

Le développement des banques participatives au Maroc : Etat des lieux et perception du consommateur marocain

The development of participative banks in Morocco : State of play and Moroccan consumer perception

TOUFIK Youssef

Doctorant

FSJES Tanger

Université Abdelmalek Essâadi, Maroc

Laboratoire de l'Intelligence Economique et Gouvernance Territoriale.

LAGHZAOUI Fadoua

Professeure de l'enseignement supérieur

FSJES Tanger

Université Abdelmalek Essâadi, Maroc

Laboratoire de l'Intelligence Economique et Gouvernance Territoriale.

Date de soumission : 02/05/2024

Date d'acceptation : 11/06/2024

Pour citer cet article :

TOUFIK.Y & LAGHZAOUI.F . (2024) « Le développement des banques participatives au Maroc : Etat des lieux et perception du consommateur marocain », Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 5 : Numéro 6 » pp : 615 – 638 .

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License



Résumé

Les banques islamiques connaissent à travers le monde un essor considérable durant ces dernières années. Malgré le retard de lancement enregistré, le Maroc a accordé une importance particulière à l'introduction des banques participatives et ce pour plusieurs raisons entre autres, répondre aux besoins grandissants de la population marocaine pour ce type de financement. En dépit des nombreux obstacles techniques, organisationnels et réglementaires rencontrés, l'activité bancaire participative nationale a pu réaliser des chiffres émanant d'une croissance annuelle remarquable. L'objectif derrière l'élaboration de ce travail est d'examiner le développement des banques participatives au Maroc en présentant d'une part, l'état des lieux de cette activité, et en identifiant d'autre part, la perception actuelle du consommateur marocain à l'égard de ces banques. Pour cela, nous exposons brièvement l'histoire de la banque islamique au niveau mondial et local ainsi que l'état des lieux de l'activité bancaire participative au Maroc. Afin de répondre à notre problématique, nous avons entamé une étude basée sur une approche qualitative exploratoire qui consiste à mener des entretiens semi-directifs auprès d'un échantillon composé de 34 personnes. Le résultat de cette recherche fait ressortir une perception impactée par plusieurs facteurs.

Mots clés : Développement ; Banque ; participative ; Maroc ; Consommateur.

Abstract

In recent years, Islamic banks around the world have experienced considerable growth. Despite the late start, Morocco has attached particular importance to the introduction of participation banks for a number of reasons, including meeting the growing needs of the Moroccan population for this type of financing. Despite the many technical, organizational and regulatory obstacles encountered, the national participation banking business has achieved remarkable annual growth figures. The aim of this article is to examine the development of the participatory banks in Morocco by presenting the current situation of this activity as well as identifying the current perception of the Moroccan consumer towards these banks. For that, we briefly present the history of Islamic banking at the global and local level as well as the state of participatory banking activity in Morocco. In order to respond to our problematic, we have initiated a study based on an exploratory qualitative approach involving semi-directive interviews with a sample of 34 people. The results of this research reveal a perception impacted by several factors.

Keywords : Development ; Participative ; Banks ; Morocco ; Consumer.

Introduction

La finance islamique est un système financier qui repose sur l'accomplissement des opérations financières dans le respect total des principes de la religion musulmane (Allard & Benchabane, 2010). Cette dernière, est régie par la charia qui désigne l'ensemble des règles qui encadre l'aspect général de la vie des musulmans, y compris l'économie et la finance (Jouaber-Snoussi, 2012), mettant en avant des valeurs de justice sociale, d'équité, de partage, de responsabilité, de mutualité et d'équilibre (Guermas-Sayegh, 2012).

La mise en œuvre de ces principes spécifiques a permis aux institutions financières islamiques de développer leurs propres instruments financiers (Jouaber-Snoussi, 2012). Ces derniers, consistent alors à proposer une alternative éthique aux outils financiers conventionnels¹. De ce fait, la finance islamique se présente comme un modèle financier concurrent de la finance classique dite conventionnelle (Bah, 2010).

La finance islamique enregistre une croissance rapide et impressionnante ces dernières années. A son tour, et après plusieurs tentatives depuis 2007, le Maroc s'est lancé en 2017 dans cette aventure avec l'introduction des toutes premières banques islamiques sur le marché bancaire marocain. Depuis cette date, les indicateurs d'activité et de rentabilité de ce nouveau secteur ne font qu'accroître année après année (Hilmi, 2024).

L'objectif derrière l'élaboration de ce travail est d'examiner le développement des banques participatives au Maroc six ans après leur lancement en présentant d'une part, l'état des lieux de cette activité, et en identifiant d'autre part, la perception actuelle du consommateur marocain à l'égard de ces banques.

Ceci nous amène à traiter la problématique suivante : Comment le consommateur marocain perçoit l'introduction des banques participatives au Maroc ?

Pour bien mener notre étude, nous avons décomposé notre question de recherche en deux questions drivées :

- Est-ce que le consommateur marocain est bien sensibilisé quant aux fondements et modalités de fonctionnement des banques participatives ?
- Les différentes actions envisagées par les banques participatives sont-elles suffisantes pour encourager le consommateur marocain au recours aux services bancaires participatifs ?

¹ Herbert Smith LLP, Guide de la finance islamique, 2009.

Ceci nous amène à formuler les hypothèses suivantes :

- H1 : Le consommateur marocain ne dispose pas d'assez d'informations lui permettant de connaître l'industrie bancaire participative dans sa globalité.
- H2 : L'absence des plans de communication périodiques de la part des acteurs de l'industrie bancaire participative contribue à la méconnaissance sur le secteur.

Notre travail sera structuré autour de quatre parties : Tout d'abord, la première partie sera consacrée à la revue de littérature qui exposera un panorama sur la finance islamique ainsi que le lancement et l'état des lieux de l'activité bancaire participative au Maroc. Ensuite, nous présenterons dans la deuxième partie la méthodologie de recherche adoptée. Finalement, la troisième et quatrième partie seront consacrées à la présentation et l'analyse des résultats ainsi que l'élaboration d'une matrice SWOT regroupant les différentes conclusions.

1. Revue de littérature

1.1. Panorama de la finance islamique

Les pratiques de la finance islamique tirent leurs origines de l'époque des premiers commerçants des pays musulmans (Huet, Cherqaoui, & Colas, 2014). Elles remontent alors à la date de l'apparition de la religion elle-même vu que les transactions commerciales et financières entre les musulmans ont été cadrées et gérées par Fiqh Al Mouamalat qui était considéré comme le cadre réglementaire de cette époque².

C'est à la fin du 20^e siècle, plus précisément dans les années 1960, que les premières tentatives de la modernisation de la finance islamique ont eu lieu à travers la création de la caisse d'épargne dans la ville de MitGammar en Egypte « MitGammar Saving Bank » ainsi que « Pilgrim's Management Fund » en Malaisie et qui ont été marquées comme les premières expériences de l'histoire à présenter des solutions financières conformes aux règles de l'Islam (Jouini & Pastre, 2008).

