



Editorial

Nous entamons, en ce début de 2021, notre 5^{ème} Année de publication de notre Revue de L'Entrepreneuriat et de L'Innovation, nous devons cette réussite à nos auteurs issus de 5 continents, à nos lecteurs, nos référés, au soutien de nos partenaires le Centre National de la Recherche Scientifique et Technique CNRST à travers son organe l'Institut Marocain de l'Information Scientifique et Technique, et à notre Comité Scientifique.

Dans ce Numéro 10 du Volume III de REINNOVA :

Le Mr. **Ernest TESSE** Professeur des Sciences économiques à l'Université des **Antilles** (pôle Martinique) et Membre du Laboratoire MEMIAD (Management, Économie, Modélisation, Informatique et Aide à la décision, a élaboré une conceptualisation, modélisation et simulation à partir des données expérimentées en **HAÏTI**

Dans les limites des modèles intentionnels de base en entrepreneuriat, Le Pr. **Ernest TESSE** conceptualise un modèle théorique alternatif afin de permettre de mieux expliquer l'évolution temporelle et incertaine de la formation de l'intention entrepreneuriale puis d'évaluer les trajectoires de cette intention jusqu'au passage à l'acte ainsi que leurs effets de transmission et de répercussion. Par le biais des évaluations statistiques et micro-économétriques sur les données qui sont expérimentées dans le contexte de 200 actifs haïtiens, les résultats obtenus montrent que certains comportements socioculturels, économiques et éco-institutionnels sont identifiés comme sources de blocage à toutes initiatives entrepreneuriales importantes à court, moyen et long termes chez la majorité d'entre eux.

Nos collègues **Pr. Ghezlane DYAZ** et **Pr Mohammed Amine FOUAD** du Centre des Études en Recherche Appliquée et Prospection Economique & Université Sidi Mohammed Ben ABDELLAH, et de L'Université Privée de Fès traitent le sujet de La pédagogie entrepreneuriale au sein de l'université Marocaine, les deux auteurs ont cherché à apporter un éclairage sur les facteurs pédagogiques déterminants dans le développement du caractère entrepreneurial de l'université au Maroc. Pour devenir entrepreneuriale, l'université doit effectuer des transformations à la fois en interne (touchant ses missions, sa structure, son management, son organisation, et sa culture) qu'en externe (touchant ses relations avec son environnement). Ainsi la question de cette recherche conceptuelle est : Comment instaurer un caractère entrepreneurial de l'université marocaine pour développer une culture entrepreneuriale ? Il s'agit donc d'explorer, d'identifier et de cerner les facteurs permettant à l'université marocaine de devenir une université entrepreneuriale.

Les Professeurs **EL MAYMOUNI** M'hamed et **IBOURK** Aomar de Université CHOUAIB DOUKKALI, EL Jadida, Maroc et de L'Université Cadi AYYAD, Marrakech, ont fait Une analyse typologique des intentions de création d'entreprise dans le contexte universitaire marocain : Cas de l'Université Cadi AYYAD de Marrakech.

Leur article vise à mettre en exergue notre contribution à l'étude des déterminants de l'intention de création d'entreprises dans le contexte universitaire marocain vu l'intérêt grandissant suscité par cette création chez les jeunes d'une part, et en raison de sa contribution à la réduction du chômage des diplômés et à travers la promotion de l'auto-emploi d'autre part. A cet égard, ils ont mobilisé le modèle théorique du comportement planifié (Ajzen, 1991) et le modèle de Shapero et Sokol (1982), qui considèrent l'intention entrepreneuriale comme variable dépendante des variables personnels et contextuels. Par ailleurs, sur le plan empirique, les résultats obtenus sur un échantillon de 1113 étudiants appartenant à différents établissements de l'Université Cadi AYYAD, leurs ont permis d'abord, une compréhension réelle de l'intention entrepreneuriale des étudiants et par la suite, de déterminer les groupes d'étudiants homogènes en termes de caractéristiques liées à l'esprit d'entreprise, à la désirabilité entrepreneuriale et à la capacité entrepreneuriale.

Les Professeurs Amina **LAMINO**, Ahmed **CHAKIR** du Laboratoire de recherche en finance et audit (LAREFA) Ecole Nationale de Commerce et Gestion Université IBNOU ZOHR Agadir, ont traité un

sujet d'une extrême importance en ces périodes de la rareté des ressources financières: le CROWDFUNDING islamique : une solution pour le financement de l'entrepreneuriat social au Maroc.

L'entreprise sociale est une forme d'organisation dont le modèle d'affaire consiste à proposer des solutions à des besoins sociaux tout en essayant de réaliser des bénéfices lui permettant d'être durable. Selon Nyssens (2006), l'objectif spécifique des entreprises sociales est de répondre à des problématiques sociétales. Cependant elles rencontrent de nombreux problèmes de financement à cause de la particularité de leur modèle d'affaire. Face à ce constat et l'avènement du numérique, l'innovation devient indispensable en vue de favoriser l'émergence de ces types d'entreprises. C'est ainsi que le crowdfunding islamique se présente comme un moyen innovant. L'intérêt pour ce type de modèle de financement est très important dans le contexte marocain car il est éthique et socialement responsable. Il a un potentiel important d'impact social surtout avec l'introduction des banques islamiques et du projet de loi sur le crowdfunding qui a été élaboré. C'est dans ce contexte que nous avons choisi de mener une revue de littérature sur ce modèle de financement capable de garantir l'équité et la justice sociale tout en répondant à la problématique de financement sociale. Ainsi notre objectif vise à démontrer le potentiel d'impact positif du financement de l'entrepreneuriat social à travers ce modèle. Cet article est d'une part une réflexion conceptuelle d'un modèle à fort impact social et d'autre part il a des implications pour les décideurs politiques quant à la subvention des entreprises sociales au Maroc.

Pr. O. TANANE
Directeur de la Publication
Coordonnateur du Centre d'Appui à l'Innovation Technologique
Patent Specialist Programme PROBONO WIPO