

Crowdfunding social et IA : un duo gagnant pour l'entrepreneuriat social au Maroc

Social crowdfunding and IA : a winning combination for social entrepreneurship in Morocco

HAMZAOUI Sahli

Doctorant

Ecole Supérieure de Technologie- Oujda
Université Mohamed Premier - Maroc

Laboratoire Management et Développement des Entreprises et des Organisations «MADEO»

MEDOUARI Mohamed

Doctorant

Ecole Supérieure de Technologie- Oujda
Université Mohamed Premier - Maroc

Laboratoire Management et Développement des Entreprises et des Organisations «MADEO»

Setta Bouchra

Enseignante chercheure

École Nationale des Sciences Appliquées d'Oujda (ENSAO)
Université Mohamed Premier - Maroc

Laboratoire Management et Développement des Entreprises et des Organisations «MADEO»

Rahhal Lahrach

Enseignant chercheur

Ecole Supérieure de Technologie- Oujda
Université Mohamed Premier - Maroc

Laboratoire Management et Développement des Entreprises et des Organisations «MADEO»

Date de soumission : 29/11/2024

Date d'acceptation : 05/01/2025

Pour citer cet article :

HAMZAOUI. S. & AL. (2025) « Crowdfunding social et IA : un duo gagnant pour l'entrepreneuriat social au Maroc », Revue Française d'Économie et de Gestion « Volume 6 : Numéro 1 » pp : 293- 317.

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

Attribution License 4.0 International License



Résumé

Dans le contexte actuel, l'utilisation des nouvelles technologies a changé de manière significative la vie sociale, les paradigmes culturels, les structures économiques et même financières avec l'évolution de ce qu'on appelle les FinTech. Le crowdfunding et la blockchain peuvent être considérés selon Cai, C. W. (2018) comme deux innovations susceptibles de perturber l'intermédiation financière traditionnelle.

Dans ce sens, ce papier essaie d'examiner le phénomène du crowdfunding social dans le contexte marocain en mettant en exergue l'influence potentielle de l'intégration des pratiques de l'AI (par exemple les chatbots, l'analyse prédictive et les algorithmes d'apprentissage automatique, ...). Ces techniques facilitent la personnalisation de l'expérience des donateurs, l'identification des activités frauduleuses, l'amélioration de la visibilité des projets.

Ce manuscrit s'attache à élucider, à travers une analyse exploratoire, la relation qui lie l'entrepreneuriat social et le crowdfunding dans le contexte de l'émergence des nouvelles technologies financières (FinTech).

Mots-clés : « entrepreneuriat social » ; « crowdfunding » ; « crowdfunding social » ; « FinTech » ; « Intelligence Artificielle ».

Abstract

In the current context, the use of new technologies has significantly changed social life, cultural paradigms, economic and even financial structures with the evolution of so-called FinTechs. Crowdfunding and blockchain can be seen according to Cai, C. W. (2018) as two innovations with the potential to disrupt traditional financial intermediation.

In this sense, this paper attempts to examine the phenomenon of social crowdfunding in the Moroccan context by highlighting the potential influence of the integration of AI practices (e.g. chatbots, predictive analytics and machine learning algorithms, ...). These techniques facilitate the personalization of the donor experience, the identification of fraudulent activity, the improvement of project visibility.

This manuscript sets out to elucidate, through an exploratory analysis, the relationship between social entrepreneurship and crowdfunding in the context of the emergence of new financial technologies (FinTech).

Keywords: « social entrepreneurship » ; « crowdfunding » ; « social crowdfunding » ; « FinTech » ; « Artificial Intelligence ».

Introduction

Personne ne peut nier l'importance de l'entrepreneuriat social dans le développement économique et social d'un pays. Il revêt une importance significative non seulement pour son influence immédiate sur les communautés, mais également pour sa capacité à repenser les modèles économiques conventionnels en incorporant des objectifs sociaux et environnementaux. Il est devenu un catalyseur essentiel pour promouvoir un développement équitable, plus inclusif et durable.

L'importance de ce phénomène a été expliqué, selon Janssen, Bacq et Brouard, (2012), par sa capacité à produire une richesse partagée et à franchir des domaines aussi larges et variés tels que le développement durable, l'éducation, la défense du droit de l'Homme, les soins de santé, etc.

À l'instar de plusieurs pays, le Maroc s'est engagé dans le processus de développement de l'entrepreneuriat social durant ces trois dernières décennies. Cependant, la promotion de ce phénomène se heurte à un certain nombre de contraintes d'ordre culturel, administratif et surtout financier.

Une majorité d'entrepreneurs sociaux font face à des contraintes de financement liées, entre autres, à la connaissance limitée de l'entreprise sociale et à la valeur sociale qu'elle génère. La recherche de méthodes de financement alternatives, comme le crowdfunding, apparaît comme une nouvelle opportunité à saisir.

Le crowdfunding est un mode de financement alternatif au financement traditionnel, il fait référence à l'ensemble des outils numériques qui permettent à des internautes, « la foule », d'aider des projets en recherche de financement (Poissonnier et al., 2016). Son principal rôle est de soutenir la promotion des entrepreneurs (commerciaux et sociaux) en leur offrant une opportunité unique de diversifier et de consolider leurs sources de financement tout en profitant de l'évolution des technologies financières (Fintech) et de l'intelligence artificielle.

Par ailleurs, l'entrepreneuriat social fait partie de cette vague de bénéficiaires de mécanisme de financement innovant, vu que les entrepreneurs sociaux sont particulièrement confrontés à des obstacles financiers en raison des critères rigoureux exigés par les institutions de financement traditionnelles.

Dans le contexte marocain, ce mode de financement a toujours évolué dans un cadre réglementaire ambigu, notamment par le biais de mécanismes conçus exclusivement pour les

organisations à but non lucratif, ou via des plateformes basées à l'étranger qui facilitent la mobilisation de capitaux étrangers pour des initiatives d'investissement nationales¹.

Néanmoins, malgré les avancées législatives (la promulgation de la Loi 15-18) et l'expansion de ce secteur au Maroc (Plus de 10MMAD collectés entre 2021 et 2023) (Baromètre du Crowdfunding au Maroc (2021-2023)), des défis persistent en ce qui concerne l'efficacité, l'optimisation des campagnes et la mobilisation efficace des fonds.

L'intelligence artificielle, AI, qui est déjà à l'origine de transformations et de lancement de nouvelles perspectives pour divers secteurs, peut présenter une nouvelle occasion d'accroître l'efficacité pour le crowdfunding social. C'est dans ce sens que s'inscrit notre problématique de recherche, c'est-à-dire se focaliser sur les avantages qui peuvent être mobilisés par l'AI pour promouvoir le crowdfunding social au Maroc, et dans cette perspective de recherche, nous énonçons le questionnement suivant : ***dans quelle mesure l'intelligence artificielle peut-elle contribuer à l'amélioration de l'efficacité du crowdfunding social au Maroc ?***

Pour apporter quelques éléments de réponse à cette question, nous essaierons à travers ce papier d'examiner comment le Maroc peut exploiter les avantages conférés par l'IA pour augmenter l'efficacité et l'impact du crowdfunding social, tout en tenant compte du cadre législatif et des particularités socio-économiques locales. L'objectif est de démontrer que l'intégration de l'IA dans ce domaine n'est pas simplement une opportunité de surmonter les obstacles existants, mais également un catalyseur pour dynamiser l'entrepreneuriat social et renforcer l'économie solidaire dans notre pays.

