

Contribution de la microfinance islamique dans le financement de l'entrepreneuriat social : Une revue de la littérature

Contribution of islamic microfinance in financing social entrepreneurship: A review of the literature

Auteur 1 : Mourad BAOCHI

Auteur 2 : Rahhal LAHRACH

BAOCHI Mourad

Doctorant à l'Université Mohamed 1^{ER} Oujda / Maroc

mourad.baochi@ump.ac.ma

LAHRACH Rahhal

Enseignant chercheur à l'Université Mohamed 1^{ER} Oujda / Maroc

r.lahrach@ump.ac.ma

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : BAOCHI, M, LAHRACH, R (2021) « Contribution de la microfinance islamique dans le financement de l'entrepreneuriat social : Une revue de la littérature », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 7 » pp: 047-076.

Date de soumission : Juillet 2021

Date de publication : Août 2021

DOI : 10.5281/zenodo.5651835



Copyright © 2021 – ASJ



Résumé

L'entrepreneuriat social est considéré comme étant une initiative privée visant l'intérêt collectif, adoptant une approche entrepreneuriale pour satisfaire des objectifs économiques et sociaux, sans chercher un profit maximal, et dans une logique de respect de l'éthique et des croyances. Cela coïncide avec les principaux objectifs de l'Islam. Ainsi, l'entrepreneuriat social et la microfinance islamique, en tant que composante de l'écosystème de la finance islamique, essaient de résoudre les mêmes problématiques et partagent les mêmes motivations.

L'objectif de cet article est, d'une part, de démontrer la contribution de la microfinance islamique, en tant que moyen de financement alternatif et innovant, dans la résolution des problèmes et des contraintes de financement de l'entrepreneuriat social, et d'autre part, d'identifier les facteurs qui peuvent influencer l'adoption des instruments de financement de la microfinance islamique par les entrepreneurs sociaux, et cela à travers un examen de 20 articles publiés entre 2012 et 2021, dont 11 articles traitant le cas du Maroc.

Les principaux facteurs d'adoption des instruments de financement islamique identifiés dans le contexte marocain sont le coût, le facteur religieux, la connaissance et la compréhension des principes et des instruments de financement islamique, l'influence sociale, l'attitude envers ces instruments, la complexité perçue et le risque perçu.

Mots clés : Entrepreneuriat social, Adoption, Finance islamique, Microfinance islamique, Financement.

Type de document : Recherche théorique

Abstract

Social entrepreneurship is considered as a private initiative aiming at the collective interest, adopting an entrepreneurial approach to satisfy economic and social objectives, without seeking maximum profit, and in logic of respect for ethics and beliefs. This coincides with the main objectives of Islam. Thus, social entrepreneurship and Islamic microfinance, as parts of the Islamic finance ecosystem, attempt to solve the same problems and share the same motivations. The objective of this paper is, on the one hand, to demonstrate the contribution of Islamic microfinance, as an alternative and innovative means of financing, in solving the problems and constraints of financing social entrepreneurship, and on the other hand, to identify the factors that can influence the adoption of Islamic microfinance financing instruments by social entrepreneurs, through a review of 20 articles published between 2012 and 2021, including 11 of which dealing with the case of Morocco.

The main factors in the adoption of Islamic financing instruments identified in the Moroccan context are cost, religious factor, knowledge and understanding of Islamic financing principles and instruments, social influence, attitude towards these instruments, perceived complexity and perceived risk.

Keywords : Social entrepreneurship, Adoption, Islamic finance, Islamic microfinance, Financing.

Paper type : Theoretical research

1. Introduction

L'entrepreneuriat social (ES) a, au cours de la dernière décennie, suscité un intérêt tout particulier auprès des décideurs politiques, des académiciens, des praticiens et du grand public. Il est décrit comme étant : « *les activités et les processus entrepris pour découvrir, définir et exploiter les opportunités afin d'accroître la richesse sociale, en créant de nouvelles entreprises ou en gérant les organisations existantes de manière innovante* » (Zahra *et al.*, 2009). Il constitue, avec l'innovation sociale qui l'accompagne dans bien des cas, un outil essentiel pour aborder les défis sociaux et y répondre lorsque le marché et le secteur public ne le font pas (D. Chauffaut *et al.*, 2013). Les problématiques et les préoccupations de l'ES concernent à la fois les pays développés et ceux en voie de développement. Il vise à relier le secteur privé, le secteur public et le secteur à but non lucratif pour résoudre les problématiques sociales et sociétales (Koubaa et Laminou, 2018).

La croissance des entreprises sociales est souvent freinée par le manque de fonds ou par un accès difficile aux financeurs de l'économie «classique» (Brouard *et al.*, 2012). En effet, le manque de financement est une contrainte à laquelle font face la plupart des entreprises, notamment celles nouvellement créées. Ce problème est davantage amplifié au milieu des structures de l'ES, plus particulièrement celles en phase de création ou celles nouvellement créées (moins de 5 ans généralement). Parmi les contraintes rencontrées par ces entreprises d'accéder au financement, on trouve la réticence des banques classiques pour financer ces structures ; l'inadéquation de l'offre de financement de la microfinance conventionnelle par rapport aux besoins financiers de ces structures et la diminution continue des subventions publiques.

Pour dépasser ces contraintes, il s'avère nécessaire de rechercher de nouvelles perspectives qui visent à l'exploration de nouvelles solutions financières en mettant en place un système de financement plus adapté aux besoins des entreprises sociales et à la culture spécifique de leurs dirigeants.

Face à cette réalité, la microfinance islamique (MFI) peut s'imposer comme une alternative pour faire sortir ces entreprises de cette situation délicate. En effet, à travers ses principes et ses instruments de financement, plus particulièrement ceux basés sur le principe de partage des profits et des pertes (3P), la finance islamique (FI) peut être considérée comme étant une finance purement entrepreneuriale. La MFI, en tant que composante de l'écosystème de la FI, constitue une alternative innovante permettant d'encourager les initiatives entrepreneuriales en proposant

des instruments de financement adéquats permettant aux entrepreneurs sociaux de dépasser le problème de financement qui les empêche à se lancer dans la vie entrepreneuriale.

L'objectif de cet article est d'étudier la manière dont la FI en général et la MFI en particulier présente des caractéristiques et des spécificités intéressantes pour les entrepreneurs sociaux en leur permettant de dépasser les obstacles et les contraintes de financement, et cela en apportant des éléments de réponse à la problématique suivante : ***Dans quelle mesure la MFI constitue-t-elle une source de financement adaptée aux défis et aux contraintes de financement des structures de l'ES ?***

De cette problématique, nous tirons les sous-questions suivantes :

- *En quoi le financement de l'ES, peut-il paraître plus complexe et plus difficile que celui de l'entrepreneuriat classique ?*
- *Quelles sont les limites de la microfinance conventionnelle ? Et pourquoi elle ne constitue-t-elle pas un moyen de financement adapté aux structures de l'ES ?*
- *Quels sont les facteurs qui peuvent-ils influencer le choix et l'adoption des instruments de la MFI par les entrepreneurs sociaux ?*

Afin d'apporter des éléments de réponse à notre problématique, nous allons diviser notre article en trois principaux axes. Dans le premier, nous allons présenter un aperçu général sur le phénomène de l'ES, tant au Maroc qu'ailleurs. Dans un second, nous exposerons en détail la MFI, sa définition, ses principes et ses instruments de financement. Et dans un troisième temps, nous présenterons la MFI comme une source de financement innovante et alternative de l'ES, en identifiant les principaux facteurs influençant l'adoption des instruments de financement islamique en générale, d'une part, et dans le contexte marocain en exposant les études les plus récentes (les études qui ont été effectuées après l'instauration des banques participatives au Maroc en 2017, c'est-à-dire à partir de 2018) dans le domaine, d'autre part.

2. Entrepreneuriat social : origines et définition

2.1. Aperçu historique et définition de l'ES

L'ES est une notion jeune qui a émergé, sous diverses influences, dans les années 1990 des deux côtés de l'Atlantique¹. A l'examen de la littérature sur ce sujet, nous avons constaté que les origines et les conceptions de cette thématique de recherche ont été traitées sous deux approches : *une approche américaine* qui met davantage l'accent sur la figure de l'entrepreneur,

¹ <https://www.avise.org/decouvrir/entrepreneuriat-social/histoire-de-lentrepreneuriat-social> (consulté le 10/07/2021)

et une approche européenne qui se focalise plutôt sur certaines spécificités de l'entreprise sociale (Asli et Slitine, 2013) :

- *L'approche américaine* est composée de deux écoles de pensées : L'école des ressources marchandes qui, selon les travaux de Skloot, (1987) ; Young et Salamon, (2002), stipule qu'une entreprise sociale est une organisation privée non lucrative qui recourt à des activités économiques marchandes au service de sa mission sociale (cité par Elamrani *et al.*, 2016). Une deuxième génération de travaux (Austin *et al.*, 2006), au sein de cette même école, étend la notion d'entreprise sociale à un vaste éventail d'organisations, qu'elles soient à but lucratif ou non lucratif, pourvu qu'elles déploient une activité marchande en vue d'une finalité sociale (cité par Defourny et Nyssens, 2013). La deuxième école, celle de l'innovation sociale, quant à elle, elle met l'accent sur le caractère innovateur de l'entrepreneur social ainsi que sa créativité, son dynamisme et son leadership pour concrétiser des réponses nouvelles à des besoins sociaux (les travaux de Dees & Anderson, 2006 ; Bornstein, 2004).
- *L'approche européenne* de l'ES se distingue clairement de l'approche américaine par une tradition différente ancrée dans le secteur de l'économie sociale qu'on appelle aussi tiers secteur. Cette approche s'intéresse principalement à l'entreprise sociale, appelée également entreprise du secteur d'économie sociale et solidaire. En effet, ce sont les travaux du Réseau européen EMES (l'émergence des entreprises sociales en Europe) qui ont fourni les premières bases théoriques et empiriques pour une conceptualisation de l'école européenne de l'entreprise sociale (Elamrani *et al.*, 2016). Cette dernière se compose de sociétés de personnes (et non de capitaux) s'associant dans un but autre que de réaliser un profit. Elle regroupe des organisations variées appartenant à trois statuts : les coopératives (agricoles, de consommation, ouvrières, bancaires, de services, etc.), les mutuelles (d'assurance ou de réalisations sanitaires et sociales) et les associations dont les fondations sont un cas particulier (Fayolle, 2012).

