

Nécessité et risque du financement participatif en Côte d'Ivoire : une analyse de la perception des dirigeants des startups

Necessity and risk of crowdfunding in Ivory Coast: an analysis of the perception of the startups leaders

MANOU Lou Bélélé Diane Carine

Docteur en sciences de gestion, Enseignant-chercheur
Université Félix Houphouët-Boigny, (Abidjan / Côte d'Ivoire)
Laboratoire des sciences des organisations
Côte d'Ivoire
manou_carine@yahoo.com

OUATTARA Dienougo

Docteur en sciences de gestion, Enseignant-chercheur
Université Félix Houphouët-Boigny, (Abidjan / Côte d'Ivoire)
Laboratoire des sciences des organisations
Côte d'Ivoire
odienougo@gmail.com

AGBOUSSOU Tally Desiré Hervé

Docteur en sciences de gestion, Enseignant-chercheur
Université Félix Houphouët-Boigny, (Abidjan / Côte d'Ivoire)
Laboratoire des sciences des organisations
Côte d'Ivoire
tallydesire2005@yahoo.fr

Date de soumission : 21/05/2023

Date d'acceptation : 16/07/2023

Pour citer cet article :

MANOU L. et al. (2023) «Nécessité et risque du financement participatif en Côte d'Ivoire : une analyse de la perception des dirigeants des startups», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 6 : Numéro 3 » pp : 156 - 174

Résumé :

Les PME notamment les startups sont plus vulnérables que les grandes entreprises en termes de financement traditionnel (bancaire). Cela les pousse à se tourner vers d'autres sources de financement. Cette recherche de source de financement alternatif a conduit à la naissance d'une nouvelle forme d'intermédiation financière qui repose sur des plateformes de crowdfunding dans plusieurs pays d'Afrique notamment la Côte d'Ivoire. L'objectif de cette étude est d'analyser la perception des responsables des startups vis-à-vis du financement participatif au regard de la nécessité et du risque qu'il présente. Pour atteindre notre objectif, nous avons effectué une étude qualitative de type exploratoire à travers des entretiens semi-directifs auprès de dix (10) dirigeants de startups de la ville d'Abidjan. En termes d'analyse, nous avons effectué une analyse de contenu thématique manuelle. Il ressort des résultats de notre étude que les dirigeants des startups perçoivent le financement participatif comme étant un mode de financement nécessaire pour le financement de leurs activités. Mais, ce mode de financement peut s'avérer risqué. Pour réduire ces risques, les interviewés proposent : une réglementation du financement participatif, une formation sur son fonctionnement, un contact direct startups-investisseurs.

Mots clés : Financement alternatif ; Financement participatif ; Intermédiation financière ; Perception des dirigeants, Startups.

Abstract:

SMEs especially startups are more vulnerable than large companies in terms of traditional (bank) financing. This pushes them to turn to other sources of funding. This search for an alternative source of financing has led to the birth of a new form of financial intermediation based on crowdfunding platforms in several African countries, particularly Ivory Coast. The objective of this study is to analyze the perception of startup managers vis-à-vis crowdfunding with regard to the necessity and the risk it presents. To achieve our objective, we carried out a qualitative study of the exploratory type through semi-structured interviews with ten (10) managers of startups in the city of Abidjan. In terms of analysis, we performed a manual thematic content analysis. It appears from the results of our study that the managers of startups perceive crowdfunding as being a necessary mode of financing for the financing of their activities. However, this method of financing can be risky. To reduce these risks, the interviewees suggest: regulation of crowdfunding, training on how it works, direct contact between startups and investors.

Keywords: Alternative financing; Crowdfunding; Financial intermediation; Perception of leaders; Startups.

Introduction

Les difficultés d'accès au financement traditionnel (bancaire) des petites et moyennes entreprises les conduisent à se tourner vers d'autres sources de financement. Les PME de façon générale, et en particulier les startups éprouvent beaucoup de difficultés à accéder aux fonds auprès des banques, car ces entreprises manqueraient de garanties, leurs cash-flows seraient irréguliers et l'asymétrie d'information dans ces entreprises serait élevée (Cieply et Le Nadant, 2016). Cette recherche de source de financement alternatif a conduit à la naissance du financement participatif qui se présente sous plusieurs formes. Ainsi, on assiste à une nouvelle forme d'intermédiation financière qui repose sur les plateformes de crowdfunding.

Le développement du crowdfunding en Afrique a été possible grâce aux technologies de l'information et de la télécommunication. En effet, les collectes de fonds sont faites à travers les réseaux sociaux tels que : Facebook, WhatsApp ... ou à travers le téléphone portable par transfert d'argent. L'objectif des plateformes de crowdfunding est de mettre en contact les startups ayant des besoins de financement et les investisseurs capables de les financer. Ce moyen de financement apparaît primordial pour l'Afrique où le problème de financement des entités de petite taille est encore important. Selon le FIATOPE (2022) qui est une plateforme de financement participatif dédiée à l'entrepreneuriat féminin, le financement participatif est de plus en plus sollicité car près de 85% des projets des startups sont incompatibles à l'offre bancaire. Ce développement des plateformes s'explique également par le fait que des secteurs comme la recherche, l'éducation, la culture ... sont encore sous-financés par les banques et d'autres institutions financières. Aussi, les réseaux sociaux et les médias en ligne jouent un rôle important dans l'information des acteurs du marché et le taux d'intérêt proposé par les établissements bancaires d'Afrique francophone au sud du SAHARA est également élevé et oscille entre 10% et 22% (Venture, 2017).