Pour mener à bien cette recherche, nous avons opté pour une méthodologie exploratoire. Cette approche cherche à constituer une stratégie de recherche qui vise à découvrir, étudier et comprendre un phénomène ou un sujet peu étudié, à l'instar de notre problématique de recherche étudiée dans ce papier. Par conséquent, notre choix est également justifié par les caractéristiques intrinsèques de notre sujet de recherche, qui vise à élucider la dynamique opérationnelle de ce dernier en tant que mécanisme financier peu connu au Maroc (Wacheux, 1996 , Thiétart, 2014).

Notre approche est basée sur une analyse documentaire utilisant plusieurs sources. Nous avons soigneusement analysé les données acquises à partir des plateformes de crowdfunding, des rapports traitant le sujet du crowdfunding social, des documents organisationnels et d'articles scientifiques, dans le but de bien comprendre les mécanismes du phénomène du crowdfunding

¹ Baromètre du Crowdfunding au Maroc 2021-2023

social et d'identifier les retombées positives de l'AI sur ce phénomène pouvant être bénéfiques pour notre pays.

Afin d'apporter des éléments de réponse à notre problématique de recherche, le présent papier est reparti en deux axes. Dans le premier axe nous essaierons de mettre le point sur les concepts clés de notre recherche à savoir l'entrepreneuriat social, le crowdfunding et le crowdfunding social et aussi sur leur évolution théorique, pour nous puissions présenter la corrélation entre ces deux phénomènes. Dans le deuxième axe, l'accent sera mis sur la présentation d'un état des lieux du crowdfunding social dans le contexte marocain, pour se focaliser après sur l'apport que peut apporter le recours à l'intelligence artificielle aux activités de crowdfunding social au Maroc, tout en soulevant également quelques défis.

1. Financement de l'entrepreneuriat social, du classique au numérique : revue de littérature

Les ressources financières de l'entrepreneuriat social ont longtemps reposé sur des modes de financements dites classiques tels, les subventions, les prêts courants et le financement en capital-risque. Toutefois, ces mécanismes traditionnels peuvent s'avérer difficiles à entreprendre pour les entrepreneurs sociaux, à cause du manque de garanties et un bilan financier pas suffisamment éclairé. Pourtant, et avec l'évolution des technologies numériques et la création de nouvelles plateformes, le financement de l'entrepreneuriat social a migré des formes dites traditionnelles vers le numérique. Le crowdfunding social est une solution FinTech innovante qui permet de rendre l'accès aux ressources financières plus simple et qui implique davantage la communauté dans le processus de soutien des projets à caractère social.

1.1 Concepts clés

❖ *Entrepreneuriat social : genèse et essai de définition*

L'entrepreneuriat social est un concept qui puise ses origines dans les mouvements philanthropiques et humanitaires du 19^{ème} siècle. Il a commencé à se structurer en réponse aux inégalités sociales engendrées par la révolution industrielle. À cette époque, des personnalités comme **Robert Owen**, fondateur de communautés utopiques en Angleterre, et **Florence Nightingale**, pionnière des soins infirmiers modernes, ont mis en œuvre des initiatives sociales pour améliorer les conditions de vie des travailleurs et offrir des services sociaux innovants (Defourny & Nyssens, 2010).

Au 20^{ème} siècle, le concept a évolué pour intégrer les méthodes entrepreneuriales aux initiatives sociales. La popularisation de ce terme s'est accélérée dans les années 1980, grâce à des leaders

comme **Bill Drayton**, fondateur d'Ashoka², une organisation mondiale de soutien aux entrepreneurs sociaux (Bornstein, 2004). Drayton a défini l'entrepreneuriat social comme un moyen de transformer des systèmes sociaux en combinant les compétences de gestion d'entreprise avec une finalité sociale claire (cité par Dees, 2001).

La popularité de ce phénomène s'est perpétuée jusqu'au 21^{ème} siècle lorsque son champ a été reconnu au niveau mondial. Ainsi, en 2006, Muhammad Yunus a remporté le prix Nobel de la paix pour son travail sur le microcrédit à travers la Grameen Bank (Yunus, 2007). Aujourd'hui, l'entrepreneuriat social est considéré également comme un acteur clé dans la réalisation des Objectifs de Développement Durable (ODD), en abordant des problématiques telles que la pauvreté, l'éducation et l'environnement (Nicholls, 2011).

En effet, le phénomène de l'entrepreneuriat social est marqué par une prolifération de définitions, imputable à l'émergence de diverses écoles de pensée qui conceptualisent ce phénomène parallèlement à une variété de pratiques, d'où l'absence de définition universellement acceptée (Asli et Slitine, 2013). Pourtant, et malgré l'absence de consensus quant à la définition de ce phénomène, il existe une reconnaissance commune de la nature multidimensionnelle du concept, qui englobe à la fois les dimensions entrepreneuriales et sociales (Mair et Marti, 2006; Nicholls, 2006 ; Peredo et McLean, 2006 ; Sullivan Mort, Weerawardena et Carnegie, 2003). Ainsi, « la plupart des définitions existantes impliquent que l'entrepreneuriat social consiste à exploiter les opportunités de changement et d'amélioration sociaux, plutôt que la maximisation traditionnelle des profits » (Debbagh et Khassal, 2020).

Toutefois, on peut avec Dees (1998), distinguer généralement trois dimensions clés de l'entrepreneuriat social :

Mission sociale : L'objectif principal est d'exercer un impact positif et quantifiable sur la société (par exemple : la réduction de la pauvreté, l'amélioration de la santé publique ou la facilitation de l'accès à l'éducation, ...),

Innovation : L'entrepreneur social est considéré comme un innovateur qui conçoit de nouvelles solutions aux défis sociétaux ou réévalue les méthodologies établies pour augmenter leur efficacité (Bornstein, 2004),

Durabilité économique : Contrairement aux organisations philanthropiques, les entrepreneurs sociaux adoptent un modèle économique durable, générant des revenus pour s'autofinancer, tout en réinvestissant les fonds excédentaires dans leur mission globale (Yunus, 2007).

² Depuis 1981, Ashoka a construit le plus grand réseau mondial d'entrepreneurs sociaux, qui rassemble aujourd'hui plus de 4000 entrepreneurs sociaux dans 97 pays.

De ce fait, l'entrepreneuriat social est généralement conçu comme la création d'une entreprise ou toutes organisations ayant pour objectif de résoudre des problèmes ou des préoccupations sociaux ou environnementaux et assurer leur viabilité économique au-delà du profit. Un entrepreneur social, qui place l'impact social au cœur de sa mission, est créé et respecté pour opérer dans un secteur hybride du public, privé et tiers secteurs (Defourny & Nyssens, 2010). En résumé, l'essence de l'entrepreneuriat social se caractérise par l'idée que le succès n'est pas évalué en fonction du gain financier, mais plutôt du point de vue de la transformation sociale. Ce concept englobe une réalité à multiples facettes, englobant une variété de pratiques, d'échelles et de défis (Asli et Slitine, 2013). En outre, il existe une pléthore de domaines d'intervention, notamment l'emploi, l'éducation, l'intégration socio-économique, la durabilité environnementale, le soutien aux personnes handicapées, etc.

❖ *Crowdfunding : définition et origines*

Historiquement, le terme crowdfunding provient du crowdsourcing, qui consiste à tirer parti de la foule pour obtenir des idées, des propositions et des solutions afin de développer les activités d'une entreprise (Laaouina, S., El Aoufi, S., & Benali, M. 2024).

