

La Réussite du Compte d'Investissement de Partage de Profit et de Perte : Quelles Options pour le Produit Moudaraba ?

El Azzouzi Zouhair

Docteur en Sciences Economiques et de Gestion,

Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales, Université Abdelmalek Esaàd, Tétouan, Maroc

Résumé : La finance participative est peu connue, surtout au niveau de certaines techniques avec des structures compliquées, de même, les clients bancaires musulmans ne sont pas seulement motivés par la religion, le rendement se présente aussi comme un facteur essentiel pour certains segments. Par conséquent, les banques participatives doivent veiller à une bonne combinaison des facteurs entrant dans l'élaboration et la commercialisation du produit. Notamment, les directives réglementaires, l'éducation et la sensibilisation des clients et le facteur personnel. La communication doit être intensifiée pour promouvoir la finance participative en s'appuyant sur ces valeurs éthiques et religieuses englobées dans la doctrine musulmane. Elle doit aussi veiller à une formation adéquate du personnel. Entant qu'un facteur important dans la communication des comptes d'investissement de partage de profit et de perte, ce dernier doit être sensibilisé est cultivé à-propos de son importance dans la contribution à la promotion du produit. Le personnel doit communiquer et expliquer le fonctionnement du produit avec tout engagement et responsabilité. Notamment la bonne explication des réserves qui mettent en cause souvent la conformité à la « charia » du compte.

Mots-clés : Finance Participative, Partage de Profit et de Perte, Compte d'investissement, Moudaraba.

1. Introduction

La réussite de lancement des comptes de partage de profit et de perte nécessite une étude sur les différents facteurs qui peuvent influencer le produit, soulignant que l'environnement des produits bancaires est réglementé par les autorités monétaire, ce qui laisse une marge minime d'action pour les banques participatives, en ce qui concerne le rendement ou bien la garantie. Pourtant, plusieurs facteurs peuvent être complètement gérables par la banque participative. La banque participative doit étudier le comportement des clients vis-à-vis de la finance participative en général et le produit de partage de profit et de perte en particulier, pour pouvoir réagir

conformément aux besoins et aux attentes de ces derniers. Plusieurs pays ont accumulé des expériences en finance participative, les banques participatives qui y opèrent offrent des enseignements précieux à travers leurs expériences. C'est donc à travers une étude et une analyse pertinente issues des banques participatives que nous pourrions construire une base solide et généralisée sur les aspects clés pour la réussite du compte de partage de profit et perte, notamment le personnel, la communication, les réserves, la concurrence, etc. En effet, notre présent article a consisté en une étude bibliographique sur les différents aspects, concernant le compte de partage de profit et de perte, et plus particulièrement, concernant le produit Moudaraba. Cette méthode présente des avantages comme des inconvénients, commençant d'abord par les avantages, ceux-ci consistent à apprendre des expériences des banques participatives existant depuis des années, ce qui présente un grand avantage pour les pays retardataires de tirer profit de ces derniers. Ils profitent alors de la chance d'élaborer le produit à partir d'une base solide, tout en détectant les défaillances pour mettre les choses dans le bon chemin dès le départ, et prévoir les lacunes, les obstacles avant leur réalisation. Du côté des inconvénients, dans un premier lieu, la méthode pratiquée dans notre travail de recherche ne permet pas de prendre en compte la particularité du contexte marocain, qui ne peut être atteint qu'à travers une enquête empirique, et l'élaboration d'une enquête nécessitant des ressources matérielles et humaines importantes. Dans un deuxième lieu, même avec une enquête, ne nous serons pas capables de cerner complètement les aspects mentionnés dans ce présent travail, dont la plupart apparaîtront après une période significative de fonctionnement des banques participatives. Cependant, nous allons effectuer une véritable progression pour répondre à la problématique suivante : Quelles options pour réussir la commercialisation des comptes de partage de profit et de perte dans les banques participatives ? Pour répondre à cette problématique, nous commencerons notre travail de recherche par un aperçu global sur le produit Moudaraba ainsi que les attitudes générales sur le principe de partage de profits et de pertes, et ce avant l'identification des différentes options pour la réussite de ce genre de produit.