On observe donc de plus en plus un regain d'intérêt pour ce type de financement en Afrique. En effet, selon l'agence Ecofin (2021), la valeur des transactions de financement par des voies autres que celles des banques au profit des entreprises en Afrique dépasse neuf (9) milliards de dollars contre 3,4 milliards d'annonces de financement relevées sur la même période en 2020.

Malgré ce regain d'intérêt pour le financement participatif, Cieply et Le Nadant (2016) trouvent que cette source de financement reste encore marginale par rapport à l'encours de crédits bancaires mobilisés pour les petites et moyennes entreprises avec un fonds de 374 milliards de

dollars fin décembre 2015 et 10,7 milliards de dollars en 2015 pour l'investissement en fonds propres par les capital-investisseurs.

En ce qui concerne la Côte d'Ivoire, l'Etat ivoirien a adopté la loi n° 2014-140 du 24 mars 2014 pour la promotion des PME, notamment les startups. La première plateforme de financement participatif dénommée Orange Collecte a été lancée le jeudi 10 septembre 2015. Depuis lors, cette source de financement est devenue importante pour les pays de la zone UEMOA principalement la Côte d'Ivoire avec une présence accrue des investisseurs dans le pays. En effet, en matière de financement participatif, la Côte d'Ivoire est l'un des pays où les startups sont financées à hauteur de 13 millions de dollars (Agence Ecofin, 2017). Elle occupe à ce titre la 5^{ème} place.

Le financement participatif (crowdfunding) se définit comme étant l'effort collectif d'individu (la foule) qui mettent en commun des ressources financières pour supporter des projets initiés par d'autres individus ou organisations (Mollick, 2014).

Plusieurs études ont porté sur le financement participatif avec des objectifs différents. En effet, certaines études se sont intéressées aux facteurs qui motivent les startups à opter pour ce type de financement (Meghraoui et Aït Lemqeddem, 2021 ; Mighiss et Moutahaddib, 2021 ; De La Pallière et Goulet, 2018). D'autres études ont cherché à identifier les facteurs clés de succès d'une campagne de crowdfunding (Chaney et peccchioli, 2020). D'autres ont également analysé les déterminants de la confiance dans la collecte de crowdfunding (Khelladi et al. 2018). Parmi toutes ces études, celles qui s'intéressent à la perception des startups vis-à-vis du financement participatif restent rares en dehors de l'étude de Harriet et al. (2017) qui a analysé les perceptions des entrepreneurs et les motivations qui les poussent à s'orienter vers le financement participatif en France ; et celle de Bouziani et Azegagh (2022) qui a analysé la perception du crowdfunding par les jeunes au Maroc. Alors que celui qui adopte un mode de financement a toujours une perception vis-à-vis de ce mode de financement en termes de nécessité et du risque perçu, c'est en cela qu'il peut percevoir la nécessité de ce mode et les risques qui y sont liés. De plus selon Bernard et Gazel (2017), étant donné que le financement participatif demande de soutenir financièrement un projet en phase préliminaire de production, les investisseurs font face à une incertitude concernant leur satisfaction future. Ainsi, dans cette incertitude ils perçoivent la nécessité de ce type de financement et le risque encouru. Dans cette perspective, quel est donc la nécessité et le risque lié au financement participatif en Côte d'Ivoire ? Et comment est-il perçu par les responsables des startups ?

L'objectif de cette étude est d'analyser la perception des fondateurs des startups vis-à-vis du financement participatif au regard de la nécessité et du risque qu'il présente.

L'intérêt de ce travail réside dans le fait qu'il permettra aux fondateurs de startups de recourir à un mode financement (le financement participatif) autre que l'endettement et les fonds propres, ce qui va élargir leur source de financement. Cette étude apparaît également opportune car elle permettra aux managers des startups de comprendre que le crowdfunding est une source de financement intéressante. Mais, elle peut s'avérer également risquée.

Pour atteindre notre objectif, nous avons effectué une étude qualitative de type exploratoire à travers dix (10) entretiens semi-directifs auprès de dirigeants de startups. Le reste de l'article est organisé comme suit : le premier point (1) présente le cadre conceptuel et théorique. Le deuxième point (2) est consacré à la méthodologie de recherche. Le troisième point (3) présente, discute les résultats et fait des recommandations.

1. Cadre conceptuel et théorique de la recherche

Dans ce premier point, nous allons définir certains concepts et présenter le cadre théorique de l'étude.

1.1.Principaux concepts de l'étude

Les principaux concepts de cette étude sont le financement participatif ou crowdfunding et les startups.

1.1.1. Le financement participatif ou crowdfunding

Le financement participatif ou crowdfunding en anglais signifie le financement par la « foule ». Ce terme est composé de deux mots : « crowd » qui désigne la (foule) et « funding » qui désigne (financement). Le financement participatif selon le dictionnaire Larousse renvoie en la mise en commun d'apports financiers (dons, prêts, investissements) individuels ou associatifs dans le but de financer des projets entrepreneuriaux, culturels ou environnementaux généralement via internet.

Pour le dictionnaire Oxford, le financement participatif est une pratique de financement d'un projet ou d'entreprise par la levée de beaucoup de petits montants d'argent auprès de plusieurs personnes via internet. En dehors de ces définitions, certains auteurs ont défini ce concept en tenant compte de sa composition.