Littérairement le concept de Crowdfunding ou « financement par la foule » et peut aussi prendre, dans les régions francophones, le nom de financement participatif ou collaboratif, financement 2.0 ou encore sociofinancement, peut être défini comme un mécanisme de financement des projets, à travers l'intermédiation d'une plateforme internet et via les réseaux sociaux, où les membres de la foule (ou crowd) interagissent, votent, accompagnent et participent financièrement à un projet (Bessière et Stéphaney, 2014).

Aussi, le crowdfunding touche plusieurs secteurs d'activité : des projets culturels ou solidaires, des projets de création et de développement d'entreprises, tous portés par un esprit de communauté 2.0. Faisant appel à une large audience, « the crowd », pour fournir des fonds à des projets via les réseaux sociaux (Bessière et Stéphaney, 2014).

Bien que la terminologie soit contemporaine, le concept sous-jacent du crowdfunding a des racines historiques anciennes. Depuis l'antiquité, les communautés se sont unies pour financer des initiatives publiques ou philanthropiques, comme en témoigne l'évergétisme dans la Grèce et la Rome antiques (Poissonnier, A., & Bès, B. (2016)). Citons également l'exemple des efforts de collecte de fonds pour la Statue de la Liberté et le canal de Suez.

Selon toujours Poissonnier, A., & Bès, B. (2016), les plateformes numériques ont vu le jour au début des années 2000. Zopa (2004) a lancé le paradigme du prêt entre particuliers, tandis que Kiva (2005) a popularisé le concept de microcrédit solidaire. En 2010, les deux fameuses

plateformes de crowdfunding Kickstarter et Indiegogo ont introduit le modèle de « récompense », qui a depuis été largement accepté.

Malgré son caractère apparemment plus au moins contemporain, cet instrument n'est pas à l'origine de concepts fondamentalement nouveaux mais a plutôt réussi à améliorer l'efficacité de la collecte de fonds via Internet.

En somme, le crowdfunding représente une méthode séculaire de mobilisation de capitaux, modernisée grâce aux technologies numériques, qui a évolué pour financer des projets artistiques, sociaux, entrepreneuriaux et humanitaires, bouleversant simultanément les méthodologies de financement traditionnelles.

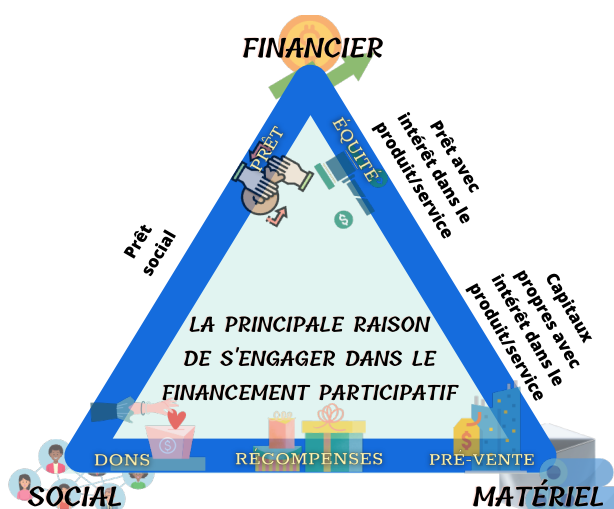
❖ *Crowdfunding social*

Il existe plusieurs façons pour les entreprises sociales de financer leurs projets. Cependant, en plus des sources traditionnelles, telles que les banques ou le capital-risque, et/ou les subventions. L'une des options est les obligations de responsabilité sociale, dans laquelle des contributeurs investissent de l'argent dans l'entreprise sociale, en fonction de la réalisation d'un objectif social spécifique, recevant un retour sur investissement.

En outre, les entreprises peuvent être démarrées ou développées sur la base d'un financement subséquent.

Un autre mécanisme de financement alternatif des entreprises sociales est le financement participatif. Le crowdfunding social peut être considéré alors comme un cadre de financement participatif visant la promotion des initiatives qui génèrent une valeur sociale, notamment des initiatives humanitaires, des campagnes éducatives, des services de santé ou des activités de développement communautaire.

Figure N° 1 : Finalité du crowdfunding



Source : Medouari.M et al (2022)

Contrairement au financement participatif classique, qui met généralement l'accent sur les rendements financiers pour les investisseurs, le crowdfunding social donne la priorité aux avantages sociétaux et encourage l'engagement des contributeurs dans des causes qu'ils jugent importantes (Ordanini et al., 2011).

Ce mécanisme de financement se distingue, entre autres, par des caractéristiques particulières qui en font un instrument avantageux pour la mobilisation de ressources pour les initiatives qui servent le bien commun, à savoir :

- *Impact social* : le crowdfunding social cible des projets qui apportent un impact positif sur la communauté. Les contributeurs prennent en charge le projet à des fins sociales et sociétales, sans visée de profit (Belleflamme et al., 2014) ;
- *Nature Altruiste* : les contributions sont pour la plupart des dons ou des récompenses symboliques. Les donateurs financent un projet par altruisme ou pour un sentiment d'appartenance à une cause (Gerber et Hui, 2013) ;
- *Mobilisation de la communauté* : le succès des campagnes lancées par les plateformes de crowdfunding social est la mobilisation d'un maximum de contributeurs à travers les réseaux sociaux et l'effet de levier des liens personnels (Agrawal et al.2015) ;
- *Dimension émotionnelle* : les facteurs émotionnels sont essentiels dans le crowdfunding social. Les plateformes emploient des récits et des histoires inspirantes pour inciter les donateurs à contribuer à un projet spécifique (Calic & Mosakowski, 2016) ;
- *Transparence* : les contributeurs s'attendent à une transparence totale sur l'utilisation des fonds et les résultats obtenus. Une communication ouverte est importante pour établir la confiance (Beaulieu et al., 2015).

1.2 Crowdfunding : un levier clé du financement de l'entrepreneuriat social

Le crowdfunding et l'entrepreneuriat social ont un objectif commun dans la mesure où ils visent tous les deux à mobiliser la communauté pour aider des initiatives sociales y sont profitables.

❖ *Typologie du crowdfunding*

Ce mode de financement offre un éventail variété de possibilités pour le financement des projets. Cependant, trois catégories de crowdfunding peuvent être identifiées (selon le Guide sur le cadre régissant le financement collaboratif au Maroc -2024) :

- l'opération de catégorie « **investissement** » (Equity-based crowdfunding) : réalisée sous la forme d'une prise de participation, directe ou indirecte, dans le capital d'une société ;
- l'opération de catégorie « **prêt** » (Lending-based crowdfunding) : réalisée sous la forme d'un prêt, avec ou sans intérêt, accordé par les contributeurs au porteur du projet ;

- l'opération de catégorie « **don** » (Donation-based crowdfunding): réalisée sous la forme d'octroi d'un don en numéraire au profit du porteur du projet.

❖ *Crowdfunding au service de l'entrepreneuriat social*

La limitation des sources de financement classiques basée sur l'absence de garanties et l'historique comptable insuffisant (Joffre, O., & Trabelsi, D. 2018) conduit les entrepreneurs sociaux à s'orienter vers le financement participatif.

En plus d'améliorer l'accès aux capitaux, cette approche améliore la visibilité de l'entreprise, compile les opinions des parties prenantes et élargit les réseaux professionnels de l'entrepreneur (Belleflamme et al., 2015).

