



Mise en place d'un système de crowdfunding pour le financement des projets des jeunes diplômés au Mali

Mohamed TRAORE, PhD; Boubacar SANOGO, PhD; Ibrahim SANOGO, Doctorant

Enseignant-Chercheur à la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Bamako Mali; Enseignant-Chercheur à l'Université de Ségou, Mali; Enseignant-Chercheur à la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Bamako Mali

Resumé

Le chômage des jeunes diplômés constitue un défi majeur pour le développement socio-économique du Mali. Cet article explore la mise en place d'un système de crowdfunding destiné à financer les projets entrepreneuriaux de cette catégorie de jeunes, en proposant un modèle inclusif qui permet à tous les travailleurs du secteur privé de contribuer financièrement. L'étude analyse les différentes formes de financement participatif, les besoins spécifiques des jeunes porteurs de projets et les mécanismes de gouvernance nécessaires pour garantir transparence et durabilité. Les résultats montrent que le crowdfunding peut faciliter l'accès au capital pour des projets souvent exclus des circuits bancaires traditionnels, tout en favorisant l'esprit entrepreneurial et la réinjection des fonds dans de nouveaux projets. L'article recommande l'accompagnement des jeunes porteurs de projets par des formations en gestion, l'instauration d'une communication ciblée et la mise en place d'indicateurs de suivi pour maximiser l'impact socio-économique. En définitive, ce système constitue une alternative innovante et prometteuse pour réduire le chômage des jeunes diplômés et renforcer le tissu entrepreneurial au Mali, avec un potentiel de répllication dans d'autres pays africains confrontés à des défis similaires.

Mots clés : Crowdfunding, Jeunes diplômés, Entrepreneuriat, Financement participatif, Inclusion économique

Abstract:

Youth unemployment remains a major socio-economic challenge in Mali. This article examines the establishment of a crowdfunding system designed to finance entrepreneurial projects initiated by young graduates, proposing an inclusive model that allows all private-sector workers to contribute financially. The study analyzes various forms of crowdfunding, the specific needs of young project initiators, and governance mechanisms necessary to ensure transparency and sustainability. Findings indicate that crowdfunding can facilitate access to capital for projects often excluded from traditional banking channels while fostering entrepreneurial spirit and reinvesting recovered funds into new initiatives. The article recommends supporting young entrepreneurs through management training, targeted communication strategies, and the implementation of monitoring indicators to maximize socio-economic impact. Ultimately, this system represents an innovative and promising alternative to reduce youth unemployment and strengthen the entrepreneurial ecosystem in Mali, with potential for replication in other African countries facing similar challenges.

Keywords : Crowdfunding, Young graduates, Entrepreneurship, Participatory financing, Economic inclusion

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.19374982>

1 Introduction

Au Mali, la question du financement de l'entrepreneuriat des jeunes diplômés constitue un enjeu majeur du développement économique et social. Malgré la multiplication des programmes publics et des appuis des partenaires techniques et financiers, l'accès au financement demeure l'un des principaux obstacles à la création d'entreprise (Banque Mondiale, 2023). Les institutions financières traditionnelles, souvent frileuses face aux risques liés aux projets innovants portés par les jeunes, exigent des garanties et des antécédents de crédit que la plupart ne peuvent offrir. Cette situation contribue à accroître le chômage des jeunes diplômés, estimé à près de 19,7 % selon l'INSTAT (2023), et freine l'émergence d'un tissu entrepreneurial dynamique capable de stimuler la croissance inclusive.

Face à ces contraintes structurelles, le crowdfunding, ou financement participatif, apparaît comme une alternative crédible et innovante pour mobiliser des ressources financières auprès d'un grand nombre de contributeurs à travers des plateformes numériques (Belleflamme, Lambert & Schwiendbacher, 2014). Ce mécanisme, déjà bien implanté dans les économies développées, commence à susciter un intérêt croissant dans les pays africains, où il pourrait jouer un rôle catalyseur dans le financement de l'entrepreneuriat des jeunes (OECD, 2022). Cependant, au Mali, le concept reste embryonnaire et insuffisamment structuré, en raison d'un environnement réglementaire inadapté, d'un faible niveau de culture numérique et d'un manque de confiance dans les outils de financement en ligne.

La mise en place d'un système de crowdfunding adapté au contexte malien soulève ainsi plusieurs interrogations majeures :

- Comment concevoir un modèle de crowdfunding viable et sécurisé, tenant compte des réalités économiques et sociales du Mali ?