En tant que concept, l'ES est encore jeune. C'est pour cela il n'y a pas jusqu'à présent une définition universelle, il est donc difficile de le définir en une phrase commune. Les raisons derrière cette situation étant essentiellement la multidimensionnalité de l'ES et l'ampleur des communautés académiques impliquées (Hmama et Alaoui, 2020). Des auteurs tels que Neck, Brush et Allen (2009) suggèrent qu'« un manque d'entente sur ce qui définit l'ES ou un entrepreneur social n'est peut-être pas si important ». Ce qui compte réellement serait la compréhension du panorama du secteur (cité par Chauffaut *et al.*, 2013).

En analysant les études sur l'ES, nous constatons qu'il en existe de nombreuses définitions. Ainsi, Shaker A. Zahra *et al.*, (2009) identifient 21 définitions entre 1997 à 2007 (cité par Dardour, 2012). Dacin *et al.*, (2010) ont relevé 37 définitions de l'ES et des entrepreneurs sociaux. Bacq et Janssen (2011) ont pointé 17 définitions différentes d'« entrepreneurs sociaux », 12 définitions d'« ES » et 18 définitions liées aux « entreprises sociales » (cité par Huybrechts *et al.*, 2012). Certaines de ces définitions énoncent des idées communes, mais chacune d'elles met l'accent sur les différents aspects de l'ES et tente de le définir en considérant les aspects mis en avant. L'examen de l'ensemble de ces définitions fait ressortir les points communs essentiels entre ces trois notions, ce qui va nous permettre de désigner **les caractéristiques d'une entreprise sociale** et d'identifier les traits **d'un entrepreneur social**, à savoir (Yamani *et al.*, 2019) :

- L'entreprise sociale est une structure (une organisation) indépendante, initiée par une ou plusieurs personnes (les entrepreneurs sociaux) ;
- Elle a une mission principale sociale et/ou environnementale ;
- Sa finalité sociale doit être supérieure (ou au moins égale) à la finalité économique ;
- Elle s'inscrit dans une approche volontariste de développement durable ;
- L'impartageabilité ou la partageabilité limitée des bénéfices. En effet, les bénéfices sont plutôt réinvestis dans l'entreprise au profit de sa mission sociale ;
- La rentabilité (les bénéfices) ne représente qu'un moyen et non une fin en soi ;
- Elle se base sur l'innovation sociale (une majorité de chercheurs s'accorde à dire que l'innovation sociale consiste à élaborer des réponses nouvelles à des besoins sociaux mal ou peu satisfaits dans tous les secteurs par les acteurs privés et publics) ;
- Elle opte pour un mode de gouvernance participatif, non fondé sur la propriété du capital (une personne = une voix).

Toutefois, pour bien identifier ce qui est une entreprise sociale, il s'avère nécessaire de la distinguer par rapport à son homologue classique. En effet, si les deux modèles d'entreprises partagent la nécessité d'avoir un projet économique viable, ils se distinguent nettement au moins par leur finalité, leur logique et la mesure de leur performance.

Le tableau suivant, présente une comparaison entre « une entreprise classique » et « une entreprise sociale » sur la base de plusieurs critères (Asli et Slitine, 2013) :

Tableau N°1 : Comparaison entre « une entreprise classique » et « une entreprise sociale »

Critère	Entreprise classique	Entreprise sociale
<i>Idee de départ</i>	Conception d'un produit/service afin de répondre à des besoins rentables	Opérer un changement social afin de répondre à des besoins non couverts
<i>Finalité</i>	Économique	Sociale, environnementale, sociétale
<i>Logique</i>	Concurrentielle	Partenariat, complémentarité et éventuellement concurrentielle
<i>Forme juridique</i>	Entreprise individuelle, Société	Association, coopérative, mutuelle, fondation, société, etc.
<i>Ressources humaines</i>	Salariés	Salariés, bénévoles (un engagement libre sans contrat), volontaires (un engagement d'échange, contractuel et exclusif).
<i>Financement</i>	Capitaux propres, endettement, subventions	Capitaux propres, subventions, dons, endettement, réinvestissement des bénéfices
<i>Critères de performance</i>	Profit	Impact social, viabilité économique

Source : (Asli et Slitine, 2013)

2.2. L'entrepreneuriat social au Maroc

L'ES au Maroc a toujours existé. La solidarité et le travail collectif font partie de la culture et des traditions marocaines même si ses pratiques ne sont pas connues sous le terme « ES » (Layadi *et al.*, 2019). Le paysage marocain est caractérisé par les deux conceptions de l'entreprise sociale avec une prédominance de celle d'origine européenne.

Au Maroc, l'émergence de l'ES s'est inscrite également dans la tradition de l'économie sociale et solidaire (ESS). Un secteur qui a largement pris la responsabilité du développement social du pays grâce à ses trois composantes : les associations y comprennent les fondations, les coopératives et les mutuelles (Amrani, 2016). Il a ainsi fait l'objet d'une stratégie nationale (Stratégie Nationale 2010-2020 de l'ESS adoptée en 2010 par le Ministère Délégué auprès du Chef du Gouvernement Chargé des Affaires Economiques et Générales) pour faire de l'ESS un levier de croissance inclusive permettant d'améliorer la cohésion économique, sociale et territoriale.

Les entreprises sociales, au Maroc, prennent la forme juridique d'associations, de coopératives, d'entreprises individuelles, de sociétés anonymes, de sociétés à responsabilité limitée ou encore d'organismes publics. Toutefois, les coopératives représentent le modèle type d'entreprise sociale le plus répandu. En effet, elles sont le modèle le plus proche du concept de l'ES pour plusieurs raisons. Premièrement, cette structure est la seule forme juridique qui permet de générer et de distribuer du profit tout en ayant une utilité sociale similaire aux associations et organismes de développement. Deuxièmement, elles bénéficient de beaucoup d'avantages en matière d'impôt (Laminou et Chakir, 2021).

Au Maroc, le financement de l'ES se fait, d'une part, à travers des bailleurs de fonds privés, tels que les initiatives d'associations et de fondations comme « Initiative Souss Massa », les associations de microcrédit et, d'autre part, il y'a l'action gouvernementale à travers le programme de l'Initiative Nationale de Développement Humain (INDH).

3. MFI : définition, principes et instruments de financement

3.1. Définitions et principes de la MFI

Selon Gait et Worthington (2008), la FI désigne un service ou un produit financier qui est conforme ou principalement mis en œuvre pour respecter les principes de *la charia* ou de la loi islamique (cité par Jaffar et Musa, 2013). La MFI représente la confluence de deux secteurs en pleine expansion : la microfinance et la FI. Elle permet de fournir des produits et services financiers conformes à *la charia* aux personnes, physiques ou morales, exclues du système bancaire².

Sheikh et Raminder, (2020) considèrent la MFI comme « *un soutien financier destiné à développer les compétences entrepreneuriales intégrées pour le bien-être de l'individu et de la société, ce qui contribue proportionnellement à l'inclusion financière* ».

La FI fait partie d'un système financier fondé sur les préceptes de la charia, où le principe général est d'assurer le bien-être de la population en interdisant les pratiques illicites ou abusives. La MFI, les banques islamiques (ou participatives), l'assurance islamique (*Takaful*) et le marché financier islamique (*Sukuk*, indices boursiers islamiques, etc.), fonctionnent en respectant les mêmes principes. En effet, ils sont régis, entre autres, par les principes suivants :

² <https://blog.babyloan.org/les-nouvelles-solidarites/microfinance-islamique-une-microfinance-plus-solidaire.html> (consulté le 12/07/2021)

- ***Interdiction de l'intérêt (Riba)***

Le riba vient du mot « *raba* » qui réunit l'intérêt (une contrepartie de l'usage de l'argent) et l'usure (délit commis par celui qui prête de l'argent à un taux élevé, taux abusif) selon le dictionnaire « *le petit Larousse* ». Il existe deux formes principales de *riba* définies dans l'Islam. Il s'agit du *riba al-qard*, qui concerne l'usure liée aux prêts, et du *riba al-buyu*, qui concerne l'usure liée au commerce (Fianto *et al.*, 2019).