2. Aperçu sur le produit Moudaraba

Dans la littérature du Fiqh, le mot Moudaraba est synonyme de « Qirab » auquel cas, le financier est appelé « Mouqarid ». Du point de vue « al Dharb » linguistique. Moudaraba signifie voyager, se déplacer sur terre en vue du commerce et à la recherche des moyens de subsistance. En effet, le mot Moudaraba fut utilisé par les écoles de jurisprudence hanafi, Hanabali et Zaydi tandis que les écoles « Maliki » et « Chaféi » ont adopté le mot « Qirad » qui signifie en arabe retrait, du fait que le financier retire une partie de ses fonds pour la remettre au Moudarib. Cependant, la Moudaraba est définie comme étant une forme d'association en deux parties dont Rab Al mal (le financier) et le Moudarib (l'entrepreneur). Le premier fournit le capital et le deuxième assure l'entrepreneuriat et la gestion de l'affaire (que ce soit un commerce, ou une industrie...). Le Moudarib gère totalement l'affaire sans intervention aucune du capitaliste. Les profits nets sont partagés entre les deux parties suivant les

proportions déterminées lors de la signature du contrat. En cas de perte, celle-ci est à la charge du seul financier et le Moudarib aura donc perdu son effort et son temps. Pourtant, le contrat Moudaraba peut être sans ou avec restriction. Dans le premier cas, le contrat ne spécifie ni la période ni le lieu de l'affaire, les fournisseurs ou les clients avec lesquels il faut traiter. Par contre, dans le deuxième cas, le contrat Moudaraba est un contrat limité. Le Moudarib doit respecter les restrictions imposées par le financier. Si le Moudarib agit contrairement à ces causes, il est tenu seul responsable des conséquences. Dans les deux cas, le Moudarib n'a pas droit à une rémunération fixe ou à un montant fixe du bénéfice spécifié à l'avance. L'allocation à laquelle il a droit, outre les frais normaux de l'affaire, est une part proportionnelle dans le profit en tant que rémunération pour son travail de gestion. Ce ratio du profit est fixé par les deux parties lors de la signature du contrat. Certes, la Moudaraba est un contrat licite et approuvé par les quatre écoles du Fiqh. Selon les quatre écoles de jurisprudence Moudaraba trouve sa légalité dans le Coran et la « Sounna », puisque le Prophète lui-même (que la prière et le salut de Dieu soient sur lui) l'a pratiquée avec « Sayeda Khadija ». La Moudaraba est également légitimée par le consensus « l'Ijmaa ». Elle fut pratiquée par les compagnons du Prophète (que la prière et le Salut de Dieu soient sur lui). En particulier, les deux fils de Omar Ibn El-Khattab, abdallah et ObeidAllah, l'ont pratiquée avec Abou Moussa Al Achari. Cependant, les avis des Foukaha diffèrent quant à la nature du contrat Moudaraba. Un premier avis, qui représente la majorité des « Foukaha », considère la Moudaraba comme étant une forme d'Ijara (location) mais où la rémunération de chacun n'est pas connue à l'avance. Dans l'acte d'Ijara, le prix et l'utilité du bien loué sont connus. L'autre opinion « des Foukaha » considère la Moudaraba comme étant une forme de « Charika » ou le capital avancé par le financier s'associe au capital humain.

2.1. Les conditions de validité du contrat Moudaraba

Le capital doit être en espèces, c'est-à-dire sous forme monétaire. Cependant, certains « foukaha » ont permis à ce que le capital avancé par le financier soit sous d'autres formes, telles que stock physique à condition que cela ne complique pas les calculs des résultats et ne mène pas à des conflits entre le Moudarib et le financier. Cette dernière opinion est basée sur l'opinion d'Ibn Abi Laila rapporté par Ibn Roch. Ce dernier avis est supporté par l'école hanafite. Ainsi, le capital versé par le financier doit être déterminé en quantité et en nature au moment du contrat. La méconnaissance du capital entraîne une indétermination des profits qui entraînera l'incertitude de quotes-parts de chacun. De plus, le capital doit être réel et ne peut en aucun cas être sous forme de créance sur le Moudarib. Finalement, le capital doit être remis au Moudarib au moment de la signature du contrat pour lui permettre de commencer la concrétisation du projet Moudaraba. La remise des fonds par le financier au Moudarib est une condition de validité du contrat. La majorité des juriconsultes ont interdit à ce que le financier exige du Moudarib de le faire employer ou d'employer une de ses machines. Cette dernière restriction n'est pas imposée par l'école hanbalite.

