

Les défis d'accès des entreprises au Crowdfunding : Analyse bibliométrique

The Challenges of Enterprise Access to Crowdfunding: A Bibliometric Analysis.

Auteur 1 : FARSI BOUTAINA

Auteur 2 : EL IDRISSE LALLA HIND

FARSI BOUTAINA,

Doctorante en science de gestion

Laboratoire des Etudes et Recherches Economiques et Sociales

Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociale de Meknès

Université Moulay Ismail - Maroc

EL IDRISSE LALLA HIND,

Professeur de l'enseignement supérieur

Laboratoire des Etudes et Recherches Economiques et Sociales

Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociale de Meknès

Université Moulay Ismail – Maroc

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 : FARSI .B & EL IDRISSE L .H (2025). « Les défis d'accès des entreprises au Crowdfunding : Analyse bibliométrique », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 30 » pp: 1430– 1444.



DOI : 10.5281/zenodo.16096998

Copyright © 2025 – ASJ



Résumé

Le crowdfunding (ou financement participatif) est devenu un moyen alternatif crucial de financement pour de nombreuses entreprises, en particulier pour les start-ups et les PME. Cependant, bien que cette forme de financement offre un potentiel considérable, de nombreuses entreprises rencontrent des défis importants pour accéder à ces ressources. Cette étude s'intéresse aux obstacles rencontrés par les entreprises, en particulier les start-ups et les PME, dans leur accès au financement participatif. Afin d'identifier les principales thématiques et tendances liées à cette problématique, une approche bibliométrique basée sur l'analyse d'un corpus de publications scientifiques indexées dans la base de données Scopus, couvrant la période 2015-2025. La méthodologie repose sur des techniques de cartographie scientifique, l'analyse de la cooccurrence des mots-clés et l'examen des réseaux de citations, permettant ainsi de faire émerger les auteurs influents, les concepts structurants et les dynamiques de recherche en lien avec le crowdfunding. L'échantillon étudié regroupe des travaux académiques abordant spécifiquement les défis d'accès au financement participatif pour les entreprises. Les résultats révèlent plusieurs obstacles récurrents, notamment la méfiance des investisseurs vis-à-vis de certains projets, les barrières technologiques, l'absence d'un cadre réglementaire unifié, ainsi que la difficulté pour certaines entreprises à formuler des propositions suffisamment attractives pour mobiliser des contributeurs. Ces constats soulignent la complexité du recours au crowdfunding et offrent des pistes de réflexion pour améliorer les conditions d'accès à ce mode de financement, tant sur le plan pratique que théorique.

Mots clés : Crowdfunding – Entreprise – Analyse bibliométrique.

Abstract

Crowdfunding has emerged as a crucial alternative financing method for many enterprises, particularly startups and small and medium-sized enterprises (SMEs). However, while this form of financing offers significant potential, many enterprises face substantial challenges in accessing these resources. This study focuses on the obstacles encountered by enterprises especially startups and SMEs in their efforts to secure crowdfunding. To identify the main themes and trends related to this issue, a bibliometric approach is employed, based on the analysis of a corpus of scientific publications indexed in the Scopus database, covering the period from 2015 to 2025. The methodology relies on scientific mapping techniques, including keyword co-occurrence analysis and citation network examination. This allows for the identification of influential authors, key structuring concepts, and emerging research dynamics related to crowdfunding. The analyzed sample consists of academic works that specifically address the challenges enterprises face in accessing crowdfunding. The results reveal several recurring obstacles, such as investor distrust toward certain projects, technological barriers, the lack of a unified regulatory framework, and difficulties some enterprises face in crafting sufficiently compelling proposals to attract backers. These findings highlight the complexity of using crowdfunding as a financing tool and provide insights for improving access conditions both in practice and from a theoretical perspective.

Keywords : Crowdfunding – Companies - Bibliometric analysis.