Selon Lambert et Schwienbacher (2010), le financement participatif est un appel ouvert, qui se fait essentiellement via internet dans l'optique d'obtenir du financement soit sous forme de don,

soit en échange d'une forme de récompense afin de soutenir les initiatives pour les buts spécifiques. Quant à Mollick (2014), il définit le crowdfunding comme l'effort collectif d'individus (la foule) qui mettent en commun des ressources financières pour supporter des projets initiés par d'autres individus ou organisations. Enfin, pour Bruton et al. (2015), le crowdfunding est une forme de financement qui utilise la foule pour obtenir du financement via des plateformes.

1.1.2. Startups

Le mot startup est un mot anglais d'origine américaine composé également de deux mots : start qui signifie en français commencer et up qui renvoie à la notion de hauteur, d'élévation. Ainsi, de façon littérale, le mot startup traduit « une société qui démarre ». Il se rapporte à l'expérimentation d'une activité nouvelle, sur un marché nouveau avec un risque difficile à évaluer. Pour Kaoutoing et al. (2020), la startup est une entreprise lancée par de jeunes entrepreneurs un peu insoucians mais dotés d'un esprit d'initiative et d'un certain talent pour l'entrepreneuriat.

1.2. Cadre théorique de l'étude

Le financement participatif est un mode de financement alternatif aux modes de financement traditionnels. Ainsi, son adoption s'inscrit dans un réel problème de la finance qui soulève la question suivante : quel est le mode de financement le plus adapté et le plus efficace qui permet de créer de la valeur dans l'entreprise ? En se posant une telle question l'équipe dirigeante cherche selon Harriet et al. (2017) à opérer un délicat arbitrage entre l'endettement qui peut engendrer des frais financiers et l'ouverture du capital qui peut impacter l'autonomie décisionnelle de l'entreprise.

Le financement participatif comme tout mode de financement met en relation les investisseurs (apporteurs de fonds) et les entrepreneurs (propriétaires). Cette relation entre les deux parties prenantes engendre selon Jensen et Meckling, (1976) des relations d'agence, et est marquée par des asymétries d'informations. Dans la relation investisseurs-propriétaires, les investisseurs apportent des fonds à un entrepreneur via une plateforme. Ce dernier s'engage à utiliser ces fonds de façon efficiente et efficace de sorte à créer de la valeur. Ces engagements des parties sont par la suite divulgués au public sous forme de signal entraînant la réaction de ce public. Partant de là, cette étude s'inscrit dans la théorie du signal selon Spence (1973) et Leland et Pyle (1977). Pour ces auteurs, la théorie du signal met à la lumière le rôle des entrepreneurs et

celui des pourvoyeurs de fonds dans le but de réduire l'asymétrie d'information et augmenter la réussite des campagnes de levée de fonds. Ainsi, une bonne entreprise doit être capable de divulguer des informations sur ses capacités à créer de la valeur future. Cela permettra aux investisseurs inexpérimentés de choisir un projet de qualité (Ahlers et al., 2015).

Le choix d'un mode financement pour une entreprise de façon générale, et en particulier pour une startup, renvoie à un problème posé par la théorie du financement hiérarchique. A travers cette théorie, Myers et Majluf (1984) supposent l'existence d'une classification des modes de financement des entreprises. Ils affirment par ailleurs qu'ils existent des asymétries d'information dans la relation fondateurs-investisseurs. Dans le but de réduire les coûts liés à l'asymétrie d'information, les fondateurs de startup préfèrent le financement interne au financement externe (la dette et le marché). Cette théorie permet donc d'expliquer l'adoption d'un mode de financement alternatif par les startups qui sont pour la plupart des entreprises de petites tailles avec une faible capacité d'autofinancement et incapable de proposer des garanties aux institutions financières classiques.

2. Méthodologie de la recherche

Dans l'optique d'analyser la perception des responsables des startups vis-à-vis du financement participatif au regard de la nécessité et du risque qu'il présente, nous avons opté pour une étude exploratoire avec une méthodologie qualitative. Nous trouvons que l'étude qualitative exploratoire est la mieux adaptée à notre étude car nous cherchons à comprendre comme Harriet et al. (2017) et Dardour (2015) un phénomène nouveau avec des concepts et contextes qui sont encore mal ou peu définis en raison de l'insuffisance des travaux publiés dans ce sens. En effet, des entretiens semi-directifs ont été réalisés auprès de 10 startups dans la ville d'Abidjan à travers un guide d'entretien en rapport avec l'activité des startups et leur source de financement qui est le financement participatif dans le courant d'août-septembre 2022. Nos entretiens ont une durée moyenne de 30 minutes. Ils ont été enregistrés à l'aide d'un téléphone et retranscrits intégralement de façon manuelle. Dans l'optique de respecter la confidentialité promise, nous avons désigné par M les hommes (dirigeants de startups, ou propriétaires) interrogés, ils sont au nombre de 07 ; et W les femmes (dirigeantes de startups ou propriétaires) interrogées, elles sont au nombre de 03. Chaque personne interrogée représente une startup de l'échantillon. Nous avons retenu un échantillon de dix dirigeants de startups en raison du principe de saturation sémantique (Gavard-Perret et al., 2008). Selon ses auteurs, la taille de l'échantillon d'une étude qualitative est obtenue lorsque les réponses des nouvelles personnes interviewées sont

semblables aux réponses de leurs prédécesseurs. Pour obtenir nos résultats, nous avons effectué une analyse de contenu thématique manuelle à travers une lecture plus approfondie des opinions recueillies (Drissi et Angade, 2017). Cette manière de procéder nous a permis d'extraire les idées importantes et de faire ressortir les opinions pertinentes recherchées dans les différents discours.