Le taux de partage de profit net doit être connu et déterminé pour chacun des deux parties, le Moudarib et le financier. En général, la connaissance du taux de partage de l'une des deux parties entraîne la connaissance de l'autre. Ce qui fait que la détermination de l'un des taux dans le contrat Moudaraba suffirait. En plus du fait que la part au bénéfice doit être prédéterminée tant pour le Moudarib que pour le financier, il faut que cette quote-part soit une part indivise du bénéfice net et non une part du capital. Le contrat Moudaraba devient illicite si une partie même infirme de la quote-part de l'un des deux partenaires provient du capital, car le contrat se transforme dans ce cas en contrat d'Ijara inconnu et donc illicite. Ainsi, le contrat « Moudaraba » ne peut porter sur un montant déterminé, même si ce montant est conditionné par la réalisation des bénéfices. Ibn Monzer, affirme par leurs écrits sont unanimes sur l'illicéité de la Moudaraba si l'un des partenaires, ou les deux exigent une somme déterminée de dirham ou la moitié du profit plus dix dirhams, car ceci revient à exiger une somme. Cet avis est aussi partagé par « l'imam Al Malik », « Chafihi », « Abou Zarr » et d'autres.

2.2. Les types de Moudaraba

Généralement, la Moudaraba est divisée en quatre types à savoir : la Moudaraba absolue, la Moudaraba limitée, la Moudaraba collective et la double Moudaraba.

2.2.1. La Moudaraba absolue

Selon ce type de contrat, le financier n'impose aucune condition au Moudarib. Ce dernier est libre d'utiliser les fonds à sa disposition là où il considère opportun d'investir.

2.2.2. La Moudaraba limitée ou restrictive

Dans ce cas de contrat, le financier impose des restrictions telles que n'utiliser ces fonds que pour le commerce du bétail par exemple, ou ne les utiliser que pour acheter de tel ou tel pays, pour une période donnée, n'utiliser ces fonds que durant l'été, etc..... Ce type de contrat est permis par les deux écoles hanafite et hanbalite, alors qu'elle est interdite par les deux autres écoles « Malikites » et « chaféites », reposant sur le fait que ces conditions restrictives empêcheraient le Moudarib d'agir.

2.2.3. La Moudaraba collective

La « Moudaraba collective » a donné naissance au compte d'investissement de partage de profit et de perte, pourtant, on assiste à une divergence par les écoles concernant la licéité de ce type de Moudaraba.

2.2.4. La double Moudaraba

La double Moudaraba est structurée de la façon suivante : Les déposants constituent le financier et la banque le premier Moudarib. Un premier contrat Moudaraba est alors signé entre ces deux parties

fixant les pourcentages du bénéfice de chacun. Ayant les dépôts, la banque contracte un deuxième contrat Moudaraba avec des investisseurs en sa qualité de pourvoyeur de fonds alors que les investisseurs joueront dans, ce second contrat le rôle du deuxième Moudarib qui est totalement indépendant du premier. Les pourcentages des bénéfices entre la banque (en tant que financier) et le deuxième Moudarib sont alors fixés indépendamment du premier contrat Moudaraba. Cependant les avis sur le partage des bénéfices dans le cas de la double Moudaraba sont divergents, puisque les malékites pensent que le premier Moudarib ne doit rien lui revenir des bénéfices, étant donné qu'il n'a pas fourni de travail. En revanche, les hanafites sont d'accord à ce que le premier Moudarib ait une part des bénéfices. Ce dernier groupe de « foukaha » se sont basés sur l'exemple de celui qui on donne à confectionner une robe pour un dirham et qui à son tour a engagé une deuxième personne à accomplir cette même tâche pour un demi dirham. Le travail étant accompli, le premier même en n'ayant fourni pratiquement aucun effort, a reçu un demi dirham. La première personne a joué le rôle de coordinateur. L'opinion donnée par les hanafites semble aujourd'hui la mieux appropriée au système d'intermédiation financière.

2.3. Principe de partage de profit et de perte

La notion de partage de perte et du profit est un des éléments clés dans le concept de la finance participative, car elle est le reflet des valeurs que l'Islam transmet à ses fidèles, à savoir : justice, égalité sociale et fraternité. Ce système est défini par Khan (1984) comme étant « un mécanisme financier qui lie le capital financier à l'industrie et au commerce sans utiliser un intérêt ». Il s'agit donc d'un procédé qui permet aux techniques de financements participatif d'établir des échanges commerciaux en empêchant l'intérêt et ceci dans les règles de la « charia ». Cette technique permet en outre le partage des risques entre entrepreneur et investisseur. Effectivement, ce dernier est directement lié au bon déroulement des affaires lors de la transaction basée sur le principe de partage des profits et des pertes, alors que lors d'un prêt à intérêt le risque est en partie transféré au demandeur de fond. En effet, ce principe est utilisé dans plusieurs techniques de financements participatifs tels que, la Moudaraba où elles favorisent le développement des entreprises et donc la croissance économique. Nous comprenons d'ailleurs que ce système suppose des risques supérieurs car, contrairement aux banques conventionnelles, la rémunération d'un type de financement dépend directement du rendement de l'opération et donc de la gestion du projet par l'entrepreneur. Le financement participatif ne peut donc être viable qu'avec des clauses contractuelles strictes permettant à la banque de s'assurer du bon fonctionnement des affaires. De plus, dans un tel système, les critères de sélection d'un projet par la banque ne sont plus basés sur des questions de solvabilité mais plus sur la rentabilité anticipée, laquelle est très difficilement estimable.