Introduction

Le crowdfunding, ou financement participatif, s'impose progressivement comme une pratique incontournable au sein de la finance entrepreneuriale. Il se définit comme un appel public à contributions financières, le plus souvent diffusé via Internet, permettant de mobiliser des ressources sous forme de dons, de préventes de produits, de contreparties symboliques ou encore de droits de participation. Un nombre croissant d'entreprises ont recours à ce mode de financement en s'appuyant sur des plateformes en ligne spécialisées. Le crowdfunding joue ainsi un rôle d'intermédiation entre les porteurs de projets, généralement des entrepreneurs ou des start-ups, et un large public de contributeurs potentiels. Il permet d'élargir les possibilités de levée de fonds au-delà des canaux traditionnels tels que les proches, les investisseurs providentiels (business angels), les établissements bancaires ou les sociétés de capital-risque. En ce sens, et conformément aux logiques propres aux marchés multilatéraux, le crowdfunding génère de la valeur en facilitant les interactions directes entre les initiateurs de projets et les contributeurs. Un courant de recherche émergent sur le crowdfunding se distingue actuellement par deux caractéristiques majeures. D'une part, il adopte une approche résolument interdisciplinaire, à la croisée de plusieurs domaines tels que la finance, l'économie, la gestion, la sociologie et les systèmes d'information. D'autre part, ce champ d'étude se développe tant au sein des espaces académiques traditionnels qu'en dehors de ceux-ci, témoignant ainsi d'un renouvellement des cadres et des modalités de production des savoirs sur le sujet. Cet article fait le point plus précisément sur les défis d'accès des entreprises au financement participatif. Dans ce contexte notre étude se propose de répondre à la question suivante :

Quelles sont les principales tendances, orientations théoriques et évolutions identifiées dans la littérature scientifique sur ce sujet, et comment une analyse bibliométrique permet-elle de mieux comprendre les défis d'accès des entreprises au financement participatif ?

Pour répondre à cette question, nous avons entrepris une étude bibliométrique fondée sur une extraction d'articles scientifiques issus d'une seule base de données majeures : SCOPUS. Cette base a été choisie en raison de sa couverture internationale étendue et de sa reconnaissance pour la qualité scientifique des publications qu'elle indexe. Étant donné que l'anglais est la langue dominante dans les publications scientifiques internationales, la recherche de mots-clés a été réalisée exclusivement en anglais afin d'assurer l'exhaustivité et la pertinence du corpus collecté (Mongeon & Paul-Hus, 2016).

Pour ce faire, nous allons éclairer le concept du crowdfunding, son mode de fonctionnement et ses typologies. Ensuite, nous soulignerons les défis en matière de crowdfunding et son évolution dans le monde.

1. Le Crowdfunding : Analyse théorique et conceptuel

1.1. Définition :

Le concept de crowdfunding (connu également sous le nom de financement par la foule ou financement participatif) vient du concept de « crowdsourcing », qui implique l'utilisation de « la foule » pour décrocher des idées, feed-back et des solutions pour développer les activités des entreprises (Belleflamme, Lambert et Schwienbacher, 2013). En effet, pour (Kleemann et al, 2008), le « Crowdsourcing » a lieu au moment où une société à but lucratif externalise au grand public (la foule) les tâches spécifiques et qui sont primordiales pour la fabrication ou la vente de son produit sous forme d'un appel ouvert sur Internet, avec l'intention d'animer des individus pour faire une contribution volontaire au processus de la production de la société sans contrepartie ou beaucoup moins que cette contribution vaut à la société. Kleemann et al, 2008) ont considéré le crowdfunding comme un appel public principalement fait par le biais d'internet permettant la fourniture de ressources financières obtenues par le don, un échange de produit ou future produit, toute forme de récompense et/ou de droits de vote. De surcroît, Mollick (2014) a lié le crowdfunding à l'effort d'entrepreneurs individuels et de groupes culturels, sociaux et marchands afin de participer au financement de leurs activités en faisant appel à des contributions relativement petites provenant d'un grand nombre d'individus via internet et sans aucun intermédiaire financier classique. D'une manière générale, le financement par la foule fait référence à l'ensemble des outils numériques qui permettent à des internautes « la foule » d'aider des projets en recherche de financement (Poissonnier et al., 2016). Valanciene et Jegeleviciute (2013) ont défini le financement participatif comme étant une méthode pour établir la connexion entre les entrepreneurs qui ont besoin des capitaux et les nouveaux investisseurs qui constituent une nouvelle source de capital, ces derniers sont en général prêts à investir de petites quantités par des intermédiaires basés sur Internet. Il s'avère que le financement participatif est un moyen de financement alternatif aux voies financières traditionnelles qui met en relation les investisseurs avec ceux qui ont besoin de financement pour un projet spécifique en faisant appel à la foule pour récolter des fonds (en général des petites sommes) à travers des plateformes électroniques.