En d'autres termes, et comme signalé en haut, le crowdfunding aide les entrepreneurs sociaux à rassembler les fonds collectés d'un large éventail de contributeurs qui s'intéressent aux valeurs du projet et à sa mission sociale. En outre, le crowdfunding offre une alternative à d'autres méthodes traditionnelles de financement pendant qu'il engage les collecteurs de fonds à contribuer directement au succès des initiatives novatrices prometteuses socialement.

Dans cette perspective, Belleflamme et al. (2010) ; Agrawal et al. (2011) ; BauerLeeb et Lundqvist (2012) ; Lehner (2013) ; Calic et Mosakowski (2016) ont admis qu'il y a une relation étroite entre l'aspect social et humain du projet et son financement par le public.

Aussi, et malgré les difficultés rencontrées pour obtenir un financement adéquat, les entreprises sociales semblent posséder des avantages distincts qui ne sont pas disponibles pour les modèles commerciaux alternatifs. En ce sens, les entreprises sociales se caractérisent par leur « capacité à mobiliser des ressources de nature non marchande ou quasi-marchande telles que des aides publiques, des dons privés ou encore du bénévolat » (Moreau et Mortier, 2017).

Le financement participatif et l'entrepreneuriat social jouent un rôle mutuellement renforçant, en soutenant financièrement des initiatives ayant un impact social et/ou environnemental. En attirant des capitaux, et d'un nombre important de contributeurs.

Le crowdfunding est une opportunité pour l'entrepreneuriat social pour innover sans être limité par les contraintes de financement classique, ce qui permet d'atteindre des projets ambitieux. Les plateformes financières augmentent la confiance et la satisfaction des contributeurs. En mobilisant la communauté, le crowdfunding intensifie l'impact et fournit un feedback immédiat permettant aux entrepreneurs de perfectionner leur idée.

On peut conclure avec Joffre, O., & Trabelsi, D. (2018), que le financement participatif reste vital pour les entrepreneurs incapables d'obtenir des sources de financement traditionnelles en raison de garanties insuffisantes ou d'un historique financier limité. Le crowdfunding et le

crowdfunding social en particulier, permet aussi d'augmenter la visibilité du projet, de recueillir des retours et d'élargir le réseau de l'entrepreneur. Dans ce sens l'intégration de l'AI peut améliorer le processus et l'efficacité du crowdfunding social.

2. Crowdfunding et Intelligence Artificielle : Nouveaux horizons pour l'entrepreneuriat social au Maroc

En raison du développement du cadre législatif et de la prolifération des technologies numériques, le crowdfunding social constitue une alternative polyvalente aux systèmes financiers classiques. L'efficacité de ce mode de financement peut être améliorée par l'introduction des techniques de l'AI.

Cette partie se concentre sur l'état actuel du crowdfunding social à l'échelle mondiale et nationale, les opportunités offertes pour les initiatives à impact social, pour démontrer in fine l'apport de la technologie, notamment l'intelligence artificielle, susceptible de développer le rendement du crowdfunding social au Maroc, tout en mettant en exergue quelques défis auxquels ces initiatives sont confrontées.

2.1 Crowdfunding social au Maroc : état des lieux

Le marché national et international du financement participatif connaît une expansion particulière, soutenue par l'émergence de l'économie collaborative et les avancées des technologies numériques et des Fintech.

❖ Vu d'ensemble sur le crowdfunding au niveau mondial

Le marché du financement participatif a connu une croissance rapide ces dernières années. Le volume dudit marché est estimé à 150 milliards de dollars en 2024 (Hoque, M. M. 2024) et devrait atteindre 300,11³ milliards de dollars d'ici 2029, avec une croissance de 15,70 % au cours de cette période.

En 2023, le crowdfunding a poursuivi son expansion, avec environ 12 millions de campagnes menées dans le monde. Ce mode de financement innovant a généré en moyenne 7 260\$ par campagne.

³ Source: <https://www.mordorintelligence.com/fr/industry-reports/crowdfunding-market>

Figure N°2 : Aperçu sur le marché de crowdfunding au niveau mondial



Source : Mordor Intelligence⁴

L'expansion observée au cours de la période historique peut être attribuée aux besoins de financement des start-ups et des petites entreprises, à un meilleur accès aux marchés financiers mondiaux, au soutien apporté aux projets créatifs, à l'utilisation du financement participatif pour des causes sociales, ainsi qu'à l'environnement réglementaire et aux cadres régissant ces initiatives.

Les principales tendances prévues pour cette période comprennent les campagnes de financement participatif transfrontalières, l'introduction de jetons non fongibles (NFT) dans les initiatives de financement participatif, l'essor des efforts de financement participatif alimentés par la communauté, l'utilisation de contrats intelligents pour l'exécution du financement participatif et une utilisation accrue du financement participatif pour les projets immobiliers (Crowdfunding Global Market Report 2024).

En parallèle, le marché du crowdfunding à but non lucratif devrait croître de 70,6 milliards de dollars de 2023 à 2028, affichant un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 17,81 % au cours de ladite période.

❖ *Le crowdfunding au Maroc en chiffres*

Depuis 2010, le Maroc s'est engagé dans le secteur du financement participatif ; cependant, ce n'est qu'en 2014 que diverses plateformes de crowdfunding ont commencé à manifester un intérêt pour le marché marocain. Vu l'importance de ce marché, et suite à la demande de plusieurs acteurs actifs dans ce domaine, le Maroc a opté pour un cadre réglementaire régissant les activités de ce mode de financement.

⁴ <https://www.mordorintelligence.com/fr/industry-reports/crowdfunding-market>

- **Cadre réglementaire**

La loi 15-18 relative au financement de la foule, a mis en place un cadre légal ayant structuré et légitimé les plateformes de financement participatif, donnant ainsi de la visibilité et de la sécurité aux investisseurs et aux porteurs de projets. Elle a permis aussi la création de nouvelles plateformes⁵, mais aussi des initiatives qui étaient dans l'informel, qui ont trouvées, grâce à la loi, une forme légale et institutionnelle, d'autres initiatives se sont vu attribuer un cadre légal. Ainsi, la loi en plus de la définition des projets pouvant bénéficier de financement via les PFC, des catégories de personnes pouvant financer les projets via les PFC, la création d'un statut spécifique aux sociétés de financement collaboratif,...définie les seuils des montants qui peuvent être collectés dans le cadre d'une campagne de financement dans la limite de dix (10) millions de dirhams pour une seule année et vingt (20) millions de dirhams comme montant global, et ce selon le mode de financement choisi.

- **Etat actuel du crowdfunding social**

Le problème de financement reste un sérieux obstacle pour le développement des TPME (y compris les entreprises sociales) marocaines. D'après une étude menée par le Haut-Commissariat au Plan (HCP) en 2019, l'accès au financement constitue un obstacle réel au développement de l'entreprise marocaine. Les TPME sont les plus confrontées à ce type de contrainte, 69% d'entre elles, ont souffert des difficultés d'accès au financement.

Il est donc crucial d'élargir l'éventail des sources de financement disponibles pour les TPME pour répondre aux défis et aux restrictions auxquels elles sont confrontées, ainsi que des exigences en matière de garanties généralement imposées par les instituts de financement traditionnels.

