

Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de Master

Spécialité : « Audit Et Contrôle De Gestion »

THEME :

**La faisabilité du financement
participatif en Algérie : Analyse de la
perspective d'Algérie Telecom et de
l'acceptation par les citoyens
algériens**

Cas : ALGERIE TELECOM

Présenté par :

KACED Rofaila

Encadré par :

Mme. BENNOUR Latifa

Année universitaire

2023 / 2024

Sommaire

INRODUCTION GENERAL.....	01
---------------------------------	-----------

CHAPITRE I : Exploration Conceptuelle du Financement Participatif et du Contexte Culturel Algérien

Section 1 : Financement Participatif (Crowdfunding)	08
--	-----------

1. Définition du financement participatif.....08
2. Historique et évolution du financement participatif09
3. Différents mécanismes de financement participatif.....10

Section 2 : Les plateformes de crowdfunding	17
--	-----------

1. La digitalisation du financement participatif.....17
2. Réglementation des plates-formes de financement participatif.....18
3. Exemple de plate-forme de financement participatif.....20
4. Les avantages et les inconvénients des plate-forme de financement participatif.....28

Section 3 : Contexte culturel algérien en matière de finance	30
---	-----------

1. L’histoire économique.....30
2. Les facteurs influençant le financement participatif.....31
3. Attitude vis-à-vis de l’argent de l’investissement en Algérie33
4. Importance de la confiance et des relations dans la société algérienne.....34
5. État actuel et perspective du financement participatif.....35

CHAPITRE II : Évaluation Empirique de l'Adoption du Financement Participatif en Algérie

Section 1 : cadre méthodologique.....	42
--	-----------

1. Approche méthodologique.....	42
2. Méthode de collecte de données	43
3. Sélection des participants.....	47
Section 2 : Présentation de l'organisme d'accueil.....	49
1. Historique de l'entreprise AT	49
2. L'organisme de macrostructure	51
3. Politique de financement	53
Section 3 : Analyse des résultats.....	58
Analyse des Résultats de l'Étude de Cas.....	58
Analyse des Résultats du Questionnaire.....	74
Section 4 : Discussion et implication.....	72
Discussion et Implications de l'Étude de Cas.....	72
Discussion et Implications du Questionnaire	74
CONCLUSION GENERAL.....	79
BIBIOGRAPHIE.....	82
LES ANNEXES.....	86
ANNEX A.....	87
ANNEX B.....	88

Remerciements

Avant toute chose, je tiens à exprimer ma gratitude la plus profonde envers Dieu Tout-Puissant pour m'avoir accordé la force, la patience et la sagesse nécessaires pour mener à bien ce travail. Sans Sa bénédiction et Sa guidance, rien de tout cela n'aurait été possible.

Je remercie également du fond du cœur ma professeur encadrante, Mme BENNOUR Latifa, pour ses conseils avisés, sa patience infinie et son soutien constant. Ses encouragements et son expertise ont été des sources inestimables d'inspiration et de motivation tout au long de cette aventure académique.

Je souhaite également remercier l'ensemble des membres du corps enseignant de ESGEN pour leur disponibilité et leur dévouement, ainsi que pour les connaissances et les compétences qu'ils m'ont transmises.

Je suis particulièrement reconnaissant envers mes collègues et amis, dont le soutien moral et les échanges constructifs ont enrichi mon travail. Merci pour votre camaraderie, vos discussions stimulantes et vos moments de détente bienvenus.

À ma famille, je dois un merci tout particulier. Leur amour inconditionnel, leurs encouragements et leur compréhension ont été les piliers sur lesquels j'ai pu m'appuyer. Maman, papa, mes sœurs Hanine et Chaïma, vous avez été une source inépuisable de force et de réconfort. Je vous dédie ce travail avec toute ma gratitude et mon affection.

Enfin, je remercie toutes les personnes et institutions qui ont participé à cette recherche, que ce soit par leur disponibilité pour les interviews, leur participation aux enquêtes ou leur aide précieuse dans la collecte des données. Votre contribution a été essentielle à la réalisation de cette étude.

À tous, merci infiniment.

