilda Bačelić avec comme interlocuteur Zoran Rajn, fondateur de la plateforme Croinvest, dont le thème central fut le crowdfunding, les réponses données vont dans le sens où le financement par la foule et les investisseurs institutionnels pourront développer un partenariat qui pourra engendrer des investissements plus sûrs, des placements et des prêts plus sécurisés. Le futur de cette jeune industrie dépend grandement des solutions législatives qui seront adoptées au niveau des différents pays. La tendance actuelle est celle d'un crowdfunding bureaucratisé, ce qui entraîne une tendance qui pénalise l'industrie car dans les pays où il y a une législation en la matière, elle a été généralement adoptée et mise en place à la hâte, en ayant aucune

¹⁰⁹-Représente un investisseur familial à capital de croissance avec une marque mondialement connu et respectée. Détenteur d'une équipe d'investissement qui se focalise dans les secteurs de voyages, musique, services financiers, télécommunication, etc.

¹¹⁰ -<https://www.virgin.com/entrepreneur/look-inside-future-crowdfunding>, consulté le 10/08/2019, à 13h30

précédente à laquelle faire référence sans pour autant pouvoir définir et cerner la notion du crowdfunding.¹¹¹

93 milliards USD est le montant total des investissements dans le monde via crowdfunding d'ici 2025, suivant le rapport de la banque mondiale en 2016. La question est de savoir ce qui changera et évoluera dans le financement participatif afin d'atteindre la somme estimée.

-Montée en flèche des plateformes spécialisées : Au début, les plateformes de crowdfunding étaient spécialisées, telle que ArtistShare en 2000. Cette tendance reprendra de l'ampleur dans l'avenir vu les différents domaines à financer comme les jeux, l'éducation, la musique, les organisations caritatives, les recherches, etc. pour ainsi être précis et déterminer le crowd voulu.

Cependant, la recherche d'une taille critique pousse souvent les plateformes à vouloir combiner différentes typologies au sein d'une même plateforme car il est obligatoire de maintenir au top leurs sources de revenu. En effet, pour Joseph d'Ippolito, cofondateurs de la plateforme Crowd'In¹¹², dans l'avenir les plateformes seront plus généralistes. Pour lui, chaque PME a ses attentes et elle a besoin de tout type de crowdfunding suivant son stade de développement (démarrage, lancement, etc.). La plateforme crowd'In opte pour le don et le prêt pour pouvoir accepter tous les entrepreneurs qui se présentent à elle.

Souvent l'entrepreneur peut souhaiter collecter des fonds via des prêts, mais la plateforme peut lui conseiller la typologie de dons qui serait mieux adapté au projet apporté par exemple. Crowd'In compte se généraliser car la spécialisation réduit le nombre d'investisseurs potentiels. De plus, le crowdfunding étant un modèle naissant (au stade embryonnaire), se baser sur une seule typologie prive la plateforme à gagner des parts de marché et dans cette tendance les plateformes futures seront généralistes car la survie dépendra du nombre de projets retenus au sein de la plateforme et de la communauté d'investisseurs.

-Investir dans les starts up : Les plateformes du reward based comme Indiegogo et Kickstarter aux USA se sont fait remarquer et ont ainsi captés l'attention du public. En matière réglementaire, les titres III et titres IV sur les emplois aux USA permettent

¹¹¹ <https://croinvest.eu/current-challenges-and-the-future-of-crowdfunding> , consulté le 11/0/2019, à 9h10

¹¹² - Plateforme hybride belge créée en 2014

aujourd'hui aux investisseurs non accrédités ou peu fortunés à pouvoir prendre part au sein des startups qui les intéressent. Auparavant cette pratique était réservée aux riches investisseurs, mais avec les nouvelles réglementations, les startups sont prêtes à attirer toutes les personnes voulant les soutenir en ayant un statut d'investisseur, et apporter du soutien à un projet ou à une idée.

Le financement participatif offre aux PME une possibilité autre que les investisseurs à capital risque pour augmenter leur capital. En effet, l'investissement et la prise de décision seront entre les mains d'un grand public composé de la population de classe moyenne. Dans les propos recueillis par Adam Fridman, entrepreneur Américain et fondateur de l'entreprise Mabbly sur l'avenir du crowdfunding, Robert Gross Handler, fondateur d'Iconsumer¹¹³ déclare que les nouvelles réglementations à travers l'Equity Crowdfunding permettent à tous les clients de faire partie d'Iconsumer avec le statut d'investisseurs, ce qui est une bonne tendance.¹¹⁴

-Eduquer les investisseurs: Les changements réglementaires dans le domaine du crowdfunding imposent aux participants un apprentissage et une éducation. Les plateformes et les PME cherchant du financement trouvent qu'il est important d'éduquer cette nouvelle classe d'investisseurs sur l'Equity, la levée de fonds, etc. Shareholder Academy est l'un des sites qui évoluent déjà dans cette direction.

-La technologie : Les compagnies digitales de marketing commencent à prendre de la valeur au sein du crowdfunding car leurs équipes sont dévouées à aider les clients utilisant le crowdfunding à promouvoir leurs campagnes et obtenir une couverture médiatique après obtention du financement

-Le monopole : La croissance rapide de cette jeune industrie en passant de 308 plateformes en 2013 à 1250 plateformes en 2014, la montée est assez frappante pour imaginer le nombre des plateformes créées par année. Comme avec les médias sociaux, un individu peut être membre dans plusieurs réseaux, mais seulement quelques-uns de ces réseaux sociaux sont reconnus et largement utilisés par la population.

Le futur du financement participatif sera entre les mains des plateformes puissantes qui sont alors minoritaires. Toujours dans cette même optique, Matthias Ricq, responsable de

¹¹³ -Entreprise permettant à ses membres de devenir des actionnaires dans les startups

¹¹⁴ -<https://www.inc.com/adam-fridman/the-future-of-crowdfunding.html>, consulté le 20/08/2019 à 11h07

la communication externe de Look&Fin pense lors d'une interview sur l'état des lieux des plateformes de crowdfunding et leurs perspectives d'avenir, que 90% des plateformes disparaîtront et celles qui seront à même de résister pourront s'unir ou opter pour des rachats pour qu'il en reste qu'une qui sera considérée comme le leader ou géant dans le domaine comme la plateforme Ulule en France et Lending Club au Royaume-Uni.¹¹⁵

-Concurrence : Il n'y aura pas de monopole absolu par une plateforme dans un tel domaine, moins encore au niveau d'un secteur d'activité. Les plateformes généralistes et spécialisées vont rivaliser, mais ces deux catégories existeront toujours.

Vu la concurrence, la différenciation permet aux investisseurs de se distinguer par des éléments comme identifiés par stéphany et Bessière (2014) : l'innovation, la communication, la façon de gérer la levée de fonds, relations avec le crowd et relations avec les partenaires. Daniel Pianko, associé gérant de University Ventures pense lors des propos recueillis par Adam Fridman sur le futur du crowdfunding, que les investissements en crowdfunding ne vont pas remplacer les fonds d'investissements gérés dans un avenir proche. Cependant, il y aurait une nouvelle dynamique d'investissements car les entrepreneurs auront le choix entre se tourner vers le public du crowdfunding ou voir les investisseurs privés et ces derniers devront comprendre ce qu'une réussite prématurée et rapide de la collecte de fonds via crowdfunding signifie aux yeux des PME potentielles.

-La situation géographique : Il s'agit ici, de financer un projet qui n'est pas chez soi (cité, ville, pays). En 2011, les professeurs et chercheurs Agrawal, Catilini et Goldfard ont étudié la question de savoir si la situation géographique était un frein pour le développement du crowdfunding. Ils concluent que la distance moyenne entre le porteur de projet et l'investisseur est de 4800km, ce qui explique le rôle essentiel de la proximité spatiale. Cependant, les investisseurs locaux investissent plus tôt par rapport aux autres car il y a souvent une relation personnelle avec l'entrepreneur (amis, famille, etc.) et cette notion de proximité devient de plus en plus relative

¹¹⁵ [-https://hackernoon.com/6-trends-to-redefine-the-future-of-crowdfunding](https://hackernoon.com/6-trends-to-redefine-the-future-of-crowdfunding) , consulté le 17/08/2019, à 21h14

Conclusion du chapitre II :

De ce chapitre, nous pouvons retenir que le crowdfunding s'explique à travers les interactions entre trois intervenants à savoir les entrepreneurs, la plateforme de Crowdfunding et les investisseurs. Il existe quatre phases auxquelles les PME doivent se conformer en vue d'obtenir du financement via Crowdfunding, la première est celle de la préparation de la campagne de financement, la deuxième est celle du dépôt du dossier et mécanismes d'analyses des PME par les plateformes, la troisième concerne le lancement de la campagne de financement et la quatrième est celle d'après financement. Les investisseurs doivent établir un choix parmi les typologies vues, à savoir les dons, les prêts et la prise de participation.

Chaque intervenant est motivé par plusieurs facteurs. Les investisseurs par exemple ont comme pour motivations les éléments suivants : la possibilité de soutenir une idée innovante, les intentions du financement participatif axées sur les récompenses et la possibilité de participer à la réalisation des rêves des autres.

Au niveau macroéconomique, le crowdfunding engendre plus des bienfaits que des méfaits en créant des emplois, en diminuant la pauvreté et en finançant les entreprises de toute taille, particulièrement les PME qui sont un facteur essentiel dans la croissance économique des pays.

Introduction du chapitre III :

Ce chapitre est centré sur trois sections principales. Dans la section 1, nous allons nous focaliser sur l'évolution et les éléments caractérisant le Crowdfunding au Maghreb. Dans la section 2, nous établirons un bilan de la situation du Crowdfunding dans la région Maghreb, précisément au Maroc, en Tunisie et en Algérie. Enfin, la section 3 sera consacrée aux difficultés de développement de cette jeune industrie au Maghreb, ainsi que les solutions envisagées pour un meilleur avenir en comparant les situations et en faisant ressortir les disparités entre les trois pays retenus.

Section1 : Evolution et Caractéristiques du Crowdfunding au Maghreb.

Il s'agira dans cette section, d'exposer la naissance, l'évolution et les caractéristiques du financement participatif au Maghreb.

1-1- Naissance et Evolution du Crowdfunding au Maghreb :

Le Crowdfunding est une alternative de financement récente dont les promesses d'expansion ne cessent d'accroître. En 2018 en France, ce secteur a connu une croissance de 39% par rapport à 2017 en collectant 402 millions d'euros¹¹⁶. En Amérique du Nord, la somme de 17,2 milliards de dollars est collectée par année et ce chiffre tend à augmenter dans les années à venir.

Mais alors, qu'en est-il du Maghreb en cette matière? Contrairement aux pays développés où le Crowdfunding apparaît vers 2008, au Maghreb c'est à partir de 2013 avec la création en Algérie de deux plateformes dont Chriky œuvrant dans l'EquityCrowdfunding et Twiza, une plateforme de dons. C'est en 2014 que les pays voisins le Maroc et la Tunisie embrassent cette industrie avec la création de la plateforme Smala&Co pour le Maroc et celle de Cofundy en Tunisie.

En effet, avant 2013, le financement des projets maghrébins via Crowdfunding se faisait uniquement par les plateformes étrangères, généralement françaises. Dans cette logique, le Maroc a lancé 274 campagnes de Crowdfunding entre 2009 et 2015. La Tunisie lance 70 campagnes sur la même période et enfin l'Algérie avec 57 campagnes de Crowdfunding.¹¹⁶ D'après une étude datant de 2014 menée par l'Association FPM (Financement Participatif Méditerranée) en vue de décrire la situation du Crowdfunding au Maghreb (Maroc, Tunisie, Algérie), les fonds levés par les plateformes étrangères via Crowdfunding valaient 200 000 euros.¹¹⁷

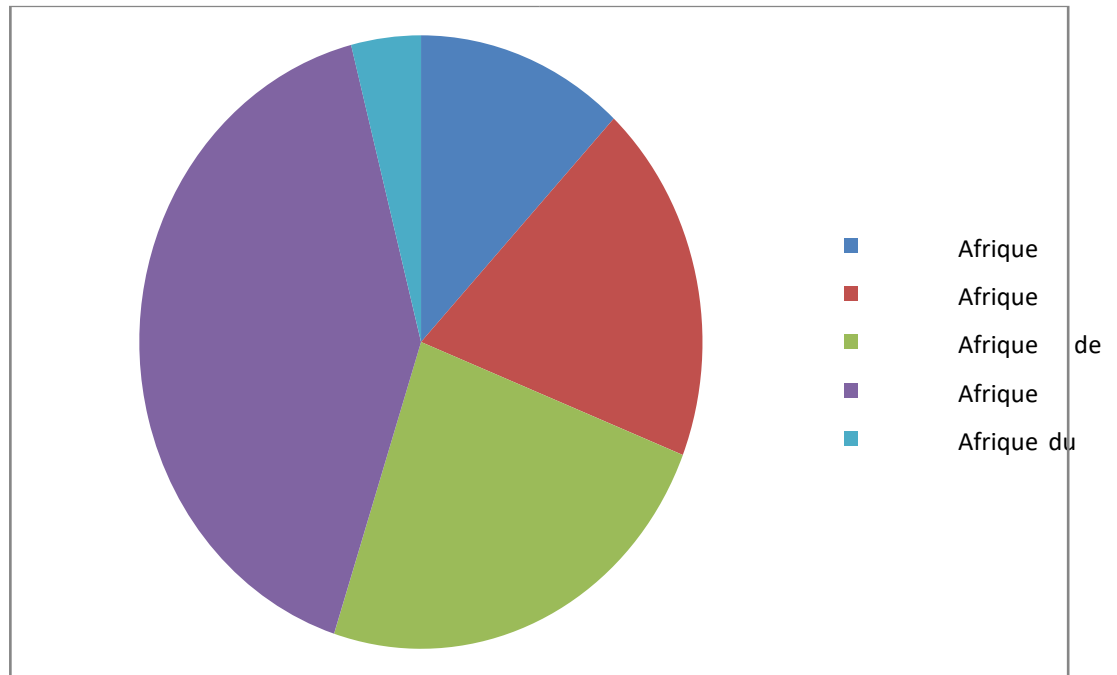
Pour mieux apprécier la place qu'occupe le Crowdfunding au Maghreb, nous proposons la figure suivante montrant les parts de Crowdfunding détenues par différentes régions en Afrique.

¹¹⁶-<https://www.fundera.com/resources/crowdfunding-statistics> , consulté le 24/09/2019 à 14h19

¹¹⁶ - Tekfi Saliha, Caractéristiques et fonctionnement du Crowdfunding au Maghreb, Université DjillaliLiabes, 2019, p.02

¹¹⁷ - Disponible sur <https://maghrebemergent.info/le-financement-participatif-demeure-au-stade-embryonnairedans-les-pays-du-maghreb-experts/>, consulté le 21/10/2019 à 21h10

Figure N°12 : Parts de Marchés du Crowdfunding en Afrique.