- Quels mécanismes institutionnels et technologiques permettraient de garantir la transparence et la confiance des investisseurs ?
- Et dans quelle mesure un tel dispositif pourrait-il contribuer à améliorer le financement des projets de création d'entreprise portés par les jeunes diplômés ?

Ces interrogations constituent le cœur de la présente étude, qui vise à analyser les conditions de mise en place d'un système de crowdfunding au Mali et à évaluer son potentiel comme levier de financement alternatif pour les jeunes entrepreneurs.

1.1. Objectifs de recherche

1.1.1. Objectif général

L'objectif général est de proposer un modèle opérationnel de financement participatif, adapté au contexte malien et susceptible de renforcer l'autonomie financière des jeunes créateurs d'entreprise.

1.1.2. Objectif spécifique

Plus spécifiquement, l'article cherche à :

- ✓ Identifier les obstacles actuels à l'accès au financement des jeunes diplômés maliens ;
- ✓ Examiner les différents modèles de crowdfunding et leur applicabilité au Mali ;
- ✓ Proposer un schéma institutionnel et technologique de mise en œuvre d'un système de crowdfunding national.

1.2. Hypothèses

Sur la base de la revue de littérature et du cadre théorique, la recherche repose sur les hypothèses suivantes :

- **H1** : L'accès limité au financement bancaire influence négativement la création d'entreprises par les jeunes diplômés au Mali.
- **H2** : La connaissance et la confiance envers le modèle conditionnent la disposition des jeunes à utiliser le crowdfunding.
- **H3** : La mise en place d'un cadre réglementaire et technologique adéquat favorise l'adoption du crowdfunding comme outil de financement alternatif.

Ces hypothèses s'inspirent des travaux de Mollick (2014) et Belleflamme et al. (2014), qui démontrent que la réussite du crowdfunding dépend à la fois de la confiance sociale, de la transparence de la plateforme et du soutien institutionnel.

Sur le plan scientifique, cette recherche s'inscrit dans le champ de l'innovation financière et de l'entrepreneuriat inclusif, en mobilisant les théories de la finance alternative (Mollick, 2014) et de l'économie collaborative (Howe, 2008). Elle apporte une contribution empirique au débat sur le financement des PME et sur les stratégies de développement durable de l'emploi des jeunes en Afrique de l'Ouest.

En définitive, la mise en place d'un système de crowdfunding au Mali pourrait non seulement favoriser l'inclusion financière, mais aussi stimuler la culture entrepreneuriale, tout en contribuant à la réduction du chômage des jeunes diplômés. C'est dans cette optique que la présente étude s'attache à explorer les fondements, les conditions et les

perspectives d'un tel dispositif, à la lumière du contexte socio-économique malien et des expériences internationales.

2. Cadre théorique et conceptuel

Le cadre théorique et conceptuel sert à situer la recherche dans les fondements académiques existants, à justifier les variables étudiées et à proposer un modèle adapté au contexte malien.

2.1. Cadre théorique

2.1.1. La théorie de la désintermédiation financière

La désintermédiation financière décrit le processus par lequel les agents économiques accèdent directement aux sources de financement, en contournant les institutions financières classiques (Allen & Santomero, 2001). Le crowdfunding incarne ce concept en permettant aux porteurs de projets de lever des fonds directement auprès d'un grand nombre de contributeurs via des plateformes numériques. Dans le contexte malien, caractérisé par un faible taux de bancarisation (21 % selon la BCEAO, 2023), cette approche représente une solution innovante pour pallier les limites des banques traditionnelles.

2.1.2. La théorie de la finance alternative

La finance alternative englobe les mécanismes non bancaires de financement, incluant le microcrédit, le capital-risque, et le crowdfunding (Bruton, Khavul, Siegel & Wright, 2015). Ces mécanismes répondent aux besoins des jeunes entrepreneurs qui rencontrent des contraintes d'accès au crédit en raison de l'absence de garanties ou d'antécédents financiers (Diarra, 2021). Le crowdfunding, en particulier, combine technologie numérique, mobilisation communautaire et inclusion financière, ce qui en fait un levier pertinent pour l'émergence de start-ups au Mali.