Le développement de l'industrie financière islamique s'est maintenu vers la fin du 20^e siècle et le début des années 2000. D'une part avec la création des organisations de gouvernance et de la supervision en matière des règles charia, comptables et prudentielles telles que AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions) installée à Bahreïn depuis 1991, IFSB (Islamic Financial Services Board) basé à Kuala Lumpur depuis 2002, et IIFM (International Islamic Financial Market) créé à Bahreïn en 2001 (Allard & Benchabane,

² Rapport CDVM sur la finance islamique 2011.

2010). D'autre part, la croissance rapide et impressionnante de la taille des actifs financiers islamiques mondiaux ces dernières années.

Plusieurs éléments ont contribué à cette croissance, entre autres, son aspect innovant, les réformes des textes réglementaires et fiscaux ainsi que le renforcement de l'infrastructure financière islamique (Faye, Triki, & Kangoye, 2013). En d'autres termes, la création d'un écosystème complet visant à faciliter les transactions financières islamiques et assurer une meilleure gestion de leurs activités. Dans cette perspective, la finance islamique a attiré l'attention de nombreux praticiens occidentaux qui l'ont considéré comme une solution économique et financière éthiquement responsable et alternative à celle conventionnelle (Allard & Benchabane, 2010).

D'après le rapport communiqué par IFSB sur la stabilité de l'Industrie des Services Financiers Islamiques pour l'exercice 2021, le secteur financier islamique a enregistré durant cet exercice un total d'actif qui s'élève à 3.060 milliards USD contre 2.750 milliards USD en 2020, en réalisant une croissance annuelle de 11,3%. Le tableau 1 ci-dessous expose la contribution régionale et sectorielle dans le total des actifs financiers islamiques enregistrés durant l'exercice 2021.

Tableau N°1 : Répartition sectorielle et régionale des actifs financiers islamiques durant l'exercice 2021 (en milliards de USD).

Région	Banque islamique	Sukuk exceptionnel	Actifs des Fonds Islamiques	Contribution Takaful	Total	Quotepart %
CCG	1.212,5	332,3	46,0	12,7	1.603,5	52,4%
Asie du Sud- Est	287,5	390,3	37,5	4,7	720,0	23,5%
Moyen-Orient et Asie du Sud	477,1	26,9	22,0	5,6	531,6	17,4%
Afrique	58,2	1,8	4,0	0,6	64,6	2,1%
Autres	68,8	24,4	45,1	0,7	139,0	4,5%
Total	2.104,1	775,7	154,6	24,3	3.058,7	100%
Quotepart %	68,7%	25,4%	5,1%	0,8%	100%	

Source : Rapport sur la Stabilité de l'Industrie des Services Financiers Islamiques, IFSB, 2022.

D'un point de vue sectoriel, le segment des banques islamiques reste le plus important de toute la finance islamique vu que sa contribution dans le total des actifs de l'industrie financière islamique en 2021 s'élève à 68,7% soit 2.104 milliards USD, Le second segment en matière de contribution durant la même période est celui des marchés de capitaux islamiques avec une part

de 30,5%³ soit un actif total de 930,3 milliards USD, et finalement, la contribution du sous-secteur de l'assurance Takaful reste marginale, elle s'élève à 0,8% soit 24,3 milliards USD en fin 2020⁴.

En ce qui concerne la répartition régionale des actifs financiers islamiques réalisés en 2021, le Conseil de Coopération du Golfe (CCG) maintient sa position comme le principal contributeur avec une part qui s'élève à 52,4% suivi par l'Asie du Sud-Est 23,5%, le Moyen-Orient et Asie du Sud 17,4%, l'Afrique 2,1% et finalement d'autres pays avec 4,5%. Certes, l'activité financière islamique en Afrique n'est pas au même niveau que celle enregistrée en Asie ou en Europe, cependant, des indicateurs non quantifiables présentent un essor remarquable de cette industrie financière qui se mondialise (Bah, 2010).

1.2. Aperçu des banques participatives au Maroc

Attiré par son potentiel et conscient de la lourdeur et de la complexité de cette tâche, le Maroc a pris du retard par rapport aux autres pays pour se lancer dans l'industrie bancaire participative (Ait Malhou & Maimoun, 2020 ; Attak, 2018). Cette dernière, se fixe comme cible principale les ménages sensibles à l'argument religieux (Allard & Benchabane, 2010). De sa part, Le citoyen religieux est plus captif à ce type d'établissement suivant sa volonté de respecter la charia (Echchabi & Hassanuddeen, 2012).

Le cabinet Arthur D. Little (Leader mondial en management et consulting) a mené en 2009 une étude Basée sur l'analyse de la capitalisation boursière et la part des actifs islamiques dans le total des actifs financiers et qui a fait ressortir des conclusions publiées dans un rapport intitulé « **Islamic Finance Comes of Age** », dans lequel, il a classé le Maroc dans le groupe des nouveaux entrants avec un fort potentiel de développement vu le soutien des gouvernements locaux. Dans le même sens, Monsieur Mohammed BOUSSAID, Ex-ministre de l'économie et des finances, a déclaré en décembre 2016⁵ que « *Le gouvernement marocain accorde une importance particulière au développement de la finance participative* ».

Bien entendu, Au Maroc, la dénomination de ces banques est participative non pas islamique (Bouayad amine, 2013). Les autorités marocaines ont alors pris la décision d'employer le terme participatif au lieu d'islamique (Bensbahou & Mrhar, 2021 ; Nahhal, 2020 ; Radi & Bari, 2012).

³ Marché de capitaux islamiques comporte les Sukuk exceptionnels et les actifs des Fonds Islamiques.