3. Attitudes Générales envers le Compte de Partage de Profit et de Perte

Nous allons parler ici, du niveau de la familiarisation des individus avec les comptes de partage de profit et de perte. Pour cela, nous avons choisi de prendre des réponses issues d'une thèse de doctorat sur les attitudes des clients dépositaire dans les banques participatives en Malaise de MOHD-KARIM, MUHAMMAD, SYAHMI (2010) dans le but de tirer des leçons de ces chiffres indiqué ci-dessous. Ainsi, pour réagir sur la base de ces derniers.

Le travail s'est déroulé comme suit : Un total de 771 questionnaires ont été distribués, 649 questionnaires ont été complétés et utilisables avec un taux de 84.2%. L'échantillon est constitué comme suit : clients ordinaires avec un taux de 73,5 %. Employés avec un taux de 26,5 %, répartis sur 8 banques dont 46,7 % des interrogés sont des clients des banques participatives et 53,3 sont des clients des banques conventionnelles avec des fenêtres participatives. Seulement 44,5 % des répondants déclarent qu'ils sont habitués au compte basé sur le principe de partage de perte et de profit, de l'autre côté environ 55.5% des répondants déclarent soit qu'ils savent seulement très peu ou ils ne savent rien sur l'existence de ces comptes.

Tableau 1 : Opinion générale sur les comptes de partage de profit et de perte

Question : êtes-vous familiarisé aux comptes utilisant le partage de profit et perte ?				
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé
Validé	Très familier	117	18	18.1
	Complètement familier	171	26.3	26.4
	Peu d'information	193	29.7	29.8
	Aucune information	98	15.1	15.1
	Jamais entendu	69	10.6	10.6
	Total	648	99.8	100
Non validé		1	0.2	
Total		649	100	

Source : MOHD-KARIM, MUHAMMAD, SYAHMI (2010)

Ces informations sont insuffisantes pour pouvoir généraliser cette réalité. Mais cela peut être retenu, comme point de départ. Même avec la prospérité, que connaît la finance participative en Malaisie. Alors que toujours, on se retrouve avec un taux d'ignorance de 55.5%. Ce qui fait sonner les alarmes de danger, pour l'industrie financière participative. En effet on ne peut pas négliger, l'importance de ces comptes pour le bon déroulement de la banque. Et sans oublier, sa participation active dans le développement économique et social.

4. Les options pour la réussite du produit Moudaraba

4.1. Les fenêtres participatives : option 1

Dans cette option une banque conventionnelle va s'ouvrir à l'industrie participative, ce qui pose beaucoup de questions. Si les banques participatives sont structurées et opèrent conformément à la « charia », alors les fenêtres participatives sont actuellement très controversées. Certains les considèrent simplement comme un moyen d'attirer les capitaux islamiques et que leurs promoteurs n'ont aucun engagement vis-à-vis de la religion musulmane ou envers la communauté des clients musulmans. Ils les considèrent comme responsables d'une concurrence déloyale. D'autres au contraire considèrent la fenêtre participative simplement comme une étape vers la création d'une banque participative, le temps de se familiariser avec le concept et développer une masse d'affaires critique qui rende l'opération viable. Cependant, pour réussir cette option la banque doit améliorer les aspects suivants :

4.1.1. La crédibilité des dépôts

Pour que la banque réussisse cette option ou ce canal de distribution, elle doit veiller à la crédibilité des dépôts, puisque nous avons trouvé dans nos recherches que le principal argument de vente des comptes Moudaraba ne sera pas tout simplement limité au rendement, mais c'est la confirmation que ces dépôts ne seront pas utilisés pour des prêts à intérêt. Les déposants doivent être assurés qu'il existe un pare-feu efficace entre les opérations participatives et les opérations classiques ; sauf déclarations d'actifs et passifs séparés et détaillés qui n'est généralement pas le cas. De nombreux déposants peuvent toujours ne pas être convaincus. En ayant simplement l'affirmation du comité supérieurs des Oulémas que la situation est satisfaisante peut être insuffisante pour chasser les doutes, ces déposants peuvent argumenter que les membres du conseil « charia » ne sont pas des auditeurs financiers accrédités.