Source: The Africa and Middle East Alternative Finance Benchmarking Report, Cambridge Centre for Alternative Finance, February 2017, p.43

La figure ci-dessus montre le volume du Crowdfunding en Afrique en 2015, classé par région. L'Afrique Centrale représente 12%, l'Afrique Australe 19%, l'Afrique de l'Ouest détient 24%, l'Afrique de l'Est 41% et enfin l'Afrique du Nord représente 4%. Ceci veut dire que le Crowdfunding dans la région du Maghreb n'est pas seulement lent en termes de croissance, mais détient aussi le volume le plus faible.

Malgré cette faible évolution, la notion du financement participatif tend à prendre de l'ampleur dans certains pays de la région. En effet, un sondage en Juillet 2016, réalisé par Cogite/ réseau entreprendre et Deloitte auprès d'une centaine d'entrepreneurs Tunisiens en vue de tester leur maîtrise du concept Crowdfunding a abouti aux résultats suivants:

72% d'entrepreneurs interrogés ont déclaré déjà avoir entendu parler du financement participatif, 85% d'entre eux seraient prêts à financer un projet via Crowdfunding. Concernant la question de savoir si le Crowdfunding est un mode de financement adapté aux besoins d'entrepreneurs tunisiens, 85% répondent positivement, 7,5% pensent que c'est un phénomène passager et autres 7,5 %

restent neutre sur la question. Enfin, 96,3% des entrepreneurs tunisiens interrogés seront prêts à soutenir une réforme favorable au développement du financement participatif dans le pays.¹¹⁸

De ces résultats, nous remarquons que la notion du Crowdfunding commence à s'installer petit à petit dans la région Maghreb. De plus, au Maroc, en 2017, il y a eu constitution de la Fédération Marocaine de Crowdfunding (FMC) en vue d'assister et collaborer avec le Ministère de l'Economie et des Finances pour développer le Crowdfunding au Maroc et en Afrique en se fixant plusieurs objectifs parmi lesquels on peut citer :

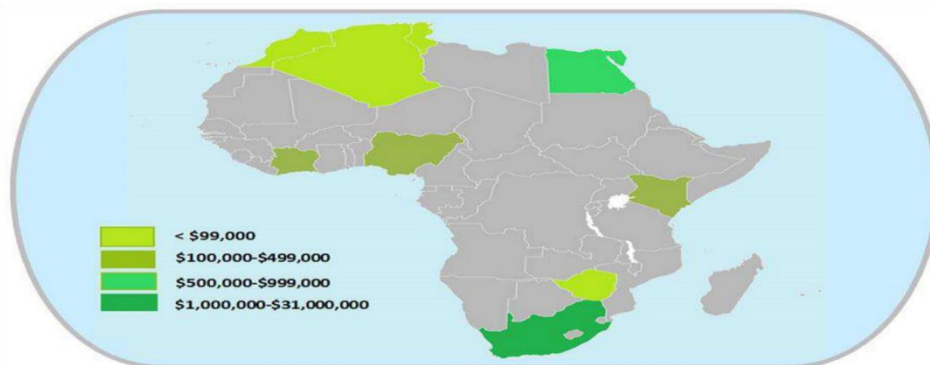
1-2- Caractéristiques du Crowdfunding au Maghreb :

Le financement participatif au Maghreb se caractérise par son mode de fonctionnement qui se reflète à travers les différentes plateformes de la région. Comme caractéristiques, nous citons les éléments suivants :

- Les fonds collectés par les trois pays via Crowdfunding sont plus ou moins les mêmes. En effet, une étude menée par Afrikstart en 2016 confirme cette tendance que nous illustrons par la figure au niveau de la page suivante.

¹¹⁸- GIZ IS et EURECNA, amélioration de l'environnement des affaires dans la région Sud de la méditerranée : élaboration d'une étude de faisabilité technico-juridique pour le développement du Crowdfunding, 17 Avril 2017, p.58-59

Figure N°13: Fonds Collectés par Pays via Crowdfunding en 2015.



Source: Afrikstart report, *Fundraising goes digital in Africa, the emergence of Africa based crowdfunding platforms*, 2016, p.26

De la figure ci-dessus nous pouvons déduire que le Maroc, la Tunisie et l'Algérie, ont collecté des fonds situés dans l'intervalle de 0 à 99 000 dollars USD via Crowdfunding. Le seuil ci-dessus concerne les montants des projets maghrébins levés via les plateformes de Crowdfunding basées uniquement en Afrique.

- Le Crowdfunding dans la région maghrébine se caractérise par l'absence de la typologie peer to peerlending ou prêt. D'après le questionnaire établi par Madame TEKFI SALIHA¹¹⁹ et adressé aux cofondateurs des plateformes de la région lors de la rédaction de son document sur le fonctionnement du Crowdfunding au Maghreb, les raisons pour l'absence de la typologie peer to peerlending varient selon les pays. L'une des questions consistait à savoir si le manque du crowdlending était lié à l'Islam, religion pratiquée dans la région car dans les principes de la religion Islamique n'autorise pas l'accord des intérêts. La réponse était que cela n'avait aucune relation avec la religion pratiquée au Maghreb
- L'absence de cadre réglementaire sur le Crowdfunding est un élément commun dans les pays de la région, bien qu'au Maroc, en 2018, il y a eu la mise en place d'un projet de loi en vue de régir cette activité

¹¹⁹- Enseignante à la faculté des sciences économiques, de gestion et des sciences commerciales à l'Université DjillaliLiabes en Algérie

- Les plateformes maghrébines de Crowdfunding financent aussi des projets hors cette région, le plus souvent d'autres pays d'Afrique et d'Europe
- Un nombre réduit des projets financés dans la région, dû à l'absence d'une forte culture du financement participatif
- Les paiements des contributions sont le plus souvent faits à travers le chèque, bien qu'en Tunisie le paiement par voie électronique bat son plein et au Maroc, les cartes de paiement sont aussi acceptées par certaines plateformes (Smala&Co, etc.)

Section 2 : Crowdfunding au Maghreb : état des lieux.

Sur ce point, nous allons aborder le fonctionnement du crowdfunding au Maroc, en Tunisie et en Algérie à travers les différentes plateformes, les projets financés et les montants collectés, les modèles existants accompagnés d'une analyse des opportunités et des menaces ainsi que la situation réglementaire.

2-1-MAROC :

Le Maroc est un pays en voie de développement où le tissu économique est composé principalement de TPE (très petite entreprises) et de PME. Lors du premier forum de la PME à Marrakech en décembre 2016, Mohamed Fadlam, président de la chambre de commerce, d'industrie et de services (CCIS), a fait savoir que 90% des entreprises du secteur industriel étaient des PME, elles génèrent plus de 50% en matière de création d'emplois et participe à hauteur de 30% dans les exportations du pays. Les PME, pour bien fonctionner nécessitent un financement important qu'elles ont du mal à collecter. Lors d'une enquête menée en 2016 par la Banque Mondiale, la BERD (Banque Européenne pour la Reconstruction et le développement) et la BEI (Banque Européenne d'Investissement) sur l'environnement entrepreneurial dans la région MENA¹²⁰ et au Maroc en particulier, le problème de financement est considéré comme le 4^{ème} obstacle dans l'environnement des affaires. De plus, toujours en décembre 2016 à Marrakech, Mohamed Fadlam déclare que « *En dépit de leur*

¹²⁰ - Désigne le Middle East and NorthAfrica (Moyent Orient et Afrique du Nord). C'est une région qui regroupe généralement 19 pays dont l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

statut d'important levier de l'économie marocaine, les PME restent confrontées à de nombreuses contraintes liées essentiellement à la difficulté d'accès au financement. »¹²¹

En effet, les entrepreneurs enquêtés ont déclaré que les crédits bancaires sont lents à obtenir et exigent une adaptation à des conditions complexes. La majorité des entreprises marocaines sont des PME et par manque des garanties exigées par les banques, l'avènement du crowdfunding peut être comme une alternative de financement pouvant répondre aux divers besoins de financement et cela dans plusieurs domaines (art, culture, social, etc.). Dans les lignes suivantes, nous allons décrire la situation du Crowdfunding au Maroc.

2-1-1- Nombre de plateformes :

Actuellement au Maroc, le nombre de plateformes actives est de 05. Nous proposons le tableau ci-dessous pour montrer les plateformes marocaines de crowdfunding en retraçant leurs typologies, leurs domaines d'actions et leurs différentes réalisations.

Tableau N°10 : Plateformes de Crowdfunding pour les entrepreneurs marocains.

Plateforme	Typologie	Domaines d'actions et cibles	Autres
Attadamo	Plateforme des Dons	Dédiée au Maroc et à l'Afrique. Elle finance les domaines : projets business, projets en sciences et projets de musique	Créée par Khalid Farrahe et Jamal Aatif en 2014, elle est basée en France
Cotizi	Plateforme des Dons et des pétitions en ligne	Elle permet aux Associations de collecter des dons en faisant recours à la générosité des internautes et à toute personne ou organisation à faire entendre une opinion de citoyenneté collective	Cotizi est une plateforme de crowdfunding basée au Maroc à Rabat. Elle fut créée le 31/01/2015 par Yacine Elhamdaoui. Cette plateforme a permis notamment la collecte de 302 688 dirhams pour aider les victimes des inondations au Sud

¹²¹ <https://lematin.ma/journal/2016/la-petite-et-moyenne-entreprise-entre-defis-et-contraintes/263883.html> , consulté le 25/10/2019 à 16h23

		au Maroc et dans la région MENA	du pays en 2014.
Smala&C	RewardBasedCrowdfunding	Dédiée aux projets marocains et Africains dans trois secteurs d'activités : Social entrepreneurship, green entrepreneurship et secteur culturel	Basée au Maroc, ses statistiques générales indiquent que 12 projets financés ont rapporté 246 000 dirhams avec 895 utilisateurs et 280 contributeurs. Elle fut créée en 2014. les commissions s'élèvent à 6%.
Wuluj	RewardBasedCrowdfunding	Dédiée aux jeunes Start-upers de la région MENA. Elle évolue dans les domaines de (Tech&Innovation), Services, (Art&Culture), (Mode&Design) et (Fooding et Bien être).	Plateforme basée au Maroc à Rabat et fondée en 2016 par Moroccan CISE et happy Smala. Elle applique un taux de 8% comme commission sur la somme levée si et seulement si l'objectif financier est atteint.
Affinety	Financement Actions. Equity-Based Crowdfunding	Dédiée à l'Afrique, elle met en relation les porteurs de projets pour l'Afrique avec les investisseurs.	Créée en 2014

Source : MariemLiouaeddine et Fairouz Naji, op.cit., p.12 et 13

La plateforme binationale maroco-française Smala & Co étant aussi installée en France bénéficie de son cadre réglementaire. Depuis 2017, elle a suspendu ses activités au Maroc jusqu'à ce que les opérations en financement participatif soient régies. Malgré cet arrêt d'activités, une initiative dénommée Happy Smala qui est un laboratoire dédié à l'économie collaborative a été mis en place en vue d'aider les porteurs de projets marocains dans la conception et réalisation des campagnes du financement participatif.

Parmi les catégories de projets financés au sein de la plateforme Wuluj, deux d'entre elles à savoir « Mode & Design » et « Fooding et Bien être » n'ont pas encore reçu de projet jusque-là. Les catégories restantes ont connu au moins le lancement d'un projet bien qu'il soit encore difficile de voir des projets ayant atteint l'objectif financier fixé.

En 2015, la plateforme Cotizi a été classé 9^{ème} et dernière parmi les meilleures plateformes Africaines en terme de fonds collectés, avec 58 648 Dollars Américains¹²²

Les plateformes Attadamone, Wuluj, Smala&Co et Cotizi ont opté pour les campagnes où l'objectif financier doit être atteint, sinon l'argent est remboursé aux contributeurs sans aucune pénalité à l'égard de l'entrepreneur.

2-1-2-Nombre de projets lancés et fonds collectés :

La capacité de collecte de fonds (corrélée au nombre de projets) d'un pays est liée à sa richesse à travers le PIB par habitant plus précisément car le PIB d'un pays en soi peut être énorme mais c'est seulement quand il est divisé par la population totale que l'on peut apercevoir sa vraie valeur, par le taux de pénétration sur internet et les médias sociaux. En vue d'une meilleure appréhension de la notion, nous proposons le tableau suivant illustrant le classement des pays africains selon le PIB/habitant.

Tableau N°11 : Classement des pays africains selon le PIB par habitant.

Rang	Pays	PIB/habitant 2018 (en USD courant)
1	Libye	5518
2	Afrique du Sud	5285

¹²²Afrikstart report, op.cit., p.46

3	Algérie	3917
4	Tunisie	3689
5	Egypte	3478
6	Angola	3309
7	Maroc	2832
8	Soudan	2415
9	Nigeria	2176
10	Cote d'Ivoire	1535
11	Ghana	1513
12	Kenya	1455
13	Cameroun	1375
14	Tanzanie	879
15	Ethiopie	707

Source: <https://atlasocio.com/classements/economie/pib/classement-etats-par-produit-interieur-brut-par-habitant-afrique.php>, consulté le 07/12/2019, à 21h30

En 2018, le Maroc est classé 7^{ème} pays africains par rapport à son PIB/habitant qui est estimé à 2832 USD. Ceci veut dire que si un marocain pouvait financer un projet en crowdfunding, c'est à partir d'environ 2800 USD.

En 2017 les utilisateurs de face book étaient 15 000 000 avec un taux de pénétration de 40,9%. En 2018, le nombre d'utilisateurs Internet au Maroc était estimé à 22 567 154 avec un taux de pénétration d'internet de 61,6%. Il est aussi à signaler que le taux de pénétration d'internet, de face book sont en augmentation chaque année au Maroc.¹²³

Une étude menée par la plateforme Smala & Co en 2015 en vue de savoir les modèles et les perspectives du crowdfunding au Maroc révèle qu'entre 2010 et début 2014, le crowdfunding a financé plus de 70 projets avec un montant total légèrement supérieur à 2,2

¹²³- <https://www.internetworldstats.com/afrika.htm> , consulté le 28/09/2019, à 16h30

millions de dirhams. Environ 60% des 117 campagnes lancées ont atteint leur objectif financier¹²⁴. Toujours selon l'étude menée par Afrikstart en 2016, le Maroc a lancé 21 projets de crowdfunding dans l'année 2015 avec l'existence de 4 plateformes de crowdfunding.¹²⁵

Les plateformes de crowdfunding étrangères et marocaines impactant sur le financement des projets marocains ont donné des résultats, visibles à travers le tableau sur la page suivante :

Tableau N°12 : Etat de lieux du crowdfunding au Maroc entre 2009 – 2015.

Porteur de projet	Nombre de projets financés	Fonds collectés
Associations	38	150 000 €
Entreprises	6	15 000 €
Particuliers	82	250 000 €

Source : GIZ IS et EURCNA, op.cit., p.57

La majorité des projets financés entre 2009 et 2015 concernent ceux des catégories entrepreneuriat social, humanitaires et culturels. Les associations ont plus reçu l'argent des plateformes basées en France et environ 60% des fonds levés par les particuliers viennent des plateformes implantées aux USA.