Le crowdfunding reste en fait une source innovante du financement pratiquée à travers des plateformes numériques qui établissent des liens directs entre les initiateurs de projets et les contributeurs financiers. Au Maroc, cette pratique s'est historiquement développée dans un environnement réglementaire ambigu, notamment par le biais de mécanismes conçus exclusivement pour les organisations à but non lucratif, ou via des plateformes internationales qui sollicitent des investissements mondiaux pour des projets nationaux.

Avec l'avènement de la loi 15-18 relative au financement collaboratif, trois plateformes⁶ de crowdfunding ont reçu l'agrément d'exercé par Bank Al Maghrib jusqu'à présent, et en

⁵ Trois plateformes ont eu l'autorisation depuis la rentrée en vigueur de la loi 15-18

⁶ Akkan.ma, kiwicollecte

parallèle de ce lancement de la nouvelle génération de plateformes marocaines, les porteurs de projets continuent de mener des campagnes sur des plateformes internationales⁷.

Cependant, et selon le Baromètre du Crowdfunding au Maroc (2021-2023) ; l'analyse des plateformes internationales de crowdfunding utilisées par les personnes morale et physique marocaines (à savoir : GofundMe, Fundrazr, Chuffed, Crodfunder, leetchi, Kiss Kiss Bank Bank, Ulule, DealKhir, Wuluj, LaunchGood) relevant de 5 zones (États-Unis, Canada, Région MENA, Royaume-Uni et France), ont permis de recenser **409** campagnes lancées durant cette période (contre 171 projets seulement pour la période 2019-2021). Ces campagnes rassemblent, entre autres, **15 296** contributeurs avec une moyenne de **716 MAD** versés par contributeur.

Il ressort, qu'un montant global de **10,9** millions de dirhams a été collecté via ces différentes campagnes pour soutenir les porteurs de projets marocains, contre **3,7** millions de dirhams pour la période 2019-2021 ce qui donne un taux de croissance très important évalué à **194,59%**.

Ainsi, l'étude a dévoilé que parmi ces campagnes : 174 étaient des campagnes projets⁸, attirant 5841 contributeurs avec une moyenne de contribution de 780 MAD, et 235 étaient des campagnes personnelles⁹ mobilisant 9455 contributeurs avec une moyenne de contribution de 676 MAD.

L'importance des projets à impact social

✓ Pour les campagnes projets

Il est à noter que (selon toujours le baromètre de crowdfunding au Maroc) le graphique ci-dessous montre que la collecte de fonds pour le domaine de l'éducation reste la plus dominante pour 29,9%, et la collecte de fonds pour la « Communauté » et les « Urgences médicales » occupent une part de 12% et 9%, respectivement. Également le "Volontariat" et les "ONG & charité" reçoivent des parts pondérées de 6% et 7% respectivement.

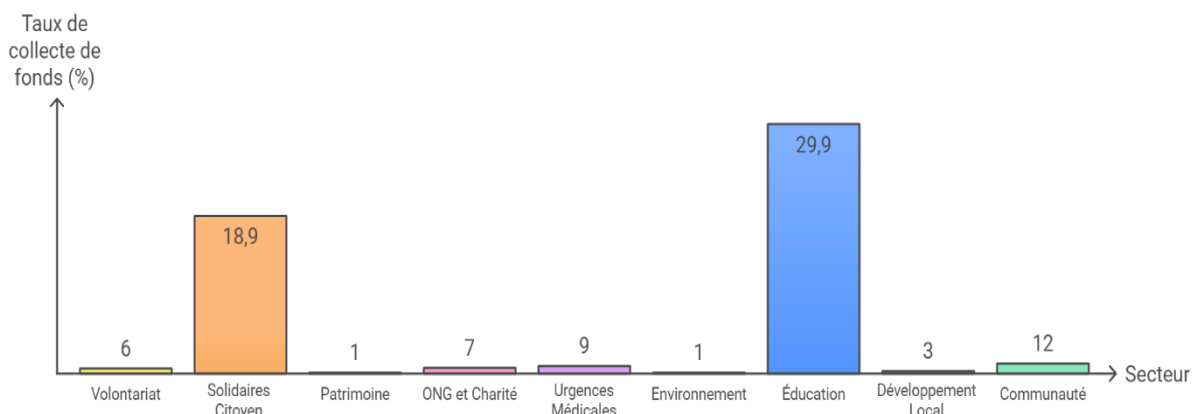
En outre, le rapport souligne le taux le plus faible qui est de 0,2% enregistré pour les « Urgences » en général.

⁷ Les différentes campagnes recensées dans le cadre du rapport de baromètre de crowdfunding au Maroc (2021-2023) se basent sur le modèle de « don » (avec ou sans contrepartie), car c'est le seul type de financement participatif autorisé pour des personnes physiques ou morales au Maroc exploitant des plateformes internationales.

⁸ Les fonds collectés pour financer des projets à but lucratif et non lucratif

⁹ Les fonds collectés pour financer un service personnel à caractère social (éducation, santé, ...)

Graphe N° 1 : Taux de la collecte des fonds selon le secteur

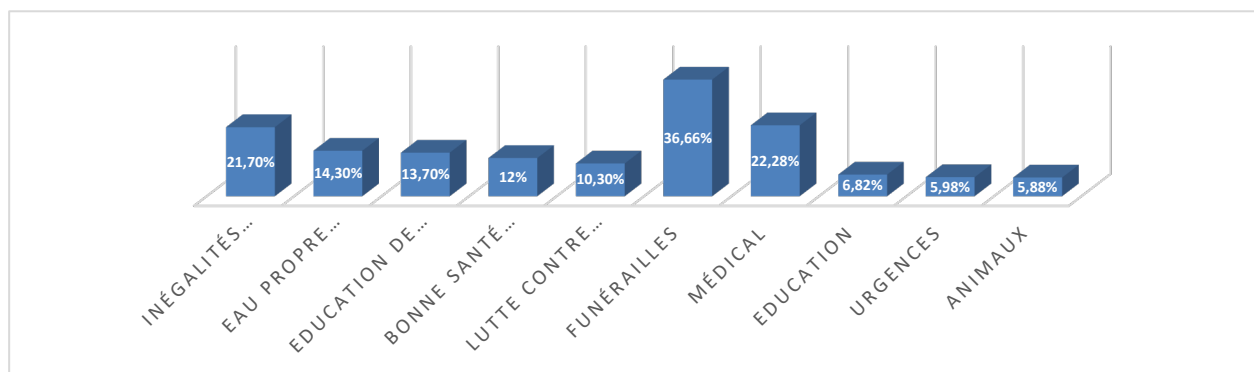


Source : Adapté aux données présentées par le baromètre du crowdfunding au Maroc (2021-2023)

✓ Pour les campagnes personnelles

Un grand nombre de campagnes personnelles visent souvent des projets ayant une relation avec la réalisation des Objectifs du Développement Durable (ODD). Dans ce sens le baromètre du crowdfunding souligne que l'ODD 10 relatif à la réduction des inégalités, recueille les contributions financières les plus élevées, s'élevant à 21,7 % du total des dons, il est évident que les activités personnelles, en particulier les funérailles, représentent la majeure partie du financement, avec 36,66 % du total collecté. Quant à l'ODD relatifs à l'eau potable et à l'assainissement (ODD 6) et à l'éducation de qualité (ODD 4) mobilisent respectivement 14,3 % et 13,7 % des ressources financières, les initiatives personnelles visant à répondre aux besoins médicaux et à des fins éducatives représentent respectivement 22,18 % et 6,82 % du financement (voir le graphe ci-après).