1.2. Les typologies du crowdfunding :

Le recours au crowdfunding peut concerner une grande diversité de projets, qu'ils soient artistiques, politiques, économiques, environnementaux ou à vocation humanitaire. En conséquence, la nature de la collecte de fonds varie en fonction des objectifs poursuivis par les porteurs de projet. Cette diversité se traduit par l'existence de plusieurs formes de financement participatif, chacune répondant à des logiques et à des finalités spécifiques. On distingue ainsi quatre grandes catégories de crowdfunding :

1.2.1. Le prêt participatif (Lending-based crowdfunding) :

Il s'agit dans le cadre de cette technique d'un financement par crédit sans passer par les banques traditionnelles. Le remboursement du prêt est avec intérêts, mais certains prêts sociaux et financiers sont sans intérêt . A la différence d'une banque traditionnelle, le prêt participatif ne sélectionne pas les projets rentables, mais il permet plutôt aux bailleurs de fonds de décider eux-mêmes si un projet particulier devrait être financé. Toutefois, certaines mesures juridiques ont été mises en place par certains pays pour éviter l'interférence avec le rôle des banques. A cet effet, dans le crowdfunding, le montant du crédit octroyé par investisseur est limité et le montant total de la levée de fonds est plafonné. Ce type de financement est commode pour les projets de micro développement.

1.2.2. Le crowdfunding en actions et en redevances (Equity-based and royaltybased crowdfunding) :

Dans le cadre du crowdfunding par action ou en redevances, l'apport est sous forme d'un investissement et les bailleurs de fonds agissent en tant qu'investisseurs ou prêteurs. Concernant le crowdfunding en actions, les bailleurs se voient attribués de titres de participations (actions), tandis que, dans le crowdfunding basé sur les redevances, une fraction des profits est offerte aux investisseurs. Ce type de financement est commode pour les petites et moyennes entreprises (PME) innovantes.

1.2.3. Le financement sans contreparties financières (Reward-based crowdfunding) :

A l'encontre des deux formes précédentes du crowdfunding, dans le financement sans contreparties, les bailleurs de fonds ne s'intéressent pas principalement au rendement financier et le collecteur de fonds préserve la propriété de son projet. Par ailleurs, même si l'apport de ces derniers est sous la forme d'un don, ils reçoivent en contrepartie une récompense comme par exemple : le premier modèle produit par l'entrepreneur. C'est donc comme une action de préachat ou de pré-commande.

1.2.4. Le crowdfunding à but caritatif (Donation-based crowdfunding) :

Ce type financement renvoi au financement par donation ou mécénat. Il repose sur des contributions volontaires du public sans contrepartie. Ce type de financement est souvent demandé pour financer les projets caritatifs et il est commode pour les associations, petites organisations et les personnes qui collectent de l'argent pour des causes de bienfaisance personnelles ou spécifiques. Les fonds collectés ne contiennent pas de retours monétaires ni de paiements en nature en dehors de la reconnaissance au sein d'une communauté. (Belleflamme, P., Omrani, N., & Peitz, M. (2015)) .

2. Les défis d'accès au Crowdfunding :

Le Crowdfunding, bien qu'il constitue une alternative innovante aux modes traditionnels de levée de fonds, soulève un certain nombre de défis structurels et opérationnels. L'un des enjeux majeurs concerne la **gestion de la confiance**, dans un contexte marqué par une forte asymétrie d'information entre les porteurs de projets et les contributeurs (Belleflamme et al., 2014). L'absence de garanties tangibles et la difficulté à évaluer la crédibilité des projets peuvent freiner l'engagement des bailleurs de fonds, particulièrement dans les modèles basés sur le don ou la prévente. Par ailleurs, la **réglementation du secteur** demeure hétérogène et parfois insuffisamment claire, ce qui peut compromettre la protection des investisseurs, notamment dans les formes de *crowdfunding* fondées sur l'investissement en capital (Agrawal, Catalini & Goldfarb, 2015). Les porteurs de projets, quant à eux, sont confrontés à des obstacles liés à la **visibilité** et à la **capacité de mobilisation d'une communauté**, éléments centraux à la réussite d'une campagne (Gerber & Hui, 2013). La multiplication des initiatives sur les plateformes accentue la concurrence, rendant plus difficile l'émergence des projets sans ressources préalables en communication ou sans réseau solide. Enfin, la phase post-campagne représente également un défi, dans la mesure où la livraison des contreparties, le suivi du projet et la transparence exigent des compétences organisationnelles souvent sous-estimées par les entrepreneurs (Mollick, 2014). Ainsi, bien que le crowdfunding ouvre de nouvelles perspectives de financement désintermédié, il ne saurait être perçu comme une solution miracle, tant les contraintes opérationnelles et les incertitudes juridiques et relationnelles demeurent nombreuses.

3. Méthodologie de recherche :

Nous avons opté pour une combinaison dynamique de termes, soigneusement calibrée pour refléter à la fois la généralité du domaine et les spécificités de notre étude, comme le montre la figure 1. D'une part, l'utilisation du terme "crowdfunding" en tant que mot-clé principal est

essentielle, car il s'agit du terme standardisé et le plus fréquemment employé dans la littérature anglophone et internationale (Belleflamme et al., 2014 ; Mollick, 2014). Il permet de capter un large éventail de publications, y compris les études empiriques, les travaux théoriques et les analyses sectorielles.