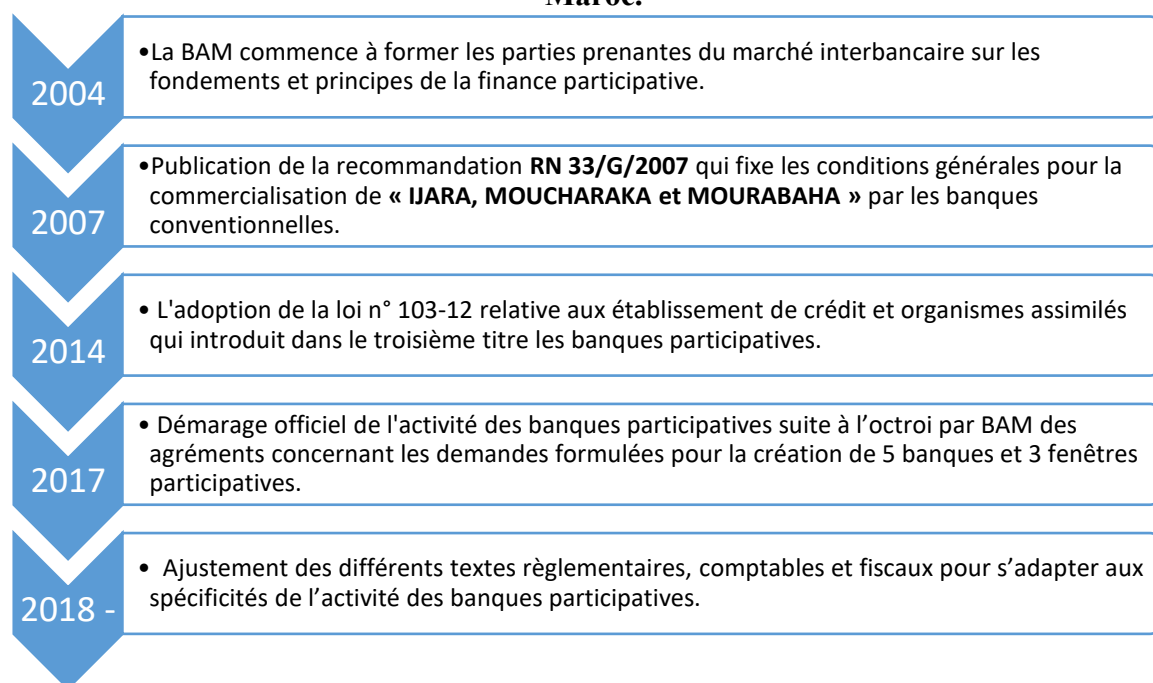
⁴ Takaful à fin 2020 en raison de données limitées ou indisponibles au moment de la rédaction du rapport.

⁵ [Le Ministre de l'Économie et des Finances déclare que « le Gouvernement marocain accorde une importance particulière au développement de la finance participative » – MEF – Royaume du Maroc](#)

Le choix de cette appellation était dans le sens de ne pas étiqueter l'activité financière conventionnelle comme non participative (Bouhadi & Jaouhari, 2021).

La position géographique du Maroc fait du pays un cas particulier en matière de l'adoption de la finance participative (Echchabi & Hassanuddeen, 2012). Avec l'ambition de permettre à Casablanca d'être une place financière régionale via Casablanca Finance City (Mouhssine & Mabrouk, 2022), L'introduction de l'industrie financière participative permettra au Maroc de se confier la position d'un hub financier régional (Bouayad amine, 2013 ; Bousalam & Hamzaoui, 2016). La figure 1 ci-dessous présente les événements clés du développement des banques participatives au Maroc.

Figure N°1 : Les événements clés du développement des banques participatives au Maroc.



Source : Elaborée par l'auteur.

Dès leur lancement, la banque participative au Maroc confrontait une multiplication de textes réglementaires qui engendraient des frais supplémentaires de mise en place et de gestion entraînent un surcoût par rapport aux solutions financières classiques (Bessedik, 2013). C'est ainsi que la cherté est l'une des principaux reproches adressés aux produits financiers participatifs (Attak, 2018). Etant confirmé par l'étude de Attak (2020), les professionnels interrogés expriment que la charté de ces produits financiers provient principalement de la fiscalité inadaptée à leurs spécificités. En effet, la Mourabaha, produit phare des banques participatives, a été taxée doublement en matière de TVA, des droits de mutation ou d'enregistrement, rendant ainsi ce produit plus cher que le financement classique (Bensbahou

& Mrhar, 2021). Des ajustements fiscaux ont alors été mis en place progressivement pour alléger le coût fiscal de ces produits (Attak, 2018).

1.3. Etat des lieux de l'activité bancaire participative au Maroc

Après leur lancement au 2^e semestre de 2017, et malgré la difficulté d'opérer dans un secteur saturé et assez compétitif, les banques participatives ont pu atteindre des réalisations relativement satisfaisantes (Hilmi, 2024). Leurs bilans font ressortir des chiffres globalement positifs comme exposé dans le tableau 2 ci-dessous :

Tableau N°2 : Indicateurs d'activité et de rentabilité des banques et fenêtres participatives au Maroc (Montants en milliards de dirhams).

Indicateur	2020	2021	2022	Variation 2021/2022
Total bilan	16,8	22,1	27,0	22,2%
Financements par décaissement (hors marges constatées d'avance)	9,7	14,0	17,4	24,3%
Dépôts de la clientèle (y compris les dépôts d'investissement)	4,8	7,5	9,5	26,7%
Fonds propres (hors résultat de l'exercice)	2,4	2,2	2,1	-4,5%
Produit net bancaire	0,3	0,5	0,7	40%
Résultat brut d'exploitation	-0,3	-0,2	-0,1	50%
Résultat net	-0,4	-0,2	-0,1	50%
Taux des créances en souffrance	0,4%	0,6%	0,6%	-
Réseau (Nombre d'agence)	153	176	190	8%
Nombre de comptes à vue	116.203	151.522	184.427	21,7%

Source : Elaboré par l'auteur sur la base du rapport annuel de BAM sur la supervision bancaire pour l'exercice 2021 et 2022 ; Implantation bancaire nationale de BAM exercice 2020 et 2022 ;

Indicateurs des banques et fenêtres participatives à fin décembre 2020 et fin décembre 2022.

D'après le tableau ci-dessus, on constate que l'activité et la rentabilité des banques et fenêtres participatives enregistrent année après année une croissance considérable qui justifie l'essor du système bancaire participatif national dès son lancement. Au titre de l'exercice 2022, le total bilan a enregistré une somme de 27 milliards MAD contre 22,1 milliards MAD pour l'exercice précédent ce qui représente une croissance annuelle de 22,2%. Malgré le résultat net déficitaire en 2022 qui s'élève à 0.1 milliard de dirhams, cet indicateur a enregistré une croissance annuelle de 50% par rapport à l'exercice 2021. Cette croissance est justifiée par l'évolution positive des autres indicateurs d'activité. En revanche, cela est dû essentiellement à la hausse des

financements octroyés par les banques et fenêtres participatives qui s'élèvent à 17,4 milliards MAD en 2022 contre 14 milliards MAD en 2021 soit une croissance de 24,3%, les dépôts de la clientèle qui ont enregistré une croissance annuelle de 26,7% en enregistrant une somme de 9,5 milliards MAD et finalement le PNB qui a enregistré une hausse annuelle de 40% au titre de l'exercice 2022 par rapport à 2021.

Il faut noter que ce secteur, nouvellement lancé, a pu faire face à un choc inattendu causé par la crise sanitaire du Covid-19, qui a lourdement impacté l'activité des banques participatives au Maroc (Bouhadi & Jaouhari, 2021), dans le sens où cette dernière a connu un ralentissement généré principalement par l'arrêt temporaire de l'activité des marchés immobiliers et automobiles qui constituent la principale source du financement Mourabaha (Bensghir & Addou, 2021).