2.1.3. La théorie du capital social

Le capital social renvoie à la confiance, aux réseaux et à la coopération sociale qui facilitent les interactions économiques (Putnam, 2000). Dans le crowdfunding, la confiance entre contributeurs et porteurs de projets est essentielle. Les plateformes de financement participatif reposent sur la transparence, la réputation et la fiabilité pour attirer et fidéliser les investisseurs (Mollick, 2014). Ainsi, le capital social constitue un facteur clé de succès pour l'adoption du crowdfunding au Mali, où les relations sociales et la confiance communautaire sont particulièrement importantes.

2.2. Cadre conceptuel

Les principaux concepts mobilisés dans cette recherche sont les suivants :

1.1.1 Tableau N°1: Concepts mobilisés dans le cadre du crowdfunding

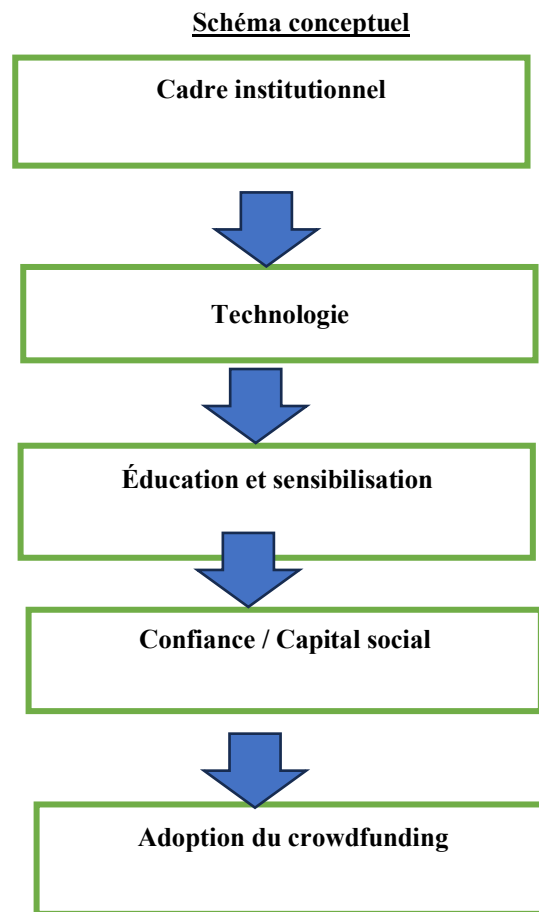
Concept	Définition	Référence
Crowdfunding / financement participatif	Levée de fonds auprès d'un large public via des plateformes numériques pour financer un projet spécifique.	Belleflamme, Lambert & Schwienbacher (2014)
Inclusion financière	Accès des individus et entreprises aux services financiers adaptés à leurs besoins.	World Bank (2022)
Capital social	Ensemble de réseaux, relations et normes de confiance favorisant la coopération économique.	Putnam (2000)
Innovation entrepreneuriale	Introduction de nouvelles idées, produits ou services créant de la valeur économique.	Schumpeter (1934)
Confiance numérique	Degré de sécurité perçu par les utilisateurs dans l'utilisation des plateformes en ligne.	Mollick (2014)

Source : Compilation de l'auteur à partir de Belleflamme et al. (2014), World Bank (2022), Putnam (2000), Schumpeter (1934), Mollick (2014).

2.3. Modèle conceptuel proposé

Le modèle conceptuel de la mise en place d'un système de crowdfunding au Mali repose sur quatre dimensions interconnectées :

- **Dimension institutionnelle et réglementaire** : cadre légal et fiscal favorable, protection des investisseurs, incitations pour les start-ups.
- **Dimension technologique** : plateforme sécurisée, fiabilité des transactions, accessibilité numérique pour les jeunes.
- **Dimension éducative et sociale** : sensibilisation, formation à la finance digitale et aux mécanismes de crowdfunding.
- **Dimension confiance et capital social** : transparence des projets, réputation des porteurs, participation communautaire.



Explication :

La réussite du crowdfunding dépend simultanément de ces quatre piliers. Par exemple, même si une plateforme numérique est sécurisée (dimension technologique), sans cadre réglementaire adapté (dimension institutionnelle) et sans confiance des contributeurs (dimension capital social), l'adoption restera limitée. De même, l'éducation financière et la sensibilisation sont nécessaires pour lever le déficit de connaissance observé chez les jeunes diplômés (INSTAT, 2023).