D'autre part, les expressions "participatory financing" et "participative financing" élargissent le champ de recherche, en permettant d'inclure des travaux qui ne mobilisent pas nécessairement le terme "crowdfunding", mais qui abordent des formes voisines ou des approches plus générales du financement inclusif ou collaboratif. Cela peut être particulièrement utile dans les domaines interdisciplinaires comme l'économie sociale, les finances solidaires ou la gouvernance communautaire.

Figure N°1 : Combinaisons de mots-clés

(TITLE-ABS-KEY (crowdfunding) OR TITLE-ABS-KEY (participatory AND financing) OR TITLE-ABS-KEY (participative AND financing) OR TITLE-ABS-KEY (the AND challenges AND of AND participatory AND financing))

La période 2015-2025 a été délibérément choisie, non seulement pour sa valeur chronologique, mais aussi parce qu'elle marque un moment charnière dans l'évolution du discours managérial sur le financement participatif et ses défis chez les entreprises. Pour constituer le corpus, nous avons utilisé la base de données Scopus, réputée pour sa couverture complète et son indexation rigoureuse des publications scientifiques en sciences sociales, économiques et de gestion. La requête initiale, basée sur une combinaison de mots-clés soigneusement élaborée, a permis d'obtenir 5000 articles. Cependant, afin de garantir la pertinence et la cohérence des données analysées, plusieurs filtres ont été appliqués : sélection du type de document (articles de recherche uniquement), restriction aux disciplines concernées (commerce, économie, sociologie) et cadrage temporel précis. A l'issue de ce processus de sélection, le corpus final a été réduit à 2143 publications, une collection riche, ciblée et représentative de la dynamique du domaine. L'analyse des cooccurrences terminologiques a été réalisée à l'aide du logiciel VOSviewer, particulièrement adapté à la cartographie scientifique.

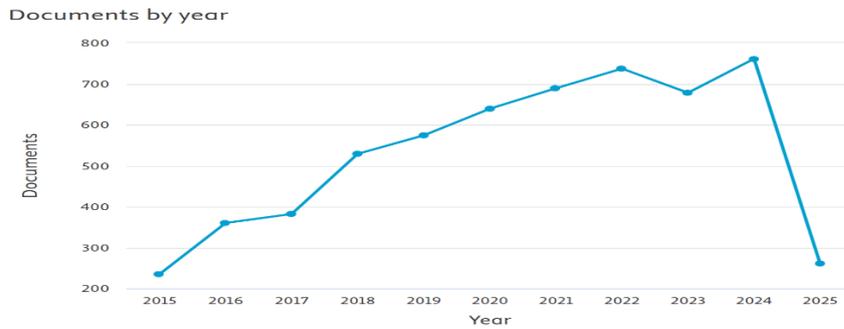
Ce choix méthodologique s'explique par la capacité de l'outil à visualiser des réseaux sémantiques complexes, tout en mettant en évidence les nœuds terminologiques centraux, les proximités thématiques et les structures latentes au sein des corpus bibliographiques. Plus qu'un simple outil de représentation, VOSviewer a permis d'identifier des logiques profondes

structurant le domaine, tout en fournissant une base visuelle pour une discussion critique des tendances identifiées.