En Islam, l'intérêt est prohibé et aucune transaction financière ne doit donner lieu à la réception et/ou le paiement d'intérêt. Cette interdiction se fonde sur des textes du Coran (Sourate *Al Baqarah*, Versets : 275-282) et les paroles du Prophète Mohammed (Que la paix et la bénédiction de Dieu soient sur Lui).

- ***Interdiction de l'incertitude et de la spéculation (Gharar et Maysir)***

Le Gharar peut être assimilé à l'incertitude (dans les échanges), à l'aléatoire, à l'ambiguïté, etc. Pour les juristes, il s'agit d'un manque d'information, volontaire ou involontaire, pour l'une des parties d'un contrat. Par conséquent, il peut découler du manque de transparence et de l'incertitude de la réalisation de la transaction.

Le Maysir signifie le fait de parier sur la réalisation d'un événement, en se basant sur des anticipations subjectives du futur (Hassan et Lewis, 2007). Il fait référence à tout type de jeux du hasard, de pari et de spéculation. Les raisons de cette interdiction se justifient par le fait que *le Maysir* divertit les individus de fournir des activités productives et favorise l'accumulation des richesses sans aucun effort (Zammar et Abdelbaki, 2017).

- ***Interdiction de la thésaurisation***

L'Islam encourage l'investissement et interdit la thésaurisation, car celui qui thésaurise l'argent détourne la monnaie de son rôle de moyen d'échange en la considérant comme étant une richesse en soi, alors que l'Islam la considère comme un péché. Par conséquent, la thésaurisation a des répercussions sur le niveau d'offre des capitaux, la réduction des investissements, la baisse des offres d'emplois, le déséquilibre de la redistribution des revenus, la baisse de la consommation, et de ce fait elle se répercute négativement sur l'économie et le développement (Hanin, 2018).

- ***Interdiction des actifs et des transactions illicites***

Les transactions qui ne sont compatibles avec *la charia* sont illicites et donc *Haram* en Islam, telles que les jeux de hasard, les activités en relation avec l'alcool, avec le tabac, avec l'élevage

porcin, avec l'armement, avec l'industrie cinématographique suscitant ou suggérant la débauche et les activités liées à la pornographie, etc.³

- ***Existence d'un actif sous-jacent (Adossement de toute opération financière à un actif tangible)***

L'acceptation d'une transaction financière selon le principe de *la charia* doit se baser sur l'existence d'un actif qui doit obligatoirement être réel et tangible (Achchab et Samia, 2021). En Islam, l'argent n'a de valeur que s'il est lié à un actif sous-jacent tangible et identifiable. C'est pour cela, il faut que toute transaction (commerciale ou financière) soit obligatoirement liée à un actif sous-jacent tangible et identifiable.

- ***Partage des pertes et des profits (PPP)***

Ce principe signifie, tout simplement, qu'un contrat ne doit pas être conclu de façon à ce que l'ensemble de ses clauses soit en faveur d'une seule des parties contractantes et au détriment de l'autre. En respectant ce principe, la FI est appelée aussi « Finance Participative ». En effet, les parties prenantes à une activité bancaire et financière islamique sont dans l'obligation de partager les risques et par conséquent les profits ou les pertes liés à cette activité (Elmelki, 2019).

Le principe de jurisprudence retenu à ce niveau est : « *الغنم بالغرم والخراج بالضمان* ». Ce qui signifie que ne peut prétendre à un bénéfice, la personne qui n'accepte pas de supporter une partie des pertes éventuelles. De même, ne peut prétendre à une rémunération, la personne qui refuse de prendre le risque sur son actif (Achchab et Samia, 2021).

3.2. Instruments de financement de la MFI

Tout d'abord, il faut souligner que ce sont les instruments de financement islamiques offerts par les banques islamiques, qui sont aussi offerts par les institutions de microfinance islamique (IMFI), avec l'ajout du préfixe « **MICRO** » à tous ces instruments. En effet, Brgchou et Hamimida (2018) ont proposé de ne pas fixer un plafond unique pour l'ensemble des instruments financiers, mais d'adopter des plafonds variables (selon la nature de chaque instrument) tout en restant dans la notion « **MICRO** ». Leur modèle propose les plafonds suivants : 50.000 DH pour le *Micro-Quard Hassan*, 150.000 DH pour le *Micro-Moudharaba*, 100.000 DH pour le *Micro-Moucharaka*, 100.000 DH pour le *Micro-Mourabaha*, le *Micro-Salam*, le *Micro-Istisna'â* et le *Micro-Ijara*.

³ <http://fr.financialislam.com/les-principes-de-la-finance-islamique.html> (consulté le 13/07/2021)

Les instruments de financement islamique sont nombreux et sont classés dans l'une des trois catégories suivantes : les instruments de financement basés sur la participation (avec PPP), les instruments de financement basés sur la vente et la dette (les opérations commerciales sans PPP) et les instruments de financement basés sur la charité (sans contrepartie).

3.2.1. Instruments de financement basés sur la participation (avec PPP)

Parmi les instruments de financement basés sur la participation, nous pouvons citer : *la Moudharaba*, *la Moucharaka*, *la Mouzaraa*, *la Mousakat*, etc. Toutefois, nous allons se focaliser dans cet article sur les deux premiers instruments.

- *La Moudharaba (Commandite)*

Dans le cadre d'un contrat de *Moudharaba*, l'investisseur (Bailleur de fond) désigné par « *Rab Al Maal* », dans notre cas c'est l'IMFI, confie ses fonds à un entrepreneur (le gérant), désigné par « *Al Moudhareb* », chargé du placement de ces fonds. *Le moudhareb* et *le rab al maal* conviennent contractuellement des termes et conditions de la mission confiée au *moudhareb* (Herbert, 2009). L'investisseur apporte les capitaux (apports en numéraire et/ou en nature), c'est-à-dire il finance intégralement le projet, et l'entrepreneur apporte son savoir-faire et son travail (apports en industrie), c'est-à-dire il assure la gestion du projet.

Les profits obtenus étant répartis entre eux suivant les proportions déterminées d'un commun accord à l'avance et les pertes étant supportées par chacun selon son propre apport : l'investisseur perd les fonds engagés dans le projet (c'est-à-dire il supporte la totalité des pertes), tandis que l'entrepreneur perd le fruit de ses efforts et le temps engagé dans son activité, sauf en cas de négligence ou de mauvaise gestion, de fraude ou de violation des clauses du contrat par l'entrepreneur (Brgchou et Hamimida, 2018).

On peut distinguer entre deux types de contrat *Moudharaba* : *La Moudharaba* limitée (*Moudharaba al-muqayyada*) lorsque la convention porte sur un projet déterminé ; Et *la Moudharaba* illimitée (*Moudharaba al-mutlaqa*) lorsque, à l'inverse, le banquier finance l'ensemble de l'activité de développement de l'entreprise (Guéranger, 2009).

- *La Moucharaka (Joint-venture)*

La Moucharaka est un contrat dans lequel deux ou plusieurs personnes (l'une d'entre elles est l'IMFI) combinant leur travail et capital (Brgchou et Hamimida, 2018). Les bénéfices réalisés sont répartis selon ce qui a été convenu entre les parties contractantes. Dans l'éventualité d'une perte, celle-ci doit être supportée par les parties au prorata du capital investi.

Ce mode d'investissement s'applique essentiellement aux activités de production et aux activités commerciales à long terme, mais il peut subvenir aux besoins de financement des

petites entités du secteur de l'artisanat, de l'hôtellerie, de la restauration et autres types d'activités (Zahid et Ibourk, 2014).

Le contrat *Moucharaka* peut prendre deux formes : soit « *définitive* » (ou *simple*) lorsque l'IMFI participe au financement du projet de façon durable et perçoit régulièrement sa part des bénéfices (et supporte sa part des pertes) en sa qualité d'associé copropriétaire ; soit *dégressive* (ou *décroissante*), lorsque l'IMFI participe au financement d'un projet ou d'une opération avec l'intention de se retirer progressivement du projet ou de l'opération en cédant sa part à son copropriétaire.

3.2.2. Instruments de financement basés sur la vente et la dette (sans PPP)

Appelés également instruments ou produits commerciaux, les instruments de financement basés sur la vente et la dette sont nombreux ; nous pouvons citer : *la Mourabaha*, *le Bai Salam*, *l'Ijara*, *l'Ijara wa Iqtina'a*, *l'Istisna'a*, etc.

- *La Mourabaha (Vente avec marge bénéficiaire)*

Parmi les produits financiers islamiques actuels les plus courants et les plus utilisés par les institutions de financement islamique (banques islamiques et IMFI), on trouve le produit *Mourabaha*. Il s'agit d'un contrat incluant l'acquisition et la vente d'un bien au prix de revient majoré d'une marge bénéficiaire connue et convenue entre le banquier et le client (البيع بربح معلوم). Cette marge peut être un pourcentage de prix de revient ou un prix forfaitaire (Achchab et Samia, 2021).