Graphe N° 2 : Taux de la collecte des fonds selon la catégorie de l'action



Source : Adapté aux données présentées par le baromètre du crowdfunding au Maroc (2021-2023)

Quant à la typologie des projets ayant bénéficié d'un financement dans le cadre des campagnes menées sur les différentes plateformes, on trouve que l'étude a indiqué la part du lion, soit 86%,

est pris par des particuliers, tandis que les associations représentent 12%, et les entreprises une part plus petite de 2%.

Discussion

Faisant suite à l'ensemble des données présentées ci-dessus, il semble que les projets ayant un impact social et environnemental bénéficient de la part du lion des montants collectés via les plateformes du crowdfunding pour les deux catégories ; projets et personnelles, reflète une adoption croissante du crowdfunding comme alternative pour lever des fonds pour financer les projets et les actions ayant un caractère social et environnemental.

L'étude met en évidence également la forte implication des particuliers dans les campagnes de financement participatif au Maroc. Bien que techniquement initiées par des individus, ces campagnes ont souvent des objectifs communautaires ou associatifs, les fonds étant transférés à des associations une fois les campagnes terminées. Cette collaboration souligne l'interaction entre les individus et les associations. Cependant, les associations et les entreprises restent moins présentes en tant que porteurs de projets (Baromètre de crowdfunding au Maroc), probablement en raison de ressources limitées ou de contraintes législatives ou une préférence pour les canaux de financement traditionnels.

Alors un grand défi reste à soulever au Maroc pour diversifier le financement des projets à impact social tout en incitant les associations et les entreprises sociales pour s'orienter d'une façon accrue et plus directe vers le crowdfunding.

En conclusion de cette section, le phénomène du crowdfunding social au Maroc connaît une croissance importante, imputable à l'évolution du cadre réglementaire et à la prolifération des technologies numériques. Bien que ce mode de financement soit caractérisé actuellement par la dominance des contributeurs individuels sur les plateformes de crowdfunding, elle constitue un alternatif polyvalent aux mécanismes de financement classiques pour les projets à impact social. Il est impératif que les organisations sociales et les entreprises soient davantage incitées à adopter cette voie afin d'améliorer la diversification de leurs ressources financières. Néanmoins, la sensibilisation et l'élimination des obstacles existants ainsi que l'intégration des nouvelles solutions offertes par l'intelligence artificielle (AI)¹⁰ sont des conditions préalables pour

¹⁰ Oxford Reference (2024) définit l'intelligence artificielle comme « *La théorie et le développement des systèmes informatiques capables d'effectuer des tâches qui nécessitent normalement l'intelligence humaine, telles que la réception visuelle, la reconnaissance vocale, la prise de décision et la traduction entre langues* » Citée par Sfetcu, N. (2024). *L'intelligence, des origines naturelles aux frontières artificielles-Intelligence humaine vs. Intelligence artificielle*. MultiMedia Publishing.

optimiser l'impact social de ces campagnes et renforcer les initiatives durables dans divers secteurs.

2.2 Opportunités offertes l'AI pour optimiser le crowdfunding social au Maroc

La "technologie financière", ou FinTech, permet l'exploitation des nouvelles technologies pour aboutir à des solutions financières innovantes. Le crowdfunding est l'une de ces innovations considérables qui facilite, entre autres, le financement des projets « un important corpus de recherche FinTech s'est développé autour du crowdfunding, l'une des initiatives technologiques les plus réussies de la révolution FinTech » (Cai, C. W. 2018).

Ce mode de financement, comme cité en haut, est considéré comme une application FinTech existante susceptible de rayer les intermédiaires financiers (Cai, C. W. 2018), et peut réaliser plus de succès et d'efficacité (surtout pour les projets ayant un impact social et environnemental) avec l'intégration de l'intelligence artificielle.

❖ *Avantages offerts par l'AI susceptibles d'améliorer les opérations du crowdfunding social au Maroc*

Comme souligné ci-dessus, la taille du marché de crowdfunding connaît une croissance importante dernièrement. Il devrait passer de 150 milliards de dollars en 2024 pour atteindre 300,11 milliards de dollars en 2029. L'expansion rapide des avancées technologiques et des innovations au sein des plateformes de financement participatif, notamment l'intégration de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage automatique, constituent un catalyseur important pour la croissance dudit marché.

Par ailleurs, les programmes technologiques utilisés actuellement, en particulier les simulateurs, peuvent non seulement prédire, mais également donner des orientations sur les meilleures stratégies de financement pour l'institution grâce à l'utilisation d'algorithmes conçus spécifiquement à cet effet (Gómez Álvarez, J.J. 2023). Dans ce sens, le rapport du Parlement européen sur l'intelligence artificielle – 2020/2266, souligne que l'AI est considérée comme un catalyseur de l'économie numérique. Il facilite, entre autres, l'accès à des biens et services innovants et mettra en œuvre de meilleurs systèmes. Le même document précise qu'au moins 11 Milliards d'Euros sont projetés pour l'économie mondiale en 2030 grâce à l'AI, contribuant ainsi au développement d'une économie plus développée, plus productive et plus rentable.

Alors, vu les avancées considérables des Fintech, notamment du crowdfunding, et vu l'ampleur des montants collectés et le nombre important de participants aux campagnes de collecte de fonds, le recours aux mécanismes de l'intelligence artificielle constitue une nécessité incontournable pour mieux gérer cet écosystème compliqué, dans la mesure où l'AI peut

soutenir l'optimisation des opérations du crowdfunding social. Et ce, grâce à l'adoption des outils innovants tels que les interfaces conversationnelles et linguistiques avancées par l'intelligence artificielle, qui fournissent des réponses personnalisées, aident à réduire les risques, luttent contre la fraude et améliorent l'efficacité du traitement de l'information (Gómez Álvarez, J.J. 2023).

En effet, l'AI peut aider les plateformes de crowdfunding et également les entreprises sociales via deux volets : interne et externe, dans l'objectif d'optimiser les différentes opérations de crowdfunding social effectuées :

- Volet interne, met l'accent sur l'amélioration des ressources économiques au sein de l'organisation. L'AI a la capacité d'évaluer l'efficacité organisationnelle, d'améliorer la gestion de la clientèle, des bienfaiteurs et des opérations d'approvisionnement...
- Volet externe, est conçue pour attirer des ressources financières extrinsèques. L'AI est utilisée pour améliorer l'expérience client, innover de nouveaux produits et services et optimiser les modes de collecte de fonds. Cela peut inclure des outils tels que des chatbots pour personnaliser les interactions et des analyses prédictives pour identifier les donateurs potentiels.

Dans cet ordre d'idées, et vu que l'application de l'intelligence artificielle dans le domaine du crowdfunding social est dans ses phases de développement, ses mécanismes sont concentrés principalement sur l'analyse et l'interprétation des données. Song Ziheng, Ping Ng, (2023) distingue trois types d'analyses qui peuvent aider à l'optimisation des opérations de collecte de fonds :

- *Analyse descriptive* : cette approche analytique des données historiques relatives à une entité spécifique, facilitant ainsi l'identification des tendances et des modèles antérieurs. Il sert de base à de futures initiatives stratégiques, telles que l'optimisation des campagnes de crowdfunding en fonction des résultats des campagnes précédentes ;
- *Analyse prédictive* : ce type d'analyse est fondamentalement tourné vers l'avenir. Il utilise des modèles statistiques et des algorithmes informatiques pour prévoir de manière approximative les résultats potentiels, permettant ainsi d'anticiper les résultats probables d'une campagne, et de modifier les stratégies en fonction des caractéristiques des donateurs considérés comme les plus susceptibles de s'engager ;
- *Analyse prescriptive* : ce cadre d'analytique va au-delà de la simple observation en proposant des recommandations dérivées de l'analyse des données. L'intelligence artificielle propose des stratégies réalisables, telles que le ciblage de profils spécifiques de donateurs ou l'utilisation de

messages et d'images qui sont les plus efficaces pour attirer l'attention de contributeurs potentiels.