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Mécanisme de fonctionnement de crowdfunding	12
Figure 2 : Mécanisme de fonctionnement de Crowdlending	14
Figure 3 : Mécanisme de fonctionnement de crowdquity	17
Figure 4 : PIB par habitants (en dollars) en Algérie, Tunisie et Maroc	34
Figure 5 : l'Indice de développement des technologies de l'information et de la communication pour l'année 2023 en Algérie comparativement à son environnement	35
Figure 6 : L'évolution du volume du marché du financement participatif par région pour la période 2018-2030.....	38
Figure 7 : L'organigramme de la macrostructure d'Algérie Telecom	51
Figure 8 : Une vue globale de la composition de l'échantillon	61
Figure 9 : Répartition de l'échantillon selon le genre des citoyens.....	62
Figure 10 : Répartition de l'échantillon selon l'Age des citoyens	62
Figure 10 : Répartition de l'échantillon selon l'Age des citoyens	62
Figure 11 : Répartition de l'échantillon selon niveau d'éducation	63
Figure 12 : Répartition de l'échantillon selon revenu mensuel.....	64
Figure 13 : <i>Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de plateforme de financement participatif.....</i>	65
Figure 14 : Satisfaction de l'Expérience Utilisateur sur les Plateformes de Crowdfunding (Échelle de Likert).....	65
Figure 15 : Facteurs Importants lors de l'utilisation d'une Plateforme de Crowdfunding	66
Figure 16 : Facteurs Importants lors de l'utilisation d'une Plateforme de Crowdfunding	67
Figure 17 : Réussite Financière des Plateformes de Crowdfunding Intégrant des Éléments de la Culture Algérienne	68
Figure 18 : Préférence pour les Modèles d'Affaires Transparents sur les Plateformes de Crowdfunding	69
Figure 19 : Types de Modèles d'Affaires Préférés sur les Plateformes de Crowdfunding.....	70

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : la réglementation de l'activité de financement participatif par COSOB	20
Tableau 2 : Les plateformes de dons.....	22
Tableau 3 : Les plateformes de prêt	23
Tableau 4 : Les plateformes d'investissement.....	24
Tableau 5 : les plateformes de crowdfunding en Algérie	27
Tableau 6 : Certains des projets financés par la plateforme Chriky	28
Tableau 7 : Projets financés via la plateforme Kheyma pendant la crise de COVID-19.....	29
Tableau 8 : Liste des interrogés	44
Tableau 9 : Test de Kh-deux de la première hypothèse	71
Tableau 10 : TEST ANOVA de deuxième hypothèse	71
Tableau 11 : Test de Kh-deux de la troisième hypothèse	72
Tableau 12 : Test de Kh-deux de la quatrième hypothèse	73
Tableau 13 : Vérification des hypothèses de départ	73

LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

AT	Algerie Telecom
AEMF	Autorité européenne des marchés financiers
ONG	Organisation non gouvernemental
COSOB	Commission d'organisation et de surveillance des opérations de bourse
CIP	Conseil en investissement participatif
EPT	Entreprise des postes et télécommunications
TIC	Technologie, de l'information et de la communication
VAN	Valeur Actuelle Nette
TRI	Taux de Rendement Interne
DRC	Délai de Récupération du Capital

Résumé

Notre travail vise à évaluer l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, en se concentrant spécifiquement sur Algérie Telecom. Grâce à des entretiens semi-structurés avec des représentants d'Algérie Telecom et des experts financiers, nous avons obtenu des indications précieuses pour définir les défis et opportunités liés à l'intégration du financement participatif dans le secteur des télécommunications en Algérie. En plus des entretiens, nous avons mené un questionnaire auprès des citoyens algériens pour mesurer leur perception, leur connaissance et leur volonté de participer au financement participatif. Les résultats de cette étude montrent que le niveau de compréhension et d'acceptation du financement participatif est prometteur, bien qu'il existe des défis culturels et réglementaires à surmonter.

Mots clés : Adaptation culturelle, financement participatif, Algérie, Algérie Telecom, télécommunications, investissement.

Abstract

Our work aims to evaluate the adaptation of crowdfunding platforms to Algerian culture, focusing specifically on Algérie Telecom. Through semi-structured interviews with representatives from Algérie Telecom and financial experts, we obtained valuable insights to define the challenges and opportunities related to integrating crowdfunding into the telecommunications sector in Algeria. In addition to the interviews, we conducted a survey among Algerian citizens to measure their perception, knowledge, and willingness to participate in crowdfunding. The results of this study indicate that the level of understanding and acceptance of crowdfunding is promising, although there are cultural and regulatory challenges to overcome.

Keywords: Cultural adaptation, crowdfunding, Algeria, Algérie Telecom, telecommunications, investment.