¹²⁴- Sanae Rhabra et WafaGuerguer, op.cit., p.9

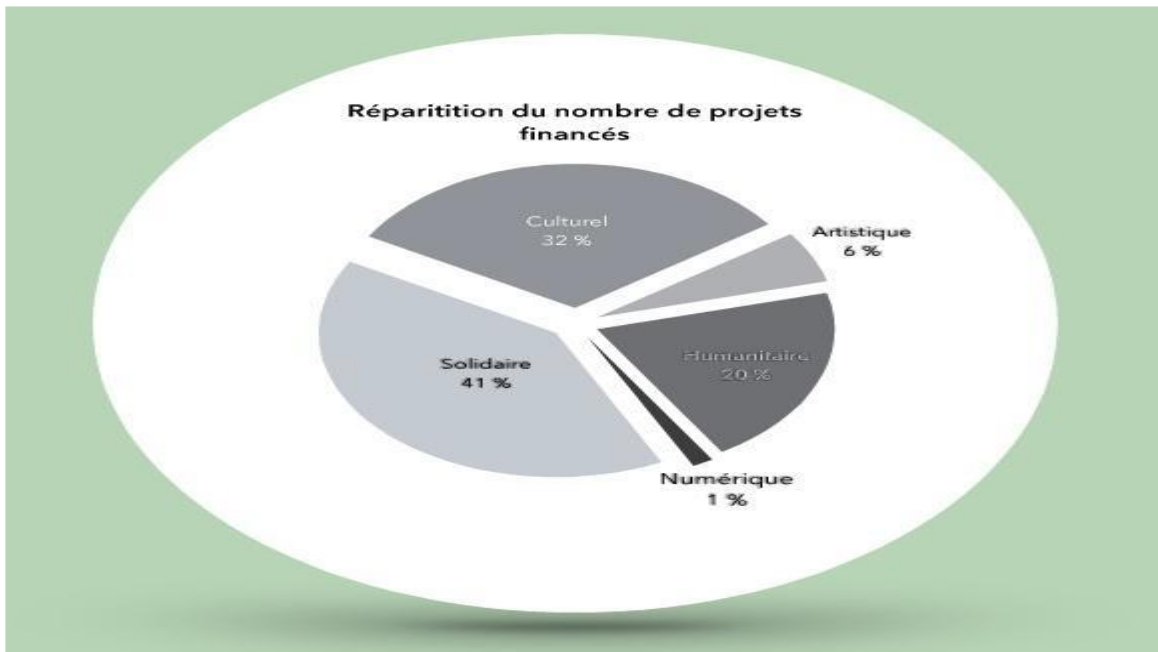
¹²⁵ - Afrikstart report, op.cit., p.38

2-1-3-Typologies et Catégories des projets les plus financés :

De part les plateformes existantes au Maroc, nous pouvons dire que les typologies Donation-BasedCrowdfunding, Reward-BasedCrowdfunding et EquityCrowdfunding sont celles qui œuvrent au royaume.

Actuellement, presque toutes les catégories de projets connues à l'échelle mondiale sont présentes au niveau des plateformes marocaines, bien qu'elles n'aient pas le même taux de réussite. Les deux figures sur la page suivante montrent les catégories les plus financées respectivement selon une étude menée par la plateforme Smala&Co en 2015 et Atadamone en 2015.

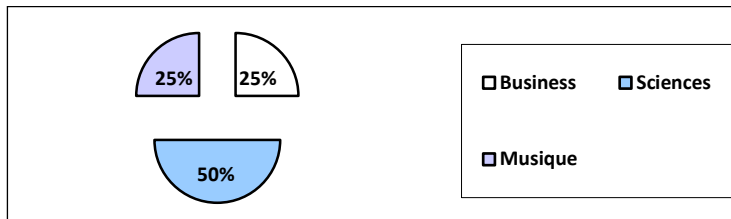
Figure N°14 : Catégories des projets les plus financés par Smala&Co.



Source : Sanae Rhabra et WafaGuerguer, op.cit., p.16

Les projets solidaires sont les plus financés avec 41%, suivis des projets culturels avec 32% et enfin les projets humanitaires avec 20%. Les deux catégories restantes sont encore en bas de l'échelle.

Figure N°15 : Catégories de projets les plus financées par Atadamone.



Source : Alami et Ouezzani, le crowdfunding au Maroc : Essai sur les facteurs d'émergence, de blocage et de développement, 2015, p.9

Les projets appartenant dans la catégorie « Sciences » sont les plus financés et représentent la moitié des projets financés au sein de la plateforme.

2-1-4-Opportunités et Limites du crowdfunding au Maroc :

L'analyse des opportunités et limites du crowdfunding au Maroc nous permettra de ressortir les éléments favorisant le développement de cette industrie d'une part, et d'autre part donner les contraintes et entraves auxquelles fait face le financement participatif marocain.

2-1-4-1-Opportunités du Crowdfunding au Maroc :

Les spécialistes marocains en la matière pensent que plusieurs facteurs de réussite existent et peuvent être regroupés en 3 types à savoir les facteurs culturels, sociaux et technologiques.

A- Facteurs culturels et sociaux :

En général, les spécialistes marocains dans le domaine pensent que le crowdfunding connaîtra une évolution. Cette dernière sera favorisée par le caractère social et généreux du peuple marocain, élément important et nécessaire pour le développement du crowdfunding. De plus, l'Islam qui est la religion la plus répandue dans le royaume, attribue ses valeurs et principes au peuple marocain. La religion musulmane incite à l'entraide collective, à la solidarité, à la promotion de la distribution des richesses en encourageant le partage des risques des transactions économiques.

D'ailleurs, ces facteurs expliquent la tendance où les projets des catégories solidaires, culturelles et humanitaires soient les plus financés.

B-Facteurs technologiques :

A ce sujet, trois éléments peuvent être retenus. L'émergence de l'internet, celle du Web 2.0 et l'utilisation croissante des moyens de paiement électronique.

-Le développement de l'internet a permis aux détenteurs des projets marocains à travers leurs campagnes, de pouvoir atteindre une grande foule qui est peut-être intéressée par leurs idées pour enfin collecter les fonds et réaliser leurs projets.

-L'émergence du web 2.0 permet aux entrepreneurs de se passer des publicités coûteuses pour ainsi créer et mener seuls leurs campagnes. La réussite de la levée des fonds dépend alors de la traction des entrepreneurs sur les médias sociaux et de leur dévouement dans la défense de leurs projets.

-L'existence et l'utilisation des moyens électroniques de paiement au Maroc facilite la procédure de contribution des donateurs car ils présentent plusieurs avantages en termes de rapidité, de sécurité, etc.

2-1-4-2-Limites du Crowdfunding au Maroc :

En dehors des éléments favorisant l'expansion du financement participatif au Maroc, il existe d'autres qui le pénalisent.

A- Facteur législatif :

Le cadre réglementaire capable de faire fonctionner cette jeune industrie a toujours été un frein non négligeable au sein du royaume. Ce facteur sera un peu plus détaillé ultérieurement dans le point 2.1.5

B- Facteur lié à l'utilisation d'internet :

Vu le nombre d'arnaques qui ne cesse de se multiplier sur internet, les investisseurs marocains se montrent retissant face à ce phénomène dans le sens où ils ne savent pas si les entrepreneurs, collecteurs d'argent vont réellement l'utiliser pour la réalisation des projets. L'absence d'un climat de confiance entre les parties prenantes décélère le développement du financement participatif marocain.

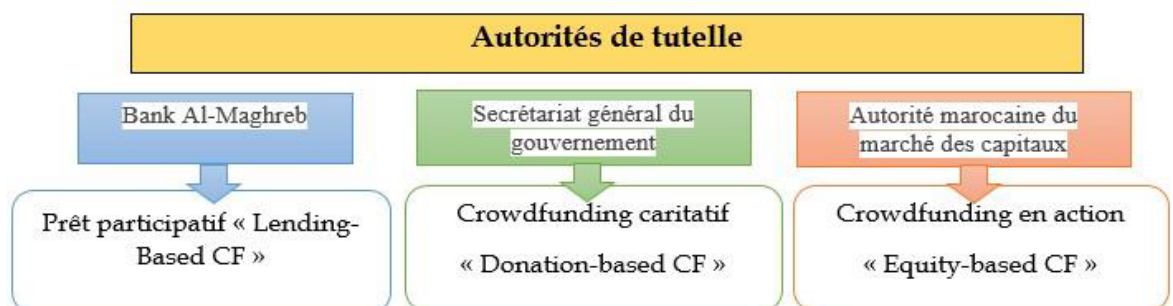
Hormis les limites mentionnées ci-dessus, d'autres peuvent être ajoutées¹²⁶ :

- La nature risquée des petites entreprises
- Requalification des opérations effectuées par les plateformes en opérations de banque ce qui les contraints à demander des agréments de banque ou d'établissement financier.
- Risque de blanchiment d'argent et risque de financement d'activités illicites grâce à des flux financiers modestes en montant échappant au contrôle des transactions financières (règles anti blanchiment)
- L'ensemble des opérations exercées par les plateformes nécessite une adaptation du cadre légal actuel et la création d'un régime dérogatoire pour les plateformes.

2-1-5- Cadre réglementaire du Crowdfunding au Maroc :

Depuis l'avènement du financement participatif au Maroc, la réglementation régissant cette activité a toujours été considérée comme le plus grand obstacle. Au début la circulaire n° 2/2005 relative aux conditions et procédures d'instruction des demandes d'appel à la générosité publique fut la seule voie pour faire fonctionner ce nouveau mode de financement.¹²⁷ Cette situation crée un handicap pour les plateformes, d'où certaines comme Atadamone et Smala&Co ont décidé de s'implanter en France. 2018 a été l'année où le pays a pu mettre en place un projet de loi qui essaye de répondre aux critères et exigences du crowdfunding. Il s'agit de la loi n°15.18 portant sur le financement collaboratif (Crowdfunding), voir annexe 1. Actuellement l'activité est organisée comme le montre la figure sur la page suivante :

Figure N°16 : Autorités de Tutelle du Crowdfunding au Maroc.



¹²⁶ -DjellouleMarkria et MounaBouhmouch, op.cit., p.105

¹²⁷ - Sanae Rhabra et WafaGuerguer, op.cit., p.12

Source: LiouaeddineMariem, Crowdfunding, University of Ibn Tofail Morocco, p.27

Rédigé par le Ministère de l'économie et des Finances en Mars 2018, ce projet de loi destiné au Secrétariat Général du Gouvernement vise à protéger les contributeurs tout en levant les contraintes posées par la loi n° 44-12 relative à l'appel public à l'épargne, la loi n° 103-12 sur les établissements de crédit et assimilés et enfin la loi n° 04-71 relative à la générosité publique (dons).

La mise en place de ce projet de loi est à féliciter, mais beaucoup d'autres choses doivent être faites dans l'avenir pour mieux asseoir les activités du crowdfunding au Maroc. Pour les plateformes de Dons, elles sont encore défavorisées car tout appel à la générosité publique devra solliciter l'autorisation du Secrétariat Général du Gouvernement (SGG), sinon l'entrepreneur qui est le demandeur risque de payer une amende allant de 1000 à 100 000 dirhams ou un emprisonnement de 6 mois.¹²⁸ Dans cette logique, plusieurs projets se voient refuser l'autorisation peu importe leur importance.

Mais jusqu'à présent, le SGG (Secrétariat Général du Gouvernement) n'a pas toujours donné suite sur le projet de loi introduit au mois de Mars 2018. Huff post Maroc a publié le 16/08/2019 l'information suivante « *Après sa suspension pour deux semaines, période au cours de laquelle les ministres ont pris des vacances, le conseil de gouvernement reprend jeudi 22 août sous la présidence de Saad-Eddine El Othmani. Dans un communiqué, la Primature en a décliné le programme qui comprendra, entre autres, l'étude du projet de loi relatif au financement collaboratif, connu sous le nom de "Crowdfunding", mode de financement de projets par le public*

2-2-TUNISIE :

Depuis 2010, de nombreux projets tunisiens ont été mis en place sur des plates-formes internationales de financement participatif, mais il n'y a pas eu de plate-forme spécifique dédiée à la Tunisie. En Tunisie, c'est en 2014 qu'est né le Crowdfunding, avec la création de deux plateformes dédiées au Crowdfunding et aux dons, notamment les plateformes Cofundy et Afrikwity. Le financement participatif commence à se développer en Tunisie, d'autant plus que de nombreuses petites entreprises continuent de se plaindre de la difficulté d'obtenir le soutien des banques commerciales, notamment pour financer leurs besoins en liquidités. Le

¹²⁸ - LiouaeddineMariem, op.cit., p.25

financement participatif continue de se développer, même s'il doit encore s'adapter pour relever les défis du développement humain, social et économique.¹²⁹

Différentes institutions internationales, telles que la Banque mondiale, l'Agence française de développement ou encore Mercy corps, ont été parmi les pionniers dans la promotion du financement participatif en Tunisie.¹³⁰

2-2-1- Nombre des plateformes :

Il existe quatre plates-formes en Tunisie, dont certaines sont à la fois locales et étrangères. Nous proposons le tableau ci-dessous pour montrer les plateformes tunisiennes de crowdfunding en retraçant leurs typologies, leurs domaines d'actions et leurs différentes réalisations.

Tableau N°13: Plates-formes de Crowdfunding pour entrepreneurs tunisiens.

Plateforme	Type de crowdfunding	Cible et domaines d'action	Autres
KissKissBank	Donation-based crowdfunding	Dédié à la créativité et l'innovation en France	
Zoomaal	Donation-based crowdfunding	-Dédiée aux projets de la région MENA -basée au	-En 2014, quatre projets pour \$20 000usd sur les 83 projets reçus.

¹²⁹-<http://www.letemps.com.tn/article/98975/le-crowdfunding-ou-le-financement-participatif-un-moyen-innovant-pour-financer-les-consultes> le 20/09/2019 à 10:30

¹³⁰-https://www.switchmed.eu/fr/country-hubs/tunisia/actions/copy_of_le-crowdfunding-en-tunisie-etat-des-lieux-enjeux-et-avantages?c=startup&q=tunisia consulte le 20/09/2019 à 10:30

		Liban	
Cofundy (2014)	Donation-based crowdfunding	Dédiée aux projets entrepreneuriaux, solidaires ou culturels en Tunisie, l'Afrique et l'Europe	-En 2014, 130 projets tunisiens étaient lancés et 11 projets ont été financés avec 42 000 euros. -commission appliquée 5% des montants levés par le projet
Afrikwity (2014)	Financement actions « Equity-based crowdfunding »	Dédiée au capital des startups en phase d'amorçage et des PME déjà en activité qui cherchent des capitaux pour financer leur développement (nouveaux marchés, produits, etc.) au Maghreb, l'Afrique de l'Ouest et l'Europe	-Tarek Ben Abdallah est le Co-fondateur. En 2014, il a reçu 250 projets de startups africaines dont 100 projets tunisiens ¹³¹ -Du côté des entreprises (7 à 9% du montant levé) et du côté des investisseurs (5% du montant investi et 20% d'une éventuelle plus-value)

Source: Compilation réalisée par nous-même, repris des informations : EBESM-Note crowdfunding Tunisie.