A titre de comparaison, sans que celle-ci soit prise comme référence vu la différence de maturité du secteur bancaire conventionnel par rapport à celui participatif qui vient tout juste de se lancer, le tableau 3 ci-dessous expose les principaux indicateurs d'activité des deux secteurs bancaires durant l'exercice 2022 :

Tableau N°3 : Indicateurs d'activité des banques conventionnelles et participatives au Maroc durant l'exercice 2022 (Montants en milliards de dirhams).

Indicateurs	Total bilan	Financement octroyé	Dépôts de la clientèle	Fond propre	Produit net bancaire	Résultat net	Nombre d'agence	Nombre de compte à vue
Banque classique	1 680	1 060	1 129	157	50,2	10,5	5 715	33 715 573
Banque participative	27	17,4	9,5	2,1	0,7	-0,1	190	184 427
Comparaison en %	1,6%	1,6%	0,8%	1,3%	1,4%	-	3,3%	0,5%

Source : Elaboré par l'auteur sur la base du RA BAM pour l'exercice 2022.

Nous pouvons constater facilement que tous les indicateurs d'activité des banques participatives sont aussi faibles qu'ils ne dépassent même pas 2% de la valeur enregistrée par leurs confrères conventionnels. Comme dans les autres pays, les banques participatives coexistent avec celles conventionnelles en occupant généralement une position très minoritaire (Allard & Benchabane, 2010). Les mêmes auteurs rajoutent que, la finance islamique ne couvre qu'une partie minoritaire du secteur financier dans le monde musulman lui-même.

2. Méthodologie de recherche

Dans le but d'identifier la perception du consommateur marocain vis-à-vis des banques participatives, nous avons mené une étude qualitative à caractère exploratoire qui consiste à comprendre les phénomènes sociaux dans leurs contextes naturels en mettant l'accent sur les significations, les expériences et les opinions des participants (Pope & Mays, 1995).

La taille de l'échantillon s'est arrêtée sur 34 individus en se basant sur le principe de saturation théorique qui signifie le point à partir duquel, la continuité de la collecte des données ne génère plus de nouvelles informations capables d'enrichir le sujet étudié (Glaser & Strauss, 1967 ; Charmaz, 2006). Dans le même sens, Pires (1997 : 67), explique que « *d'un point de vue opérationnel, la saturation indique à quel moment le chercheur doit arrêter la collecte des données, lui évitant ainsi un gaspillage inutile de preuves, de temps et d'argent* ». C'est ainsi qu'à partir du 34^e interviewé, aucune nouvelle information n'a été détectée.

Notre échantillon est composé de 20 hommes et 14 femmes, bancarisés et âgés de 22 à 40 ans (cf. Annexe 1). Cet échantillonnage au jugé consiste à choisir des individus qu'on estime qu'ils peuvent être détenteurs d'informations susceptibles d'apporter des clarifications importantes quant au sujet de l'étude (Giannelloni & Vernet, 2001).

La collecte de données auprès des participants s'est effectuée à l'aide des entretiens semi-directifs, du fait qu'ils ne sont ni entièrement libres ni trop précis (Quivy & Van Campenhoudt, 2006). Le choix de l'entretien s'inscrit dans le sens que ce dernier est considéré comme l'outil qualitatif le plus utilisé dans les recherches en gestion (Romelaer, 2005), et qui permet de mettre la lumière sur les aspects inaperçus du phénomène étudié que le chercheur ne peut conclure instinctivement (Blanchet & Gotman, 2006).

Nos entretiens ont été dirigés par un guide d'entretien composé de deux thèmes complémentaires (cf. Annexe2). Le guide d'entretien étant un aide-mémoire composé de mots clés ou de brèves questions ayant pour but de cadrer l'échange et de rappeler le chercheur, en cas d'oubli, des points essentiels à aborder dans la discussion (Yin, 2016). Les entretiens se sont déroulés en face à face ou par téléphone dans une période allant de septembre à décembre 2023 avec une durée moyenne de 38 min par entretien.

Les réponses des participants, faisant objet d'une prise de note, ont été retranscrites afin de procéder à une analyse de contenu thématique qui consiste à « *Repérer dans des expressions verbales ou textuelles des thèmes généraux récurrents qui apparaissent sous divers contenus plus concrets* » (Mucchielli, 1996), ceci, dans le but de réduire les données textuelles en relevant tous les thèmes possibles en lien avec les objectifs de l'étude (Paillé & Mucchielli, 2012). Grace

à un examen minutieux des réponses retranscrites, nous avons pu combiner et thématiser les mots qui reviennent fréquemment permettant d'identifier la perception du consommateur marocain vis-à-vis des banques participatives au Maroc.

3. Résultats et interprétations

L'analyse des entretiens nous a permis d'identifier plusieurs facteurs qui impactent la perception du consommateur marocain à l'égard des banques participatives au Maroc.

3.1. Définition de la banque participative par les interviewés

La définition, non fondue, développée dans l'esprit du consommateur concernant les banques participatives peut être considérée comme une menace dévastatrice pour ces établissements.

65% des participants définissent la banque islamique comme un établissement financier qui propose des solutions financières conformes aux principes de l'islam en appliquant des frais relativement élevés par rapport à ceux du marché, tandis que le reste des personnes interrogées la définissent comme une banque islamique qui applique des frais trop bas ou ne cherchant pas à fixer une marge bénéficiaire importante. Ceci était repéré dans les entretiens suivants :

Interviewé 7 « *Pour moi, la banque participative est une banque qui offre au public des services bancaires conformes aux principes de l'Islam, mais en appliquant des frais trop élevés que ceux du marché bancaire* ».

Interviewé 17 « *La banque participative est un établissement financier qui propose à ses clients des solutions financières islamiques à des frais relativement faibles dans un cadre de mutualité et de solidarité* ».

On aperçoit alors que les réponses des participants, dans leur définition de la banque participative, évoquaient principalement deux aspects à savoir la conformité à la charia et les frais applicables. En effet, tous les interrogés s'accordent sur la conformité des banques participatives aux principes de la Chariaa, par ailleurs, le niveau de frais appliqué par ces établissements enregistrait des points de vue distincts. Notre résultat vient pour confirmer les propos des travaux précédents (Attak, 2018 ; Bensbahou & Mrhar, 2021 ; Bessedik, 2013 ; Faye, Triki, & Kangoye, 2013 ; Hattab & Achchab, 2022), en termes du coût élevé des solutions financières participatives par rapport à celles conventionnelles.

3.2. La connaissance des produits participatifs

La négligence des différents produits proposés par la banque participative peut être considérée comme un facteur qui influence négativement la perception de ce type de produit par le consommateur marocain.

En effet, 87% des participants n'ont décliné qu'un seul produit à savoir le financement Mourabaha, tandis que le reste des interviewés ne connaissent aucun produit participatif. Ceci apparaît dans les entretiens suivants :

Interviewé 8 « *La Mourabaha est le seul produit que je connais vu qu'il est largement commercialisé par les banques participatives* ».

Interviewé 16 « *Je pense qu'il existe plusieurs formules de financement, mais personnellement, je n'en connais qu'une seule, la Mourabaha* ».