Notons qu'au Maroc, les banques et les fenêtres participatives pratiquent « *Bai El mourabaha lil Amir bi chiraa* (بيع المرابحة للأمر بالشراء) » c'est-à-dire « *la Mourabaha assortie d'un ordre d'achat* ».

- *Bai Salam (Achat avec livraison différée et paiement au comptant)*

Le Bai Salam est un mode de financement qui raisonne d'une manière inverse que celle de *la Mourabaha*. Lors d'une opération d'achat de marchandise, celle-ci est payée au comptant alors que la livraison est différée. Ce procédé permet à une entreprise de disposer de la liquidité pour financer les besoins en trésorerie (El Ouazzani et Rouggani, 2018).

Pour que le contrat *Salam* soit conforme à *la charia*, il doit être appliqué aux biens tangibles où les quantités, la qualité et les caractéristiques des biens futurs ainsi que leur date de livraison, doivent être précisées dans les clauses du contrat (Hanin, 2018).

- ***L'Ijara (Location simple)***

L'Ijara est un contrat entre deux parties : une institution de financement islamique et un client. La première partie est désignée dans le contrat en tant que « Propriétaire » ou « *Mouajir* », acquiert des biens (meubles ou immeubles) désignés par le client, en tant que « Locataire » ou « *Moustajir* », pour les mettre à sa disposition afin d'en tirer fruits, en contrepartie d'une rémunération (loyer) sur une durée convenue d'avance⁴.

- ***L'Ijara wa-Iqtina'a (Location avec option d'achat)***

Cette technique est basée sur la structure d'*Ijara* décrite ci-dessus. Dans le schéma de *Ijara wa-Iqtina'a* cependant, le preneur, à expiration de la période de location, acquiert automatiquement la propriété de l'actif objet du contrat à un prix convenu. Ce dernier représente en général la valeur résiduelle du bien à la fin du contrat.

Contrairement au crédit-bail conventionnel, le financier islamique est contraint d'assumer une partie des risques commerciaux associés à la location. Il assume, en effet, la propriété du bien et la responsabilité de son entretien.

- ***L'Istisna'a (Manufacture ou bien à fabriquer)***

L'Istisna'a est un contrat en vertu duquel une partie (le client = *Moustasni'i*) demande à une autre (la banque islamique ou l'IMFI = *Sani'i*) de lui fabriquer ou construire un ouvrage moyennant une rémunération payable à l'avance, de manière fractionnée ou à terme. Il s'agit donc d'un financement à moyen-long terme pour couvrir les besoins de financement pour la fabrication, la construction ou la fourniture de produits finis⁵.

Dans la pratique, pour le financement via cette technique, les institutions de financement islamique opèrent par des contrats d'*Istisna'a* parallèle où les travaux de fabrication sont sous-traités chez un expert dans le domaine pour la réalisation du bien souhaité par le client ou l'acquéreur final. Dans ce cas, l'institution de financement islamique aura une double casquette : *Sani'i* pour l'exécution des travaux et ce dans sa relation avec son client (*Mostasni'i*) ; et *Mostasni'i* pour transmettre les caractéristiques souhaitées du bien dans sa relation avec le sous-traitant (*Sani'i*)⁶.

Par différence avec le *Bai Salam*, le prix dans le cadre d'un contrat d'*Istisna'a* n'a pas à être payé en totalité au moment de la vente (Mahboubi et Benyacoub, 2020). En outre, au niveau du contrat *Salam* la transaction porte sur la livraison de marchandises achetées en l'état, alors qu'au

⁴ <https://www.banquezitouna.com/fr/techniques-financieres/ijara> (consulte le 10/07/2021)

⁵ <https://www.vernimmen.net/Pratiquer/Glossaire/definition/Istisna'a.html> (consulté le 14/07/2021)

⁶ <https://www.banquezitouna.com/fr/techniques-financieres/istisnaa> (consulté le 10/07/2021)

niveau du contrat de l'Istisna'â, la transaction porte sur la livraison de produits finis ayant subi un processus de transformations.

3.2.3. Instruments de financement basés sur la charité (Qard Al Hassan)

Le *Qard Al Hassan* est un contrat de financement gratuit, c'est-à-dire sans intérêt, dans lequel un prêteur (dans notre cas l'IMFI) finance un emprunteur pour une durée déterminée sans appliquer des intérêts sur ce prêt.

Notons que le *Qard Al Hassan* est le deuxième instrument le plus répandu et le plus utilisé par les institutions de financement islamique (banques islamiques et IMFI) après *la Mourabaha* (El-Zoghbi et Tarazi, 2013).

4. MFI comme source de financement innovante et alternative de l'ES

L'accès aux moyens de financement constitue le souci majeur de tout entrepreneur. Ce problème est davantage amplifié pour l'entrepreneur social. Les financeurs classiques, tels que les banques conventionnelles, se montrent très réticents à investir dans des entreprises sociales, dont ils ne comprennent pas le modèle économique et social.

Wittkowski (2012) explique que les entrepreneurs sociaux font face à des difficultés de financement. En effet, les capitaux propres ne peuvent constituer la seule source de financement de l'entreprise sociale. L'entrepreneur social doit bénéficier de moyens financiers spécifiques, avec des conditions souples qui lui permettront d'accéder à un capital patient et aux coûts peu élevés en établissant des contacts efficaces avec des bailleurs de fonds éthiques et socialement responsables (Leila et Zohr, 2013).

Pour répondre aux objectifs définis par la loi islamique, la MFI est tenue d'accompagner des investissements aux objectifs sociaux et/ou environnementaux. En effet, MFI et l'ES partagent les mêmes objectifs et les mêmes motivations.

4.1. Obstacles de financement de l'entrepreneuriat social

Les entrepreneurs sociaux sont confrontés à de nombreux obstacles, d'ordre interne et externe, pour être financés par les financeurs classiques. D'une part, les entreprises sociales, en raison des particularités et des spécificités qui les distinguent par rapport aux entreprises classiques, rencontrent des difficultés de financement. D'autre part, elles sont confrontées à un environnement défavorable et hostile, c'est-à-dire largement dominé par le pouvoir du capital et la recherche du profit, ce qui va compliquer leur financement (Marée et Saive, 1984).

4.1.1. Obstacles internes

- *Barrières culturelles*

Les entrepreneurs sociaux et les investisseurs classiques ne partagent pas les mêmes principes culturels et cognitifs. En effet, les organismes de financement classiques n'ont pas les mêmes critères d'évaluation et les mêmes terminologies, ce qui complique leur compréhension de ce secteur et leurs décisions d'investissement (Lehner, 2013).

- *Motivations différentes*

Les entrepreneurs sociaux et les investisseurs et financeurs classiques ne partagent pas les mêmes motivations. Les premiers sont motivés par l'atteinte d'une finalité sociale et/ou environnementale au détriment de la performance financière, c'est-à-dire la rentabilité économique et financière est utilisée comme un moyen pour atteindre une finalité sociale. Par contre, les seconds sont motivés par la recherche de profit à tout prix. Pour cela, les entrepreneurs sociaux ont du mal à attirer ces investisseurs qui ne les comprennent pas (Meyskens et Bird, 2015).

4.1.2. Obstacles externes

- *Diminution des aides et subventions publiques*

Grâce à l'impact social et/ou environnemental généré, les aides publiques constituent une réponse évidente aux besoins de financement de l'entrepreneur social. Toutefois, on a constaté ces dernières années une baisse et une sélectivité stricte de ces aides à cause, entre autres, des différentes crises (crise financière de 2008, crise sanitaire de Covid-19, etc.) qui entraînent à leur part des problèmes budgétaires pour les Etats.

La diminution des aides et subventions publiques a contribué à amplifier la situation problématique de financement des entreprises sociales et à augmenter la pression à rechercher des sources de financements alternatives. En effet, suite aux restrictions de subventionnement, ce secteur qui a pendant longtemps reposé une grande partie de sa structure de financement sur les subventions et les dons doit maintenant se tourner vers d'autres solutions alternatives.

- *Resserrement du crédit bancaire*

La finalité sociale et/ou environnementale des entreprises sociales va susciter une méfiance des banques. Celles-ci n'arrivent pas à comprendre leurs « business models » sociaux complexes, ce qui entraîne par conséquent leur réticence par rapport au financement de ces entreprises. Cette complexité est tributaire à trois raisons principales : premièrement, les entités entrepreneuriales sociales poursuivent une double mission, combinant des objectifs sociaux et

économiques. Deuxièmement, les entrepreneurs sociaux priorisent leur mission sociale qui est réalisée grâce à l'exploitation des opportunités sociales. Troisièmement, les entrepreneurs sociaux travaillent dans des conditions difficiles qui sont caractéristiques du secteur social en général comme l'incertitude du marché, le manque de ressources de financement, l'absence de développement économique, social et institutionnel, et moins de gouvernance (Khassal et Rehioui, 2018).

- ***L'inadéquation de la microfinance conventionnelle***

La microfinance conventionnelle, par sa définition et par son objectif déclaré, est destinée normalement à toutes les personnes, physiques (les pauvres et les plus pauvres des pauvres) ou morales (les microentreprises, les entreprises sociales, les structures opérant dans le secteur de l'informel, etc.) qui sont exclues, directement ou indirectement, du circuit bancaire classique. Toutefois, plusieurs études ont démontré qu'elle présente plusieurs limites, notamment le détournement de financement à des fins non productifs, le taux d'intérêt exagéré (entre 30 et 100%), la population ciblée, etc. Ce que la rend inadéquate pour les besoins de financement de ces personnes, notamment les entreprises sociales.