2-2-2- Nombre de projets lancés et fonds collectés :

En fait, avant 2013, la pratique du financement participatif dans les pays du Maghreb était pratiquée uniquement à travers des plates-formes étrangères, qui sont généralement

¹³¹ - Afrikwity, la plateforme d'Equitycrowdfunding pour les startups africaines. Disponible sur <http://www.afrikwity.com> consulté le 23/09/2019 à 14:00

françaises. La Tunisie compte 70 campagnes lancées entre 2009 et 2015. Pour Cofundy et Afrikwity, le paiement se fait principalement par les moyens électroniques. Cependant, les chèques sont également acceptés.¹³²

Selon les études menées par la plateforme de Crowdfunding CoFundy en 2014 et par le programme européen Switchmed en 2015, en juin 2014, 109 projets ont sollicité 1,9 million euros de financement. Seuls 9 d’entre eux ont réussi à lever des fonds pour un total de 90 000 euros. En avril 2015, 32 projets ont réussi à lever environ 200 000 euros au total, soit une augmentation de plus de 120 % des montants collectés¹³³ comme le montre le tableau suivant ;

Tableau N°14 : Evolutions des fonds collectés par des projets tunisiens via des plateformes de Crowdfunding.

	Jun 2014	Avril 2015
Nombre de projets financés	9	32
Montants levés	90 000€	200 000€

S

Source : La finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et l'innovation écologique dans le sud de la Méditerranée, Switchmed, 2015

Pour la campagne réussie, 5% est prélevés sur les participations des investisseurs (hors commissions bancaires) concernant Cofundy. En ce qui concerne Afrikwity, deux commissions sont prélevées à savoir 5% sur le montant mis par l’investisseur et entre 7% et 9% sur les montants levés pour l’entrepreneur.¹³⁴

¹³² - Note sur les fondamentaux du crowdfunding et les principales pratiques au niveau internationalpdf

¹³³-<https://www.switchmed.eu/fr/documents/ge-green-entrepreneurship-corner/etude-crowdfunding.pdf> consulte le 5/09/2019 à 13:45

¹³⁴ -Tarek Ben Abdallah, co-fondateur de Cofoundy et d'Afrikwity, l'autre moyen de financer ses projets Al huffpostmaghreb. pdf

Tableau N°15 : Répartition des fonds collectés par des projets Tunisiens en 2015 selon le type de promoteur.

	Entrep rises	Associ ations	Partic uliers	TOTAL
No mbre de projets financés	3	7	22	32
Mon tants levés	15 000€	37 000€	148 000€	200 000€

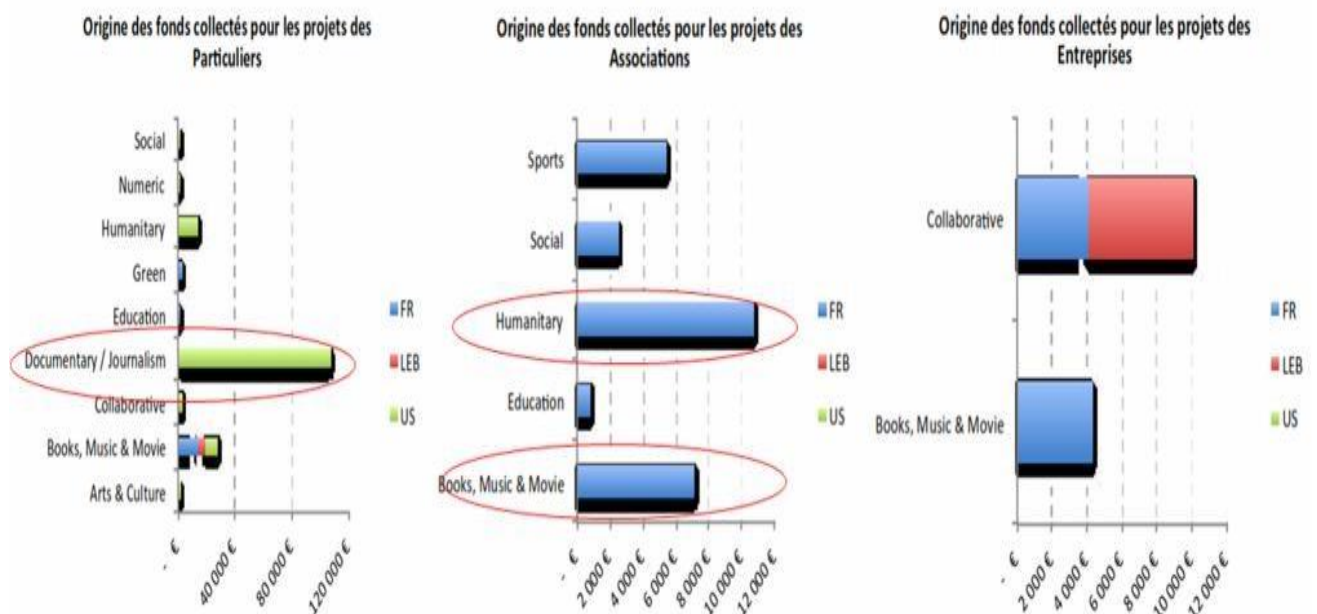
Source : La finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et l'innovation écologique dans le sud de la Méditerranée, Switchmed, 2015

Plus de 80% des fonds collectés via crowdfunding sont issus de la diaspora tunisienne. Le crowdfunding est en phase de devenir un outil efficace de mobilisation de la diaspora tunisienne pour qu'elle contribue davantage dans le développement de la Tunisie.

2-2-3-Typologies et Catégories des projets les plus financés :

Le tableau sur la page suivante présente les catégories de projets les plus financées en Tunisie.

Figure N°17 : Catégories des projets les plus financées en Tunisie.



Source : La finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et l'innovation écologique dans le sud de la Méditerranée, Switchmed, 2015

En Tunisie, le Crowdfunding en dons est la principale source de financement. Plus de 90% des montants collectés sont captés par les projets des associations ou des particuliers. Les projets culturels et solidaires attirent plus de 70% des fonds collectés.¹³⁵

2-2-4- Opportunités et obstacles du Crowdfunding en Tunisie¹³⁶ :

Les spécialistes tunisiennes en la matière considèrent les opportunités et les obstacles suivants.

2-2-4-1- Opportunités du Crowdfunding en Tunisie

En Tunisie, le Crowdfunding pourrait apporter des solutions concrètes au développement de l'économie. Il aidera les PME à :

A- Apporter de nouvelles sources de financement adaptées aux besoins des Petites et Moyennes Entreprises (PME) et des startups :

Les PME tunisiennes, qui ont un accès limité au secteur financier formel, manquent de fonds propres et ne peuvent pas financer leurs besoins en fonds de roulement auprès des banques tunisiennes. Les plateformes de financement participatif en prêts et investissements peuvent constituer une solution efficace par leur accessibilité, la rapidité de leur mise en œuvre et leur gestion mutuelle des risques.

Le financement participatif en fonds propres fournira une solution de financement des immobilisations adaptée aux startups tunisiennes et aux projets innovants qui manquent de financement en raison de la nature risquée de ces projets. C'est également un puissant outil de promotion permettant aux projets de s'étendre au-delà des frontières tunisiennes.

Le financement participatif comble un manque d'équité en finançant les jeunes entreprises et les PME en début de développement (semences, recherche et développement, création). De cette manière, les entreprises pourront bénéficier d'un effet de levier et accéder à d'autres sources de financement plus conventionnelles (banques, fonds d'investissement, etc.)

¹³⁵-https://www.switchmed.eu/fr/country-hubs/tunisia/actions/copy_of_le-crowdfunding-en-tunisie-etat-des-lieux-enjeux-et-avantages?c=startup&q=tunisia consulté le 20/09/2019 à 10:30

¹³⁶-<https://www.switchmed.eu/fr/documents/ge-green-entrepreneurship-corner/etude-crowdfunding.pdf> consulte le 5/09/2019 à 13:45

B -Promouvoir des projets culturels et créatifs :

Le Crowdfunding par dons fournit de nouvelles sources de financement pour des projets culturels en Tunisie qui dépendent fortement du financement public. Le Crowdfunding est également un outil de mobilisation des citoyens autour de projets de promotion du patrimoine tunisien.

En plus d'être un outil de financement, les plateformes de Crowdfunding sont un lieu d'incubation et d'expérimentation de projets créatifs qui ne manqueront pas de libérer les talents créatifs de la jeunesse tunisienne.

C - Permettre à la diaspora tunisienne de contribuer davantage au développement de la Tunisie :

« Plus de 1,2 millions de tunisiens résident à l'étranger et transfèrent chaque année plus de 2 Md\$ vers la Tunisie. Cette diaspora tunisienne souhaite renforcer sa contribution au développement de différents projets, mais reste attentive à la qualité de ces projets et à la transparence dans l'affectation et l'utilisation des fonds collectés. En combinant de nouvelles pratiques numériques et des pratiques de solidarité, »¹³⁷

De plus, le financement participatif en capitaux propres aide à canaliser l'épargne de la diaspora dans des projets d'investissement dans les secteurs productifs de l'économie et à augmenter le montant de l'investissement direct étranger (IDE) en général.

D - Fournir une plateforme alternative aux institutions internationales de développement :

Plusieurs programmes financés par des institutions internationales de développement ont permis de soutenir certains secteurs de l'économie et les initiatives de la société civile tunisienne. Ce soutien a une durée dans le temps généralement limitée, la Tunisie devra donc innover et trouver des solutions pérennes pour financer son économie. Le Crowdfunding peut être une de ces solutions.

¹³⁷ - EBESM-Notecrowdfunding. Opt.cit p63

2-2-4-2-Les obstacles au développement du Crowdfunding en Tunisie¹³⁸ :

Le principal obstacle au développement du financement participatif en Tunisie est l'absence de cadre réglementaire régissant ses activités.

Cette absence de cadre réglementaire place la Tunisie dans le problème de contraintes réglementaires en matière de financement participatif en crédits, ce qui confère au secteur bancaire un monopole (seules les banques peuvent octroyer des prêts), tandis que le financement participatif en capital répond aux règles restrictives du marché financier (offre publique)

Les trois modes de financement du financement participatif (subventions, prêts et investissements) sont régis par des lois distinctes, contraignantes et non adaptées à cette activité. Ce mode de financement devrait être une activité supervisée et réglementée en Tunisie par un conseil d'administration distingué, afin de faciliter le développement des acteurs existants et de simplifier les procédures pour les nouveaux entrants. L'absence de protection des épargnants et des promoteurs de projets contre les pratiques peu professionnelles et parfois frauduleuses de crowdfunders non supervisés non contrôlés par les autorités compétentes conduit à un discrédit de cette source de financement.

Il n'existe pas de plate-forme de prêt avec taux d'intérêt en Tunisie, ce qui constitue également un obstacle majeur pour certains investisseurs préférant prêter par rapport à d'autres formes d'investissement. Cependant, le manque de plateformes de prêt avec des taux d'intérêt qui apportent une rémunération n'a rien à voir avec la religion pratiquée dans cette région. Ceci est conforme aux réponses obtenues du co-fondateur des deux plateformes tunisiennes Cofundy et Afrikwity.

2-2-5- Réglementation du Crowdfunding en Tunisie :

En dépit d'une demande forte et accrue en matière de financement participatif en Tunisie, les gouvernements qui se sont succédés depuis 2011 n'ont pris aucune mesure concrète pour mettre en place un cadre réglementaire régissant le financement participatif et cela malgré les promesses de plusieurs ministres.

En effet, les principales plateformes opérant en Tunisie sont soumises à la réglementation française, obligées de s'installer en France pour bénéficier de son cadre

¹³⁸ -EBESM-Notecrowdfundingopt.cit p62

réglementaire favorable au développement du financement participatif, tandis que la Tunisie ne présente pas de cadre réglementaire adapté aux différentes activités de crowdfunding. Le financement reste principalement sous forme de dons en raison des contraintes liées à l'accès aux deux autres modes de financement depuis des plateformes étrangères basées en France, aux États-Unis et au Liban. Alors en l'absence d'un cadre réglementaire adapté, ces plateformes ne peuvent pas directement solliciter l'épargne des citoyens tunisiens.

En 2018, un projet de loi sur le financement participatif de l'économie est en cours de finalisation par le ministère de l'Industrie et des PME et sera bientôt mis en service en Tunisie.¹³⁹

2-3- ALGERIE :

Le financement participatif est une pratique récente en Algérie, il représente certaines valeurs culturelles et provient de principes religieux qui encouragent l'entraide, la charité et la solidarité entre les individus. Le gouvernement algérien participe à l'opération d'encouragement des finances participatives, par la création d'un fonds d'investissement au niveau de chaque wilaya, chargé de participer au capital des petites et moyennes entreprises créées par les jeunes entrepreneurs.¹⁴⁰

Le financement participatif est une nouvelle forme de prêt disponible auprès d'investisseurs privés algériens pour répondre à la demande de financement d'emprunteurs privés algériens. Ce crowdfunding peut être une excellente solution de crédit pour ceux qui ne veulent pas passer par une banque pour financer un projet en tant que création d'entreprise.

À l'instar d'autres pays, le crowdfunding algérien envisage de proposer des prêts sans passer par les banques mais en utilisant des plates-formes où les emprunteurs à la recherche d'un prêt obtiennent des crédits d'investisseurs souhaitant augmenter leur capital autrement que par le canal bancaire.¹⁴¹

2-3-1- Nombre de plateformes :

Les premières initiatives de crowdfunding au Maghreb remontent à l'année 2013, qui a vu la fondation en Algérie de deux plateformes dédiées au financement participatif, notamment la plateforme de dons Twiza et la plateforme d'Equity Crowdfunding Chriky.

¹³⁹ - Un projet de loi sur le financement participatif sera bientôt soumis à l'ARP (Slim Feriani) PDF

¹⁴⁰ - Belaïcha Amine, Bouzidi Abdeldjellil et Labaronne Daniel, (2012), Création d'un Fonds d'Investissement d'Etat en Algérie : Quels Enjeux ?, Mondes en développement, France, 159(3), 140

¹⁴¹ - <https://www.algerie-credit.com/crowdfunding.html> consulte le 10/09/2019 à 17:00

C'était Twiza qui s'adressait aux particuliers, associations, entreprises, producteurs, entrepreneurs, porteurs de projets créatifs, innovants, scientifiques, artistiques, sportifs et solidaires. Ce premier site Twiza est mort –né à cause des contraintes techniques en l'absence d'une réglementation favorable.

En septembre 2014, des jeunes algériens lancé la plate-forme Chriky. C'est une plateforme de Crowdfunding adapté au marché, à la réglementation et à la culture entrepreneuriale en Algérie. Elle répond à une demande croissante en termes de fonds destinés à l'investissement et à la création des entreprises, pour soulager la pression sur les banques et les autres organismes de financement traditionnels. Chriky rend aussi possible les petits investissements et ouvre ainsi la possibilité aux algériens moyens d'investir dans des projets porteurs et responsables créateur de richesse, tout en fructifiant leur argent. Nous proposons le tableau sur la page suivante pour montrer les plateformes algériennes de crowdfunding en retraçant leurs typologies, leurs domaines d'actions et autres.