2.4. Justification de l'adoption du modèle

- **Réponse aux contraintes de financement classiques** : Les jeunes diplômés maliens ont souvent des idées innovantes mais peu de garanties financières (Diarra, 2021). Le crowdfunding permet de lever des fonds directement auprès d'investisseurs individuels ou de la diaspora.
- **Renforcement de l'inclusion financière** : La plateforme numérique permet d'élargir l'accès au financement à ceux qui sont exclus des circuits bancaires traditionnels (World Bank, 2022).
- **Capitalisation sur la confiance communautaire** : La forte culture de solidarité et les réseaux sociaux au Mali peuvent être mobilisés pour soutenir les projets (Putnam, 2000).

- **Apport de la technologie pour la transparence et le suivi** : Les outils numériques permettent de suivre l'avancement des projets, renforçant ainsi la confiance et la participation active des contributeurs (Mollick, 2014).

3.Méthodologie de recherche

3.1. Type et approche de recherche

Cette étude adopte une approche mixte (quantitative et qualitative), afin de combiner la rigueur statistique à la richesse de l'analyse contextuelle. Selon Creswell (2014), l'approche mixte permet de renforcer la validité des résultats en triangulant les sources d'information et les méthodes d'analyse. Ainsi, la dimension quantitative vise à mesurer la perception, le niveau de connaissance et la disposition des jeunes diplômés à utiliser le crowdfunding, tandis que la dimension qualitative cherche à comprendre les freins institutionnels, réglementaires et culturels liés à sa mise en place au Mali.

La démarche adoptée est descriptive et exploratoire. Elle est descriptive car elle s'attache à identifier et analyser les caractéristiques du phénomène étudié (le financement des jeunes entrepreneurs), et exploratoire parce qu'elle vise à proposer un modèle conceptuel innovant encore peu documenté dans le contexte malien (Diarra, 2021 ; Keita & Konaté, 2023).

3.2. Population et échantillonnage

La population cible est constituée de jeunes diplômés maliens âgés de 20 à 35 ans, porteurs de projets entrepreneuriaux, ainsi que d'acteurs institutionnels impliqués dans le financement des PME (banques, incubateurs, structures publiques, fintechs). Ce choix s'appuie sur les statistiques de l'INSTAT (2023), selon lesquelles cette tranche représente la majorité des demandeurs d'emploi diplômés et les plus concernés par le déficit de financement.

Un échantillonnage raisonné (non probabiliste) a été retenu, conformément aux recommandations de Miles, Huberman et Saldaña (2018), afin de sélectionner des individus informés et représentatifs du phénomène étudié. Ainsi, l'échantillon est composé de :

- 200 jeunes diplômés issus des universités et écoles de gestion de Bamako et Ségou ;
- 20 responsables d'institutions financières (banques, microfinances, fintechs) ;
- 10 représentants d'agences publiques et d'incubateurs (ANPE, APEJ, Impact Hub, Jokkolabs).

Cette composition permet de croiser les perceptions des porteurs de projets et celles des acteurs de financement.

3.3. Outils et techniques de collecte des données

Deux principaux outils ont été mobilisés :

- **Un questionnaire structuré**, administré auprès des jeunes diplômés, pour recueillir des données quantitatives sur leurs besoins de financement, leur connaissance du crowdfunding et leur niveau de confiance dans les plateformes numériques.
- **Des entretiens semi-directifs**, menés auprès des responsables institutionnels, afin d'approfondir les obstacles réglementaires, technologiques et socio-culturels à la mise en œuvre d'un système de crowdfunding au Mali.

Le recours à ces deux instruments favorise la **complémentarité méthodologique**, comme le soulignent Yin (2018) et Creswell (2014). Les questionnaires ont été administrés en présentiel et via des formulaires électroniques (Google Forms), tandis que les entretiens ont été réalisés de manière individuelle pour garantir la liberté de parole.

3.4. Traitement et analyse des données

Les données quantitatives ont été traitées à l'aide du logiciel SPSS version 26, afin d'obtenir des analyses descriptives (fréquences, moyennes, écarts-types) et des corrélations simples entre les variables liées au profil des répondants, leur connaissance du crowdfunding et leur intention d'utilisation.

Les données qualitatives, issues des entretiens, ont été analysées selon la méthode d'analyse de contenu thématique proposée par Bardin (2013). Cette méthode permet d'identifier les récurrences dans les discours et d'en dégager des catégories d'analyse (barrières institutionnelles, défis technologiques, facteurs de confiance, etc.). Les verbatims les plus représentatifs seront utilisés dans la section "Résultats et discussion" pour illustrer les perceptions des acteurs.