4. Les résultats de recherche :

4.1. La distribution en fonction des années :

Figure 2: Distribution des publications par année

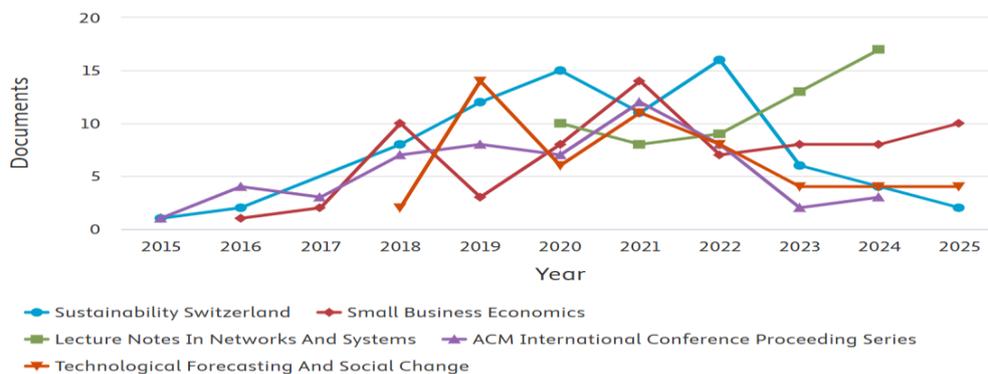


Source : Scopus bibliométrique data

Le graphique illustre l'évolution du nombre de documents au fil des ans, de 2015 à 2025. On remarque une tendance générale à l'augmentation de la production documentaire sur cette période, marquée par une croissance significative entre 2015 et 2018. Bien qu'une légère inflexion soit visible en 2019, la tendance haussière reprend rapidement, culminant en un nombre maximal de documents en 2024. Cependant, l'année 2025 présente une rupture abrupte avec cette dynamique, affichant une diminution spectaculaire du nombre de documents. Il est crucial de considérer que nous ne sommes qu'en avril 2025, et ce chiffre pourrait évoluer. Néanmoins, la différence marquée avec l'année précédente soulève des questions quant aux facteurs ayant pu influencer cette forte baisse.

4.2. Les sources les plus pertinentes :

Figure 3 : Le nombre et la citation des documents par période de recherche de 2015 à 2025

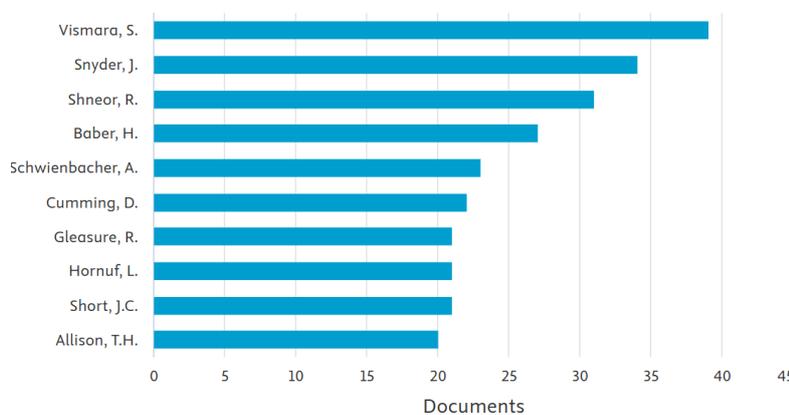


Source : Scopus bibliométrique data

Ce graphique met en lumière l'évolution temporelle de la production documentaire pour cinq sources distinctes entre 2015 et 2025, révélant des trajectoires singulières pour chacune. "Sustainability Switzerland" a connu une ascension marquée jusqu'en 2022 avant de subir une forte régression et de se stabiliser à un faible volume. "Small Business Economics" se distingue par une croissance plus erratique, avec des pics en 2018 et 2021, précédant une phase de déclin et de stabilisation à un niveau modeste. "Lecture Notes In Networks And Systems" affiche une progression constante à partir de 2020, atteignant son apogée en 2024, suivie d'une légère inflexion en 2025. Quant à "ACM International Conference Proceeding Series", après une augmentation initiale culminant en 2018 et des fluctuations ultérieures, on observe une reprise en 2021, suivie d'une chute substantielle et d'un maintien à un niveau bas. Enfin, "Technological Forecasting And Social Change" se caractérise par une croissance rapide jusqu'en 2019, une baisse notable en 2020, une reprise en 2021, et enfin une diminution graduelle jusqu'en 2025. Globalement, l'année 2025 semble indiquer une production documentaire relativement modeste pour la majorité de ces sources, comparée aux sommets atteints précédemment.