Notre résultat est similaire à celui de Fnitiz & Zarrouk (2022) ; Hafiane & Allouch (2021), qui ont démontré que la plupart des personnes interrogées déclarent n'avoir aucune idée sur les produits des banques participatives autres que le produit Mourabaha.

3.3. Intérêt porté à la banque participative

L'intérêt porté à la banque participative désigne le degré de motivation pour opter à ce type d'établissement.

83% des participants ont éprouvé un intérêt aux banques participatives et se montrent motivés quant à l'adoption des solutions financières proposées par ces établissements. Ceci est exprimé par les participants suivants :

Interviewé 5 « *Si j'avais besoin d'un financement immobilier j'opterais sans doute pour le financement Mourabaha* ».

Interviewé 14 « *je pense que les banques participatives ont acquis de l'expertise leur permettant d'être un choix considérable en cas de besoin d'un financement* ».

Notre résultat confirme les propos des études précédentes. D'une part, celle d'Echchabi & Hassanuddeen (2012), qui expose que le client marocain est prêt à se tourner vers les services bancaires islamiques, D'autre part, les résultats de Boulahrir (2018), qui montrent que la majorité des personnes interrogées envisagent un crédit dans le futur mais avec un service licite ainsi qu'ils se montrent favorables quant au changement de leur établissement d'origine. Dans le même sens, l'étude menée en 2017 par Kantar TNS⁶, expose que 14% des personnes interrogées solliciteront les services de la banque participative en optant pour la Multi-banques et 11% Changeront leur établissement d'origine pour une banque participative.

3.4. Les facteurs influençant l'adoption des banques participatives

Les personnes interrogées ont décliné principalement quatre éléments pouvant influencer positivement ou négativement leur volonté pour l'adoption des produits financiers participatifs.

⁶ Kantar TNS, 2017, La banque participative passée au crible : le potentiel de la banque participative au Maroc.

❖ La conformité à la charia

Le respect des principes de la charia est un élément constituant l'identité des banques participatives. Il s'agit donc de l'un des éléments clés de la croissance de ces établissements au Maroc (Hafiane & Allouch, 2021).

Comme attendu, 100% des participants ont exprimé que la conformité aux règles de la Charia est considérée comme le premier élément qui les motive à faire recours à ce type de produit. Ceci apparaît dans les interviews suivants :

Interviewé 1 « *Le financement Mourabaha se déroule dans le respect des principes de notre religion, c'est sûrement le facteur le plus motivant dans une relation avec la banque participative* ».

Interviewé 4 « *Dans une relation avec la banque, la conformité des opérations de financement aux principes de l'Islam me paraît plus important que le facteur du coût* ».

Ce résultat vient pour confirmer celui de Fnitiz & Zarrouk (2022), qui ont démontré dans leur étude que 100% des participants déclarent que le facteur religieux est un déterminant majeur pour le choix des banques participatives.

❖ Le coût élevé

83% des interviewés considèrent que le coût élevé des produits de financement participatifs est un facteur qui impacte négativement leur décision pour s'orienter vers ce type de produit et ils espèrent que ces établissements appliquent des frais alignés avec ceux conventionnels voir même moins chers afin d'encourager le consommateur. Ceci était dévoilé par les participants suivants :

Interviewé 3 « *J'attendais que le coût des opérations de financement ne soit pas trop élevé par rapport au marché* ».

Interviewé 21 « *On entend toujours parler du coût élevé des produits de financement participatifs, j'espère que les différentes parties prenantes prennent les mesures nécessaires pour alléger cette différence de coût* ».

Interviewé 28 « *Certes, le facteur religieux nous motive, mais le coût élevé reste un frein pour l'adoption de ce type de produit* ».

Notre résultat vient pour confirmer les propos des études précédentes qui exposent que le consommateur marocain est sensible quant aux frais bancaires appliqués. On cite dans ce sens l'étude menée en 2017 par Kantar TNS, qui expose que 52% des interviewés espèrent que les produits financiers participatifs seront moins chers que ceux conventionnels ainsi que le travail

de Boulahrir (2018), qui montre que le consommateur marocain n'a pas intérêt à supporter un coût élevé par rapport aux offres des banques conventionnelles.

❖ La complexité des procédures

La complexité des procédures est un facteur ayant une influence négative sur la volonté du consommateur marocain d'adopter les produits bancaires participatifs.

Etant influencées par les propos du bouche à oreille et n'ayant pas des connaissances suffisantes dans le domaine, 74% des personnes interrogées pensent que les modalités de fonctionnement de ces produits sont complexes et nécessitent une durée de traitement plus longue que d'habitude. Ils espèrent la mise en place d'une panoplie de procédures fluides facilitant le traitement et l'exécution des diverses opérations. Ceci est décliné par les interviewés suivants :

Interviewé 11 « *J'ai entendu parler que le traitement d'un dossier de financement Mourabaha immobilier est complexe vu le double enregistrement du bien immobilier* ».

Interviewé 30 « *J'aimerais bien que les procédures soient simples et l'exécution des opérations soit rapides, pour moi, c'est incontournable pour l'adoption d'une banque participative* ».

Cette constatation est similaire à celle des travaux précédents, qui, dans ce sens, expriment que la complexité perçue présente une influence négative sur la volonté du consommateur marocain d'adopter les produits bancaires participatifs (Hafiane & Allouch, 2021), tandis que la mise en œuvre des conditions facilitatrices a un impact significatif sur la l'intention du consommateur marocain à adopter lesdits produits (Echchabi & Hassanuddeen, 2012).

❖ Le réseau de distribution

La couverture du réseau d'agence est un facteur qui influence le comportement du consommateur marocain à l'égard des banques participatives.

En effet, 76% des interviewés considèrent que le nombre d'agence participative est faible et n'assure pas une couverture suffisante de l'ensemble du marché constituant ainsi un frein pour l'adoption de ce type de produit. Ils déclinent qu'ils espèrent augmenter le nombre d'agence afin de faciliter le contact direct avec la banque participative. Ceci était prouvé dans les propos suivants :

Interviewé 2 « *Le nombre d'agence est trop réduit, j'ai dû me déplacer pour un long trajet pour trouver une agence participative, ceci peut me décourager dans le future, j'aimerais bien qu'elles soient plus proches* ».

Interviewé 24 « *Etant conditionné par les horaires de travail, je préfère que mon agence bancaire soit proche de mon domicile ou mon lieu de travail, or, ce n'est pas le cas pour les agences participatives* ».

3.5. La politique de communication

Les banques participatives sont des nouveaux acteurs du marché bancaire marocain, ayant une relation directe avec le consommateur marocain, elles sont dans l'obligation de se présenter au public et d'attirer l'attention d'une population affamée à ce type d'établissement (Bensbahou & Mrhar, 2021).