3.5. Validité et fiabilité

Pour garantir la **fiabilité** et la **validité** des données, plusieurs dispositifs ont été mis en place :

- **Pré-test du questionnaire** auprès d'un groupe pilote de 20 jeunes pour en évaluer la clarté et la cohérence (Creswell, 2014).
- **Triangulation des données** quantitatives et qualitatives pour limiter les biais d'interprétation (Yin, 2018).
- **Validation externe** du guide d'entretien par des experts en entrepreneuriat et finance alternative du Centre de Recherche en Sciences Économiques et Sociales (CERSES, Bamako).

Ces précautions méthodologiques visent à renforcer la crédibilité et la robustesse des conclusions de la recherche.

3.6. Limites de la méthodologie

Comme toute étude exploratoire, cette recherche présente certaines limites. L'échantillon, bien que représentatif, reste concentré sur les grandes villes et ne reflète pas totalement la diversité régionale du Mali. De plus, la nouveauté du concept de crowdfunding pourrait influencer les réponses, en raison d'une faible culture numérique et financière (Banque Mondiale, 2023). Ces limites seront prises en compte dans l'interprétation des résultats et la proposition du modèle final.

4. Présentation et discussion des résultats

4.1. Présentation des résultats

4.1.1. Caractéristiques socio-démographiques des répondants

L'échantillon de 200 jeunes diplômés présente les caractéristiques suivantes :

Tableau N°2: Profile des répondants

Caractéristique	Catégorie	Effectif	Pourcentage (%)
Sexe	Masculin	112	56
	Féminin	88	44
Tranche d'âge	20-25 ans	80	40
	26-30 ans	95	47,5
	31-35 ans	25	12,5
Niveau d'études	Licence	75	37,5
	Doctorat	15	7,5
Domaine de formation	Gestion/Économie	120	60
	Sciences & Ingénierie	60	30
	Autres	20	10

Source : Enquête personnelle, Août – Septembre 2025

Interprétation :

La majorité des répondants sont des diplômés en gestion ou économie (60 %) et âgés de 26 à 30 ans, correspondant à la population la plus concernée par l'entrepreneuriat post-universitaire (INSTAT, 2023). Cette distribution assure une représentativité pertinente pour analyser les perceptions liées au crowdfunding.

4.1.2. Connaissance et perception du crowdfunding

Question : « Connaissez-vous le crowdfunding comme moyen de financement ? »

Tableau N°3 : connaissance du crowdfunding

Réponse	Effectif	Pourcentage (%)
Oui	70	35
Non	130	65

Source : Enquête personnelle, Août – Septembre 2025

Interprétation :

Seuls 35 % des jeunes diplômés ont une connaissance préalable du crowdfunding, ce qui confirme le faible niveau de sensibilisation au Mali (Diarra, 2021). Ce déficit de connaissance constitue un obstacle potentiel à l'adoption du système.

Question : « Seriez-vous disposé à utiliser le crowdfunding pour financer votre projet ? »

Tableau N°4 : Disposition à utiliser le crowdfunding

Réponse	Effectif	Pourcentage (%)
Oui	150	75
Non	50	25

Source : Enquête personnelle, Août – Septembre 2025

Interprétation croisée :

Malgré la faible connaissance, 75 % des répondants se déclarent prêts à utiliser le crowdfunding, indiquant un **fort potentiel latent** si un système fiable et sécurisé est mis en place (Mollick, 2014).

4.1.3. Freins et obstacles à la mise en place du crowdfunding au Mali

Les entretiens semi-directifs (30 acteurs institutionnels et experts) ont mis en évidence plusieurs obstacles récurrents :

Tableau N°5 : Disposition à utiliser le crowdfunding

Thème	Verbatims représentatifs	Interprétation
Cadre réglementaire	« Nous n’avons pas de loi spécifique pour encadrer le financement participatif. Les banques restent sceptiques » (Banquier, Bamako)	Le manque de réglementation sécurise peu les investisseurs et limite l’innovation financière (OECD, 2022).
Confiance et transparence	« Beaucoup de jeunes n’osent pas investir en ligne par peur des arnaques » (Responsable incubateur, Bamako)	La confiance numérique est faible, un facteur clé de succès des plateformes de crowdfunding (Putnam, 2000).
Technologie	« La connexion internet et les moyens de paiement sécurisés ne sont pas toujours disponibles » (Fintech, Bamako)	L’infrastructure technologique limitée freine l’adoption du crowdfunding (World Bank, 2022).
Sensibilisation	« La plupart des jeunes ne connaissent pas encore le concept et son fonctionnement » (ANPE)	La formation et la vulgarisation sont nécessaires pour lever la barrière cognitive.