Tableau N°16: Plates-formes de crowdfunding pour entrepreneurs algériens

Plat eforme	Type de crowdfunding	Cibles et domaines d'actions	Autres
Twiza (2013)	Donation-based crowdfunding	aux particuliers, associations, entreprises, producteurs, entrepreneurs, porteurs de projets créatifs, innovants, scientifiques, artistiques, sportifs et solidaires en Algérie	
Chriky (2014)	Financement en actions « Equity-based Crowdfunding	Dédiée aux investisseurs et entrepreneurs qui s'associent autour d'un projet ou start-up en Algérie.	(la commission varie entre 5 et 8%) des montants levés par le projet

	»		
--	---	--	--

Source:réalisé par nous-mêmes :BouroubaKatiale Crowdfunding Une Solutions Alternative De Financement Pour Les Start-ups Et Pme En Algérie : Disponible sur <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/80296> consulte le 10/09/2019 à 13h27

2-3-2- Nombre de projets lancés et fonds collectés :

En Algérie, en dépit de l'absence de paiement électronique et d'un cadre réglementaire favorable au développement du financement participatif, 57 campagnes de crowdfunding en était lance entre 2009 et 2015¹⁴² et 28 campagnes au 2018.¹⁴³

Le nombre de projets financés par ces plateformes de financement participatif depuis leur création à ce jour reste très faible en raison du manque de moyens de paiement en ligne et de la connaissance de l'existence du financement participatif. Dans ce contexte, Chriky a lancé 50 campagnes de financement participatif, mais aucune d'entre elles n'a malheureusement atteint un financement à 100%.¹⁴⁴

2-3-3-Typologies et Catégories de projets les plus financés :

En Algérie, le crowdfunding ou financement participatif peut prendre plusieurs formes:

- Obtenir un prêt qui doit être remboursé.
- Financement participatif algérien qui implique un investisseur dans un projet et devient coactionnaire ou copropriétaire de la société.
- Don participatif dans un projet où le donneur de fonds le fait par philanthropie, c'est-à-dire désintéressé par le profit souvent pour une cause sociale.

¹⁴²- Happy Smala « La finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et l'innovation écologique dans le sud de la Méditerranée », SwitchMed, (2016).

¹⁴³ - Les Exigences de Création d'un Système de Financement Solidaire: Cas du Crowdfunding en Algérie 2010-2018 Requirements of SolidarityFinancing System Creation: Case of Crowdfunding in Algeria 2010-2018

¹⁴⁴- Les Exigences de Création d'un Système de Financement Solidaire -.op.cit.375

2-3-4- Opportunités et critiques du crowdfunding en Algérie¹⁴⁵ :

Dans ce point nous allons aborder les points forts et faibles du crowdfunding en Algérie.

2-3-4-1- Opportunités du crowdfunding en Algérie :

En Algérie, il existe des projets et des idées pour les jeunes entreprises innovantes et dont le financement constitue l'obstacle majeur à leur réalisation, le marché algérien a donc besoin d'un financement alternatif. Donc il est utile d'analyser les opportunités offertes par le financement participatif en Algérie.

Le crowdfunding permettra de booster l'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial, qui demeure la clé pour un développement économique durable, en encourageant les jeunes entrepreneurs à concrétiser leurs projets.

Le crowdfunding permettra aux investisseurs diasporiques algériens de contribuer au développement de leurs pays d'origine et aussi le crowdfunding participera à la dynamisation de l'économie algérienne en faisant revivre la production nationale des biens et services.

Le crowdfunding développera la créativité et l'innovation considérées comme une source forte de compétitivité, est un élément clé de la survie, de la croissance et du développement des PME. En effet, la démographie des sociétés algériennes est caractérisée par une très forte mortalité, notamment les plus petites d'entre elles les TPE.

Le crowdfunding permettra la création des entreprises sans l'assistance directe de l'Etat jusqu'aujourd'hui toutes les aides à la création d'entreprise est assuré par l'Etat. Le recours au financement participatif peut contribuer à combler la faille du marché financier algérien : Le marché des actions à la Bourse d'Alger compte actuellement seulement cinq sociétés cotées : la chaîne EGH El-Aurassi, le groupe Sidal, Alliance assurances, NCA Rouiba et Biopharm, la plus faible capitalisation des marchés boursiers en général. Au-delà, le développement du crowdfunding est synonyme d'essor de nouveaux métiers essentiellement basés sur le web tel que, développeur des applications, architecte de réseaux, animateur de communauté, rédacteur web, modérateur sur les sites web, *juristes*. Ces métiers fournissent de nombreux emplois.

¹⁴⁵-<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/80296> consulté le 10/09/2019 à 10h00

2-3-4-2-Les limites du Crowdfunding en Algérie¹⁴⁶ :

Nous allons utiliser le tableau ci-dessous pour analyser les critiques du crowdfunding en Algérie. A travers le tableau, nous allons donner les forces et les faiblesses des deux plateformes (Twiiiza and Chriky), ainsi que le nombre de projets présentés et de projets entièrement financés en 2018.

Tableau N°17 : Limites du Crowdfunding en Algérie

Critères	Twiiiza	Chriky	C
Sécurité (données)	✓	✓	✓
Sécurité (fonctionnement)	✓	✓	✓
Protection contre piratage	✗	✓	✓
Expertise et conseils	✗	✓	✓
Service d'intermédiation	✗	✓	✓
Liberté de décision	✓	✓	✓
Statistiques	✗	✓	✓
Réseaux sociaux (16-2018)	✗	✓	✓
Culture nationale	✗	✓	✓
Projets présentés 2018	2	2	6
Projets totalement financés 2018	0	0	0
	2	0	

Source : www.twiiiza.com et www.chriky.com, consultés le (24/02/2019).

La spécificité du crowdfunding ainsi que son mode de financement innovant constituent des obstacles pour les différents acteurs, investisseurs et porteurs de projets.

-La sécurisation du domaine

¹⁴⁶ - Les Exigences de Création d'un Système de Financement Solidaire: Cas du Crowdfunding en Algérie 2010-2018 Requirements of Solidarity Financing System Creation: Case of Crowdfunding in Algeria 2010-2018

C'est la protection des données qui est essentielle pour les sites de commerce électronique, et en général, pour tout ce qui concerne un espace personnel. L'utilisation du protocole de communication client ou serveur est importante.

- La sensibilisation avant et après la mise en service de la plateforme

L'utilisation des réseaux sociaux est un facteur déterminant pour familiariser les utilisateurs avec la méthode pour les convaincre de soutenir les projets qu'ils souhaitent, car la capacité de financement est liée principalement au taux de participation des individus. Les sites Web de financement participatif doivent également mentionner explicitement l'identité des développeurs et des gestionnaires, sinon les utilisateurs s'abstiennent de participer et ne font pas confiance aux activités de collecte.

-les procédures de financement et d'investissement

Il est nécessaire d'améliorer les procédures de financement et d'investissement. L'utilisation de cartes et d'annonces peut aider à la compréhension des opérations et des procédures liées aux activités de financement.

2-3-6- Réglementation du Crowdfunding en Algérie :

Il n'y a que deux plates-formes de financement participatif en Algérie, et leurs fonctions sont régies par le droit algérien. L'absence de cadre réglementaire pour les plateformes de crowdfunding fait que ces plateformes n'ont pas le droit d'opérer. Une chose est sûre qu'il est difficile aujourd'hui pour une plateforme de démarrer sans un cadre. C'est pour cette raison, le principe des dons est le plus moyen de financement de crowdfunding, parce qu'il n'y a pas trop de complexité réglementaire.¹⁴⁷

Section 3 : Classement, difficultés et solutions envisagées du Crowdfunding au Maghreb.

L'avènement du Crowdfunding au Maghreb permettrait de réduire la dépendance des PME envers les crédits bancaires en allégeant les contraintes imposées par les banques qui ralentissent leur création et développement.

Dans la présente section, nous allons établir une comparaison du crowdfunding dans les trois pays (Tunisie, Maroc et Algérie). Nous allons essayer de montrer le niveau

¹⁴⁷ - Les Exigences de Création d'un Système de Financement Solidaire Opt.cit.374

d'avancement du financement participatif au Maghreb et son l'impact dans le financement des PME dans les trois en faisant ressortir leurs différentes disparités. Ensuite, nous proposerons des solutions en vue d'améliorer cette alternative de financement dans l'avenir.

3-1- Classement des pays maghrébins en matière de crowdfunding :

En vue de pouvoir départager les trois pays et savoir lequel d'entre eux est plus avancé dans le domaine du financement participatif, nous avons sélectionné quatre principaux critères qui montrent l'impact direct du crowdfunding dans le financement des PME, à savoir : le nombre de plateformes, le nombre de campagnes lancées, le nombre de projets financés et les fonds collectés et trois critères secondaires dont l'évolution du Produit Intérieur Brut (PIB/habitant), le taux de pénétration d'internet et de réseaux sociaux, qui peuvent aussi avoir une influence sur ce mode de financement . Dans les lignes suivantes, nous allons pour une meilleure compréhension, regrouper les critères PIB/habitant, technologie numérique et nombre de plateformes dans le tableau suivant.

Tableau N°18 : Evolution du PIB/habitant, de la technologie numérique et du nombre de plateforme au Maghreb.

	Evolution PIB/habitant en USD courant	Evolution du Taux de Pénétration d'Internet et de médias sociaux	Nombre de plateformes
M aroc	-En 2017 :3070 -En 2018 :2832	-En 2016 : 57,6% et 39% -En 2017 : 58,3% et 40,9% -En 2018 : 61,6% et 44%	-2013 à 2015 :04 -2016 à 2018 :01
Tu nisie	-En 2017 :3475 -En 2018 :3689	-En 2016 : 48,1% et 55% -En 2017 : 67% et 54,9% -En 2018 : 66% et	-2013 à 2015 :04 -2016 à 2018 :00

		56,6%	
Algérie	-En 2017 :4055 -En 2018 :3917	43% 44,5% 51,5%	-En 2016 : 19,7% et -En 2017 : 45,2% et -En 2018 : 49,2% et -2013 à 2015 :02 -2016 à 2018 :00

Source : *Compilation faite par nous-mêmes, à partir des informations disponibles sur <https://atlasocio.com/classements/economie/pib/classement-etats-par-produit-interieur-brut-par-habitant-afrique.php> et des sources utilisées dans les tableaux 10, 13 et 16*

Le PIB par habitant d'un pays peut influencer la capacité d'épargne et d'investissement d'une population, alors que la capacité de cette dernière sur les médias sociaux dépend principalement du taux de pénétration d'internet du pays car le financement participatif a lieu sur internet dans sa quasi-totalité. Dans cette logique, le Maroc à le PIB/habitant récent le plus faible et cela pourrait être un handicap au développement du crowdfunding. L'Algérie a l'avantage d'un PIB plus élevé, mais plus de la moitié de sa population n'a pas accès à internet.

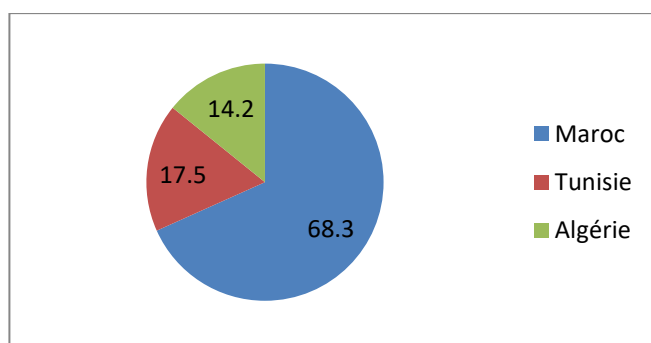
La Tunisie reste alors selon ces deux critères le pays le plus avancé en matière de crowdfunding, car il a un PIB/habitant légèrement proche de celui de l'Algérie et elle est un pays dont la population est plus présente sur internet et sur facebook.

Pour le nombre de plateformes, le Maroc est en tête avec 05 plateformes, suivi par la Tunisie avec 04 plateformes et enfin l'Algérie avec seulement 02 plateformes. Donc les critères du PIB/habitant et le taux de pénétration des populations aux médias sociaux sont importants mais insuffisants pour établir une comparaison complète.

Pour mieux approfondir et éclaircir la comparaison entre les trois pays, nous allons utiliser comme critère, le nombre de campagnes lancées de crowdfunding.

Figure N°18 : Nombre de campagnes de crowdfunding lancées au Maghreb entre 2009 et 2015 en %.

Durant cette période, il y a eu le lancement de 401 projets dont 274 pour le Maroc, 70 pour la Tunisie et 57 pour l'Algérie. La part de chacun des pays est illustrée comme suit :



Source : réalisé par nous-mêmes, à partir des informations trouvées dans le document rédigé par Tekfi Saliha, Caractéristiques et fonctionnement du Crowdfunding au Maghreb, Université DjillaliLiabes, 2019, p.02

De part ce critère, le Maroc représente à lui seul plus de la moitié des campagnes lancées. La Tunisie et l'Algérie ont un faible nombre de projets lancés et la Tunisie dépasse légèrement l'Algérie de 3,3%.

Au niveau de la plateforme de Crowdfunding Kickstarter, les statistiques des projets lancés des pays maghrébins sont montrées dans le tableau suivant :

Tableau N°19 : Projets maghrébins lancés sur la plateforme de Crowdfunding Kickstarter.

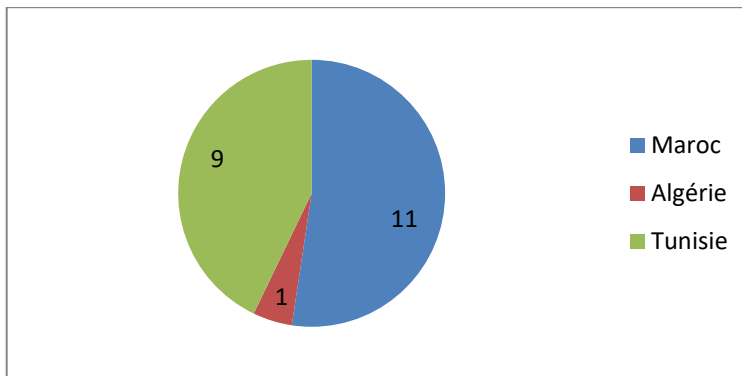
	Maroc	Tunisie	Algérie
2011-2014	51	06	01
2015-2019	10	10	03
Total : 2011-2019	61	16	04

Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des informations disponibles sur le site web de la plateforme, kickstarter.com

Le Maroc détient environ $\frac{3}{4}$ des projets maghrébins lancés sur Kickstarter entre 2011 et 2019, suivi par la Tunisie dont la part est inférieure à $\frac{1}{4}$. L'Algérie a une part très faible avec environ $\frac{0,2}{4}$.

Toujours avec le critère nombre de projets (campagnes) lancés, nous proposons les statistiques de la plateforme de CrowdfundingZoomaal, œuvrant dans les trois pays retenus à travers la figure suivante :

Figure N°19 : Nombre des campagnes lancées par la plateforme Zoomaal entre 2015-2019



Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des informations disponibles sur le site de la plateforme, Zoomaal.com

De part la figure ci-dessus, nous constatons que le Maroc devance la Tunisie de deux projets et l'Algérie qui n'a lancé qu'un seul projet.