Notre étude montre que 100% des participants soulignent que les efforts de communication déployés par les banques participatives sont insuffisants et qu'elles n'ont pas mis en place assez d'actions pour se faire connaître et expliquer les spécificités et modalités de fonctionnement de cette industrie. Les interviewés expriment que, des plans de communication exhaustifs sont nécessaires pour permettre au citoyen marocain d'accumuler une culture dans ce sens et de se familiariser avec ce type de banque. Ces propos ont été exprimés par les participants suivants :

Interviewé 9 « *Je n'ai rencontré que peu de communications publicitaires sur ces banques, tout ce que je sais à propos leur lancement et leurs offres m'était expliqué par un collègue* ».

Interviewé 19 « *C'est tout un nouveau secteur qui vient de s'introduire sur le marché bancaire, pourtant dès son lancement, il n'y avait pas assez de communication concernant ces acteurs ainsi que leurs modalités de fonctionnement, il fallait s'engager plus dans des actions publicitaires* ».

Interviewé 29 « *Je ne connais que trois banques participatives, mais je pense qu'il y en a plus n'est-ce pas ?* ».

Ce résultat est similaire à celui de plusieurs études précédentes, entre autres, celle menée en 2017 par Kantar TNS, qui expose que seulement 14% des Marocains ont déjà rencontré une publicité sur une banque participative au Maroc ou encore le travail de Fnitiz & Zarrouk (2022), qui démontre que 100% des interviewés signalent que les banques participatives au Maroc ne déploient pas un effort considérable pour se faire connaître. Il faut signaler que le manque de la communication est une reproche adressée à cette industrie par plusieurs travaux, notamment, ceux de Bensbahou & Mrhar (2021) ; Radi & Bari (2012) ; Zahiri (2013).

4. Analyse et discussion

L'étude menée auprès de notre échantillon nous a permis de conclure qu'en dépit de la croissance enregistrée par l'activité bancaire participative, les participants, influencés par plusieurs facteurs, éprouvent une perception floue, négative et non fondée à l'égard des banques participatives au Maroc. Provenant principalement de l'absence d'une culture dans ce sens, cette perception dégagée est le fruit d'une part, des stéréotypes associés aux banques

participatives et d'autre part, de la négligence de certains aspects relatifs aux produits proposés et aux modalités de fonctionnement.

En effet, après l'analyse des résultats, il nous semble que le consommateur marocain ne dispose pas d'assez d'informations lui permettant de construire une image claire et bien établie à l'égard de ce type de banque. Notre conclusion est similaire à celle de Hafiane & Allouch (2021), qui soulignent que la plupart des personnes interrogées ne connaissent pas l'activité bancaire islamique dans sa globalité et que ce manque d'informations peut être considéré comme un frein de l'adoption de ce type de produits.

Par ailleurs, cette méconnaissance est due principalement à l'absence d'une communication informative, officielle et efficace de la part des acteurs de ce nouveau secteur financier qui permettra au consommateur de se familiariser avec ce nouveau mode de financement et d'être à jour quant aux différentes évolutions qu'a connu le secteur, et ce, dans le but de lui associer un nouveau positionnement. Il faut alors préciser que l'absence d'une communication destinée à promouvoir l'offre participative est une difficulté qui persiste depuis longtemps et qui était signalée par plusieurs travaux, entre autres, ceux de Bensbahou & Mrhar (2021) ; Fnitiz & Zarrouk (2022) ; Radi & Bari (2012) ; Zahiri (2013).

Cependant, malgré la présence de certains freins pour l'adoption de ce type de produit, les répondants ont montré un intérêt pour les solutions financières participatives. En effet, cette recherche nous a permis également de mettre la lumière sur les motivations, les freins et les attentes du consommateur marocain vis-à-vis des banques participatives qui se traduisent en termes de compatibilité avec les croyances religieuses et de commodité (Frais bancaires, proximité d'agence, simplicité de procédures etc.), ce qui représente une opportunité si les banques participatives déploient les actions nécessaires dans ce sens. Ceci nous amène à élaborer les recommandations suivantes :

- ❖ Elaborer des plans de communication périodiques.

Les stéréotypes négatifs associés aux banques participatives sont nombreux et peuvent impacter négativement le développement des dites banques au Maroc. Dans ce sens, les résultats de Echchabi & Hassanuddeen (2012), ont indiqué que l'incertitude exerce une influence négative sur le comportement du consommateur marocain vis-à-vis des services bancaires participatifs au Maroc. De sa part, Zahiri (2013), précise que la commercialisation de ce type de produit auprès des banques et des fenêtres conventionnelles n'est pas convaincante pour les pratiquants. Pour cela, la nécessité de diffuser des campagnes de communication officielles ayant pour but

de présenter, de clarifier et de corriger les propos négatifs qui circulent du bouche à oreille est une étape importante pour se repositionner dans le marché.

Par la suite, il est nécessaire de faire promouvoir les services bancaires participatifs par divers moyens de communication vu que le consommateur exprime une négligence partielle quant aux produits proposés et leurs modalités de fonctionnement. Tel que prouvé par la conclusion de Hafiane & Allouch (2021), qui confirment que la quantité d'informations dont disposent les consommateurs est un élément qui impacte sa volonté pour adopter lesdits produits. En effet, un consommateur n'aura jamais recours à ce type de banque s'il ne sait pas initialement qu'elles détiennent des services pouvant satisfaire ses besoins.

❖ Allègement du coût de financement.

Le coût élevé des financements est l'une des principales raisons de freinage du développement de la finance participative au Maroc. Comme exposé par plusieurs résultats et confirmé par le notre, le consommateur marocain est sensible au coût élevé du financement. Certes, l'inadaptation des textes réglementaires et fiscaux a été la raison de la cherté des services financiers participatifs, cependant, des ajustements ont été mis en place par les autorités compétentes pour surmonter cette reproche et nous invitons les banques participatives à revoir de leur part leur stratégie de fixation de la marge bénéficiaire.

❖ Développement des services en ligne.

Dans le cadre du développement technologique, les banques participatives doivent se doter de tous les moyens permettant au consommateur d'accomplir ses opérations bancaires habituelles en ligne. Cela étant un service de grande importance, il peut, en cas d'absence, influencer négativement la chance d'une banque participative à être choisie par le consommateur.

❖ Elargir le réseau d'agence.

Certes, il s'agit d'une tâche délicate vu la nécessité de déployer des ressources financières et humaines importantes, cependant, les banques participatives doivent élargir leur réseau de distribution petit à petit afin d'assurer une couverture optimale ou au moins jusqu'à ce qu'elles soient présentes dans les lieux les plus fréquentés dans les villes. Cette présence servira comme un point de vente ainsi qu'elle permettra une visibilité pour des fins de publicité.

Après avoir examiné l'état des lieux de l'activité bancaire participative au Maroc et analysé les réponses des participants concernant leur perception à l'égard de cette nouvelle industrie financière, nous avons pu combiner le tout pour élaborer une matrice SWOT qui présentera les perspectives de développement des banques participatives au Maroc.