Source : Enquête personnelle, Août – Septembre 2025

Interprétation croisée :

Les obstacles institutionnels, technologiques et culturels identifiés corroborent les résultats quantitatifs : un faible niveau de connaissance (65 % ne connaissent pas le crowdfunding) mais un fort potentiel latent (75 % prêts à l’utiliser). Cette complémentarité confirme que la mise en place d’un système efficace dépend autant de la régulation et de la technologie que de la sensibilisation et de la confiance.

4.1.4. Facteurs favorisant l’adoption du crowdfunding

Les répondants ont été interrogés sur les conditions susceptibles d’augmenter leur disposition à utiliser le crowdfunding.

Tableau N°6 : Facteurs favorisant l’adoption du crowdfunding

Facteur	Pourcentage de réponses favorables (%)
Plateforme sécurisée	85
Garantie de transparence	80
Accompagnement et suivi	78
Sensibilisation et formation	72

Source : Enquête personnelle, Août – Septembre 2025

4.2. Discussion

Ces résultats montrent que la sécurité des transactions, la transparence et le suivi des projets sont les trois facteurs les plus déterminants pour l'adhésion au crowdfunding (Schwienbacher & Larralde, 2012 ; Belleflamme et al., 2014). La formation et la sensibilisation sont également essentielles pour transformer le potentiel latent en adoption effective.

4.2.1 Synthèse et implications

- **Faible connaissance mais fort intérêt latent** : L'absence de familiarité avec le crowdfunding n'empêche pas les jeunes diplômés de percevoir son potentiel comme solution au déficit de financement (Diarra, 2021).
- **Obstacles institutionnels et technologiques** : Le cadre légal, la transparence et les infrastructures numériques constituent des leviers cruciaux à sécuriser (OECD, 2022 ; World Bank, 2022).
- **Rôle du capital social et de la confiance** : Les jeunes semblent sensibles à la réputation et à la fiabilité des plateformes, confirmant la pertinence de la théorie du capital social (Putnam, 2000).
- **Implication pour le modèle conceptuel** : Ces résultats valident le modèle proposé, basé sur quatre piliers : institutionnel, technologique, éducatif et de confiance.

4.2.2 Conclusion de la section résultats

La présentation croisée des résultats quantitatifs et qualitatifs révèle que le Mali dispose d'un potentiel important pour développer un système de crowdfunding. Toutefois, sa réussite dépendra de la mise en place simultanée de mesures :

- un cadre réglementaire clair et protecteur,
- une infrastructure numérique fiable,
- des programmes de formation et de sensibilisation pour les jeunes et investisseurs,
- et des mécanismes de transparence et de suivi pour instaurer la confiance.

Ces résultats constituent une base empirique solide pour proposer un modèle opérationnel de crowdfunding adapté au contexte malien, que la prochaine section pourrait formaliser et illustrer.

5- Système de Crowdfunding Solidaire proposé (CROWDFUND-MALI)

5.1. Contexte et justification

Au Mali, le chômage des jeunes diplômés de l'enseignement supérieur demeure préoccupant : selon l'INSTAT (2023), plus de 35 % des diplômés restent sans emploi un an après la fin de leurs études. Malgré la volonté des pouvoirs publics de promouvoir l'entrepreneuriat, l'accès au financement constitue un frein majeur.

Dans le contexte socioculturel malien, la solidarité familiale et communautaire occupe une place centrale. Le projet CROWDFUND-MALI s'appuie sur cette force sociale pour transformer l'appui parental, communautaire et national en un mécanisme structuré, transparent et productif de financement des jeunes diplômés porteurs de projets collectifs.

5.2. Objectif général

Favoriser l'insertion professionnelle des jeunes diplômés maliens à travers un système national de financement participatif solidaire, fondé sur les contributions des parents, anciens élèves du système public et partenaires socio-économiques.

5.3. Objectifs spécifiques

- Structurer un cadre de mobilisation citoyenne et familiale en faveur de l'emploi des jeunes.
- Financer chaque année un portefeuille de projets collectifs de jeunes diplômés issus des établissements publics.
- Créer un mécanisme rotatif et durable de financement grâce au remboursement progressif et réinvestissement des fonds.
- Renforcer la gouvernance communautaire de l'emploi des jeunes à travers des comités mixtes de gestion, de suivi et de sélection.