4.1.2. La communication

La communication des fenêtres dans les banques participatives doit contenir une explication complète pour orienter les clients, vu que ces clients ne connaissent que quelques principes de la finance participative. La banque communique volontairement montrant ces qualités ou involontairement en laissant apparaître ces défauts. Par conséquent, la banque doit prendre l'initiative d'expliquer ce choix de fenêtre participative. Au Maroc, on peut dire que la banque doit appuyer sa politique de communication par des arguments et des explications, en assistant à une guerre de communication, de rumeurs et de bouche à oreille vu le jeune âge des banques ou fenêtres participatives. Dès le lancement des banques participatives au Maroc, elles se sont trouvées désavantageuses à cause des barrières à la communication. Comme dans plusieurs pays, ces barrières seront en mesure de freiner le développement des comptes de partage de profit et de perte dans ces fenêtres participatives.

4.1.3. Le personnel

Le facteur du personnel est le facteur le plus important, non seulement il risque de communiquer mal la stratégie de la banque, mais aussi il défavorise sa place et sa perception de la part des déposants. Les clients sont toujours aptes à comprendre plus sur l'activité de la banque et la finance participative, malheureusement que, le personnel n'est pas en mesure d'expliquer conformément le fonctionnement des fenêtres participatives. Par conséquent la banque doit intensifier ses efforts de sensibilisation en faveur du personnel. Pour garantir leur participation à la promotion des comptes d'investissement de partage de profit et de perte.

4.2. En cas de garantie des dépôts et le lissage de rendement : option 2

Si les banques participatives au Maroc garantissent le capital et le rendement, plusieurs conséquences auront lieu notamment : la majorité des pays avec un système bancaire dual, les autorités de régulation adoptent une politique protectrice des dépôts. Elles considèrent ainsi que les banques participatives ne devraient pas permettre aux titulaires des comptes d'investissement participatifs de subir une perte sur leur capital déposé ou même une chute majeure du rendement de leurs placements. Dans ces conditions, les banques participatives ont une obligation de continuer cette pratique de lissage des rendements. Ainsi, au lieu d'être volontaire la pratique de lissage devient obligatoire et les comptes d'investissement participatifs deviennent, un investissement virtuellement sans risque pour les déposants. Une ambiguïté considérable existe par conséquent en pratique sur la nature des comptes d'investissement participatifs, cette ambiguïté va affecter la commercialisation du produit. La banque participative peut aussi garantir les dépôts et les rendements sous pression commerciale. Si la banque applique ces réserves volontairement, c'est parce qu'elle estime une exigence de la part des déposants pour avoir un rendement semblable au déposant des banques conventionnelle, c'est-à-dire que les déposants sont plus motivés par le rendement que la religion et qu'ils réagissent toujours comme les déposants de la banque conventionnelle, dont ils peuvent demander des rémunérations compétitives à celle du marché. Pourtant, les techniques de lissage de rendement sont toujours mal connues par le public, à cause de plusieurs facteurs tel qu'une mauvaise explication de la part du personnel et la mauvaise politique de communication. En effet, pour réussir cette option la banque doit améliorer les aspects suivants :

4.2.1. La légitimité

Les clients mettront en question la légitimité de ces réserves. Les comptes de partage de profit et de perte sont censés d'être participatifs en gain et en perte. En revanche, dans ce cas, ils sont semblables au compte d'épargne dans les banques conventionnelles et ne comportent aucun risque. Même avec l'appui du Conseil « charia », les clients demanderont des informations et des arguments sur la nature de ses réserves. En effet, d'après des recherches précédentes, on a constaté qu'il y a une recherche d'information dans plusieurs canaux non contrôlables par la banque, par exemple : les « Imam » locaux, réseaux sociaux, bouche à oreille, etc....