الملخص

يهدف عملنا إلى تقييم تكيف منصات التمويل الجماعي مع الثقافة الجزائرية، مع التركيز بشكل خاص على Algérie Telecom من خلال المقابلات شبه المنظمة مع ممثلين من Algérie Telecom وخبراء ماليين، حصلنا على رؤى قيمة لتحديد التحديات والفرص المتعلقة بدمج التمويل الجماعي في قطاع الاتصالات في الجزائر. بالإضافة إلى المقابلات، أجرينا استبياناً بين المواطنين الجزائريين لقياس تصورهم ومعرفتهم واستعدادهم للمشاركة في التمويل الجماعي. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن مستوى الفهم والقبول للتمويل الجماعي واعد، على الرغم من وجود تحديات ثقافية وتنظيمية يجب التغلب عليها.

الكلمات المفتاحية : لتكيف الثقافي، التمويل الجماعي، الجزائر، الجزائر تيليكوم، الاتصالات، الاستثمار

INTRODUCTION GENERAL

Introduction

Contexte et intérêt

Le financement participatif (crowdfunding) est devenu un pilier majeur dans le panorama financier mondial, offrant aux entrepreneurs et aux entreprises une nouvelle voie pour collecter des fonds auprès d'une communauté étendue d'investisseurs individuels via des plateformes en ligne. (Howe, 2012) Cette méthode innovante représente une alternative significative aux mécanismes traditionnels de financement tels que les prêts bancaires ou le capital-risque, ouvrant ainsi de nouvelles opportunités pour le développement d'initiatives entrepreneuriales. (Howard, 2015)

Dans ce contexte, les succès remarquables observés dans d'autres secteurs, notamment celui des télécommunications, illustrent parfaitement les avantages tangibles et les résultats probants que le crowdfunding peut apporter. Des sociétés telles que Giffgaff au Royaume-Uni, Airtel Africa en Afrique et Karma Mobility aux États-Unis ont utilisé avec succès le financement participatif pour développer leurs opérations, élargir leur portée et mobiliser des ressources communautaires de manière efficace.

Cependant, malgré ces réussites éclatantes dans d'autres régions du monde, le financement participatif n'a pas encore connu une adoption généralisée en Algérie. Cette observation suscite des interrogations importantes sur les raisons sous-jacentes de cette situation, surtout lorsqu'on considère les avantages avérés de cette méthode de financement. (Boukhatem, A., Belkacem, Y., & Merzougui, K., 2019)

La culture algérienne, ancrée dans ses valeurs et ses traditions, exerce une influence significative sur les perceptions et les attitudes concernant l'argent et l'investissement. Ces caractéristiques culturelles influent sur la manière dont les Algériens interagissent avec les plateformes de crowdfunding et les opportunités de financement qu'elles offrent. (bdeldjalil, A., Bensalem, M., & Elhamdi, R. , 2020)

Pour mieux comprendre ces dynamiques et explorer les possibilités que le financement participatif peut offrir en Algérie, cette recherche s'appuiera sur une revue de littérature

approfondie. Des ouvrages tels que "Crowdfunding : A Guide for Entrepreneurs, Investors, and Crowdfunding Platforms" de Jeff Howe et "The Rise of the Crowdfunding Economy" d'Alex Howard fournissent une base solide pour comprendre les mécanismes et les implications du crowdfunding.

De même, des articles scientifiques comme ceux d'Abdeldjalil et al. et de Boukhatem et al. offrent des perspectives précieuses sur les enjeux spécifiques du crowdfunding dans la région MENA et en Algérie. Ces travaux éclairent les obstacles à surmonter et les opportunités à saisir pour une intégration réussie du financement participatif dans le contexte algérien.

En intégrant ces connaissances dans notre recherche, nous visons à proposer des recommandations pertinentes et à fournir des perspectives éclairées pour une intégration efficace du crowdfunding dans le paysage financier algérien, au bénéfice des entrepreneurs, des investisseurs et de l'économie nationale dans son ensemble.

Problématique

Notre problématique de recherche se concentre sur la question suivante :

Comment les plateformes de financement participatif peuvent-elles s'adapter efficacement à la culture algérienne pour favoriser leur adoption et leur succès dans le contexte local ?

Cette problématique englobe plusieurs dimensions clés, notamment les facteurs culturels spécifiques influençant l'acceptation des plateformes, les préférences des utilisateurs algériens, les caractéristiques et fonctionnalités adaptées à la culture locale, ainsi que les obstacles potentiels à l'adaptation.