Enfin, concernant les deux critères restant à savoir les projets financés et les montants collectés, nous proposons le tableau sur la page suivante qui les retracent.

Tableau N°20 : Projets financés et Montants collectés au Maghreb.

	Nombre de projets financés	Montants collectés (Euros)	
Maroc	126	415 000	Entre 2009-2015
Tunisie	41	290 000	Entre 2014-2015
Algérie	5	2665	Entre 2014-2015

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des sources utilisées dans les tableaux 12 et 14, des statistiques utilisées dans le document Afrikstart Report p.33 et des informations trouvées dans les trois plateformes algériennes Wuluj, Chriky et Twizaa

Le tableau 20, montre le nombre de projets et les fonds levés par les entrepreneurs maghrébins à travers les plateformes de crowdfunding maghrébines et étrangères.

L'Algérie détient le nombre le plus faible de projets financés. En effet, sur la plateforme Chriky, 115 projets sont tous en cours de validation et sur la plateforme Twiza, environ 22 sont en cours de validation. Sur la même période de 2014 à 2015, la Tunisie creuse un grand écart entre elle et l'Algérie sur base des deux critères retenus à savoir le nombre de projets financés et les montants collectés. Bien qu'avec 5 ans de plus, le Maroc détient le triple de projets financés par la Tunisie.

Dans le tableau suivant, nous proposons un récapitulatif du classement des trois pays maghrébins (Tunisie, Maroc et Algérie) dans le domaine de Crowdfunding selon les différents critères retenus dans la présente étude.

Tableau N°21 : Récapitulatif des pays maghrébins dans le domaine de crowdfunding basé sur 7 critères.

	P IB/hb	I nternet	Fa cebook	No mbre plateforme	No mbre campagne	P rojets financés	F onds collectés
M aroc	3 ^{ème}	2 ^{ème}	3 ^è me	1 ^{er}	1 ^{er}	1 ^{er}	1 ^e r
T unisie	2 ^{ème}	1 ^{ère}	1 ^{er} e	2 ^{ème}	2 ^{èm} e	2 ^{ème}	2 ^è me
A lgérie	1 ^{ère}	3 ^{ème}	2 ^è me	3 ^{ème}	3 ^{èm} e	3 ^{ème}	3 ^è me

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des interprétations des tableaux et figures utilisés précédemment dans la section 3 du chapitre 3.

De part la comparaison établie, le Maroc est donc le pays où le Crowdfunding est le plus avancé. La Tunisie vient en 2^{ème} position et l'Algérie est 3^{ème} et dernière du classement.

3-2-Disparités des pays maghrébins dans le domaine de crowdfunding :

Bien que les difficultés en crowdfunding soient les mêmes dans les trois pays, les avancements et les sensibilisations entrepris par chacun des pays sont différents.

3-2-1-En matière de réglementation :

-Au Maroc : Un projet de loi a été rédigé et soumis au Secrétariat général du gouvernement en vue d'une validation depuis Mars 2018. De nos jours, aucune suite n'a été donnée et tous les acteurs sont en attente.

-En Tunisie : Depuis 2018, un projet de loi est en cours rédaction. Cela est promettant car c'est une voie qui mène vers la mise en place d'une réglementation appropriée.

-En Algérie :Elle ne donne pas espoir concernant la mise en place d'une réglementation dans un avenir proche car aucune procédure n'a été entamée jusque-là, bien qu'elle soit le pays où cette alternative de financement a vu le jour dans la région.

3-2-2-En matière de sensibilisation :

-Au Maroc :La nouveauté de cette alternative de financement laisse encore une bonne partie du public marocain dans le flou. Au fil des années, il y a eu mise en place d'institutions telles que la Fédération Marocaine de Crowdfunding en 2017 en vue de remédier à ce manque. Toujours en 2017, les entrepreneurs marocains Omar Tolai et Mohammed Yassine Kamel ont développé une application innovante et solidaire nommée TakaFull qui permet le financement des projets en récupérant les forfaits téléphoniques non utilisés pour les convertir en valeur, grâce au crowdfunding.

-En Tunisie :En 2016, 72% des tunisiens avouent avoir déjà entendu parler du crowdfunding et donc seulement 28% qui l'ignoraient encore. Ceci sous-entend que plus de la moitié de la population tunisienne reconnaît l'existence de cette alternative de financement. Cette tendance serait une voie vers une reconnaissance totale du Crowdfunding dans le pays.

-En Algérie : Le financement participatif reste encore fortement inconnu chez beaucoup d'algériens et aucune approche informative n'est organisée jusqu'à présent en vue de remonter la pente.

3-3-Recommandations et propositions pour le crowdfunding au Maghreb :

Dans le monde entier, la taille du capital généré par le financement participatif a augmenté de façon exponentielle. Les entrepreneurs de toute l'Afrique ont pris le chemin du crowdfunding. Les perspectives du marché du crowdfunding au Maghreb sont prometteuses, mais certaines contraintes doivent être résolues avant que les objectifs souhaités ne soient atteints. De plus, en plus de plates-formes de financement participatif sont en train d'être lancées dans la région et testent et ajustent les modèles commerciaux et les pratiques adaptées à la culture de collecte de fonds de la région du Maghreb. Après avoir examiné le paysage réglementaire existant au Maroc, en Tunisie et en Algérie, nous avons proposé certaines recommandations et propositions qui pourraient contribuer à encourager la croissance et le développement de modèles de financement participatif au Maghreb. Tout en proposant les mesures de précaution et de surveillance nécessaires pour protéger toutes les parties prenantes.

-Collecte des informations sur des plateformes :

Fournir une base de données détaillée de toutes les plates-formes existantes dans chaque juridiction membre du Maghreb, avec une description du modèle de financement

participatif utilisé et ses coordonnées. Cette base de données serait mise à la disposition des régulateurs du Maghreb et mise à jour est entretenue régulièrement.

-Renforcement des capacités et de la sensibilisation des régulateurs :

Différents axes de recherche pourraient enrichir et compléter cette étude. Il serait utile, sinon indispensable, de savoir comment établir la culture du financement participatif dans les pays du Maghreb, qui se distinguent bien évidemment par une connaissance limitée du concept de financement participatif et de son fonctionnement. Il serait donc intéressant d'organiser des sessions de formation complètes pour tous les régulateurs au Maroc, en Tunisie et en Algérie, animées par des experts du secteur et des parties prenantes, afin d'informer les régulateurs sur le fonctionnement de chaque modèle de financement participatif ainsi que sur le fonctionnement des autres pays et régulateurs. Afin de renforcer les capacités de cette industrie dans les pays du Maghreb.

Compte tenu de l'évolution de ce marché, il serait recommandé de mener régulièrement ces exercices de renforcement des capacités afin de permettre aux régulateurs de se tenir au courant des développements de l'industrie et des réponses réglementaires et politiques appropriées.

-Pénétration de l'Internet et utilisation des médias sociaux :

Les pays Maghrébins sont déjà capables d'accéder sur Internet de nos jours. En moyenne, environ 58% de la population du Maghreb aurait accès à internet et la présence sur facebook dans la région est estimée à 50%. Ces chiffres sont intéressants mais pas suffisant pour le développement du Crowdfunding. L'une des solutions serait l'amélioration des offres internet offertes par les sociétés de télécommunication avec une réduction des prix par exemple.

-Transfert d'argent et de paiement :

Les transactions par carte de crédit ne sont pas utilisées dans tous les pays du Maghreb. L'adoption de la monnaie électronique est vitale pour l'amélioration des méthodes de paiement. Cet obstacle pourrait aussi être surmonté en permettant aux créateurs des projets de financement participatif de traiter les paiements hors ligne par virement bancaire, par chèque ou par échange de billets, afin de faciliter le financement du projet par les utilisateurs.

-Cadre juridique et réglementaire :

Il serait bon de définir un cadre réglementaire propice aux différents types de financements participatif au Maghreb, qui nécessite des connaissances supplémentaires et un contrôle efficace, qui peut générer un meilleur rendement à tous les niveaux. Il n'existe actuellement aucun cadre juridique et réglementaire semblable à la loi sur l'emploi « JOBS Act » (voir annexe 3) qui a été promulguée aux États-Unis et qui fixe les règles du financement participatif dans tous les pays africains. Donc l'adoption d'un cadre juridique et réglementaire du financement participatif pour les entreprises et les particuliers, qu'il s'agisse de dons, de prêts ou de souscriptions de titres pourrait protéger les épargnants et accélérer la dynamique du financement participatif.

-Création d'organisations régionales :

Vu les difficultés en Crowdfunding dont fait preuve chacun des pays de la région, il serait conseillé qu'il ait constitution et regroupement de ces pays sous forme d'association ou organisation pour des échanges mutuels où chaque Etat membre pourra partager avec les autres ses connaissances et avancements dans le domaine du Crowdfunding.

Conclusion du chapitre III

Vu la rapidité avec laquelle le crowdfunding se développe dans les pays développés et comparativement aux autres régions du continent Africain et après avoir observé la situation et le niveau de participation du Crowdfunding dans le financement des PME maghrébines, nous dirons que l'industrie du crowdfunding au Maghreb est encore en phase embryonnaire par rapport aux fonds collectés, au nombre de plateformes et nombre de projets lancés et financés.

Les caractéristiques du crowdfunding au Maghreb, font que les pays membres aient des difficultés semblables, ce qui ralentit le développement de cette alternative de financement. La plus grande difficulté éprouvée par les pays maghrébins est l'absence d'une réglementation régissant toutes les typologies du crowdfunding.

Bien que plusieurs critères puissent être utilisés pour évaluer le niveau de développement du crowdfunding, il existe des critères primaires qui nous ont permis de classer et comparer les trois pays. En effet, le Maroc est le pays où ce mode de financement plus avancé.

Le développement du crowdfunding dans la région du Maghreb repose sur l'exploitation des opportunités retrouvées dans chacun des trois pays ainsi que dans les solutions proposées.

Conclusion générale

Comprendre comment élargir les options de financement disponibles et accessibles aux PME est un défi majeur pour les gouvernements qui cherchent à favoriser leur développement et de soutenir les entreprises les plus dynamiques, dans un environnement soumis à des

contraintes de crédit. Cela représente également un défi à long terme pour améliorer la structure du capital et la capacité d'investissement du secteur des PME, en réduisant sa dépendance excessive et sa vulnérabilité aux canaux de prêt traditionnels.

Les PME constituent un acteur majeur pour le développement des économies en général et des économies des pays en développement en particulier. Dans ce contexte, l'importance et l'attention accordées aux options de financement alternatives telles que le financement participatif augmentent.

La flexibilité, la diversité et la transparence caractérisent le Crowdfunding. En effet, ce dernier permet de financer une multitude de catégories de projets (PME) et assure aux investisseurs la possibilité d'être proche des projets qu'ils financent et ainsi pouvoir suivre leur évolution. De ce fait, il correspond parfaitement aux stratégies de financement utilisées par les PME et, pour l'instant, il touche des segments tels que les projets innovants. De plus, les PME sont les entreprises qui font appel, le plus souvent, à cette alternative de financement, puisque contrairement aux grandes entreprises qui ont besoin de sommes importantes pour assurer leur financement, les PME requièrent des montants moins colossaux. Ajouter à cela, les grandes entreprises ont un accès plus facile à toutes les autres sources de financement, ce qui n'est pas le cas pour les PME. Toutes ces caractéristiques coïncident et correspondent aux solutions apportées par financement participatif.

De ce fait, les idées développées ci haut nous permettent de confirmer notre première hypothèse selon laquelle, le Crowdfunding est une nouvelle source de financement pour les PME et de rentabilité pour les investisseurs. En effet, le développement du Crowdfunding apporte une solution pour les entreprises qui sont exclues des financements classiques, et aux investisseurs désireux de transparence et de proximité.

L'influence du Crowdfunding sur les PME maghrébines est positive, en effet, depuis son entrée dans la région, le financement participatif a financé quelques projets, qui sans son existence n'auraient pas pu voir le jour.

Cependant, les informations collectées lors de nos recherches indiquent que ce nouveau mode de financement est encore en phase embryonnaire au Maroc, en Tunisie et en Algérie car il connaît une croissance lente par rapport à d'autres régions du continent comme l'Afrique de l'Est. Vu sa structure économique et sociale, le Maghreb dispose d'un bon potentiel de croissance dans le domaine de Crowdfunding, mais l'absence de sensibilisation,

d'informations et d'initiatives de la part des autorités compétentes ne facilite pas la tâche aux acteurs de cette jeune industrie au Maghreb. Dès lors, on peut dire que le financement via Crowdfunding peut être une source viable pour les PME maghrébines si les différentes contraintes, surtout règlementaires, sont levées. Cette idée nous permet d'affirmer notre deuxième hypothèse selon laquelle le renforcement du Crowdfunding au Maghreb est une action qui favorise la création et le développement des PME, qui sont un tremplin efficace vers une croissance économique.

Enfin, cette jeune industrie à son échelle et à sa couverture actuelle, ne concurrence pas les sources de financement traditionnelles notamment le secteur bancaire mais les complète puisque, ce dernier est essentiel au fonctionnement des activités de prêt participatif, car toutes les transactions sont en ligne, ce qui nécessite un système de paiement en ligne, des cartes de crédit et l'existence d'enregistrements des opérations de paiement. Alors, d'éventuelles collaborations entre les différentes sources de financement peuvent se profiler dans l'avenir car elles ont toutes une même finalité, celle de financer les PME.

Bibliographie

Ouvrage :

- Alain Derray, Alain Lusseault « Les structures d'entreprise », Ellipses, Paris, 2006
- Christian Paquay « PME & stratégie » 2^e édition.
- Henry Mintzberg. , « Structure et dynamique des organisations, » 2e édition, d'Organisation, Paris, 2005.
- Julien Pierre-André et Marchesnay. Michel, « la petite entreprise » Ed Vuibert, Paris, 1996
- Livian Yves-Frédéric, « Organisation, Théories et pratiques » 3^e édition, Dunod, Paris, 2005
- Marc Labie, « la microfinance en question. Limites et choix organisationnels », Editions LUC PIRE, Bruxelles, 1999
- Mary Jo Hatch; Ann L Cunliffe; Evelyne Léonard; Laurent Taskin « Théorie des organisations, de l'intérêt de perspectives multiples, », 2^e édition De Boeck, Bruxelles, 2009
- Michelle de Mourgues, « La monnaie, système financier et théorie monétaire », 3eme édition, édition Economica, Paris, 1993.
- Rachid Belkahia; Hassan Oudad « Finance d'entreprise: Analyse et diagnostic financiers : Concepts, outils, cas corrigés ». Imprimerie najah el Jadida Casablanca. 2007
- Ricket. Xavier, « Economie d'entreprise », Hachette, Paris, 2001
- Samuel Mercier, « l'Éthique dans les entreprises, », 2^e édition Repères, n°263, La Découverte, 2004.
- Veronique Bessiere Et Eric Stephany, « crowdfunding : fondements et pratiques » 2014

Reuves et Articles :

- Afrikwity, « la plateforme d'equity crowdfunding pour les startups africaines » le 23/09/2019
- Alexandre Raguét et Hélène le Teno, « le financement participatif et l'aide public au développement : Etats de lieux et enjeux » notes techniques n°33, pdf septembre 2017
- Belleflamme, Paul. & Lambert, Thomas Crowdfunding: « Some Empirical Findings and Microeconomic Underpinnings. Forum Financier » -Revue Bancaire et Financière pdf. 2014.
- Belleflamme, Paul. Lambert, Thomas, & Schwienbacher, Armin “Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. Journal of Business Venturing”. 29 (5), 585-609 2013.