Synthèse des travaux

On peut récapituler les travaux des auteurs Song Ziheng, Ping Ng, (2023) et Gómez Álvarez, J.J. (2023) sur les différents avantages offertes par l'AI au profit du crowdfunding social au niveau mondial (exemple des plateformes : Ulule, Kickstarter, Dataro,...) pour en y tirer des leçons pour améliorer l'efficacité des plateformes et des différents intervenants dans ce domaine de crowdfunding social au Maroc, comme suit :

- Personnalisation des initiatives de collecte de fonds et ciblage des donateurs : grâce à la capacité de l'intelligence artificielle (IA) d'analyser les schémas comportementaux et les préférences des utilisateurs, elle sera capable de générer des suggestions de projet basées sur des données pour des donateurs spécifiques ;
- Perfectionner les modèles de marketing et d'engagement : avec des modèles prédictifs basés sur l'IA, les plateformes peuvent identifier le moment idéal pour lancer des campagnes publicitaires ou modifier le langage pour maximiser la participation des donateurs ;
- Améliorer la visibilité des projets :
- Amélioration du référencement naturel : l'IA peut élaborer des métadonnées optimales pour le référencement des moteurs de recherche cela aidera les projets à être facilement visibles dans les moteurs de recherche ;
- Publicité personnalisée : les algorithmes IA peuvent identifier les publics cibles les plus susceptibles d'être attirés par le projet et promouvoir des publicités personnalisées.
- Évaluation immédiate des performances de la campagne : grâce à l'IA, les plateformes peuvent surveiller en ligne la performance des initiatives en temps réel et ajuster leur attribution en fonction des contributions et de l'engagement en cours,
- Instituer la confiance : identification de la fraude : l'intelligence artificielle peut facilement analyser des données massives liées aux projets ou aux donateurs pour signaler les fraudes et protéger les plateformes. Aussi, les algorithmes d'apprentissage automatique peuvent attribuer une note de confiance aux projets, en se basant sur des multiples indicateurs tels que l'historique, les témoignages, l'état des contributeurs, l'équipe, etc.
- Automatisation des tâches : la mise en œuvre de chatbots et d'autres outils d'intelligence artificielle peut fournir une assistance instantanée aux contributeurs et aux chefs de projets, en permettant de communiquer virtuellement des réponses aux questions fréquemment posées et rationaliser le processus de don,

➤ Évaluation des implications sociales d'un projet : les donateurs manifestent fréquemment leur intérêt pour les répercussions sociales de leurs contributions financières. L'IA facilitera l'accès et l'analyse des données pour donner un meilleur retour d'information aux utilisateurs finaux (par exemple, la quantification du nombre de personnes aidées ou l'amélioration des conditions de vie...).

❖ *Défis du crowdfunding social au Maroc*

En effet, les plateformes de crowdfunding social et les différents intervenants dans ce domaine au niveau du Maroc peuvent améliorer leur performance et atteindre des résultats louables tout en intégrant l'intelligence artificielle dans les différents processus de la mobilisation des fonds pour bénéficier de ces différents services et avantages sus-indiqués. Or pour ce faire un certain nombre d'enjeux et défis doivent être surmontés :

- Un cadre juridique n'est pas encore arrivé à maturité : bien que la promulgation de la Loi 15-18 relative au financement participatif est considérée comme un succès majeur pour le secteur du crowdfunding au Maroc, cette législation n'en est qu'à ses phases embryonnaires et soulève un certain nombre d'anomalies (par exemple, la lourdeur des procédures, des restrictions sur les limites des montants autorisés à collecter, ...) ;
- Manque de sensibilisation : une partie importante du grand public et des petites entreprises ne sont pas conscients des avantages associés au financement participatif ;
- Culture de don : la tendance culturelle dominante au Maroc à l'égard de l'assistance financière informelle (telle que le soutien familial et communautaire) nécessite une transformation paradigmatique visant à renforcer la confiance et la transparence dans la gestion des fonds afin de soutenir les initiatives de financement participatif ;
- Confiance et transparence : l'efficacité du crowdfunding social dépend intrinsèquement de la confiance. Il est impératif de garantir la transparence des transactions et la bonne gestion des fonds afin d'éviter d'éventuelles pratiques d'exploitation ;
- Accès à la technologie : bien que le Maroc connaît un développement considérable pour faire connecter l'ensemble des territoires aux technologies numériques, des couches sociales restent encore marginalisées par rapport à l'économie numérique, ce qui réduit le nombre de contributeurs potentiels ;
- Soutien institutionnel : le développement du crowdfunding social dépend, entre autres, du soutien public et de partenariats avec des organisations financières et internationales ;

- Incitations fiscales inadéquates : la mise en place des avantages fiscaux au profit des investisseurs et aux développeurs de projets faciliterait un engagement plus large et stimulerait des contributions financières accrues.

En guise de conclusion, il faut reconnaître que le crowdfunding social au Maroc est en pleine évolution. Ce mode de financement gagne ainsi en crédibilité en tant qu'alternative plus flexible aux mécanismes de financement dites traditionnelles, en particulier pour les projets à impact social.

Cependant, il s'avère intéressant pour améliorer l'efficacité de ce domaine de financement, les parties prenantes œuvrant dans le domaine de crowdfunding social sont amenées à faire appel aux techniques proposées par l'intelligence artificielle, qui aidera à rationaliser les processus de financement et à améliorer l'éthique des campagnes de crowdfunding. En changeant la façon dont l'IA et le crowdfunding interagissent, il peut y avoir un renouveau du financement social au Maroc.

Conclusion

Il apparaît clairement que le crowdfunding social au Maroc est en plein essor, et dépasse la simple opération de financement de projets. Ce mécanisme s'avère un moyen significatif de promouvoir le développement économique et social, étant donné qu'il aide les entrepreneurs à développer des projets à fort impact social, à renforcer leur crédibilité et d'accéder rapidement au marché, tout en leur permettant d'économiser du temps et des ressources financières.

Par ailleurs, et si nous souhaitons procéder à un simple rapprochement de la situation du crowdfunding dans les pays développés et ceux en développement (y compris le Maroc), on peut conclure suite aux chiffres présentés dans la deuxième partie de ce travail, que des efforts restent à déployer afin de développer le domaine. Il s'agit particulièrement de l'exploitation des potentialités offertes par les nouvelles technologies numériques dans ce domaine, en l'occurrence, l'intégration de l'intelligence artificielle.

Dans ce sens, il va sans dire, d'après les études présentées, que l'incorporation de l'intelligence artificielle au crowdfunding social présente de nombreuses opportunités pour améliorer l'efficacité de collecte de fonds. Elle permet une analyse approfondie des données, une personnalisation des interactions avec les donateurs et renforce la transparence des campagnes de collecte....