3. Résultats de la recherche

Dans cette partie de notre étude, nous allons mettre en évidence la nécessité et le risque perçu du financement participatif. De façon générale, les responsables des startups trouvent que le financement participatif est nécessaire car il présente de multiples atouts qui motivent leur choix. Cependant, ce type de financement peut s'avérer risquer pour les startups qui sont généralement en phase de création.

3.1. Financement participatif : quelle nécessité pour les startups ?

La nécessité du financement participatif pour les responsables des startups interviewées se situent à deux niveaux : au niveau de ses atouts et au niveau des facteurs qui motivent les startups à l'adopter.

3.1.1. Les atouts du financement participatif

Les responsables interviewés ont défini le financement participatif de façon générale comme étant un financement fait par la foule. Aussi, certains enquêtés tentent d'aller plus en profondeur dans leur définition. Selon l'enquêté (M.5), « *le financement participatif est un mode de financement qui se fait par appel ouvert aux investisseurs via internet dans l'optique d'obtenir facilement et rapidement du financement quel que soit l'activité menée* ». Pour (W.3), « *le financement participatif est une manière plus simple d'obtenir du financement auprès de la foule quel que soit le secteur dans lequel la startup exerce* ». Dans cette optique, pour les startups, le financement participatif est nécessaire pour plusieurs raisons, mais il peut s'avérer aussi risqué à cause de ces nombreuses limites.

Tout d'abord, selon les responsables de startups interrogés, ce mode de financement permet de tester l'intérêt du projet pour les populations (investisseurs et d'autres partenaires). Ainsi, l'enquêté (M.1) s'exprime de la façon suivante : « *Il nous permet d'aller directement vers la foule pour tester la pertinence de nos projets* ». « *Le financement participatif nous permet d'aller directement vers la foule pour avoir leur avis sur nos projets, comme ça on peut les améliorer avant d'entamer leur exécution ; et ça c'est une bonne chose* » (W.4). « *Quand on*

va auprès de la foule, on peut avoir les avis de plusieurs personnes sur la qualité du projet, le risque de se tromper est donc limité » (M.6). « Avec ce type de financement, on perçoit l'intérêt de la foule pour le projet à travers leurs opinions » (W.7).

Ce mode de financement est également nécessaire en ce sens qu'il permet à l'entreprise de se faire connaître du public et de renforcer son capital social, ce qui peut augmenter sa notoriété : *« Bon, vous savez madame, la collecte de fonds auprès de la foule se fait en plusieurs étapes. Ces différentes étapes font intervenir différentes catégories de personnes allant des connaissances immédiates du promoteur jusqu'à des inconnus. Cela permet à l'entreprise d'être en contact avec plusieurs personnes » (M.1). « En tant que startup, parfois nous ne sommes pas connus, donc ce mode de financement nous permet de nous faire connaître auprès de la foule » (W.3).*

Le financement participatif permet d'avoir les suggestions de la foule c'est-à-dire de bénéficier de la sagesse et de la créativité de certains investisseurs afin d'améliorer le projet : *« nous recevons des opinions des personnes expérimentées en matière d'affaires. Ces suggestions importantes nous sont offertes gratuitement pendant le processus de financement » (W.7). « Dans mes débuts, c'est lors d'une collecte qu'un investisseur spécialiste dans mon domaine m'a fait des suggestions sur mon projet. Ces suggestions m'ont énormément aidé dans la réalisation de mon projet » (M.8). « Je n'arrivais pas à faire décoller pendant les années 2019 et 2020 mon projet mais après mon financement auprès des internautes, j'eus des informations dont j'avais besoin et aujourd'hui je mène mon activité avec beaucoup de créativité » (M.5).*

La nécessité de ce mode de financement réside dans le fait qu'il permet de se détourner du circuit traditionnel de financement et de distribution : *« Avant, quand je sollicitais les banques je n'arrivais pas à obtenir de financement car elles trouvaient que j'exerce dans le domaine de l'éducation. Mais avec le financement participatif, je me suis détournée des banques et j'arrive à obtenir des financements par des collectes de fonds » (M.1). « Maintenant je ne dépends pas de quelqu'un pour me faire financer oh... je suis indépendant, et je peux vendre mes produits... » (M.2). « Avant je passais par un processus très lourd avec le montage de dossier très difficile sans obtenir de financement, maintenant ce n'est pas le cas, j'obtiens le financement par la collecte de fonds auprès de la foule ». (W.4).*

3.1.2. Les facteurs qui motivent les startups à opter pour le financement participatif

La nécessité du financement participatif réside aussi dans le fait qu'il apporte une certaine satisfaction aux dirigeants des startups. En effet, ces entreprises optent pour ce mode de financement pour plusieurs raisons.

D'abord, dans le but de créer une communauté autour du projet : *« J'ai opté pour le financement participatif, car il me permet de me sentir dans une communauté de personnes spéciales qui partagent les mêmes intérêts et les mêmes priorités que moi. Ainsi, j'arrive à recueillir plusieurs avis sur mon projet »* (M.5). *« Ce mode de financement me permet d'être en contact avec un grand nombre de personnes en plus de mes proches. Ces personnes me permettent d'évacuer mes différents produits »* (W.7). *« Le fait que je me retrouve dans une communauté grâce au financement participatif m'apporte beaucoup, en effet, grâce à ce mode de financement, j'arrive à rendre ma vision commune contrairement au financement bancaire »*. (M.6).