- Belleflamme, Paul. & Lambert, Thomas Crowdfunding: « Some Empirical Findings and Microeconomic Underpinnings. Forum Financier »-Revue Bancaire et Financière4 p 288-296 pdf. 2014.
- Brest Métropole, « le crowdfunding pour quoi, pour qui et à quel moment ? », Brest school of business, 2016.
- DjellouleMarkia et MounaBouhmouch, « Etude de faisabilité sur le crowdfunding au Maroc en vue de l'implication de la diaspora dans le développement du Maroc » OIM,pdf
- Elizabeth Gerber, Michael D.Greenberg, KarthicHariharan, & Pardo Bryan “Crowdfunding Support Tools: Predicting Success and Failure “ACM New York. Pdf 2013
- Frank Kleemann and G. Gunter Vob, “underpaid innovators: the commercial utilization of consumer work through crowdsourcing STI studies”, 2008
- Fargas Albert, vivasPere, symbologie du temple du temple de la sa gradafamilia, Barcelone, Triangle postals, 2012,pdf
- Florian Danmayr Archetypes of crowdfunding platforms: “A Multidimensional Comparison” Wiesbaden: Springer 2014
- Guillaume Sylvie, « Léon Gingembre défenseur des PME », Vingtième Siècle. Revue d'histoire n°15, 1987.
- Happy Smala« La finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et l'innovation écologique dans le sud de la Méditerranée, SwitchMed », 2016 le19/09/2019
- Ingrid Fasshauer, « la relation entrepreneur / investisseur en PME : quels outils de contrôle dans le cas du financement participatif », Université Paris-Est Marne- la-vallée.
- Joachim Hermer,“A Snapshot on Crowdfunding Working Papers Firms and Region” No R2/2011...pdf, 2011
- John AkameluChitom Racheal and MuogboUju, “The role of Commercial banks in financing Small and Medium Enterprise in Nigeria” European Journal of Business, Economics and Accountancy, Vol6.n°3 ,2018, , PDF
- Khalid El Ouafa, « le financement des TPE : Quelle perspective pour le crowdfunding » Revue FFI n°14, Janvier 2019.

- Kristof De Buysere, Oliver Gajda, Ronald Kleverlaan and Dan Marom “A framework for European crowdfunding” pdf, 2012
- Louis Cazemajour, « la place du crowdfunding philanthropique » Cerphi le 27/06/2019
- MariemLiouaeddine et Fairouz Naji, « crowdfunding catalyseur de l’entrepreneuriat » cas du Maroc, Revue RCCA n°6, Septembre 2018
- Marias Hélène, « une approche de l’architecture de Gaudi en milieu scolaire » Institut Universitaire de Formation des Maitres, Site du Mans, année universitaire 2012-2013, PDF
- Note sur les fondamentaux du crowdfunding et les principales pratiques au niveau international pdf
- Philippe Petit, « crowdfunding, études sur les opportunités et les risques associés des nouvelles pratiques de financement participatif pour une fondation (INSA LYON) », Adema Paris Tech, 2015,
- Première priorité stratégique des banques Françaises, « Etudes Economiques, entreprises et PME leur financement » Fédération bancaire française, Août 2019, PDF
- Sanae Rhabra et WafaGuerguer, « Le crowdfunding au Maroc : Modèles existants et - perspectives de développement » Revue REGS n  02 Décembre 2015,
- Slim Feriani « Un projet de loi sur le financement participatif sera bientôt soumis à l’ARP » pdf
- Tarek Ben Abdallah, co-fondateur de Cofoundy et d’Afrikwity, « l’autre moyen de financer ses projets Al huff post maghreb ». Pdf
- Tekfi Saliha, « Caractéristiques et fonctionnement du Crowdfunding au Maghreb » Université DjillaliLiabes, 2019
- Tekfi Saliha, « caractéristiques et fonctionnement du crowdfunding au Maghreb » revue Marocaine de recherche en Management et Marketing n  18, 2018,
- Yi Zhang, “An Empirical study into the field of crowdfunding” Lund University School of Economics and Management, année: 2010-2011.

Mémoires :

- Michael Riga, Mémoire en vue de l’obtention du titre de Master en gestion, « le crowdfunding : bilan et perspectives » Université Catholique de Louvain, 2013-2014

- Véronique Mesguich, « qu'est-ce que le web 2.0 ? », Info thèque pôle universitaire Leonard de Vinci, Journée Juriconnexion, 23 novembre 2006, PDF

Webographie :

- <https://www.alloprod.com/la-statue-de-la-liberte-financee-par-le-crowdfunding/>,
- <http://www.ac-grenoble.fr/college/sand.la-motte>
servolex/spip31/IMG/pdf/sagrada_familia_version_courte.pdf
- www.toupie.org/Dictionnaire/Economie,
- <https://emmanueldabo.files.wordpress.com/2015/01/le-web-2-0-expliquc3a9.pdf>
- https://fr.wikipedia.org/wiki/Petite_ou_moyenne_entreprise
- www.sba.gov/content/what-sbas-definition-small-business-concern
- <https://www.lesaffaires.com/dossier/la-gouvernance-dans-tous-ses-ats/une-bonne-gouvernance-c-est-aussi-pour-les-pme/567674>
- <https://www.crowd101.com/crowdfunding-success-statistics-raise-money-online/>
- http://www.altfinance.eu/issues/alternative-finance-in-france-120896?utm_campaign=Alternative%20Finance%20Trends&utm_medium=email&utm_source=Revue%20newsletter
- http://www.altfinance.eu/issues/alternative-finance-in-france-120896?utm_campaign=Alternative%20Finance%20Trends&utm_medium=email&utm_source=Revue%20newsletter
- https://eurocrowd.org/wp-content/blogs.dir/sites/85/2018/06/CF_FactSheet_UK_June2018.pdf
- <http://www.altfinance.eu/issues/alternative-finance-in-finland-1-4-billion-altfin-in-france-in-2018-fintech-summer-school-126434>
- <https://www.forbes.com/sites/jonathanmoed/2018/08/02/a-new-model-for-investing-in-africa/#723dbc6f3a45>
- <https://www.naoxica.com/single-post/2>
- <https://www.journaldunet.com/economie/expert/66269/le-crowdfunding-est-il-trop-cher.shtml>
- <http://success-stories.fr/definition-success-story/>
- <https://docplayer.fr/10282722-Ma-levee-de-fonds-sur-anaxago.html>
- <https://canvanizer.com/book/business-model-generation>

- https://ec.europa.eu/finance/consultations/2013/crowdfunding/docs/consultation-document_en.pdf
- <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/banques-finance/finance-participative-80-des-montants-collectes-aupres-des-particuliers-vont-aux-entreprises-807148.html>
- <https://tousnosprojets.bpifrance.fr/Porteur-de-projet/Gerer-sa-campagne-de-crowdfunding>,
- <https://www.profolus.com/topics/advantages-and-disadvantages-of-crowdfunding/>
- <https://startupnation.com/start-your-business/advantages-disadvantages-crowdfunding/>
- <https://www.quora.com/What-are-the-advantages-and-disadvantages-of-crowdfunding>
- <https://www.forbes.com/sites/tanyaprive/2012/10/12/top-10-benefits-of-crowdfunding-2/#4abcd112c5e>
- <https://www.bigcommerce.com/blog/benefits-and-drawbacks-of-crowdfunding/>
- <https://www.virgin.com/entrepreneur/look-inside-future-crowdfunding>
- <https://croinvest.eu/current-challenges-and-the-future-of-crowdfunding>
- <https://www.inc.com/adam-fridman/the-future-of-crowdfunding.html>
- <https://hackernoon.com/6-trends-to-redefine-the-future-of-crowdfunding>
- https://www.mipise.com/fr/platform_blog_posts/barometre-finance-alternative-crowdfunding-edition-2018
- <https://www.fundera.com/resources/crowdfunding-statistics>
- <https://www.internetworldstats.com/africa.htm>
- https://www.huffpostmaghreb.com/entry/le-crowdfunding-au-menu-du-conseil-de-gouvernement-du-22-aout_mg_5d569762e4b056fafd0a99f3
- https://www.switchmed.eu/fr/country-hubs/tunisia/actions/copy_of_le-crowdfunding-en-tunisie-etat-des-lieux-enjeux-et-avantages?c=startup&q=tunisia
- <https://www.switchmed.eu/fr/documents/ge-green-entrepreneurship-corner/etude-crowdfunding.pdf>
- https://www.switchmed.eu/fr/country-hubs/tunisia/actions/copy_of_le-crowdfunding-en-tunisie-etat-des-lieux-enjeux-et-avantages?c=startup&q=tunisia
- <https://www.switchmed.eu/fr/documents/ge-green-entrepreneurship-corner/etude-crowdfunding.pdf>
- <https://cmdafrique.net/2018/01/03/chiffres-facebook-lafrique-2018/>
- <http://cmdafrique.net/2018/01/30/etat-lieux-2018-internet-mobile-reseaux-sociaux-afrique/>

- <https://cmdafrique.net/2019/02/12/chiffres-facebook-2019-afrique/>

ANNEXES



D 1072/18 / DTFF
No 15 - 18

02 MARS 2018

NOTE DE PRESENTATION DU PROJET
DE LOI RELATIF AU FINANCEMENT COLLABORATIF

Le financement collaboratif, connu à l'international sous le nom du "Crowdfunding", est un mode de financement de projets par le public. Il permet de collecter des fonds, généralement de faible montant, auprès d'un large public, principalement en vue de financer l'entrepreneuriat et l'innovation ou de soutenir l'émergence de projets sociaux, culturels et créatifs.

Ce nouveau mode de financement opère à travers des plateformes internet permettant la mise en relation directe et transparente entre les porteurs de projets et les contributeurs. Ces activités prennent trois formes de financement à savoir, le prêt, l'investissement en capital et le don.

La mise en place d'un cadre juridique régissant les activités de financement collaboratif s'inscrit dans le cadre des efforts des Pouvoirs publics pour le renforcement de l'inclusion financière des jeunes porteurs de projets, pour l'appui au développement économique et social et pour la canalisation de l'épargne collective vers de nouvelles opportunités.

Ainsi, le cadre juridique relatif au financement collaboratif devra contribuer notamment à :

- La mobilisation de nouvelles sources de financement au profit des très petites, petites et moyennes entreprises et des jeunes porteurs de projets innovants ;
- La participation active de la Diaspora marocaine aux projets de développement du pays via un mécanisme de financement simple, sécurisé et transparent ;
- L'accompagnement de la société civile dans le financement de projets à fort impact social et de développement humain ;
- La libération du potentiel créatif et culturel des jeunes ;
- Le renforcement de l'attractivité et du rayonnement de la place financière du pays.

Le projet de loi relatif au financement collaboratif a pour objet de définir le cadre juridique de l'exercice, par les sociétés de financement collaboratif (SFC), des différentes formes de financement collaboratif. A ce effet, il établit un dispositif complet de régulation de ces activités et qui comprend notamment :

- La création du statut de gestionnaire de plateformes de financement collaboratif (PFC) en l'occurrence, la SFC et ce, à l'instar des autres régimes régissant les activités du marché des capitaux ;

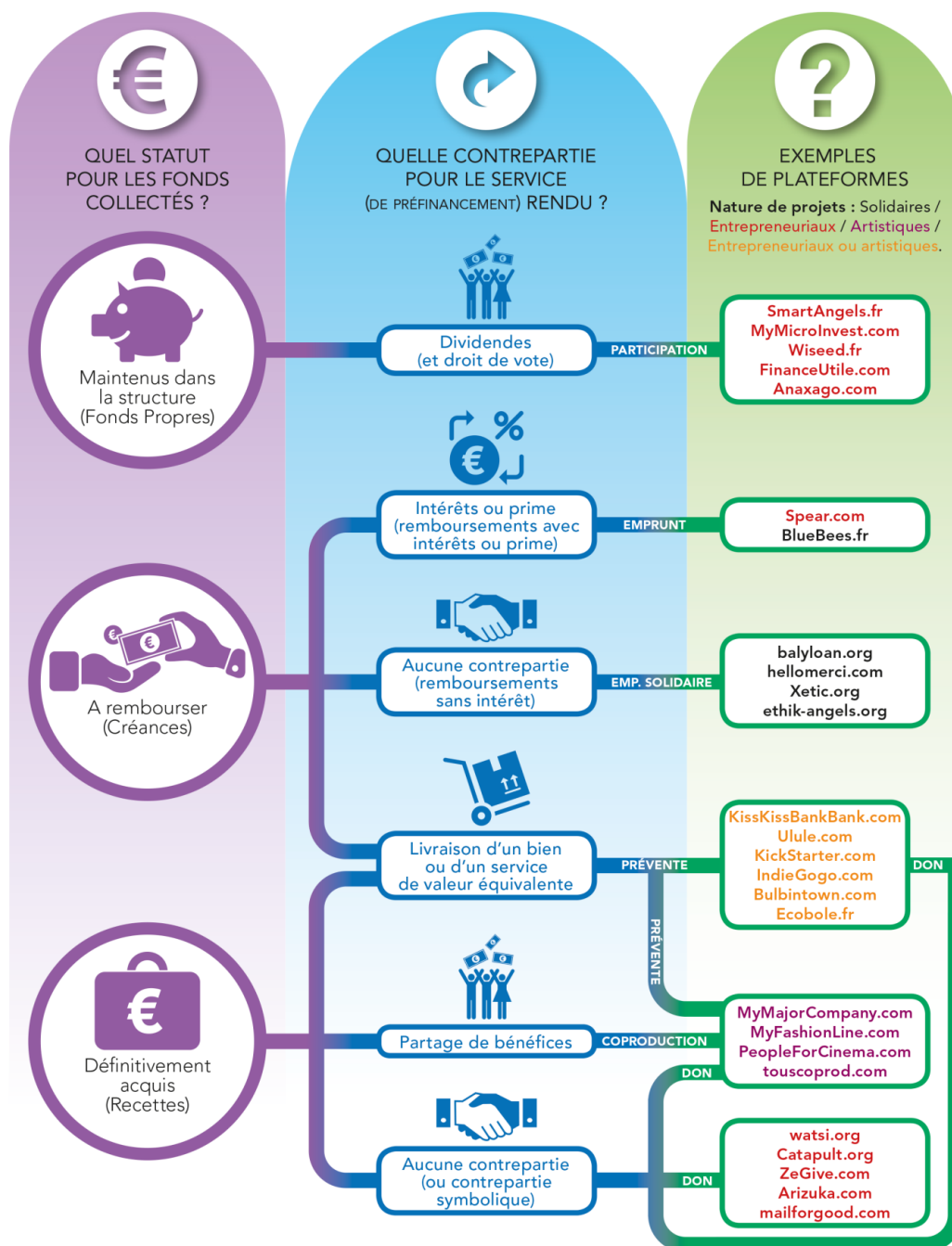
- La définition du dispositif d'agrément par l'Administration des SFC et de supervision des activités de financement collaboratif, assuré par Bank Al Maghreb pour les activités de prêt et de don et par l'Autorité Marocaine du Marché des Capitaux pour les activités d'investissement en capital ;
- La définition des procédures et des modalités de création et de fonctionnement des PFC ;
- La définition des engagements et des obligations de la SFC notamment, en matière d'information du public, de publicité, de reporting,...
- La définition des règles à respecter en matière de vérification préalable des projets à financer, de sécurisation des transferts et de protection des contributeurs ;
- L'établissement de plafonds en termes de montants à lever par projet et par contributeurs pour les différentes formes de financement ;
- La définition de règles spécifiques à chacune des trois formes de financement collaboratif.