4.2. Limites de la microfinance conventionnelle

Après avoir été encensée et parée de toutes les vertus – lutte contre la pauvreté, émancipation des femmes, démocratisation des sociétés civiles et de bien d'autres encore – la microfinance conventionnelle se trouve souvent aujourd'hui en position d'accusée. Des pauvres sont incapables de rembourser leurs dettes du fait de taux d'intérêt exorbitants, des femmes délaissées voire battues par leurs conjoints qui leur reprochent leur nouvelle liberté, ou encore des villages déstructurés à la suite de difficultés de remboursement (Guerin, 2005). Dans cette partie, nous allons exposer, à travers une revue de littérature, les principales limites de la microfinance conventionnelle :

- ***La population ciblée***

La fonction essentielle de la microfinance est de desservir les pauvres et les exclus des services financiers. Cependant, il est reconnu aujourd'hui que même un programme de microfinance parfaitement conçu ne parviendra probablement pas à toucher les plus pauvres s'il ne cherche pas à les atteindre spécifiquement par un ciblage et une définition de produits (Lapenu *et al.*, 2009). En outre, d'autres études ont démontré que les institutions de microfinance conventionnelles (IMFC) ciblent les clients les moins pauvres et ceux résidents dans des zones urbaines, tout en excluant ceux les plus pauvres et ceux des zones rurales (Guérin *et al.*, 2009).

- ***L'utilisation des prêts (détournement de prêts à des fins non productifs)***

Des études ont démontré que la majorité des clients du microcrédit utilise ce dernier pour des fins de consommation, ce qui détourne le financement de son objectif essentiel⁷. L'étude expérimentale de DE Haas (2010) en Mongolie conclut que 70 à 80% de l'encours de la dette de microfinance conventionnelle était utilisé à des fins de consommation et non pour financer des activités de micro-entrepreneuriat (Sabi, 2016). Cela peut engendrer des risques et des problèmes pour ces clients qui n'investissent pas dans des projets qui génèrent des revenus tels que, entre autres, le problème de surendettement (Schicks et Rosenberg, 2011).

- ***Le taux d'intérêt appliqué***

Plusieurs études ont démontré que le développement spectaculaire qu'ont connu les IMFC ces dernières années est dû principalement à l'application des taux d'intérêt élevés voire abusifs (entre 30% et 100%) sur la population ciblée, en se focalisant leur efforts sur la performance financière au détriment de la performance sociale.

En effet, et à titre d'exemple, les travaux de Schmidt qui précise que la performance financière réalisée par Compartamos (IMFC mexicaine) était due à l'application des taux d'intérêt moyen proche de 100% sur ses crédits, est non pas aux faibles coûts des activités et aux faibles coûts de financement (Schmidt, 2013). Sur ce constat Muhammad Yunus a dit que « *la microfinance avait été mise en place pour combattre les usuriers, et non pour en créer de nouveaux* ».

- ***Le surendettement***

Le surendettement des clients des IMFC n'est que la conséquence de l'octroi des prêts de consommation, et de l'application des taux d'intérêt très élevés sur la population pauvre et vulnérable.

Cette situation de surendettement avait comme conséquence des difficultés financières énormes pour les IMFC et des pressions sociales pour les clients surendettés. En effet, le surendettement des emprunteurs ayant recours au microcrédit peut néanmoins, en premier lieu, s'avérer négatif compte tenu des conséquences importantes psychologiques et sociales de ne pas pouvoir honorer ses obligations de remboursement. En second lieu, le surendettement peut nuire au développement du secteur financier en dégradant la relation de confiance existant entre des emprunteurs ayant recours au microcrédit et les IMFC (Krauss, 2011).

⁷ <https://www.genreenaction.net/Le-mythe-du-microcredit.html> (consulté le 12/07/2021)

4.3. Facteurs explicatifs de l'adoption des produits de la MFI par les entrepreneurs sociaux

Pour se développer, il est essentiel que les institutions bancaires financières islamiques (banques islamiques et IMFI) comprennent pourquoi les clients potentiels décideraient d'adopter des produits et services islamiques (Zouitene et Bensbahou, 2020). Plus particulièrement, il est important d'en savoir plus sur les attitudes, la sensibilisation, la préférence et la volonté d'adopter le financement islamique.

En analysant la littérature existante, nous avons identifié les facteurs suivants : la connaissance et la compréhension des produits financiers islamiques, le facteur religieux et le facteur coût. Ainsi, plus les services bancaires islamiques sont perçus comme étant conformes à *la charia*, financièrement profitables par rapport à leurs homologues conventionnels, compétitifs en termes de prix, équitables et éthiques, plus ils auront la chance d'être adoptés par les individus et par les entreprises classiques et sociales.

En effet, dans cette partie, nous allons exposer, dans un premier temps, les facteurs influençant le choix et l'adoption des produits et services islamiques partout dans le monde à travers une analyse de la revue de littérature existante, et dans un deuxième temps, ceux influençant l'adoption des dits produits et services dans le contexte marocain par les individus, par les TPME et par les entrepreneurs sociaux à travers l'analyse de certaines études les plus récentes.

4.3.1. Facteurs influençant l'adoption des produits de financement islamique

- *La connaissance et la compréhension des produits de financement islamique*

Les institutions financières islamiques doivent estimer les clients potentiels de leurs produits et services, pour cela elles procèdent à la prospection des marchés, d'abord, par l'évaluation de la connaissance et de la sensibilisation de la population de l'existence des banques islamiques, ensuite, de la compréhension des fondements de la FI et enfin apprécier les caractéristiques et les spécificités des produits financiers islamiques (Hanin, 2018).

D'après les études de Haron *et al.*, (1994), la connaissance parfaite des produits et des services financiers islamiques est une condition nécessaire pour que les clients en fassent appel (cité par : Hanin et Attar, 2018).

Les recherches et les études concernant cette problématique mettent en avant trois résultats importants (Kaabachi, 2015) : tout d'abord, le niveau de connaissance des individus en matière de produits bancaires islamiques dépend de la religion de leur pays (celui-ci est plutôt élevé dans les pays où l'islam est la religion dominante). Ensuite, une large proportion d'individus rencontre des difficultés lorsqu'il s'agit de distinguer les produits proposés par les banques

islamiques de ceux offerts par les banques conventionnelles. Enfin, une large proportion des individus semble détenir une très faible connaissance des principes de la FI et des instruments de financement islamique qui sont mal compris.

- *Le facteur religieux (la conformité avec les principes de la charia)*

Plusieurs secteurs sont influencés par les valeurs de l'islam ; parmi ces secteurs, on trouve le secteur bancaire qui subit une influence énorme selon plusieurs chercheurs (Metawa et Almassawi, 1998 ; Othman et Owen, 2001 ; Khan et Ashgar, 2012, cités par : Tara et al, 2014, p.355) qui ont souligné que la dimension religieuse était le principal critère de préférence des banques islamiques par les clients suivis de la rentabilité (cité par Hanin et Attar, 2018).

Les croyances religieuses qui constituent un élément de la culture exercent un impact direct sur les habitudes des gens, sur leurs visions de la vie et sur leurs comportements sociaux (les produits qu'ils achètent, les modes de paiement qu'ils utilisent, le choix de leurs aliments, de leurs tenues vestimentaires, et des journaux qu'ils lisent) (Usunier et Lee, 2005).

Plusieurs études (Omer, 1992 ; Kader, 1993,1995 ; Haron et al. 1994 ; El-Haran, 1995 ; Naser et al. 1999 ; Al-Sultan, 1999 ; Bashir, 1999 ; Ahmad et Haron, 2002 ; Bley et Kuehn, 2004 ; Okumus, 2005 ; Dusuki et Abdullah, 2007 ; Khan et Khann, 2010) ont identifié la religion comme un des principaux motifs de fréquentation des banques islamiques par les individus, et ce dans différents contextes (cité par Kaabachi, 2015). En effet, Mbawuni et Nimako (2017) ont démontré dans une étude au Ghana que la conformité à *la charia* des produits offerts par les banques islamique impacte positivement et significativement l'intention des consommateurs ghanéens d'adopter ces produits.

Les travaux de Metawa et Almassawi, (1998) au Bahreïn soulignent que l'attitude des consommateurs est déterminée davantage par la religion que par la profitabilité. Un résultat corroboré par les travaux de Gerrard et Barton Cunningham (1997) à Singapour qui souligne que les clients sont prêts à sacrifier la profitabilité pour le respect de *la charia*.

Les travaux de Mansori *et al.*, (2020) ont démontré, à travers une étude sur les musulmans de Malaisie, que les individus ayant un niveau de religiosité plus élevé ont davantage tendance à demander les produits de MFI car ils pensent que ces produits sont conformes à *la charia* par rapport aux produits conventionnels. De même, les travaux de Kaakeh *et al.*, (2018) soulignent que la motivation religieuse et la conscience de la banque islamique par la minorité musulmane en Espagne sont corrélées positivement et significativement avec l'intention de traiter avec ladite banque.