Ensuite, le choix du financement participatif est motivé par des raisons financières : *« J'opte pour ce mode de financement, car il me permet d'avoir une source alternative de financement en dehors des banques et autres institutions financières. De plus, je suis financé dans un délai plus court »* (W3). *« Il me permet de me faire financer avec des montants plus élevés et plus facilement, chose qui me paraît très intéressante car, vu la taille de mon entreprise, cela n'allait pas être évident avec les banques »* (M.9). *« J'ai désormais des investisseurs plus diversifiés qui viennent de partout et je ne m'intéresse pas aux sources traditionnelles de financement, car chaque fois que j'ai eu besoin de me faire financer, j'obtiens ce financement »* (M.5).

Enfin, les responsables des startups optent pour le financement participatif pour des raisons marketing : *« Quand, j'étais en phase de lancement, le financement participatif a été une solution marketing pour moi, car à chaque collecte de fonds je profitais pour lancer une campagne marketing autour de mon projet, j'arrivais à rentrer plus rapidement sur le marché »* (M.10). *« Avec ce mode de financement, j'ai eu plus de visibilité, désormais mes produits sont connus, mon entreprise également et tout ceci contribue à une augmentation de mon chiffre d'affaires »* (M.2). *« Je fais des tests de lancement auprès de ma nouvelle communauté avant de lancer un nouveau produit, ce qui fait que j'arrive à vendre mes produits en grand nombre et aussi soumettre des produits de qualité »* (W.4).

3.2. Financement participatif : un mode de financement risqué et limité ?

Les responsables interviewés trouvent qu'au-delà des nombreux bienfaits du financement participatif, il présente un côté sombre. En effet, le fonctionnement de ce type de financement rencontre d'énormes difficultés surtout dans un pays sous-développé comme le nôtre. Les populations sont méfiantes vis-à-vis de ce mode de financement. Il demande de la compétence et de l'accompagnement. Les risques de fraude et de plagiat sont élevés. En plus des facteurs évoqués, un certain nombre de facteurs limitent ce mode de financement. En effet, le taux de chômage étant élevé dans les pays sous-développés, ce type de financement semble être limité. Entre autres limites, nous avons le manque d'originalité au niveau des projets, le manque de réglementation et la faible utilisation de l'internet.

Concernant la méfiance des populations vis-à-vis du financement participatif, voici les opinions de certains interviewés : « *Je pense que beaucoup ne savent même pas l'existence des plateformes de crowdfunding. Ils ignorent cela. Ils ne savent même pas comment ça fonctionne, je suis sûr qu'il y a de grands investisseurs qui ne savent même pas comment apporter leur soutien aux startups* » (M.10). « *Moi-même au départ j'étais très réticent car je me méfiais, je me disais.... Est-ce de l'arnaque, parce que trop de chose se passe* » (M.1). « *Les gens sont méfiants vis-à-vis de ce type de financement parce qu'ils n'ont pas la culture de ce type de financement, eux ils sont plus habitués aux prêts bancaires donc c'est difficile qu'ils épousent facilement ce mode de financement* » (W.3).

Parlant d'exigence du crowdfunding, en termes de compétence et d'accompagnement, voici ce que disent les enquêtés : « *Ce mode de financement demande de la compétence...* » (M.2). « *Le financement participatif coûte parfois trop cher, il faut.....dépenser, dépenser, souvent même tu te demandes : est-ce-que je ne vais pas perdre dans cette histoire ?* » (M.8). « *Souvent, les compétences nous manquent pour conduire une campagne de financement, on doit faire appel à des compétences externes qui coûtent extrêmement chères* » (W.4).

En ce qui concerne le risque de fraude entraîné par le financement participatif, voici le témoignage des enquêtés : « *il entraîne la fraude parce que souvent nous ne sommes pas directement en contact avec les investisseurs. Il y a des intermédiaires qui arnaquent et font des fausses promesses* » (W.3). « *Les montants recueillis parviennent parfois au porteur incomplet, vraiment si on peut revoir le fonctionnement de ce mode de financement.* » (M.9). « *Les apporteurs de fonds peuvent faire des promesses qu'ils ne tiennent pas. D'autres désistent au dernier moment, surtout si le projet est mal présenté par l'apporteur de projet* ». (M.2).

Parlant du risque de plagiat qu'entraîne le financement participatif, les enquêtés donnent leurs opinions : « *souvent nos droits de propriétés ne sont pas respectés, car d'autres personnes peuvent récupérer ton projet, parce qu'ils ont eu des informations sur ton projet pendant la campagne de financement* » (M.5). « *Quand ton projet est intéressant, les apporteurs de fonds peuvent le plagier* » (M.6). « *Moi-même, j'ai l'un de mes projets que j'ai vu partir comme ça* » (W.7).

En ce qui concerne d'autres types de limites, les enquêtés témoignent : « *vous savez madame avec le taux de chômage élevé dans nos pays, le niveau du pouvoir d'achat du citoyen lambda est faible, ça fait que les apporteurs de fonds ne sont pas nombreux comme dans des pays développés, donc on lance rarement les campagnes de financement* » (M.10). « *Nos projets manquent souvent d'originalité, moi-même plusieurs fois je ne me suis pas fait financer parce que le projet n'était pas à la hauteur* » (W.4). « *Les entrepreneurs ne sont pas nombreux donc cela n'encourage pas les investisseurs. Parfois ces derniers ne trouvent pas les projets intéressants donc ils retournent avec leur argent* » (M.6).