4.3. Les auteurs les plus pertinents :

Figure 3 : Les auteurs et les collaborations les plus pertinents

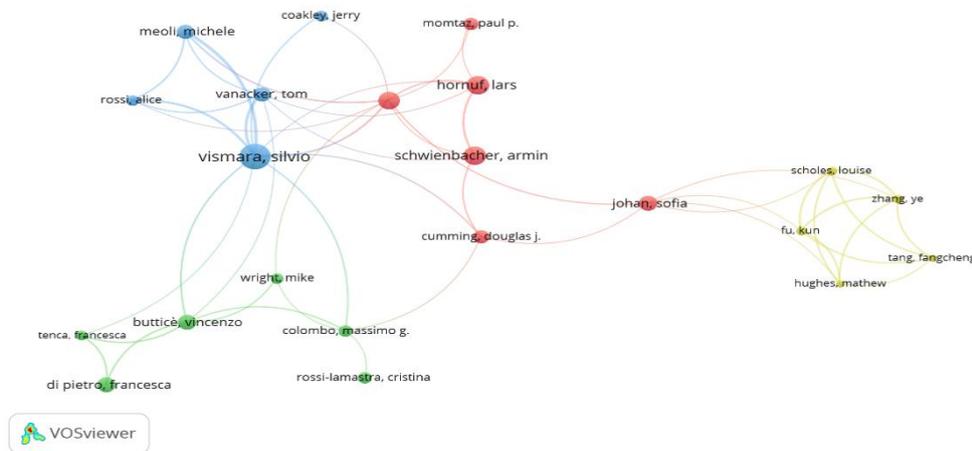


Source : Scopus bibliométrique Data

On observe une variation significative dans la productivité scientifique de ces chercheurs. Vismara, S. se distingue nettement avec le plus grand nombre de publications, suivi de Snyder, J. et Shneor, R., qui présentent également une contribution substantielle. Baber, H. et Schwiebacher, A. affichent un nombre de publications légèrement inférieur, tandis que Cumming, D., Gleasure, R., Hornuf, L., Short, J.C., et Allison, T.H. ont un nombre de documents publiés relativement similaire et plus modeste par rapport aux auteurs les plus prolifiques de cet ensemble. En résumé, la production scientifique, telle que mesurée par le

nombre de documents, est inégalement répartie parmi ces auteurs, avec une concentration notable chez les trois premiers.

Figure 4 : Carte de visualisation des coauteurs

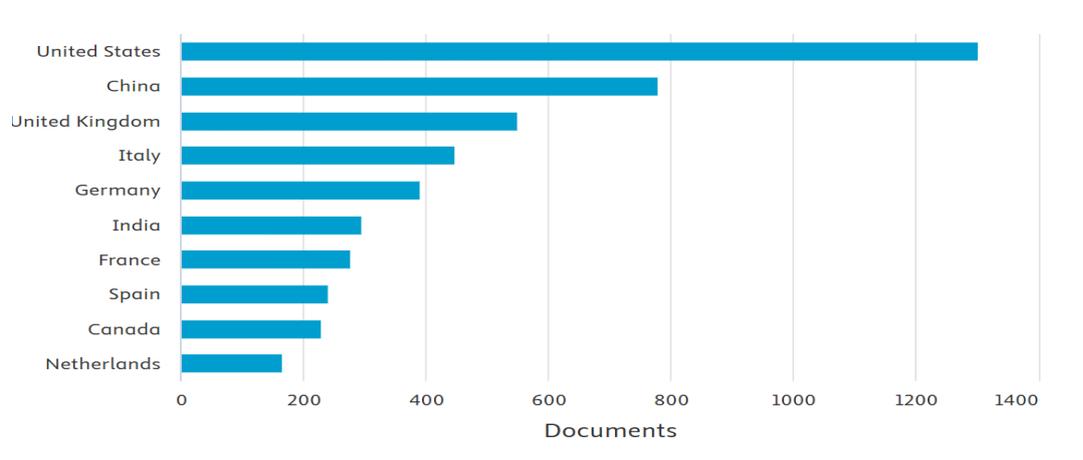


Source : VOSviewer

La taille des nœuds représente probablement le nombre de publications de chaque auteur, tandis que les liens entre eux indiquent une collaboration sur au moins une publication. On observe plusieurs clusters distincts de collaboration. Un groupe central, avec des nœuds de taille importante, suggère une collaboration fréquente entre Vismara, Silvio, Vanacker, Tom, Meoli, Michele, et Rossi, Alice. Un autre cluster, plus petit mais distinct, met en évidence les collaborations entre Hornuf, Lars, Schwienbacher, Armin, Cumming, Douglas J., et Momtaz, Paul P. Un troisième groupe, situé plus à droite, indique des collaborations entre Scholes, Louise, Zhang, Ye, Fu, Kun, Tang, Fangcheng, et Hughes, Matthew. Des collaborations moins fréquentes, représentées par des liens plus isolés, existent également entre des auteurs de différents clusters, comme les liens entre Vismara et Hornuf, ou entre Vismara et Wright, Mike. De même, un autre petit cluster est formé par Tenca, Francesca, Di Pietro, Francesca, Buttice, Vincenzo, Colombo, Massimo G., et Rossi-Lamastra, Cristina. En résumé, le graphique révèle des communautés de co-auteurs relativement bien définies, avec des collaborations plus intenses au sein de ces groupes et des collaborations moins fréquentes entre les groupes.