- *L'avantage relatif (le coût et les autres caractéristiques des instruments de financement islamique)*

Plusieurs études et analyses se sont penchées à clarifier les critères qui influencent le choix des individus et des entreprises de leurs banques. Celles-ci ont souligné que la religion est le facteur le plus cité par les clients lors de la sélection des banques islamiques, alors que d'autres travaux mettent en lumière l'impact du facteur coût (Hanin, 2018). En effet, les utilisateurs potentiels des produits de financement islamiques procèdent à une estimation de leurs bénéfices et de leurs coûts comparativement aux solutions de financement classiques. Ce résultat concorde avec les travaux de Thambiah *et al.*, (2011, 2012), de Echchabi et Hassanuddeen (2012) et montre que les banques islamiques ne peuvent plus se limiter uniquement à l'argument religieux pour commercialiser leurs offres, mais qu'elles doivent mettre également l'accent sur la diversité des avantages procurés par leurs produits notamment leur rentabilité et leur dimension éthique, ce qui leur permet d'affirmer leur différenciation par rapport aux banques conventionnelles et d'attirer une cible plus large pour augmenter leur part de marché (cité par Kaabachi, 2012).

4.3.2. Facteurs influençant l'adoption des produits de financement islamique dans le contexte marocain

Le tableau suivant présente les études qui ont été effectuées dans le contexte marocain, notamment celles qui ont été réalisées après l'instauration effective des banques et des fenêtres islamiques (participatives) au Maroc en 2017. Le but était d'identifier les facteurs expliquant le choix et l'adoption des instruments de financement islamique (banques islamiques ou IMFI) que ce soit par les particuliers utilisateurs ou non des services financiers islamiques, les TPE, les micro-entrepreneurs, les PME, les structures de l'économie sociale et solidaire (ESS) ou par les entrepreneurs sociaux :

Tableau N°2 : Etudes traitant les facteurs influençant l'adoption des instruments de financement islamiques (des banques islamiques et des IMFI)

Auteur(s) & année de publication	Echantillon (Tille & cible)	Variable dépendante	Etude / Méthodes statistiques / Logiciel utilisé	Résultats obtenus / Facteurs d'adoption identifiés (Variables indépendantes)
(Hanin, 2018)	229 Micro-entrepreneurs de la région de l'Oriental (Echantillon de convenance)	L'adoption des services de la MFI	<ul style="list-style-type: none"> - Etude quantitative par questionnaire. - Tests statistiques, analyse de corrélation et modélisation par régression logistique. - Logiciel IBM SPSS V23 	<p>La connaissance et la compréhension des produits de financement islamique et le facteur religieux impactent <i>positivement et significativement</i> l'adoption des produits des IMFI par les micro-entrepreneurs. C'est-à-dire que plus les micro-entrepreneurs connaissent et comprennent les caractéristiques des produits des IMFI, et que ses produits soient conformes aux préceptes de l'Islam, plus ils les adopteront.</p> <p>En revanche, l'exclusion bancaire et l'auto-exclusion pour des considérations religieuses, le coût et les caractéristiques des produits de la MFI ont un impact <i>négatif et significatif</i> sur l'adoption des services de la MFI. C'est-à-dire que plus les micro-entrepreneurs sont exclus (ou auto-exclus) du système bancaire et plus le coût des produits des IMFI est cher, plus ils n'adopteront pas ces produits.</p>
(Drissi et Angade, 2020)	40 Structures de l'ESS / Entrepreneurs sociaux de la région Souss Massa (Echantillon non probabiliste)	L'adoption des instruments de la FI	<ul style="list-style-type: none"> - Etude qualitative exploratoire par questionnaire. 	<ul style="list-style-type: none"> - La connaissance de la FI (la grande majorité des organisations enquêtées a répondu qu'elle connaît la FI) ; - La compatibilité des produits de la FI aux problèmes financiers des structures de l'ESS ; - La formule de financement islamique la plus choisie par les entités enquêtées est la Moucharaka car elle est appropriée à leur situation, suivie de la Mourabaha. - La plupart des entreprises sociales enquêtées choisissent la FI pour ses principes religieux et le reste pour la diversité de ses solutions de financement ;
(Sattar et al., 2020)	164 dirigeants de TPME marocaines	L'intention d'adopter les produits de financement participatif	<ul style="list-style-type: none"> - Etude quantitative par questionnaire. - Analyse factorielle exploratoire (AFE) et analyse factorielle confirmatoire (AFC). - Logiciel IBM SPSS et IBM SPSS AMOS V24 	<p>La motivation et l'engagement religieux, la connaissance et la conscience à l'égard des produits financiers participatifs et la réputation de la FI impactent <i>positivement et significativement</i> l'attitude envers le financement islamique (le degré du jugement favorable ou défavorable à l'égard du financement islamique). C'est-à-dire que plus les TPME marocaines connaissent et comprennent les caractéristiques des produits de financement participatif, et que ces produits soient conformes aux préceptes de l'Islam, et plus la réputation de la FI est meilleure à l'égard de ces entreprises, plus elles auront une attitude favorable envers lesdits produits.</p> <p>En outre, l'attitude envers le financement islamique, l'utilité perçue par les clients des banques participatifs, l'influence sociale (correspond à la perception de l'individu de la pression sociale, représentée par ce que pensent les proches du comportement qu'il veut entreprendre) et la culture organisationnelle impactent <i>positivement et significativement</i> l'intention d'adopter les produits de financement participatif. C'est-à-dire que plus l'attitude des TPME marocaines envers les produits</p>

				de financement participatif est favorable, plus <i>l'utilité perçue</i> par ces entreprises est positive, plus <i>l'influence sociale</i> de ces entreprises est favorable et plus <i>la culture organisationnelle</i> de ces entreprises encourage l'innovation, plus elles adopteront ces produits et services.
(Hafiane et Allouch, 2021)	40 Clients actifs bancarisés et non utilisateurs de produits bancaires participatifs âgés de 25 à 60 ans Maroc (principes de saturation)	L'intention de l'adoption des services des BP	<ul style="list-style-type: none"> - Etude qualitative exploratoire par entretiens. - Analyse de contenu catégorielle dite thématique. 	<p><i>La connaissance</i> de la banque participative, <i>l'avantage relatif perçu</i>, <i>l'influence sociale</i> et <i>la compatibilité perçue</i> impactent <i>positivement</i> l'intention d'adopter les produits et services islamiques. C'est-à-dire que plus consommateurs marocains <i>connaissent</i> les caractéristiques des produits de financement participatif, plus <i>l'avantage relatif perçu</i> par ces consommateurs est positif par rapport au financement conventionnel, plus <i>l'influence sociale</i> de ces consommateurs est favorable et plus ces produits soient <i>conformes</i> à leurs valeurs religieuses et éthiques, à leur style de vie, à leurs habitudes bancaires et à leurs besoins financiers, plus ils adopteront ces produits et services.</p> <p>Par contre, <i>la complexité perçue</i> et <i>le risque perçu</i> impactent <i>négativement</i> l'intention d'adoption des services de la banque participative. C'est-à-dire que plus les services bancaires islamiques sont perçus comme <i>complexes (incompréhensibles)</i> par les utilisateurs marocains, et plus ces produits sont perçus comme <i>risqués</i>, notamment par rapport à leurs homologues conventionnels, plus ils n'adopteront pas ces produits.</p>
(Abourrig, 2021)	481 Clients potentiels des BI âgés de plus de 18 ans, Région du Grand Agadir / (Echantillon de convenance)	L'intention d'utiliser les produits bancaires islamiques.	<ul style="list-style-type: none"> - Etude quantitative : Enquête par questionnaire. - Analyse de corrélation et AFC basée sur le modèle d'équation structurelle (MES). - Le logiciel IBM SPSS AMOS 22.0. 	<p>Cette étude a essayé de mettre en lumière le rôle de <i>l'influence sociale</i> sur l'acceptation de la banque islamique, en considérant trois variables sociales telles que : <i>les normes subjectives</i>, <i>les normes descriptives</i> et <i>l'identité islamique</i> (qui remplace l'identité sociale).</p> <p>Les résultats de l'étude ont démontré que <i>les normes descriptives</i>, <i>les normes subjectives</i> et <i>l'identité islamique</i> sont des déterminants sociaux clés dans l'intention d'utiliser les produits bancaires islamiques. En effet, le modèle proposé permet de prédire 44% de l'intention d'utiliser les produits bancaires islamiques.</p>
(Mallouli et Sassi, 2021)	500 clients potentiels non	L'intention des clients marocains	- Etude quantitative par questionnaire.	<i>L'attitude</i> , <i>les normes subjectives</i> , <i>le contrôle comportemental perçu</i> (la facilité ou la difficulté perçue par les marocains vis-à-vis du choix et de l'adoption des banques participatives)