Figure N°2 : Matrice SWOT sur la situation des banques participatives au Maroc.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Conformité aux principes de la charia. • Ressources humaines expérimentées. • Esprit entrepreneurial au sens du partage des pertes et des bénéfices. • Solutions financières diverses adaptées aux besoins spécifiques de la clientèle. • Maitrise des risques de financement. • Activité et rentabilité en croissance. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faible réseau de distribution. • Coût relativement élevé par rapport au marché. • Actions de communication non suffisantes. • Dépenses d'investissement initiales trop élevées. • Publicité presque inexistante.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Marché bancaire participatif en phase de lancement. • Ecosystème participatif complet avec l'introduction de l'assurance Takaful. • Mobilisation des autorités compétentes. • Consommateur motivé. • Croissance économique du Maroc. • Adaptation des textes réglementaires et fiscaux aux spécificités de la finance participative. • Double supervision du BAM et du CSO. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consommateur non sensibilisé. • Faible implication de la part des entreprises. • Marché bancaire conventionnel saturé et trop compétitif. • Association des stéréotypes négatifs aux banques participatives. • Les effets de la crise sanitaire Covid-19. • Liquidité de refinancement limitée.

Source : Elaborée par l'auteur.

L'élaboration de la matrice SWOT ci-dessus, nous a permis de conclure que les banques participatives au Maroc disposent d'un potentiel de croissance important au moyen et long terme à condition de surpasser certains obstacles qui ralentissent leur développement.

Mettant en avant leur conformité aux principes de la charia et soutenues par les autorités locales, les banques participatives opèrent dans un marché en phase de lancement offrant des opportunités importantes vu la présence d'une cible affamée pour ce type de financement motivée principalement par le facteur religieux. Ainsi, en ayant un esprit entrepreneurial reposant sur le principe de partage des pertes et des bénéfices, ces institutions se distinguent de leurs confrères conventionnels par le fait qu'elles ne jouent pas le rôle du prêteur (Bouayad amine, 2013). Cependant, la croissance souhaitée est conditionnée par la mise en place des actions nécessaires pour relever certains défis, comme le faible taux de couverture, le coût élevé

des financements et le manque d'interaction avec les particuliers et plus encore avec les entreprises poussant ces dernières à s'orienter vers les banques conventionnelles.

Le développement des banques participatives au Maroc entraînera des conséquences positives sur l'économie nationale. Il permettra de renforcer le taux de bancarisation et d'attirer des investisseurs alternatifs nationaux et étrangers en provenance des pays du Golf, permettant ainsi au Maroc de se positionner comme une plaque tournante de la finance islamique au niveau régional (Bousalam & Hamzaoui, 2016), contribuant ainsi à l'amélioration du niveau du développement du pays (Radi & Bari, 2012).

Conclusion

Notre travail consistait à analyser le développement de l'industrie bancaire participative au Maroc après plus de six ans de son lancement, et ce, d'une part, en examinant l'état des lieux de l'activité bancaire participative, et d'autre part, en identifiant la perception actuelle du consommateur marocain vis-à-vis des banques participatives. Dans ce sens, nous avons mené une étude qualitative via des entretiens semi-directifs auprès d'un échantillon composé de 34 personnes.

En dépit de la croissance constatée à travers les chiffres enregistrés par ce secteur et de l'intérêt porté par le citoyen, les résultats de notre étude démontrent clairement que le consommateur marocain, acteur principal du développement de cette industrie, éprouve un sentiment d'hésitation à l'égard des banques participatives qui est le fruit d'une perception non pertinente, floue et non fondée. Ceci est dû principalement au manque de communication officielle, informative et efficace de la part des acteurs de ce nouveau secteur financier qui devront se fixer les objectifs suivants : D'une part, la présentation et l'explication des fondements et fonctionnalités des différents produits et services proposés, d'autre part, la clarification des stéréotypes négatifs associés à ce type de banque qui contribuent à leur rejet par le consommateur marocain.

Finalement, il faut reconnaître que malgré les divers obstacles rencontrés, l'activité bancaire participative enregistre une croissance lente mais satisfaisante. Et comme nous l'avons indiqué dans la synthèse de l'analyse SWOT, les banques participatives au Maroc présentent un fort potentiel de croissance si elles surmontent au fil du temps les obstacles qui empêchent leur développement.

Notre étude apporte des clarifications significatives et supplémentaires quant à la compréhension de la perception du consommateur marocain à l'égard des banques participatives au Maroc. Cela, en identifiant d'une part, les facteurs influençant positivement

ou négativement cette perception et d'autre part, en mettant la lumière sur l'absence d'une politique de communication efficace et sa contribution directe ou indirecte dans le fondement de cette perception. Cette dernière, impacte profondément l'intention de consommation de ce type de produit par le consommateur marocain.

De ce fait, en mettant en avant les conclusions obtenues, notre étude offre des perspectives intéressantes dans le contexte managérial, car elle met l'accent sur l'importance de l'interaction entre les banques participatives et les consommateurs et son rôle pour favoriser le développement de l'activité bancaire participative au Maroc. Cependant, deux questions se posent avec acuité :

- ❖ Dans quelle mesure la méconnaissance du consommateur sur les produits bancaires participatifs contribue au ralentissement de la croissance de l'activité bancaire participative ?
- ❖ Dans quelle mesure la mise en place d'une stratégie de communication pertinente contribuera à la croissance de l'intérêt porté par le consommateur marocain aux banques participatives ?

Malgré les clarifications apportées sur le plan théorique et managérial, il est important de reconnaître que les résultats de cette étude restent limités aux cas étudiés. Il serait préférable dans les futures recherches d'accroître la taille de l'échantillon et d'élargir le champ des interrogés aux consommateurs organisationnels (Entreprises, administrations publiques, associations...). De plus, des professionnels du secteur bancaire participatif, tels que les directeurs d'agence ou bien les directeurs régionaux, peuvent être sollicités pour élaborer une vue d'ensemble permettant de prendre en considération les propos de toutes les parties concernées. Les futures recherches auront donc intérêt à traiter les interrogations susmentionnées pour consolider les avancées, approfondir les connaissances et élargir le champ de recherche dans ce domaine.