4.4. Les publications par pays :

Figure 5 : Nombre de publications par pays

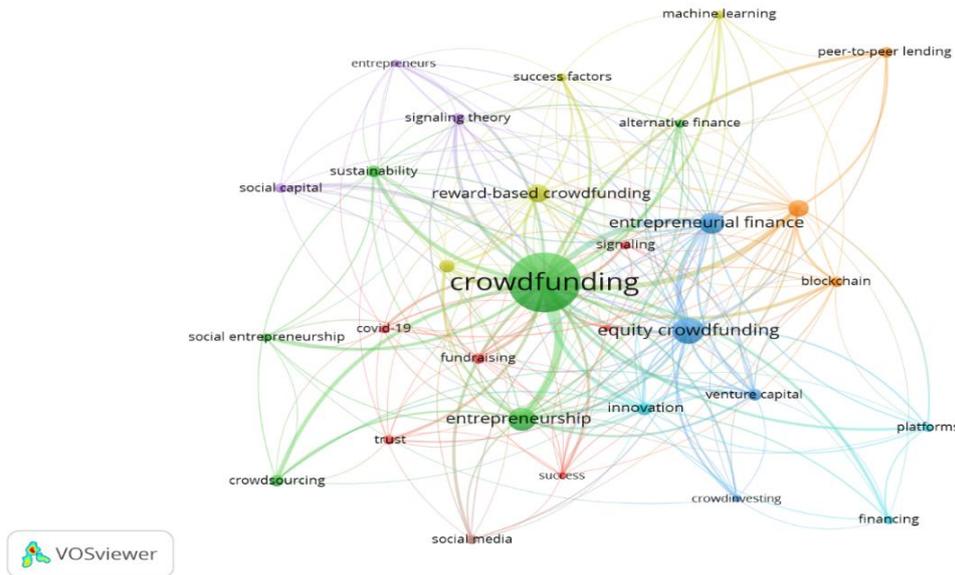


Source : Scopus bibliométrique data

Ce graphique à barres horizontales compare le nombre de documents publiés par différents pays. Les États-Unis se distinguent nettement avec le nombre de publications le plus élevé, dépassant largement les autres pays représentés. La Chine arrive en deuxième position, avec un nombre de documents également substantiel, bien qu'inférieur à celui des États-Unis. Le Royaume-Uni et l'Italie suivent, avec un nombre de publications comparable entre eux, mais significativement moins élevé que la Chine. L'Allemagne et l'Inde affichent ensuite un niveau de production documentaire similaire, encore en deçà des pays précédents. La France et l'Espagne présentent un nombre de publications comparable et inférieur à l'Allemagne et à l'Inde. Enfin, le Canada et les Pays-Bas ont le nombre de documents publiés le plus faible parmi les pays listés. En résumé, les États-Unis dominent largement en termes de nombre de publications, suivis par la Chine, tandis que les autres pays présentent des niveaux de production documentaire plus modestes et variés.

4.5. Le réseau de cooccurrence des mots-clés :

Figure 6 : Le réseau de cooccurrence des mots-clés



Source : VOSviewer

Ce graphique de réseau illustre une analyse des mots-clés liés au "crowdfunding". La taille des nœuds représente probablement la fréquence d'apparition de chaque mot-clé, tandis que les liens indiquent leur co-occurrence dans les mêmes publications. Le mot-clé "crowdfunding" occupe une position centrale avec une taille de nœud importante, soulignant son rôle principal dans cet ensemble de données. On observe plusieurs clusters de mots-clés étroitement associés au crowdfunding. Un groupe en haut à gauche inclut des termes comme "reward-based crowdfunding", "social capital", "sustainability", "signaling theory", et "entrepreneurs", suggérant une dimension liée aux incitations non financières et aux aspects sociaux du crowdfunding pour les porteurs de projet. Un autre cluster, en haut à droite, met en évidence des liens avec la "machine learning", le "peer-to-peer lending", et l'"alternative finance", indiquant l'exploration des aspects technologiques et des formes de financement alternatives associées au crowdfunding. Un troisième groupe, à droite et en bas, se concentre sur "equity crowdfunding", "venture capital", "innovation", "platforms", et "financing", soulignant la dimension d'investissement en capital et les plateformes qui facilitent le crowdfunding. Un dernier cluster, en bas à gauche, associe le "crowdfunding" à l'"entrepreneurship", au "trust", au "fundraising", au "social media", et au "crowdsourcing", mettant en évidence les aspects fondamentaux du processus de financement participatif, le rôle de la confiance et des médias

sociaux, ainsi que sa relation avec l'entrepreneuriat et l'approvisionnement participatif. La présence du mot-clé "covid-19" suggère également l'étude de l'impact de la pandémie sur le phénomène du crowdfunding. En résumé, cette analyse de mots-clés révèle les thématiques clés et les relations conceptuelles associées au crowdfunding dans la littérature étudiée, mettant en évidence ses multiples facettes et ses liens avec divers domaines.