3.3. Discussion des résultats de la recherche

Les résultats issus de cette recherche se rapprochent à plusieurs niveaux des résultats de certaines études.

En ce qui concerne les atouts du financement participatif, les responsables des startups interrogés trouvent qu'il permet de tester l'intérêt du projet pour les populations (investisseurs et d'autres partenaires) en allant directement vers les pourvoyeurs de fonds afin d'avoir leur avis dans l'optique d'améliorer le projet avant son exécution. Ce résultat va dans le sens de celui de Onnée et Renault (2013) qui trouve que le mode de financement participatif permet aux porteurs de projets de s'en remettre directement à la foule afin d'évaluer la pertinence de leurs projets.

Un autre résultat de notre recherche révèle que ce mode de financement est également nécessaire en ce sens qu'il permet à l'entreprise de se faire connaître du public et de renforcer son capital social ce qui peut accroître sa notoriété. Ce résultat se rapproche de celui de Kuti et Madarász (2014). Pour ces derniers, le financement participatif permet d'établir un lien direct entre le porteur de projet et les personnes intéressées ce qui peut donner une plus grande visibilité.

L'un des atouts du financement participatif révélé par les enquêtés est qu'il permet d'avoir les suggestions de la foule afin d'améliorer le projet. Ce résultat rejoint celui de Belleflamme et al.

(2013) qui trouvent qu'à travers les plateformes de crowdfunding, le porteur de projet a la possibilité d'attirer l'attention, de tester, d'obtenir des réactions, des retours sur des éléments importants de son projet ou son produit avant même le lancement.

Selon les responsables interrogés, la nécessité du financement participatif réside dans le fait qu'il permet de se détourner du circuit traditionnel de financement et de distribution qui semble coûteux et lent. Ce résultat est conforme à celui de Onnée et Renault, (2013) qui trouvent que le financement participatif permet aux porteurs de projets de se détourner des banques pour se faire financer et du circuit traditionnel de distribution pour la vente de leurs différents produits.

Aussi, les responsables enquêtés affirment qu'ils optent pour le financement participatif dans le but de créer une communauté autour de leurs projets, avec des personnes spéciales qui partagent les mêmes intérêts et les mêmes priorités qu'eux. Ce résultat est conforme à celui de Gerber et Hui (2013) pour qui le financement participatif facilite la communication et la création de lien direct entre le porteur de projet et les personnes intéressées. Ce qui crée donc une attache émotionnelle entre les deux parties.

Il ressort également des résultats de notre étude que les startups choisissent le financement participatif pour des raisons financières. En effet, par ce mode de financement, ils arrivent à se faire financer facilement et rapidement peu importe leurs secteurs d'activités. Ce résultat est conforme à celui de Diakité et Diabaté (2022) pour qui, ce mode de financement facilite et accélère la mise à disposition des fonds récoltés aux porteurs de projet via internet.

L'un de nos résultats indique que les startups optent pour le financement participatif pour des raisons marketing. En effet, lors des collectes de fonds, les responsables des startups profitent pour lancer une campagne marketing autour de leurs produits. Ce résultat est identique à celui obtenu par Agrawal et al. (2014). Pour ces auteurs, le crowdfunding apporte des avantages au créateur en étant un vrai outil marketing. Il offre une possibilité à la startup de faire connaître son produit, de faire sa promotion et de recueillir des informations sur ses potentialités.

Au niveau des risques et limites du financement participatif, les enquêtés ont exprimé leur méfiance vis-à-vis de ce mode de financement à cause des nombreuses limites et risques de celui-ci et de sa méconnaissance. Ce résultat se rapproche de celui de Onnée et Renault (2013). Pour ces auteurs, le financement participatif est encore jeune et de nombreux entrepreneurs méconnaissent son fonctionnement.

Une autre limite du financement participatif est qu'il exige des compétences et de l'accompagnement. Ce qui accroît les charges des startups. Ce résultat va dans le sens de celui

de Manchanda et Muralidharan (2014). Ces auteurs affirment que pour qu'une campagne de levée de fonds soit un succès, il faut assez de temps et d'effort.

Aussi, il ressort de nos résultats que le financement participatif peut entraîner des fraudes parce qu'il n'existe pas de contact direct entre les entrepreneurs et les investisseurs. En effet, les intermédiaires qui assurent le contact se livrent parfois à des détournements et à des anarques. Ce résultat est conforme à celui de Diakité et Diabaté (2022). Ceux-ci affirment que l'un des inconvénients du crowdfunding est le non-remboursement des investissements déjà acquis. Ce qui conduit à une méfiance des investisseurs.

Par ailleurs, les responsables interviewés révèlent que le financement participatif entraîne un risque de plagiat dû au fait qu'une campagne de crowdfunding nécessite la divulgation de certaines informations sur la startup et sur le produit. Ce qui peut entraîner des cas de plagiat. Ce résultat est conforme à celui de Onnée et Renault (2013) pour qui le plagiat constitue une limite importante du financement participatif.

Il ressort également que le taux élevé de chômage dans notre pays et la réticence des ivoiriens vis à vis de l'entrepreneuriat constituent une limite du financement participatif. Ce résultat rejoint celui de Diakité et Diabaté (2022) pour qui, l'une des limites du développement du financement participatif en Afrique est le taux de chômage élevé qui se traduit par un faible niveau du pouvoir d'achat, ainsi que la réticence vis à vis de l'entrepreneuriat.