5.4. Public cible

- **Jeunes diplômés maliens** (licence, master ou équivalent) issus du système public de l'enseignement supérieur.
- **Groupes de 5 à 10 diplômés** réunis autour d'un **projet commun** de création d'entreprise (coopérative, start-up, PME innovante).
- **Parents, travailleurs du public et du privé**, anciens élèves du système public, organisations de la diaspora et entreprises partenaires.

5.5. Structure institutionnelle du dispositif

- **Comité national de pilotage (CNP)**

Composé de représentants de l'État (Ministère de l'Enseignement Supérieur, Ministère de la Jeunesse, ANPE), du secteur privé, de la société civile et des associations de parents d'élèves.

Rôle : définition des orientations, validation du budget annuel, supervision stratégique.

- **Comité de gestion et de suivi (CGS)**

Implanté dans chaque région ou université.

Composition : représentants des parents contributeurs, des enseignants, des collectivités, des jeunes bénéficiaires et du secteur privé local.

Rôle :

- Gestion des fonds collectés.
- Suivi technique et financier des projets.
- Publication annuelle des résultats et bilans.

- **Comité de sélection des projets (CSP)**

Comité d'experts (économistes, entrepreneurs, enseignants, financiers).

Rôle :

- Sélection des projets selon des critères de viabilité économique et d'innovation sociale.
- Accompagnement à la formalisation (plan d'affaires, statut juridique, etc.).

5.6. Mécanisme de financement participatif

- **Sources de financement**
 - **Contributions parentales** : chaque parent ayant un enfant diplômé du public participe à hauteur d'un montant fixe (ex. 25 000 à 50 000 FCFA) par diplômé
 - Cotisation des travailleurs du public et du privé ayant bénéficié d'une formation publique : contribution annuelle volontaire (ex. 1 % du salaire net).
 - **Appui de la diaspora** et des anciens étudiants des universités publiques à travers des plateformes numériques.
 - **Subventions et partenariats institutionnels** : État, collectivités, bailleurs, banques, ONG.
- **Gestion des fonds**
 - Les fonds sont centralisés sur une plateforme numérique de crowdfunding national, sous supervision du Comité national de pilotage.
 - Chaque projet retenu reçoit un financement initial (ex. 5 à 10 millions FCFA), réparti selon la nature du projet et la taille du groupe.
 - Les projets bénéficient d'un suivi technique et managérial pendant 24 mois.

5.7. Remboursement et durabilité

Les entreprises financées s'engagent à rembourser le capital sans intérêts sur une période de 3 à 5 ans, selon les revenus générés.

Les fonds remboursés sont réinvestis dans de nouveaux projets, créant un fonds rotatif solidaire garantissant la pérennité du système sans dépendance extérieure.

5.8. Innovation sociale du modèle

- **Approche collective** : regroupement de 5 à 10 diplômés par projet favorisant la mutualisation des compétences et la solidarité entrepreneuriale.
- **Ancrage culturel** : valorisation de la solidarité intergénérationnelle et de la responsabilité citoyenne des anciens élèves du public.
- **Gouvernance inclusive** : implication directe des parents, institutions et jeunes diplômés dans la gestion du fonds.
- **Transparence numérique** : chaque donateur peut suivre en ligne l'évolution des projets financés.

5.9. Impact attendu

Tableau N°7: impact du crowdfunding

Domaine	Indicateurs d'impact à 5 ans
Emploi	+10 000 jeunes diplômés insérés à travers 1 000 micro-entreprises collectives
Économie locale	Dynamisation de 5 secteurs porteurs (agroalimentaire, énergie, services, numérique, artisanat)
Gouvernance	Création de 20 comités régionaux de gestion participative
Durabilité	80 % des fonds réinvestis après remboursement des premières cohortes
Inclusion	Participation de 50 000 parents et travailleurs publics/privés contributeurs

Source : auteurs, Août – Septembre 2025

5.10. Facteurs de réussite

- Implication politique et institutionnelle forte.
- Plateforme numérique transparente et auditée.
- Formation entrepreneuriale préalable des bénéficiaires.
- Suivi rapproché des projets par les comités régionaux.
- Valorisation médiatique des réussites pour renforcer la confiance et l'adhésion.