	utilisateurs des BP au Maroc. (Echantillon de commodité)	d'utiliser les BP	<ul style="list-style-type: none"> - Modélisation par méthode équations structurelles avec une approche PLS-SEM. - Le logiciel Smart PLS 3. 	et <i>l'incertitude</i> ont une relation <i>positive</i> et <i>significative</i> avec l'intention comportementale des clients marocains d'utiliser les BP.
(Maimouni <i>et al.</i> , 2021)	382 TPE de la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima. (Echantillon aléatoire simple).	L'intention d'adopter le financement participatif	<ul style="list-style-type: none"> - Etude quantitative : Enquête par questionnaire. - Modélisation par des équations structurelles. 	<p><i>La taille</i> de la TPE et <i>la connaissance</i> de la finance participative impactent <i>positivement</i> et <i>significativement</i> <i>l'attitude</i> envers le financement participatif. C'est-à-dire que plus <i>la taille</i> des TPE marocaines augmente, et plus <i>la connaissance</i> de la finance participative par les dirigeants des TPE marocaines augmente, plus <i>l'attitude</i> envers le financement participatif est favorable, et inversement.</p> <p>En outre, <i>l'attitude</i> envers le financement participatif, <i>l'obligation de la religion, la transparence</i> et <i>la qualité de service</i> des banques participatives impactent <i>positivement</i> et <i>significativement</i> l'intention d'adopter le financement participatif. C'est-à-dire que plus <i>l'attitude</i> les dirigeants des TPE marocaines envers le financement participatif est favorable, plus les produits de financement participatif soient <i>transparentes</i> et <i>de bonne qualité</i> et qu'ils soient <i>conformes aux préceptes de l'Islam</i>, plus ils adopteront ces produits.</p> <p>En contrepartie, <i>le coût</i> de financement participatif impacte <i>négativement</i> et <i>significativement</i> l'intention d'adopter le financement participatif. C'est-à-dire que plus <i>le coût</i> du financement participatif est moins élevé par rapport à celui du financement conventionnel, plus les dirigeants des TPE marocaines adopteront ces produits, et inversement.</p>

Source : Réalisation personnelle

5. Conclusion et perspectives de recherche

Les entrepreneurs sociaux sont devenus des acteurs incontournables en contribuant à la lutte contre toute forme d'exclusion, à la création d'emploi, à la préservation de l'environnement et au renforcement de la cohésion sociale.

Dans le but de dépasser les logiques de subventions, de l'assistanat et de la charité et de surmonter l'absence de support réel en matière de financement aux entrepreneurs sociaux, la MFI semble être une solution par excellence pour soutenir l'ES au Maroc. En effet, la MFI propose une variété d'instruments de financement basés sur la participation (*Moudharaba, Moucharaka, etc.*), sur la vente et la dette (*Mourabaha, Ijara, etc.*) ou encore sur les dons et la charité (*Quard Al hassan*). En plus, la MFI constitue un appui institutionnel et organisationnel aux entrepreneurs sociaux, notamment dans la phase de démarrage et de création de leurs entreprises.

En analysant les différentes études qui ont été effectuées dans le contexte marocain pour identifier les facteurs influençant l'adoption des instruments de financement islamique, nous constatons premièrement qu'il y a quasi absence d'études traitant les facteurs influençant l'adoption des instruments de financement islamiques par les entrepreneurs sociaux et par les structures de l'ESS. Deuxièmement, nous soulignons que ces études se sont intéressées aux facteurs impactant l'adoption des instruments de financement des banques islamiques traditionnels et non des IMFI.

Dans ce cadre d'analyse, les principaux facteurs d'adoption des instruments de financement islamique identifiés sont le coût, le facteur religieux, la connaissance et la compréhension des principes et des instruments de financement islamique, l'influence sociale, l'attitude envers ces instruments, la complexité perçue et le risque perçu.

Il s'avère donc utile d'effectuer de nouvelles recherches en intégrant d'autres utilisateurs potentiels des instruments de financement islamique, tels que les entrepreneurs sociaux et les structures de l'ESS, et plus particulièrement les coopératives, dans la mesure où celles-ci constituent la forme la plus répondeuse et la plus représentative de l'ES et de l'ESS au Maroc, Ces recherches vont constituer une contribution majeure pour les pouvoirs publics dans l'instauration d'un système de MFI (participative) au Maroc d'une part. D'autre part, ces travaux vont élucider les éléments sur lesquels les investisseurs devraient s'appuyer pour satisfaire leurs clients potentiels.

BIBLIOGRAPHIE

- (1) Abourrig, A. (2021). Social influence in Predicting Islamic banking acceptance: Evidence from Morocco. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2(2), 42-56. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4641472>
- (2) Achchab. A. (2021). La Finance participative au Maroc. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 4(2), 256-275. <https://revue-isg.com/index.php/home/article/view/578>
- (3) Amrani, J.E. (2016). Évaluation d'impact des entreprises sociales au Maroc : Etude exploratoire. *13e Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, 1-18. file:///C:/Users/MOURAD/Downloads/EVALUATION_DIMPACT_DES_ENTREPRISES_SOCIA.pdf
- (4) Amzil, L. (2013). L'entrepreneuriat social et la finance islamique: des motivations partagées. *Revue de Gestion et d'Économie*, 1(2), 75-82. <https://revues.imist.ma/index.php/jbe/article/view/2008>
- (5) Asli, A., Slitine, A.E.I. (2013). L'entrepreneuriat social au Maroc, Perception et pistes de développement. *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, (8), 235-249. <https://doi.org/10.48376/IMIST.PRSM/remarem-v0i8.3501>
- (6) Brgchou, K., Hamimida, M. (2018). La Micro-Finance Islamique : Quel Modèle de Financement pour les TPE Marocaines ? *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 2(1), 45–65. <https://doi.org/10.12816/0045251>
- (7) Brouard, F., Larivet, S., Sakka, O. (2012). Défis et actions pour développer l'entrepreneuriat social. *La Revue des Sciences de Gestion*, (255–256), 17-22. <https://doi.org/10.3917/rsg.255.0017>
- (8) Chauffaut, D., Lensing-Hebben, C., Noya, A. (2013). L'entrepreneuriat social en France: Réflexions et bonnes pratiques. *La documentation française*, (56), 1-160. <https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/134000552.pdf>
- (9) Dardour, A. (2012). Les modèles économiques en entrepreneuriat social : Proposition d'un modèle intégrateur. *La Revue des Sciences de Gestion*, (255–256), 49-57. <https://doi.org/10.3917/rsg.255.0049>
- (10) Defourny, J., Nyssens, M. (2013). L'approche EMES de l'entreprise sociale dans une perspective comparative, *EMES Working Papers Series*, (13/02), 1-43. <https://emes.net/content/uploads/publications/EMES-WP-13-02-FR.pdf>

- (11) Drissi, S., Angade, K. (2020). La finance islamique et l'investissement à impact social : cas des coopératives de la région de Souss Massa. *Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit*, (12) : Spécial JIREF & CCA, 272-298. <https://www.revuecca.com/index.php/home/article/view/499>
- (12) El Ouazzani, H., Rouggani, K. (2018). Attitude des PME Envers les Produits des Banques Islamiques : Une Esquisse de Modélisation. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 2(1), 83–102. <https://doi.org/10.12816/0045253>
- (13) Elamrani, J., Lemtaoui, M., Kabbaj, M. (2016). Étude exploratoire de l'écosystème d'accompagnement à l'entrepreneuriat social au Maroc, *13e Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, 1-20. <https://doi.org/10.48396/IMIST.PRSM/mjeim-v4i2.17434>
- (14) Elmelki, A. (2019). Le principe de partage des profits ou des pertes dans le cadre des banques islamiques : illustration modélisée des contrats de financement participatifs Moudaraba et Moucharaka. *Global Journal of Management and Business Research*, 11(11), 1–19. <https://www.researchgate.net/publication/330370068>
- (15) El-Zoghbi, M., Tarazi, M. (2013). Trends in Sharia-Compliant Financial Inclusion. *Consultative Group to Assist the Poor Briefs*, (84), 1-12. <https://www.cgap.org/research/publication/trends-sharia-compliant-financial-inclusion>
- (16) Fianto, B.A., Gan, C., Hu, B. (2019). Financing from Islamic microfinance institutions: evidence from Indonesia. *Agricultural Finance Review*, 79(5), 633–645. <https://doi.org/10.1108/AFR-10-2018-0091>
- (17) Fayolle, A. (2012). *Entrepreneuriat: apprendre à entreprendre*. Dunod, Paris.
- (18) Gerrard, P., Barton Cunningham, J. (1997). Islamic banking: a study in Singapore. *International Journal of Bank Marketing*, 15(6), 204–216. <https://doi.org/10.1108/02652329710184433>
- (19) Gueranger, F. (2009). *Finance islamique, une illustration de la finance éthique*. Dunod, Paris. https://www.academia.edu/9426463/Finance_islamique_Une_illustration_de_la_finance_%C3%A9thique
- (20) Guerin, I. (2005). Les limites de la microfinance et le rôle de la recherche. *ADA DIALOGUE*, 35, 11-15. <https://www.findevgateway.org/fr/paper/2014/04/les-limites-de-la-microfinance-et-le-role-de-la-recherche>