4.2.2. Le personnel

L'explication de la nature des réserves nécessite un niveau de connaissance très élevé de la part du personnel, où ces derniers constituent un frein majeur au développement du produit dans la plupart des pays et affectant ainsi l'acceptation de ces réserves comme une nécessité. Aussi, les déposants connaissent mal les réserves de lissage de rendement ce qui génère des doutes sur leur fonctionnement et accusent la banque participative de mensonge et de non-conformité à la « charia », chose qui va toucher l'image de la banque. Rappelons que le compte de partage de profit et de perte doit être perçu comme un moyen pour gagner de l'argent sous les conditions dictées par la charia islamique, et comme une solution pour gagner la bénédiction d'Allah en promouvant l'équité sociale et en réduisant l'inégalité dans les couches sociales, causée par l'utilisation de l'intérêt.

4.2.3. La communication

La banque doit développer sa politique de communication et il ne doit pas seulement être orienté vers l'attraction du maximum des clients mais plutôt de sensibiliser le maximum, ce genre de communication ayant pour but de sensibiliser les déposants et d'améliorer l'acceptabilité et la connaissance sur les banques participatives. La banque doit communiquer la nature des techniques de lissage de rendement de telle sorte que les déposants seront familiarisés et conscients de leur fonctionnement. À notre avis, la banque doit communiquer les raisons derrière l'application de ces techniques notamment, la politique monétaire adoptée par le pays et le rôle de ces techniques comme une nécessité et un atout pour le développement de la banque participative dans un système bancaire mixte. La banque doit aussi communiquer intérieurement et se concentrer sur le facteur personnel. Dans notre travail de recherche, on a constaté qu'il existe une très grande ignorance et incompréhension de ces techniques à cause de la méfiance de la part du personnel dans l'explication de ces techniques, ce qui ruine la relation de confiance qui doit exister entre le déposant et la banque vu la nature de partenariat du contrat.

4.3. Garantir seulement le capital et pas le rendement : Option 3

Si la banque ne choisit pas de garantir les dépôts, c'est pour deux raisons : soit la banque estime que les clients sont très cultivés en matière de la finance participative et qu'ils comptent assumer leur responsabilité au cas où la banque n'offrirait pas des rendements suffisants à cause de leur conviction religieuse, soit que le conseil « charia » n'autorise pas la pratique de ces réserves et que la banque centrale n'exige pas que le rendement soit garanti. D'après des études faites sur des différents pays, nous avons pu constater que cette acceptabilité est relative à chaque pays. Si la garantie des dépôts est optionnelle, plusieurs conséquences auront lieu. Premièrement, d'après ce que nous avons constaté, malgré la grande acceptabilité de la finance participative, surtout dans les pays musulmans, on peut dire qu'il existe toujours le risque de perdre des clients motivés par le rendement, ainsi plusieurs segments seront inaccessibles. Deuxièmement, d'un point de vue positif, la banque va avoir une image

favorable de la part d'une partie du public va la considérer plus « islamique » que ses concurrents. En effet, pour réussir cette option la banque doit améliorer l'aspect de la communication qui est l'un des outils les plus redoutables de la banque participative pour influencer les cibles à sa faveur. Dans ce contexte spécifique, celui de la finance participative, le défi c'est de sensibiliser et de jouer sur des cordes sensibles des convictions morales et religieuses. La banque peut atteindre son but en communiquant l'esprit de la finance participative, cet esprit bénéfique pour l'homme dans cette vie et celle à venir. De plus, la banque ne doit pas toujours baser sa communication sur la religion musulmane, puisque cela est interdit, elle doit aussi valoriser les valeurs de la finance participative. Entant qu'une finance équitable, durable et humaniste qui lutte contre la concentration des richesses aux mains de la minorité, la promotion de ces valeurs peut promouvoir la place de la banque participative dans un système bancaire mixte. La banque participative doit inspirer un mode de vie meilleur, en appliquant la « charia » chose qui n'est pas facile avec l'interdiction imposée par la loi limitant ainsi la communication des banques et les privant de faire référence à la religion dans cette dernière. Pour cela, la banque doit jouer sur d'autres facteurs pour communiquer la beauté dans l'application de la « charia » et pourquoi on doit appliquer la « charia » dans notre relation bancaire. Notamment, Le personnel l'un des facteurs les plus importants qui freine le développement de la finance participative dans plusieurs pays, un personnel moins intégré, moins adhérents à la finance et moins formé, doit être mieux formé et sélectionné en fonction de la formation et des convictions religieuses et leur croyance envers la finance participative pour être capable de refléter dans son comportement avec les clients l'esprit de la doctrine musulmane. Ainsi que de communiquer pourquoi l'application de la « charia » dans les décisions économiques est bénéfique pour le client et pour la société.