5.11. Apport de la mise en place d'un projet de Crowdfunding au Mali

Le projet **CROWDFUND-MALI** incarne une approche innovante, inclusive et durable du financement de l'emploi des jeunes diplômés. En s'appuyant sur la solidarité nationale et la transparence numérique, il offre une alternative crédible aux mécanismes classiques de financement. Il s'agit d'un modèle africain d'autofinancement du développement par la communauté, aligné sur les valeurs maliennes de solidarité, de responsabilité et d'engagement pour la jeunesse.

6. Conclusion

La mise en place d'un système de crowdfunding dédié au financement des projets entrepreneuriaux des jeunes diplômés au Mali apparaît comme une solution innovante et adaptée aux défis persistants du chômage des jeunes. À travers l'analyse des différentes structures de financement participatif et des besoins spécifiques des jeunes porteurs de projets, cet article a mis en lumière le potentiel d'un modèle inclusif permettant à tous les travailleurs du secteur privé de participer à l'essor économique national, tout en créant un cercle vertueux de réinvestissement des fonds récupérés dans de nouveaux projets.

Les résultats obtenus soulignent que ce type de mécanisme peut non seulement faciliter l'accès au capital pour des porteurs de projets souvent marginalisés par le système bancaire traditionnel, mais aussi renforcer l'esprit entrepreneurial et la culture de responsabilité collective au sein de la population active malienne. La combinaison d'un cadre juridique clair, d'une gouvernance transparente et de processus de sélection rigoureux constitue un levier stratégique pour assurer la durabilité et l'efficacité du système.

En perspective, le succès de ce modèle repose sur une coordination efficace entre les comités de gestion, les plateformes numériques de collecte et les acteurs institutionnels, ainsi que sur la mise en place d'indicateurs de

suivi et d'évaluation fiables. Il est donc recommandé d'accompagner ce système d'une communication ciblée, de formations en gestion de projet pour les jeunes, et de mesures incitatives pour les contributeurs afin de maximiser l'impact socio-économique.

En définitive, le crowdfunding apparaît comme un instrument prometteur pour stimuler l'innovation entrepreneuriale et favoriser l'insertion professionnelle des jeunes diplômés au Mali, contribuant ainsi à la réduction du chômage, au développement économique inclusif et à la dynamisation du tissu entrepreneurial national. Ce modèle pourrait servir d'exemple et être adapté à d'autres contextes africains confrontés à des défis similaires.

REFERENCES

- [1] Allen, F., & Santomero, A. M. (2001). *What do financial intermediaries do?* Journal of Banking & Finance, 25(2), 271–294.
- [2] African Crowdfunding Association (2021). *The State of Crowdfunding in Africa Report*. Cape Town.
- [3] Banque Mondiale (2023). *Mali Economic Update: Creating Opportunities for Youth Employment*. Washington DC.
- [4] Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). *Crowdfunding: Tapping the right crowd*. Journal of Business Venturing, 29(5), 585–609.
- [5] Bruton, G., Khavul, S., Siegel, D., & Wright, M. (2015). *New financial alternatives in [1] seeding entrepreneurship: Microfinance, crowdfunding, and peer-to-peer innovations*. Entrepreneurship Theory and Practice, 39(1), 9–26.
- [6] Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- [7] Diarra, A. (2021). *Les défis du financement des jeunes entrepreneurs au Mali : quelles alternatives ?* Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako.
- [9] Howe, J. (2008). *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*. New York: Crown Business.
- [10] INSTAT (2023). *Rapport sur la situation de l'emploi et du chômage au Mali*. Bamako.
- [11] Keita, M., & Konaté, S. (2023). *Entrepreneuriat et innovation financière au Mali : enjeux et perspectives*. Revue Malienne d'Économie et de Gestion, 8(2), 45–68.
- [12] Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- [13] Mollick, E. (2014). *The dynamics of crowdfunding: An exploratory study*. Journal of Business Venturing, 29(1), 1–16.
- [14] OECD (2022). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2022: An OECD Scoreboard*. Paris.
- [15] Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- [16] Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2012). *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures*. In *The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance*. Oxford University Press.

- [17] World Bank (2022). *Digital Financial Inclusion in Sub-Saharan Africa: Progress and Prospects*. Washington DC.
- [18] Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- [19] Ziegler, T., Suresh, K., & Wang, B. (2022). *The 3rd Global Alternative Finance Market Benchmarking Report*. Cambridge Centre for Alternative Finance.