Au regard de tout ce qui précède, nous pouvons dire que les responsables des startups perçoivent le financement participatif comme étant un mode de financement nécessaire pour le financement de leur activité. Mais, ce mode de financement a des limites et est risqué. Il semble nécessaire de faire des propositions ou recommandations dans le but de limiter les risques liés à ce mode de financement pour son amélioration afin qu'il soit une véritable source de financement pour les entreprises ivoiriennes surtout pour les entreprises de petites tailles.

3.4. Financement participatif : comment réduire les risques et limites liés à ce mode de financement ?

Face aux nombreuses limites et risques du financement participatif évoqués, certains responsables de startups interviewés ont tenu à faire des propositions dans le but de réduire au mieux ces risques.

Dans cette optique, certaines personnes interviewées ont proposé une réglementation du crowdfunding en Côte d'Ivoire. « *Moi, je pense qu'il faut une réglementation en matière de*

financement participatif. Ainsi, les campagnes de crowdfunding pourront se dérouler dans de très bonnes conditions ». (W.3). « *Pour moi, il faut donner une formation aux responsables des startups en leur expliquant le fonctionnement de ce mode de financement* » (M.6). « *Il faut instaurer un contact direct entre les pourvoyeurs de fonds et les responsables des startups pour éviter le risque de fraude et de plagiat* » (M.10). « *Ah mais le chômage aussi est là...à cause de ça il n'y a pas assez de pourvoyeurs de fonds ce qui rend difficile la collecte de fonds* » (M.5).

En somme, nous pouvons retenir que pour réduire le risque perçu par les responsables des startups, il faut règlementer le financement participatif, former et informer les entrepreneurs sur le fonctionnement réel du crowdfunding. Il faudrait également améliorer les conditions de vie des populations en réduisant le chômage.

Conclusion

L'objectif de cette étude est d'analyser la perception des responsables des startups vis-à-vis du financement participatif au regard de la nécessité et du risque qu'il présente. Pour atteindre notre objectif, nous avons effectué une étude qualitative de type exploratoire à travers des entretiens semi-directifs auprès de 10 responsables de startups ayant déjà obtenus un financement auprès des plateformes de financement participatif.

Il ressort de notre analyse que le financement participatif est un mode de financement nécessaire pour les startups. Il présente de nombreux atouts qui contribuent à la performance et à la pérennité de ces startups à savoir : tester l'intérêt du produit pour les populations, permettre aux startups de se faire connaître par le public, bénéficier de l'avis de la foule pour améliorer, explorer d'autres circuits de distribution, permettre à la startup d'être en communauté, se faire financer plus facilement et vendre librement ses produits. Mais, ce mode de financement a des limites et comporte des risques à savoir : risque de fraude et de plagiat, la limite due à la méfiance des populations vis-à-vis de ce type de financement, la limite due au manque de compétence et d'accompagnement des startups, la limite liée au taux de chômage élevé et la limite due au faible nombre d'entrepreneurs.

Pour réduire les risques liés à ce mode de financement et lever ces limites, les responsables interviewés proposent : une réglementation plus claire de ce mode de financement, la formation des responsables des startups sur le fonctionnement du financement participatif, un contact

direct entre les startups et les pourvoyeurs de fonds, relever le niveau de vie des populations afin d'augmenter le nombre d'investisseurs.

Comme implications scientifiques, ce travail vient renforcer la littérature sur le financement alternatif. En effet, Il permettra aux chercheurs de désormais créer un cadre théorique plus claire lorsqu'ils traitent du financement alternatif des entreprises en création comme les startups.

Du point de vue méthodologique, ce travail permettra aux chercheurs et associés de comprendre tous les aspects du crowdfunding qu'ils souhaitent en s'appuyant sur la méthodologie qualitative même si ce phénomène est nouveau.

L'implication managériale de notre travail est que le financement participatif est un mode de financement nécessaire pour les startups au regard de ces nombreux atouts, mais il semblerait être risqué. Il faut donc tenir compte de plusieurs facteurs pour pourvoir réussir ce mode de financement. Comme limite de ce travail, la taille restreinte de notre échantillon. Une autre limite de ce travail est que nous nous sommes arrêtés à la phase exploratoire, il serait donc intéressant pour les études futures de compléter cette étude par une analyse quantitative. Il serait également intéressant d'analyser la réaction des banques ivoiriennes vis à vis du financement participatif. Toujours en termes de perspective, il serait intéressant d'analyser les facteurs de succès et d'échec d'une campagne de crowdfunding.

ANNEXES

Profil des dirigeants et dirigeants-propriétaires de Startups interrogées (chaque Startup est représentée par son dirigeant ou dirigeants-propriétaire).

Population enquêtée	Sexe	Age	Statut social dans l'entreprise	Niveau d'étude	Situation matrimoniale	Durée
M1	Homme	35 ans	Dirigeant-propriétaire	Secondaire	Marié	30 mn
M2	Homme	42 ans	Dirigeant	Supérieur	Marié	35 mn
M5	Homme	37 ans	Dirigeant-propriétaire	Supérieur	Célibataire	35 mn
M6	Homme	28 ans	Dirigeant-propriétaire	Supérieur	Marié	30mn
M8	Homme	46 ans	Dirigeant-propriétaire	Secondaire	Marié	20 mn
M9	Homme	30 ans	Dirigeant	Supérieur	Célibataire	35 mn
M10	Homme	50 ans	Dirigeant-propriétaire	Secondaire	Marié	30 mn
W3	Femme	30 ans	Dirigeant	Supérieur	Mariée	25 mn
W4	Femme	39 ans	Dirigeant-propriétaire	Secondaire	Mariée	40 mn
W7	Femme	41 ans	Dirigeant	Supérieur	Célibataire	30 mn

BIBLIOGRAPHIE

AGENCE ECOFIN (2021), *Agence d'informations spécialisées dans la gestion publique et l'économie africaine*.