Références

1. Article de revue

- Ait Malhou, F. & Maimoun, A. (2020).** L'expérience marocaine en finance participative : Bilan et défis à relever. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 4(2), 197-215.
- Allard, P. & Benchabane, D. (2010).** La finance islamique : Modèle alternatif, postiche ou pastiche ? *Revue Française d'Economie*, 25(4), 11-38.
- Attak, E. (2018).** Vers une neutralité fiscale des produits participatifs au Maroc : Etat des lieux et perspectives. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 2(1), 116-131.
- Attak, E. (2020).** Spécificités et évolution récente de la fiscalité des produits participatifs au Maroc : Perception des praticiens. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 4(2), 216-229.
- Bah, M. (2010).** Les réseaux de la finance islamique en Afrique. *Politique Etrangère*, 2010(4), 805-817.
- Bensbahou, A. & Mrhar, A. (2021).** L'évolution du cadre fiscal des produits participatifs au Maroc. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2(4), 374-387.
- Bensghir, A. & Addou, K. (2021).** Les implications de la crise du Covid-19 sur le secteur bancaire participatif : Cas du Maroc. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 2(1), 93-115.
- Bouayad Amine, N. (2013).** Le développement de la finance islamique au Maroc : Quelles adaptations du cadre législatif et réglementaire ? *Dossiers De Recherches En Économie Et Gestion*, 2(1), 107-120.
- Bouhadi, S. & Jaouhari, L. (2021).** L'impact de la crise du COVID-19 sur les banques participatives marocaines : Quelle opportunité de développement ? *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 5(2), 199-217.
- Boulahrir, L. (2018).** Peut-on réussir l'implantation d'une banque islamique au maroc ? Une enquête nationale sur les attentes de l'opinion publique. *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, 10(1), 233-253.
- Bousalam, I. & Hamzaoui, M. (2016).** Impact of ethical screening on risk and returns : The case of constructed Moroccan Islamic stock indices. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 24(3), 268-291.
- Echchabi, A. & Hassanuddeen, A. (2012).** Empirical Investigation of Customers Perception and Adoption Towards Islamic Banking Services in Morocco. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(6), 849-858.

Faye, I., Triki, T. & Kangoye, T. (2013). The Islamic finance promises : Evidence from Africa. *Review of Development Finance*, 3(2013), 136-151.

Fnitiz, Y. & Zarrouk, Z. (2022). Les sources de motivation des clients à l'adoption des produits de la banque islamique au Maroc. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 6(2), 289-305.

Hafiane, M. & Allouch, F. (2021). Les déterminants de l'adoption des banques participatives : Une étude exploratoire dans le contexte marocain. *Revue Alternatives Managériales Economiques*, 3(2), 126-142.

Hattab, S. & Achchab, A. (2022). La situation des produits participative au Maroc Cas : Région Casablanca-Settat. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 3(1), 120-139.

Huet, J., Cherqaoui, S. & Colas, A. (2014). La finance islamique, gisement de croissance. *L'Expansion Management Review*, 2014/4 (155), 30-39.

Mouhssine, Y. & Mabrouk, A. (2022). L'assurance participative au Maroc. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 6(1), 84-96.

Nahhal, B. (2020). Analyse du modèle participatif des banques islamiques : Cas du Maroc. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 4(1), 58-70.

Pope, C. & Mays, N. (1995). Qualitative Research : Reaching the parts other methods cannot reach : An introduction to qualitative methods in health and health services research. *BMJ*, 1995(311) : 42.

Radi, B. & Bari, I. (2012). Les produits financiers alternatifs au Maroc : Pratique et perspectives. *La Revue des Sciences de Gestion*, 3-4(255-256), 153-159.

Zahiri, Y. (2013). Les défis de la finance islamique. *Dossiers de Recherches en Economie et Gestion*, 2(1), 87-106.

2. Ouvrage

Blanchet, A. & Gotman, A. (2006), L'enquête et ses méthodes : L'entretien, Armand Colin.

Charmaz, K. (2006), Constructing Grounded Theory : A Practical Guide Through Qualitative Analysis, Londres, Sage Publications.

Giannelloni, J.L. & Vernet, E. (2001), Etudes de marché, Librairie Vuibert.

Glaser, B.G. & Strauss, A.L. (1967), The Discovery of Grounded Theory : Strategies for Qualitative Research, Aldine Transaction.

Guermas-Sayegh, L. (2012). La finance islamique. In D. Reynié, *Innovation politique* (pp. 589-610). Paris, Presses Universitaires de France.

Hilmi, Y. (2024). Contrôle de gestion dans les banques islamiques: Une revue de littérature. *Recherches et Applications en Finance Islamique (RAFI)*, 8(1), 23-40.

Hilmi, Y. (2024). Cloud computing-based banking and management control. *International Journal of Automation and Digital Transformation*, 3(1), 86-92.

Jouaber-Snoussi, K. (2012), La finance islamique, Paris, La Découverte.

Mucchielli, A. (1996), Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales, Paris, Armand Collin.

Paillé, P. & Mucchielli, A. (2012), L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales, Armand Colin.

Pires, A. (1997), Échantillonnage et recherche qualitative : essai théorique et méthodologique, Edition électronique réalisée le 09 Juillet 2007 par Jean-Marie Tremblay, 1-88.

Quivy, R. & Van Campenhoudt, L. (2006), Manuel de recherche en sciences sociales, Dunod.

Romelaer, P. (2005). L'entretien de recherche. In P. Roussel & F. Wacheux, *Management des ressources humaines : Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales* (pp.101-137). Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur.

Yin, R.K. (2016), *Qualitative Research : From Start to Finish*, New York, The Guilford Press.

3. Rapport

Arthur D. Little. (2009). *Islamic Finance Comes of Age : Joint opportunities for Western and Arabic financial institutions.*

Bank Al-Maghrib. (2020). *Implantation bancaire nationale pour l'exercice 2020.*

Bank Al-Maghrib. (2022). *Implantation bancaire nationale pour l'exercice 2022.*

Bank Al-Maghrib. (2020). *Indicateurs des banques et fenêtres participatives à fin décembre 2020.*

Bank Al-Maghrib. (2022). *Indicateurs des banques et fenêtres participatives à fin décembre 2022.*

Bank Al-Maghrib. (2018). *Rapport annuel sur la supervision bancaire pour l'exercice 2017.*

Bank Al-Maghrib. (2022). *Rapport annuel sur la supervision bancaire pour l'exercice 2021.*

Bank Al-Maghrib. (2023). *Rapport annuel sur la supervision bancaire pour l'exercice 2022.*

Conseil déontologique des valeurs mobilières (CDVM). (2011). *La finance islamique.*

Herbert Smith LLP. (2009). *Guide de la finance islamique.*

Islamic Financial Services Board (IFSB). (2022). *Rapport annuel sur la Stabilité de l'Industrie des Services Financiers Islamiques pour l'exercice 2021.*

Jouini, E. & Pastre, O. (2008). Enjeux et opportunités du développement de la finance islamique pour la place de Paris. Paris Europlace.

Kantar TNS. (2017). La banque participative passée au crible : Le potentiel de la banque participative au Maroc. Consulté le 01/03/2024, sur La banque participative passée au crible par Kantar TNS – Le Journal RIBH (wordpress.com).

4. Thèse

BESSEDIK A. (2013) : « Les opérations de financement et d'investissement dans le droit musulman » Thèse de doctorat en droit à l'Université Paris-Est.

5. Source électronique

Ministre de l'Économie et des Finances. (2016). Consulté le 15/10/2023, sur <https://www.finances.gov.ma/fr/Pages/detail-actualite.aspx?fiche=2310>