- (21) Guerin, I., Lapenu, C., Doligez, F. (2009). La microfinance est-elle socialement responsable ? Introduction. *Revue Tiers Monde*, (197), 5-16. <https://doi.org/10.3917/rtm.197.0005>
- (22) Hafiane, M.A., Allouch, F. (2021). Les déterminants de l'adoption des banques participatives: Une étude exploratoire dans le contexte marocain. *Alternatives Managériales et Economiques*, 3(2), 126–142. <https://doi.org/10.48374/IMIST.PRSM/ame-v3i2.26251>
- (23) Hanin, F., Attar, A.E. (2018). La connaissance et la religion comme déterminants d'adoption des produits des Institutions de la Micro Finance Islamique par les micros entrepreneurs de la Région de l'Oriental. *International Review of Economics, Management and Law Research*, 1(1), 1-24. <https://revues.imist.ma/index.php/IREMLR/article/view/12312>
- (24) Hanin, F. (2018). Les déterminants du choix des produits de la microfinance islamique : cas des micro- entreprises de la région de l'Oriental [Thèse de doctorat, FSJES Oujda].
- (25) Hassan, K. Lewis, M.K. (2007). Handbook of Islamic banking. Edward Elgar Publishing Limited. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.918.3122&rep=rep1&type=pdf>
- (26) Herbert S. (2009). Guide de la Finance Islamique. Le groupe Finance islamique à Paris. http://www.iefpedia.com/france/wp-content/uploads/2009/12/Guide_Finance_Islamique_FR_240909-Herbert-Smith.pdf
- (27) Hmama, Z., Alaoui, M. (2020). Entrepreneuriat social et innovation sociale: Quelle distinction ? : Une revue de littérature sur la base de la méthode PRISMA. *Revue Internationale du Chercheur*, 1(2), 117-136 <https://doi.org/10.5281/ZENODO.3866261>
- (28) Huybrechts, B., Nicholls, A., & Mouchamps, H. (2012). Entrepreneuriat social : Définitions, ressorts et défis. In E. Bayle & J.-C. Dupuis, *Management des entreprises de l'économie sociale et solidaire* (1^{er} éd., p. 89). De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.bayle.2012.01.0089>
- (29) Jaffar, M.A., Musa, R. (2013). Determinants of attitude towards islamic financing among halal-certified micro and SMEs : a proposed conceptual framework. *International Journal of Education and Research*, 1(8), 1-10. <http://www.ijern.com/journal/August-2013/27.pdf>

- (30) Kaabachi, S. (2015). Le comportement du consommateur envers les banques islamiques: une méta-analyse des perceptions, des attitudes et des critères de choix des individus. *Les Cahiers de la Finance Islamique*, (8), 7-40. <http://www.ifso-asso.com/wp-content/uploads/2013/06/Les-Cahier-de-la-FI-8.pdf>
- (31) Kaabachi, S. (2012). Les facteurs d'adoption des services bancaires islamiques en Tunisie. *Management & Sciences Sociales*, (17) « Performance et entreprise responsable » 105–121. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01878310>
- (32) Kaakeh, A., Hassan, M.K., van Hemmen Almazor, S.F. (2018). Attitude of Muslim minority in Spain towards Islamic finance. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11(2), 213–230. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2017-0306>
- (33) Khassal, H., Rehioui, M. (2018). Le “Business model” social: entre impératif de pérennité et logique de création de valeur sociale durable. *Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l’Audit*, 2(3), 941-972. <https://www.revuecca.com/index.php/home/article/view/230>
- (34) Koubaa, S., Laminou, A. (2018). L’entrepreneuriat social et business model, études de cas d’entreprises sociales au Maroc. *Proche-Orient Études en management*, (30), 89–108. <https://journals.usj.edu.lb/poem/article/view/442>
- (35) Krauss, D.A. (2011). Le surendettement et la Microfinance Construction d’un indice d’alerte précoce. *Center for Microfinance – University of Zurich*, <https://www.findevgateway.org/fr/paper/2011/01/le-surendettement-et-la-microfinance>
- (36) Laminou, A., Chakir, A. (2021). Crowdfunding islamique: une solution pour le financement de l’entrepreneuriat social au Maroc. *Revue de l’entrepreneuriat et de l’innovation*, 3(10), 1-11. <https://revues.imist.ma/index.php/REINNOVA/article/view/24122>
- (37) Lapenu, C., Konini, Z., Razakharivelo, C. (2009). Évaluation de la performance sociale : les enjeux d’une finance responsable. *Revue Tiers Monde*, (197), 37-54. <https://doi.org/10.3917/rtm.197.0037>
- (38) Layadi, H., Rouggani, K., Amine, N.B. (2019). L’Entrepreneuriat social au Maroc : définitions, enjeux et réalité. *Revue Marocaine de la Prospective en Sciences Sociales*, (2), 1-10. <https://revues.imist.ma/index.php/RMPSG/article/view/16629>

- (39) Lehner, O.M. (2013). Crowdfunding social ventures: a model and research agenda. *Venture Capital*, 15(4) 289–311. <https://doi.org/10.1080/13691066.2013.782624>
- (40) Mahboubi, M. H., Benyacoub, B. (2020). Les PME de la ville de Fès, et perspectives de financement participatif : Revue de littérature, hypothèses et modèle de recherche. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 3(6), 475-491. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.3632302>
- (41) Maimouni, F. EL Moutaqi, B.E., Ouazzani, A. (2021). Attitude des TPE marocaines envers le financement participatif: Étude exploratoire sur les entreprises de la région Tanger- Tétouan-Al Hoceima. *African Scientific Journal*, 3(4), 77-98. <https://africanscientificjournal.com/wp-content/uploads/2021/02/Article-MAIMOUNI.EL-MOUTAQI.-OUAZZANI.pdf>
- (42) Mallouli, A.E., Sassi, P.H. (2021). Influential Factors of Participative Banks Acceptance in Morocco: An Empirical Study. *Researches and Applications in Islamic Finance*, 5(1), 90-106. <https://doi.org/10.48394/IMIST.PRSM/rafi-v5i1.24289>
- (43) Mansori, S. Safari, M., Mohd Ismail, Z.M. (2020). An analysis of the religious, social factors and income's influence on the decision making in Islamic microfinance schemes. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(2), 361–376. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2016-0035>
- (44) Marée, M., Saive, M.-A. (1984). Economie sociale et renouveau coopératif : Définition, financement, enjeux. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 33–69. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8292.1984.tb01882.x>
- (45) Mbawuni, J., Nimako, S.G. (2017). Determinants of Islamic banking adoption in Ghana. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10(2), 1–32. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-04-2016-0056>
- (46) Metawa, S.A., Almosawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications. , *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299-313. <https://doi.org/10.1108/02652329810246028>
- (47) Meyskens, M., Bird, L. (2015). Crowdfunding and Value Creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(2), 155-166. <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0007>
- (48) Sabi, M. (2016). Awareness and perceptions of Islamic microfinance among microfinance clients in Kyrgyzstan and Tajikistan. *Central Asian Survey*, 35(1), 26–37. <https://doi.org/10.1080/02634937.2016.1147214>

- (49) Sattar, M., Hamza, F., Moghar, A. (2020). Adoption of Islamic finance for SMEs and very small enterprises in Morocco. *Turkish Economic Review*, 6(4), 335–352. <https://doi.org/10.1453/ter.v6i4.1989>
- (50) Schicks, J., Rosenberg, R. (2011). Trop de microcrédits : Une enquête sur la réalité du surendettement. *Consultative Group to Assist the Poor Briefs*, (19), 1-52.
- (51) Schmidt, R.H. (2013). Microfinance et éthique. *Revue d'économie financière*, 112, 243–276. <https://www.cairn.info/revue-d-economie-financiere-2013-4-page-243.htm>
- (52) Sheikh, I.A., Raminder, K.S. (2020). Determinants of Prospects for Islamic Micro Finance: An Empirical Study. *Our Heritage*, 68(1), 9876-9888. https://www.academia.edu/43804046/Our_Heritage_Determinants_of_Prospects_for_Islamic_Micro_Finance_An_Empirical_Study
- (53) Talbi, M., Sadiqi, K. (2020). Aperçu général sur le phénomène de l'entrepreneuriat social au Maroc. *Revue Internationale des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales*, 1(1), 1-22. <https://revues.imist.ma/index.php/RISJES/article/view/23103>
- (54) Yamani, K.E., Rouggani, K., Amine, N.B. (2019). L'entrepreneuriat social au Maroc, un levier du développement durable: Etude de cas d'un Groupement d'Intérêt Économique (GIE) Cactus Ait Baamrane. *Revue Marocaine de la Prospective en Sciences Sociales*, (2), 1-24. <https://revues.imist.ma/index.php/RMPSG/article/view/16619/9136>
- (55) Zahid, A., Ibourk, A. (2014). À l'horizon de la banque islamique au Maroc : les déterminants d'une installation réussie. *Cahiers de la Finance Islamique*, (6), 130-153. <http://www.ifso-asso.com/wp-content/uploads/2013/06/Les-Cahier-de-la-FI-6.pdf>
- (56) Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O., Shulman, J.M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>
- (57) Zammar, R., Abdelbaki, N. (2017). La microfinance islamique et la problématique de financement des TPE. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 1(1), 25–39. <https://doi.org/10.12816/0037410>
- Zouitene, I., Bensbahou, A. (2020). La perception des instruments de financement participatifs par les dirigeants des TPE au Maroc. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 4(1), 113–128. <https://doi.org/10.48394/IMIST.PRSM/rafi-v4i1.19170>