AGENCE ECOFIN (2017), *Agence d'informations spécialisées dans la gestion publique et l'économie africaine*.

AGRAWAL, A., CATALINI, C., et GOLDFARB, A. (2015). Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions. *Journal of Economics and Management Strategy*, 24(2), 253-274. DOI: 10.1111/jems.12093.

AHLERS, G. K., CUMMING, D., GÜNTHER, C., et SCHWEIZER, D. (2015). Signaling in equity crowdfunding. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(4), 955-980.

BELLEFLAMME, P., LAMBERT, T., et SCHWIENBACHER, A. (2013). Individual crowdfunding practices. *Venture Capital*, 15(4), 313-333.

BERNARD, A., et GAZEL, M. (2017). Soutenir un projet de financement participatif : une contribution risquée ? Une étude expérimentale. *Revue économique*, 68(5), 875-894.

BOUZIANI, L., et AZEGAGH, J. (2022). La perception du crowdfunding par les jeunes : Cas du Maroc. *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 6(4).

BRUTON G., KHAVUL S., SIEGEL K. et WRIGHT M. (2015). New Financial Alternatives in Seeding Entrepreneurship: Microfinance, Crowdfunding and Peer-to-Peer Innovations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 39, n° 1, pp. 9-26.

CHANEY, D., et PECCHIOLIP, B. (2020). Financer l'éphémère-Les facteurs clés de succès d'une campagne de crowdfunding pour les festivals. *Revue française de gestion*, 46(288), 107-127.

CIEPLY, S., et LE NADANT, A. L. (2016). Le crowdfunding : modèle alternatif de financement ou généralisation du modèle de marché pour les startups et les PME ? *Revue d'économie financière*, (2), 255-272.

DARDOUR, A. (2015). La gestion du risque par les opérateurs de « crowdfunding » d'entreprise. *Recherches en sciences de gestion*, (2), 45-65.

DE LA PALLIERE, N., et GOULLET, C. (2018). Motivations et apports du crowdlending, un financement innovant : le cas de deux franchiseurs. *Innovations*, (2), 41-65.

DIAKITE, H. H., et DIABATE, A. (2022). Potentiels et limites du crowdfunding en Afrique. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 5(3).

DRISSI, S., et ANGADE, K. (2017). Le financement par crowdfunding, quel apport pour l'entreprenariat social ? Cas de la région de Souss Massa (Maroc). *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 1(3).

FIATOPE (2022). *Plateforme de financement participatif dédiée aux entrepreneurs africains*.

GAVARD-PERRET ML ; GOTTELAND D. ; HAON C. ET JOLIBERT A. (2008). *Méthodologie de la recherche : réussir son mémoire ou sa thèse en science de gestion*, Pearson Education France.

GERBER, E. M., et HUI, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 20(6), 1-32.

HARRIET¹, L., ABDOUNE², R., et BENTEBBAA³, S. (2017). La perception de l'équité crowdfunding par les dirigeants de PME en France. *Revue management et avenir*, (3), 15-35.

JENSEN, M.C., et MECKLING, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.

KAOUTOING, S., THERESE, M. D. W., et MADINA, R. (2020). Croissance des Start-up Camerounaises : une analyse par les mécanismes de Gouvernance. *Revue Internationale du Chercheur*, 1(3).

KHELLADI, I., CASTELLANO, S., et BERTAUD, A. (2018). Les déterminants de la confiance de l'internaute dans le contexte d'une collecte de crowdfunding. *Innovations*, (2), 117-140.

KUTI, M., et MADARASZ, G. (2014). Crowdfunding. *Public Finance Quarterly*, 59(3), 355.

LAMBERT, T. et SCHWIENBACHER, A. (2010). An empirical analysis of crowdfunding. *Social Science Research Network*, 1578175(1), 23.

LELAND, H. E., et PYLE, D. H. (1977). Informational asymmetries, financial structure, and financial intermediation. *The journal of Finance*, 32(2), 371-387.

MANCHANDA, K., et MURALIDHARAN, P. (2014). Crowdfunding: a new paradigm in start-up financing. In *Global Conference on Business & Finance Proceedings* (Vol. 9, No. 1, p. 369). Institute for Business & Finance Research.

MEGHRAOUI, N., & LEMQEDDEM, H. A. (2021). Crowdfunding, levier de l'entrepreneuriat social au Maroc: entre approches théoriques et réalités empiriques. *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 5(3).

MIGHISS, S., & MOUTAHADDIB, A. (2021). La place du crowdfunding dans le financement des TPME: Cas du Maroc. *Revue Internationale du Chercheur*, 2(1).

MOLLICK, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 29(1), 1-16.

MYERS, S. C., et MAJLUF, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of financial economics*, 13(2), 187-221.

ONNEE, S., et RENAULT, S. (2013). Le financement participatif : atouts, risques et conditions de succès. *Gestion*, 38(3), 54-65.

SPENCE, M. (1973). Job market signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 87: 355-374.