4.4. Informer les clients sur le vrai ratio de partage en garantissant un rendement : Option 4

Comme c'est le cas du Royaume Unis, l'autorité financière reconnaît qu'il y a un conflit potentiel entre la loi du Royaume-Uni qui exige des dépôts « garantis » et la loi de la « charia » qui exige que le client accepte le risque d'une perte pour avoir la possibilité d'un gain. Les banques participatives au Royaume-Uni résolvent ce problème en offrant aux déposants le « remboursement complet » de leur capital investi, mais elle les informe tout de même de la part du profit réel qu'ils devraient recevoir en appliquant le vrai ratio de partage des profits. Cela permet aux déposants en comptes d'investissement participatifs de ne pas accepter « le remboursement total » si leurs convictions religieuses l'imposent. Dans un scénario similaire, on peut dire que les banques appliquant cette technique peuvent être perçues comme des banques de bonne foi, chose qui valorisera l'image de la banque et sa position religieuse parmi ses concurrents. De l'autre côté, la banque va être jugée de pratiquer des réserves. Alors que d'autres ont choisi de ne pas révéler la réalité aux déposants, en offrant un profit supérieur au profit réel qu'ils devraient recevoir. Ces

dernières peuvent profiter à court terme de l'ignorance du public sur cette réserve et son mode de fonctionnement. En revanche, cette ignorance génère une sensation de tricherie de la part des déposants qui expriment leur souhait d'être mieux informés sur la pratique de la PER dans les banques participatives. La banque doit orienter sa politique de communication vers la sensibilisation des clients sur la situation critique où elle se trouve à cause des impositions de la banque centrale, ainsi que le rôle de ces réserves dans la stabilité du système financier et dans le maintien de la liquidité bancaire. Ceci nécessite une culture financière suffisante de la part des publics, avec un effort de simplification de la part de la banque et du personnel elle sera de très grande utilité. D'abord, les banques participatives sont exposées au risque de liquidité dans un contexte de faiblesses structurelles du système financier qui pèsent sur leur solvabilité et leur liquidité. En effet, la plupart des banques participatives opèrent dans un environnement où les marchés interbancaires et monétaires islamiques sont inexistantes ou sous-développés. La majorité des emprunts et des facilités de la Banque Centrale ne s'accrochent pas avec la « charia ».

5. Conclusion

Le compte de partage de profit est un produit participatif qui apporte des fonds essentiels pour le déroulement de l'activité de la banque. Il tire sa légitimité de toutes les écoles du « Fikh ». Pourtant, il est contrainté par plusieurs facteurs de nature commerciale et réglementaire. Ce produit est basé sur la « Moudaraba », technique licite et ancienne dont la pratique revient à la période du prophète (sur lui la paix). Ce produit est monté de façon à être adaptable à la fonction d'intermédiation financière de la banque sous une forme de double Moudaraba, de telle sorte que les fonds sont accumulés en aval pour être investis en amont. L'adoption de ce produit participatif nécessite une gestion de risque efficace et optimale pour gérer les facteurs clés entrant dans la réussite du produit, notamment la gestion du risque commercial déplacé. La finance participative a longtemps ignoré la partie client, donnant l'importance aux aspects mathématiques et la gestion des risques. Pourtant, la réussite de ce produit nécessite une étude sur le comportement des clients, le maillon clé et le commandant de l'activité d'une banque, par conséquent, le client doit être au centre de la priorité des chercheurs académiques ainsi que pour les dirigeants de ces banques. Les déposants des banques participatives même étant de religion musulmane, n'écartent pas complètement la recherche du rendement en tant que motivations. De la part de ces déposants, la banque participative est considérée en parfaite cohérence avec leur croyances et convictions religieuses. Par conséquent, la banque participative doit tirer profit de cette situation favorable tout en mettant un équilibre dans sa politique et sa culture organisationnelle. La banque doit, tout en basant la communication sur l'éthique et la doctrine musulmane, veiller à une combinaison optimale de l'éthique, la religion et le rendement pour atteindre ses objectifs. L'adoption de ce compte permet de remplir plusieurs objectifs de la banque participative notamment la participation à l'économie réelle, et la promotion des secteurs et les activités socialement responsables

ainsi que la lutte contre le Riba, source majeure de la concentration des richesses aux mains de la minorité qui gagne de l'argent sans effort et sans prise de risque. Ces objectifs peuvent être utilisés dans la communication de la banque participative. La communication extérieure destinée aux clients, ainsi qu'une communication éducationnelle destinée au personnel, sont la clé pour la réussite de la banque participative. Une politique de communication qui doit cibler l'esprit du musulmans, ce dernier remplit de sentiment d'appartenance à une religion complète touchant à la fois la logique, l'esprit des musulmans et la conscience, de ceux qui sont intéressés par le bien-être de l'humanité à l'équité et la durabilité, peu importe leurs croyances religieuses.