5. DISCUSSION :

Les résultats de l'analyse bibliométrique révèlent une trajectoire évolutive remarquable dans la manière dont la recherche universitaire aborde le crowdfunding au sein des entreprises. Loin de confirmer les tendances antérieures, ces résultats s'inscrivent dans une dynamique plus large de transformation du domaine, avec des répercussions significatives, tant sur le plan théorique qu'en termes d'implications pratiques pour les organisations. L'analyse combinée de ces différentes visualisations offre un aperçu multidimensionnel de la production scientifique et des collaborations dans le domaine du crowdfunding et des sujets connexes. La tendance temporelle du nombre de documents révèle une croissance générale de la production jusqu'en 2024, suivie d'une chute notable en 2025, une observation qui mériterait une investigation plus approfondie pour identifier les facteurs sous-jacents. L'examen de la production par source met en lumière des trajectoires distinctes pour différentes publications, soulignant la diversité des dynamiques de publication au sein du domaine. L'analyse de la productivité des auteurs révèle une distribution inégale, avec quelques chercheurs se distinguant par un nombre significativement plus élevé de publications, suggérant une concentration de l'expertise et de la contribution au sein d'un noyau d'individus. Le réseau de co-authorship confirme l'existence de communautés de collaboration bien établies, indiquant des échanges actifs de connaissances et une construction collective de la recherche au sein de ces groupes.

En effet, l'analyse des mots-clés met en évidence les concepts fondamentaux et émergents associés au crowdfunding, allant des modèles basés sur la récompense et l'equity à l'influence des technologies telles que le machine learning et la blockchain, en passant par son rôle dans l'entrepreneuriat et le financement alternatif. La présence du terme "covid-19" suggère également l'intégration de l'impact des événements mondiaux sur le domaine de recherche. Ensemble, ces visualisations soulignent la complexité et la richesse du paysage de la recherche autour du crowdfunding, caractérisé par une croissance passée, des collaborations structurées et une variété de thématiques explorées.

6. CONCLUSION :

En guise de conclusion, l'ensemble des analyses présentées offre une compréhension approfondie de la dynamique de la recherche dans le domaine du crowdfunding et des sujets connexes. La croissance passée de la production scientifique, les réseaux de collaboration établis entre les chercheurs, et l'identification des thématiques clés et émergentes soulignent la vitalité et la complexité de ce domaine. La récente diminution du nombre de publications en 2025 soulève des questions importantes pour les recherches futures. L'hétérogénéité des sources de publication et la concentration de la productivité chez certains auteurs mettent en évidence des aspects importants de la structure de la communauté de recherche. Finalement, l'interconnexion des mots-clés révèle la nature multidisciplinaire du crowdfunding et son imbrication avec des concepts variés allant de la finance entrepreneuriale aux technologies émergentes et aux facteurs socio-économiques. Ces observations combinées fournissent une base solide pour orienter de futures investigations et pour comprendre l'évolution continue de ce champ de recherche.

BIBLIOGRAPHIE

- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). *Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions*. *Journal of Economics & Management Strategy*, 24(2), 253–274. <https://doi.org/10.1111/jems.12093>
- Belleflamme, P., Lambert T., Schwienbacher, A., (2014). *Crowdfunding: Tapping the Right Crowd*, *Journal of Business Venturing*, vol. 29, p. 585-609.
- Belleflamme, P., Omrani, N., & Peitz, M. (2015). *The economics of crowdfunding platforms*. *Information Economics and Policy*, 33, 11-28.
- *Crowdfunding's Potential for the Developing World*. (2013). infoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC: World Bank.
- Gerber, E. M., & Hui, J. S. (2013). *Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation*. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 20(6), 1–32. <https://doi.org/10.1145/2530540>
- Kleemann, F., Voß G.G., Rieder, K., (2008). *Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing*. *Science Technology Innovation Studies* 4 (1): 6–26.
- Mollick, E. (2014). *The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study*. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Mollick, E., (2014). *The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study*, *Journal of Business Venturing*, vol. 29, p. 1-16.
- Nesta Operating Company. (s.d.). *A Brief History of Crowdfunding*. Récupéré sur http://www.ema.eu/fileadmin/content/REALISE_IT_2/REALISE_IT_3/IntroToCrowdfunding.pdf
- Poissonnier, A., Bès, B., (2016). *Le financement participatif : Un nouvel outil pour les entreprises*, Ed. EYROLLES
- Valanciene, L., Jegeleviciute, S., (2013). *Valuation of crowdfunding: benefits and drawbacks*. *Economics and Management*, 18(1), 39-48