Ministre de l'Economie et des Finances

Signé: Mohammed Boussaid

FINANCEMENT PARTICIPATIF

Quelle plateforme choisir ?



Extrait du « Guide AEC : le financement participatif, une alternative à la levée de fonds traditionnelle », Août 2013
http://bit.ly/aec_crowdfunding



Box 2. The JOBS Act Title III

Proposed Rules

Consistent with the JOBS Act, the proposed rules would among other things permit individuals to invest subject to certain thresholds, limit the amount of money a company can raise, require companies to disclose certain information about their offers, and create a regulatory framework for the intermediaries that would facilitate the crowdfunding transactions.

Under the proposed rules:

A company would be able to raise a maximum aggregate amount of USD 1 million through crowdfunding offerings in a 12-month period.

Investors, over the course of a 12-month period, would be permitted to invest up to:

USD 2,000 or 5 percent of their annual income or net worth, whichever is greater, if both their annual income and net worth are less than USD 100,000.

10 percent of their annual income or net worth, whichever is greater, if either their annual income or net worth is equal to or more than USD 100,000. During the 12-month period, these investors would not be able to purchase more than \$100,000 of securities through crowdfunding.

Certain companies would not be eligible to use the crowdfunding exemption.

Ineligible companies include non-U.S.

companies, companies that already are SEC reporting companies, certain investment companies, companies that are disqualified under the proposed disqualification rules, companies that have failed to comply with the annual reporting requirements in the proposed rules, and companies that have no specific business plan or have indicated their business plan is to engage in a merger or acquisition with an unidentified company or companies. As mandated by Title III of the JOBS Act, securities purchased in a crowdfunding transaction could not be resold for a period of one year. Holders of these securities would not count toward the threshold that requires a company to register with the SEC under Section 12(g) of the Exchange Act.

Disclosure by Companies

Consistent with Title III of the JOBS Act, the proposed rules would require companies conducting a crowdfunding offering to file certain information with the SEC, provide it to investors and the relevant intermediary facilitating the crowdfunding offering, and make it available to potential investors.

The price to the public of the securities being offered, the target offering amount, the deadline to reach the target offering amount, and whether the company will accept investments in excess of the target offering amount

Certain related-party transactions.

A description of the financial condition of the company.

Financial statements of the company that, depending on the amount offered and sold during a 12-month period, would

have to be accompanied by a copy of the company's tax returns or reviewed or audited by an independent public accountant or auditor.

Companies would be required to amend the offering document to reflect material changes and provide updates on the company's progress toward reaching the target offering amount.

Companies relying on the crowdfunding exemption to offer and sell securities would be required to file an annual report with the SEC and provide it to investors.

Crowdfunding Platforms

One of the key investor protections Title III of the JOBS Act provides for crowdfunding is the requirement that crowdfunding transactions take place through an SEC-registered intermediary, either a broker-dealer or a funding portal. Under the proposed rules, the offerings would be conducted exclusively online through a platform operated by a registered broker or a funding portal, which is a new type of SEC registrant.

The proposed rules would require these intermediaries to:

Provide investors with educational materials.

Take measures to reduce the risk of fraud.

Make available information about the issuer and the offering.

Provide communication channels to permit discussions about offerings on the platform.

Facilitate the offer and sale of crowdfunded securities.

The proposed rules would prohibit funding portals from:

Offering investment advice or making recommendations.

Soliciting purchases, sales or offers to buy securities offered or displayed on its website.

Imposing certain restrictions on compensating people for solicitations.

Holding, possessing, or handling investor funds or securities.

The proposed rules would provide a safe harbour under which funding portals can engage in certain activities consistent with these restrictions.

Liste des illustrations

Liste des tableaux

Tableau 1 : Opinions des répondants en vue de savoir si les banques sont une source de financement indispensable pour les PME au Nigéria-----	p.14
Tableau 2 : Une ville Suisse au cœur de l’histoire des plus grandes crises Financières-----	p16
Tableau 3: KickStarter par les nombres -----	p.23
Tableau 4: Taille des marchés du financement participatif en Finlande-----	p.29
Tableau 5 : Classification des PME selon l’effectif, le chiffre d’affaires et le total du bilan-----	p.33
Tableau 6 : Suivi mis en place par Finance Utile -----	p.62
Tableau 7 : Présence de Finance Utile dans les instances de gouvernance-----	p.63
Tableau 8 : Présentation des différents dispositifs de contrôle chez Finance Utile-----	p.63
Tableau 9: Typologie des formes de Crowdfunding-----	p.66
Tableau 10 : Plateformes de Crowdfunding pour les entrepreneurs Marocains -----	p.92
Tableau 11 : Classement des pays africains selon le PIB -----	p.94
Tableau 12 : Etat des lieux du Crowdfunding au Maroc entre 2009-2015 -----	p.96
Tableau 13 : Plateformes de Crowdfunding pour les entrepreneurs Tunisiens -----	p.102
Tableau 14 : Evolution des fonds collectés par des projets Tunisiens via des plateformes de Crowdfunding -----	p.104
Tableau 15 : Répartition des fonds collectés projets Tunisiens en 2015 selon le type de promoteur -----	p.104

Tableau 16 : Plateformes de Crowdfunding pour les entrepreneurs Algériens -----	p.110
Tableau 17 : Limites du Crowdfunding en Algérie -----	p.113
Tableau 18 : Evolution du PIB/habitant, de la technologie numérique et du nombre de plateforme Maghreb -----	p.115
Tableau 19 : Projets maghrébins lancés sur la plateforme de Crowdfunding Kickstarter -----	p.117
Tableau 20 : Projets financés et montants collectés au Maghreb -----	p.118
Tableau 21 : récapitulatifst des pays Maghrébins dans le domaine de Crowdfunding basé sur Critères -----	p.119

Liste des figures

Figure 1 : Crédits mobilisés aux PME en France -----	p.13
Figure 2 : Statistiques Crowdfunding par catégories 2017-----	p.24
Figure 3 : Le Crowdfunding en France : les montants collectés (millions €) -----	p.25
Figure 4 : Le Crowdfunding en France : le type de collecte en 2018 (millions €) -----	p.26
Figure 5 : Activité de Crowdfunding au Royaume-Uni entre 2014 et 2017-----	p.27
Figure 6 : Nombre des startups financées et fonds total levé en Afrique par pays -----	p.30
Figure 7 : La structure fonctionnelle -----	p.43
Figure 8 : La structure entrepreneuriale -----	p.45
Figure 9 : Principe de seuil de déclenchement -----	p.50
Figure 10 : Motivation de financement par Crowdfunding-----	p.71
Figure 11 : Motivation pour les investisseurs à participer au Crowdfunding. -----	p.74
Figure 12 : Parts de marchés du Crowdfunding en Afrique -----	p.88
Figure 13 : Fonds collectés par pays via Crowdfunding en 2015-----	p.90
Figure 14 : Catégories des projets les plus financées par Smala&Co -----	p.97
Figure 15 : Catégories des projets les plus financées par Atadamone-----	p.97
Figure 16 : Autorités de tutelle du Crowdfunding au Maroc -----	p.100
Figure 17 : Catégories des projets les plus financées en Tunisie -----	p.105
Figure 18 : Nombre de campagnes de crowdfunding lancées au Maghreb entre 2009 et 2015-----	p.116
Figure 19 : Nombre des campagnes lancées par la plateforme Zoomaal entre 2015-2019-----	p.117

Table des matières

INTRODUCTION GENERALE :	01
Chapitre I : Notions générales sur le Crowdfunding et les PME.	
Introduction du chapitre I :.....	05
Section 1 : Notions générales sur le Crowdfunding.....	06
1-1- Définitions du Crowdfunding.....	06
1-2- Objectifs et Caractéristiques du Crowdfunding.....	07
1-2-1- Objectifs du Crowdfunding.....	07
1-2-2- Caractéristiques du Crowdfunding.....	07
1-3- L'histoire du Crowdfunding.....	08
1-3-1- Origines du Crowdfunding.....	09
1-3-2- Raisons d'apparition du Crowdfunding.....	11
1-3-2-1- Difficultés d'accès aux crédits bancaires.....	12
1-3-2-2- L'expansion de l'internet et de l'informatique.....	21
Section 2 : Evolution du Crowdfunding dans le monde.....	22
2-1- Amérique du Nord.....	22
2-2- France.....	24
2-3- Royaume-Uni.....	26
2-4- Finlande.....	27
2-5- Afrique.....	29
Section3 : Définitions, Caractéristiques et stratégies de PME.....	31
3-1- Définitions des PME.....	32
3-2- Caractéristiques des PME.....	35
3-3- Stratégies des PME.....	37
3-3-1- Stratégie de financement des PME.....	37
3-3-1-1- Capital social.....	37
3-3-1-2- L'autofinancement.....	38

3-3-1-3-	Le financement bancaire.....	38
3-3-1-4-	Le financement sur le marché financier.....	39
3-3-1-5-	Le financement par le Crowdfunding.....	40
3-3-2-	Stratégie de gouvernance dans une PME.....	40
3-3-2-1-	Les avantages de la bonne gouvernance.....	41
3-3-3-	Stratégie d'organisation et Structure d'une PME.....	42
3-3-3-1-	Organisation d'une PME.....	42
3-3-3-2-	Structure d'une PME.....	43
	Conclusion du chapitre I.....	46
Chapitre II : Fonctionnement des plateformes du Crowdfunding.		
	Introduction du chapitre II.....	47
	Section 1 : Fonctionnement du Crowdfunding	48
1-1-	Préparation de la Campagne de financement	48
1-1-1-	Recherche et choix de la plateforme.....	48
1-1-2-	Préparation du projet de financement.....	51
1-1-2-1-	L'executivesummary.....	52
1-1-2-2-	Produit/service/innovation.....	53
1-1-2-3-	Marché.....	53
1-1-2-4-	Finances et Objectifs.....	54
1-1-2-5-	Documents et le due diligence.....	55
1-1-2-6-	Pitch Entrepreneur.....	56
1-2-	Dépôt du dossier et Mécanismes d'analyses des PME par les plateformes.....	58
1-3-	Lancement de la campagne de financement.....	60
1-4-	Période après financement.....	61
	Section 2 : Types et Acteurs du crowdfunding.....	65
2-1-	Différents types de Crowdfunding	65
2-1-1-	Dons.....	67

2-1-1-1- Don sans récompense.....	67
2-1-1-2- Don contre don (Reward-based)	67
2-1-2- Prêts (Crowdlending).....	68
2-1-2-1- Prêt avec ou sans intérêt.....	68
2-1-2-2- Prêt aux entreprises	69
2-1-3- Prise de participation ou Equitycrowdfunding	69
2-2- Acteurs du Crowdfunding.....	70
2-2-1- Entrepreneurs/Startups	70
2-2-2- Plateformes/Intermédiaires	72
2-2-2-1- Rôles des plateformes	72
2-2-3- Investisseurs.....	73
2-2-3-1- Motivations pour les investisseurs	73
2-2-3-2- Rôles des investisseurs.....	74
Section 3 : Avantages, Inconvénients et Perspectives du Crowdfunding.....	74
3-1- Avantages du Crowdfunding	75
3-1-1- Avantages pour l'économie	75
3-1-2- Avantages pour les entrepreneurs.....	76
3-1-3- Avantages pour les investisseurs.....	78
3-2- Inconvénients du Crowdfunding	78
3-2-1- Inconvénients pour les entrepreneurs	79
3-2-2- Inconvénients pour les investisseurs.....	80
3-3- Perspectives du Crowdfunding.....	81
Conclusion du chapitre II.....	85
Chapitre III : Etude comparative du Crowdfunding au Maghreb (Maroc, Tunisie, Algérie).	
Introduction du chapitre III.....	86
Section 1 : Evolution et caractéristiques du Crowdfunding au Maghreb.....	87
1-1- Naissance et Evolution du Crowdfunding au Maghreb.....	87

1-2-	Caractéristiques du Crowdfunding au Maghreb.....	89
Section 2 : Crowdfunding au Maghreb : état des lieux		91
2-1-	Maroc.....	91
2-1-1-	Nombre des plateformes	92
2-1-2-	Nombre de projets lancés et fonds collectés	94
2-1-3-	Typologies et catégories des projets les plus financés	97
2-1-4-	Opportunités et limites du Crowdfunding au Maroc	98
2-1-4-1-	Opportunités du Crowdfunding au Maroc	98
2-1-4-2-	Limites du Crowdfunding au Maroc	99
2-1-5-	Cadre réglementaire du Crowdfunding au Maroc	100
2-2-	Tunisie	101
2-2-1-	Nombre des plateformes	101
2-2-2-	Nombre de projet lancé et fonds collectés.....	103
2-2-3-	Typologies et catégories des projets les plus financées	105
2-2-4-	Opportunités et obstacles du Crowdfunding en Tunisie.....	106
2-2-4-1-	Opportunités de Crowdfunding en Tunisie	106
2-2-4-2-	Obstacles au développement du Crowdfunding en Tunisie.....	107
2-2-5-	Réglementation du Crowdfunding en Tunisie.....	108
2-3-	Algérie	109
2-3-1-	Nombre des plateformes	109
2-3-2-	Nombre de projet lancé et fonds collectés.....	111
2-3-3-	Typologies et catégories des projets les plus financés	111
2-3-4-	Opportunités et critiques du Crowdfunding en Algérie.....	111
2-3-4-1-	Opportunités du Crowdfunding en Algérie.....	112
2-3-4-2-	Limites du Crowdfunding en Algérie	113
2-3-5-	Réglementation du Crowdfunding en Algérie.....	114
Section 3 : Classement, disparités et solutions envisagées du Crowdfunding au Maghreb...		114
3-1-	Classement des pays maghrébins en matière de Crowdfunding.....	115
3-2-	Disparités entre les pays maghrébins dans le domaine de Crowdfunding	119
3-2-1-	En matière de réglementation.....	119

3-2-2- En matière de sensibilisation.....	120
3-3- Recommandations et propositions pour le crowdfunding au Maghreb.....	120
Conclusion du chapitre III	123
Conclusion générale	124
Bibliographie.....	126
Annexes.....	132
Liste des illustrations.....	137
Table des matières.....	142