BIBLIOGRAPHIE

- [1] Abdelkader Bessedik. Les opérations de financement et d'investissement dans le droit musulman. Droit. Université Paris-Est, 2013.
- [2] Al-Suwailem S. I. (2009) : Intermédiation financière dans l'économie islamique (en arabe), in : Crise monétaire mondiale : origines et solutions d'un point de vue islamique, (en arabe), Université du Roi Abdellalaziz, Jeddah, 2009.
- [3] El melki Anas (2011) « Le Principe De Partage Des Profits Ou Des Pertes Dans Le Cadre Des Banques Islamiques : Illustration Modélisée Des Contrats De Financement Participatifs Moudaraba Et Moucharaka », Global Journal of Management and Business Research Volume 11 Issue 11 Version 1.0.
- [4] El Omari Alaoui Sidi Mohamed, MaftahSouhail, *La finance islamique au Maroc, les voies de la normalisation*.2012.
- [5] Jouini E. et Pastré O. 2008. « Enjeux et opportunités du développement de la finance islamique pour la place de Paris », Paris Europlace.
- [6] Hassan Obeid et Souheila Kaabachi (2012), « L'attitude des clients à l'égard des banques islamiques : Cas de la banque islamique tunisienne Zitouna »
- [7] Hegazy I.-A. (1995), «An Empirical Comparative Study between Islamic and Commercial Banks' Selection Criteria in Egypt », *International Journal of Commerce and Management*, Vol.5, No.3.
- [8] Ismal, R. (2011), «Understanding characteristic of depositors to develop the Indonesian Islamic banks », *The Journal of Islamic Economics Banking and Finance*, 7(2).
- [9] Karim, A. A., et Affif, A. Z. (2006). «Islamic banking consumer behaviour in Indonesia: a qualitative approach »". In 7th International Conference on Islamic Economics, King Abdul Aziz University, Jeddah, Saudi Arabia.
- [10] Mohammed Ali Chatti « L'impact de l'applicatoïn d'une éthique bancaire sur la diversification des banques islamiques », *Etudes en Economie Islamique*, Vol. 6, Nos. 1&2 (1-27) *MouharramandRajab1434H* (Novembre 2012 et Mai 2013).
- [11] Mohd-Karim, Muhammad, Syahmi (2010), *Sharing Deposit Accounts in Islamic Banking: Analysing the Perceptions and Attitudes of the Malaysian Depositors*, Durham theses, Durham University. Available at Durham E-Theses.
- [12] NGHAIZI A. (2013), « La Finance Islamique et le Maroc, Une longue Histoire...Qui finit par commencer », *Les Cahiers de la Finance Islamique*, n°4, pp. 28-40.

[13] De l'économie musulmane à l'économie islamique : les fondements doctrinaux d'une éthique religieuse en économie, Travail réalisé dans le cadre du département d'Histoire des théories Economiques et Managériales de l'Université de Lyon II (2007).

[14] Guéranger, François. (2009). Finance Islamique : Une illustration de la finance éthique, Dunod, Paris, p 263.

[15] Rusnah M., Shihabudin, A. S. M and MohdEdil, A.S. (2009). « An analytical review of market segments for Islamic banking industry », Paper presented at the 2009 International Conference Business & Information, 06-08 July 2009, Kuala Lumpur.

[16] Selim AHMED1 et Md. Habibur RAHMAN, « The effects of marketing mix on consumer satisfaction: A literature review from Islamic perspectives » *Turkish Journal of Islamic Economics*, Vol. 2, No. 1, February 2015, pp. 17-30.

[17] Toumi Kaouther et Jean Laurent Viviani (2013) « Le risque lié aux comptes d'investissement participatifs : un risque lié aux comptes d'investissement participatifs : un risque propre aux banques islamiques », Direction et Gestion (La RSG), La Revue des Sciences de Gestion 2013/1 - N° 259-260.

[18] Wail Aaminou Mohamed et Aboulaich Rajae, « Comportement des consommateurs dans des marchés financiers duaux : Revue des modèles de prise de décision », Laboratoire d'Etude et de Recherche en Mathématiques Appliquées (LERMA), Ecole Mohammadia d'Ingénieurs, Université Mohammed V Agdal, Rabat, Maroc.