Toutefois, pour optimiser ces opportunités, il est essentiel de surmonter un certain nombre de défis qui persistent : un cadre juridique n'est pas encore suffisamment mature et impose certaines contraintes, tandis que la sensibilisation du public et des entreprises à ce mode de

financement reste limitée. En outre, la culture de don informelle et le manque de confiance et de transparence dans la gestion des fonds constituent autant d'enjeux et défis pour développer l'efficacité du crowdfunding social au Maroc.

Nonobstant, et dans l'objectif de surmonter ces contraintes et de créer un environnement plus propice à l'épanouissement du crowdfunding social au Maroc et bénéficier des avantages de l'intégration de l'AI dans ce domaine, il est intéressant de se concentrer sur sa progression. Cela nécessite des initiatives de sensibilisation accrues de la part des responsables publics, des associations, d'entrepreneurs et des institutions financières afin de promouvoir l'acceptation de cette méthode auprès des entrepreneurs sociaux, des petites et moyennes entreprises (PME) et également du grand public.

En outre, cette recherche, qui traite une problématique soi-disant futuriste, présente certaines limites qui ouvrent la voie à d'autres éventuelles recherches. Tout d'abord, et vu la rareté des références sur le sujet, nous avons opté pour une approche exploratoire, l'article n'inclut pas alors de données empiriques solides ou d'études de cas approfondies pour illustrer l'impact de l'IA sur le crowdfunding social au Maroc. Ce qui limite sa capacité à fournir des conclusions généralisables ou applicables à d'autres contextes internationaux.

Ce travail montre clairement qu'il existe une relation solide entre le développement du crowdfunding social et l'IA. En outre, le manque de la littérature motive de plus la communauté des chercheurs pour les futurs travaux dans ce domaine. Dans ce sens, il serait pertinent de se focaliser dans les prochaines recherches sur des études orientés premièrement vers l'empirique et qui peuvent traiter, entre autres, de manière plus détaillée comment l'IA peut améliorer la personnalisation des campagnes de crowdfunding en analysant les préférences des donateurs et en augmentant leur engagement, ainsi d'explorer des modèles prédictifs avancés pour identifier les donateurs les plus susceptibles de participer, en tenant compte des particularités culturelles et sociales de la société marocaine. Des recherches peuvent également s'orienter vers l'étude d'impact du cadre réglementaire, après bien sur sa maturité, sur le crowdfunding social au Maroc à l'ère du digital...

Ainsi, bien que le chemin reste semé d'embûches, les perspectives offertes par les nouvelles technologies numériques (AI, ...) et la volonté exprimée par les parties prenantes, pourraient transformer durablement le domaine du crowdfunding social et par conséquent de l'entrepreneuriat social au Maroc, contribuant ainsi à un développement plus inclusif et durable.

BIBLIOGRAPHIE

❖ Article de revue

- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions. *Journal of Economics & Management Strategy*, 24(2), 253-274.
- ASLI, A., et SLITINE, A. E. I., (2013). L'entrepreneuriat social au Maroc, perception et pistes de développement, *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing* (8).
- Beaulieu, T., Sarker, S., & Sarker, S. (2015). A Conceptual Framework for Understanding Crowdfunding. *Communications of the Association for Information Systems*, 37(1), 1-31.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Brouard, f., Larivet, S., et Sakka, o., (2010). Entrepreneuriat social et participation citoyenne , *Revue canadienne de recherche sur les OSBL et l'économie sociale*, vol. 1, n°1. Pp 46-64.
- Cai, C. W. (2018). Disruption of financial intermediation by FinTech: a review on crowdfunding and blockchain. *Accounting & Finance*, 58(4), 965-992.
- Calic, G., & Mosakowski, E. (2016). Kicking off social entrepreneurship: How a sustainability orientation influences crowdfunding success. *Journal of Management Studies*, 53(5), 738-767.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 32-53
- Hoque, M. M. (2024). Crowdfunding for innovation: a comprehensive empirical review. *Future Business Journal*, 10(1), 102.
- Janssen, f., Bacq, s. et Brouard, F., (2012), « L'entrepreneuriat social : un thème pour la recherche passée, présente et futur », *Revue internationale PME*, volume 25, N°3-4. Pp 17-44.
- Joffre, O., & Trabelsi, D. (2018). Le crowdfunding: concepts, réalités et perspectives. *Revue française de gestion*, (4), 69-83.
- Laaouina, S., El Aoufi, S., & Benali, M. (2024). How Does Age Moderate the Determinants of Crowdfunding Adoption by SMEs's: Evidences from Morocco?. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(1), 18.
- Gerber, E. M., & Hui, J. S. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 20(6), 1-32.

- Gómez Álvarez, J.J. (2023). Las Fintech y la Inteligencia Artificial: una alianza estratégica en la financiación de las entidades del Tercer Sector. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 1(145), e92553.
- Mohammed MEDOUARI, Chaymae ELJAI , Rahhal LAHRACH and Nadia TAMOUH (2022)« Blockchain and Social Crowdfunding: Opportunities and Threats », in THE 4TH EDITION OF INTERNATIONAL ON QUANTITATIVE AND QUALITATIVE METHODS FOR ECONOMICS, MANAGEMENT AND SOCIAL SCIENCES.
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M., & Parasuraman, A. (2011). Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. Journal of Service Management, 22(4), 443-470.
- Sfetcu, N. (2024). L'intelligence, des origines naturelles aux frontières artificielles-Intelligence humaine vs. Intelligence artificielle. MultiMedia Publishing.
- Song, Z., & Ng, C. P. (2023). From Data to Impact : How Artificial Intelligent is Driving Non-Profit Success. Ziheng Song.

❖ **Ouvrages**

- Bessière, V., & Stéphany, É. (2017). Le crowdfunding : fondements et pratiques. De Boeck Supérieur.
- Poissonnier, A., & Bès, B. (2016). Le financement participatif : Un nouvel outil pour les entreprises. Editions Eyrolles.
- Thiétart, R., et al., (2014). Méthodes de recherche en management, 4^e édition, Dunod, Paris, pp 468.
- Wacheux, F., (1996). Méthodes Qualitatives et Recherche en Gestion, Collection «Gestion», Série : Politique générale, Finance et Marketing, Economica, Paris.

❖ **Rapport et guide**

- Baromètre du Crowdfunding au Maroc (2021-2023) réalisé par la plateforme Happy Smala grâce au programme « Impact Together ! », en partenariat avec Impact Europe, et financé par l'Union Européenne.
- Crowdfunding Global Market Report 2024, PUBLISHER: The Business Research Company. Résumé disponible sur le site : <https://www.giiresearch.com/report/tbrc1436173-crowdfunding-global-market-report.html>.
- European Parliament: Report on artificial intelligence in a digital age (2020/2266 (INI). Special Committee on Artificial Intelligence in a Digital Age, A9/0088/2022, pp. 11 y ss. Disponible en: https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/246872/A9-0088_2022_EN.pdf.

- Guide sur le cadre régissant le financement collaboratif (Crowdfunding) au Maroc(2024), réalisé par l'Autorité Marocaine du Marché des Capitaux (AMMC).
- HCP « ENQUETE NATIONALE AUPRES DES ENTREPRISES PREMIERS RESULTATS 2019 ».
- Moreau. C., & Mortier. Q. (2017) Rapport Secoia : L'économie sociale en pratiques. CES Université de Liège – SAW-B – Ciriec.