Pour répondre à notre problématique, nous articulons notre étude autour des sous-questions suivantes :

Question 1 *Quels sont les éléments clés qui définissent la culture organisationnelle d'Algérie Telecom, et comment ces éléments influencent l'acceptation et l'utilisation des plateformes de financement participatif dans le contexte algérien ?*

Question 2 *Comment Algérie Telecom aborde-t-elle actuellement le financement et l'innovation, et quelles sont les attentes et les préférences des utilisateurs algériens en matière de crowdfunding ?*

Question 3 *Quels sont les obstacles principaux à l'adoption des plateformes de financement participatif chez Algérie Telecom, et quelles stratégies l'entreprise pourrait-elle mettre en place pour promouvoir efficacement le crowdfunding tout en prenant en compte les spécificités culturelles du contexte algérien ?*

Question 4 *Quelles sont les fonctionnalités et les caractéristiques des plateformes de crowdfunding qui sont les plus adaptées à la culture algérienne, et quels sont les défis potentiels à leur adaptation à la réalité locale et comment les surmonter ?*

Hypothèses :

Dans le cadre de notre étude, nous formulons les hypothèses suivantes pour guider notre analyse et nos recherches :

- *Hypothèse 1 : Les valeurs de confiance, de solidarité et de relations personnelles au sein d'Algérie Telecom peuvent favoriser une plus grande acceptation du financement participatif, en créant un environnement propice à la collaboration et à l'investissement communautaire.*
- *Hypothèse 2 : Algérie Telecom adopte des approches traditionnelles de financement et d'innovation, mais les utilisateurs algériens, en quête de nouvelles solutions et de participation active, pourraient exprimer un intérêt croissant pour le crowdfunding comme alternative dynamique.*
- *Hypothèse 3 : Les principaux obstacles à l'adoption du crowdfunding chez Algérie Telecom pourraient être la méconnaissance des plateformes, les préoccupations réglementaires et la perception du risque financier. Des stratégies de sensibilisation, de formation et de communication ciblée pourraient contribuer à surmonter ces obstacles.*
- *Hypothèse 4 : Les utilisateurs algériens pourraient préférer des plateformes de crowdfunding avec des mécanismes de sécurité et de transparence renforcés, ainsi que des interfaces conviviales en langue arabe. Les défis potentiels à l'adaptation pourraient inclure la réglementation, la confiance des utilisateurs et la promotion efficace des plateformes auprès du public.*

Objectifs

Pour pouvoir vérifier nos hypothèses et répondre à notre objectif de recherche, notre étude s'est fixée les objectifs spécifiques suivants :

1. Analyser en profondeur les caractéristiques culturelles distinctives de l'Algérie qui pourraient influencer l'acceptation et l'adaptation des plateformes de financement participatif.
2. Évaluer les attentes et les préférences des utilisateurs algériens en matière de financement participatif, en mettant l'accent sur leur perception des avantages et des défis liés à ces plateformes dans un contexte numérique.
3. Examiner les exigences technologiques et les infrastructures nécessaires pour une intégration réussie des plateformes de financement participatif dans l'économie numérique algérienne.
4. Proposer des recommandations pratiques et stratégiques pour faciliter l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, en tenant compte des résultats de notre analyse et de nos recherches.

Intérêt pour le sujet : En tant qu'étudiante en économie numérique, je suis passionnée par les dynamiques entre la numérisation et les modèles économiques. Ce sujet m'attire particulièrement car il explore les frontières entre la technologie digitale et les pratiques financières participatives, offrant ainsi un éclairage sur l'innovation et le potentiel de croissance dans le contexte algérien. Comprendre comment ces plateformes peuvent s'adapter culturellement en Algérie est crucial pour stimuler l'adoption de solutions numériques novatrices dans le secteur financier du pays.

Méthode et terrain de recherche

Pour cette étude sur l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, je vais utiliser une approche mixte combinant des méthodes qualitatives et quantitatives. La méthode qualitative consistera en des entretiens semi-structurés avec des représentants d'Algérie Telecom et des experts du domaine financier pour comprendre leurs perspectives sur le financement participatif et son intégration dans la culture algérienne. En parallèle, je vais utiliser une méthode quantitative pour interroger les citoyens algériens à travers un questionnaire. Ce volet quantitatif visera à mesurer la perception, la connaissance et la disposition des citoyens algériens à participer au financement participatif.

Annonce de Plan

Ce travail de recherche est structuré en deux chapitres principaux :

Le premier chapitre, intitulé "Cadre Théorique," explore les concepts fondamentaux du financement participatif, y compris sa définition, son historique, et ses divers mécanismes. Il examine également les plateformes de crowdfunding, leur digitalisation, leur réglementation, et évalue les avantages et inconvénients associés. Une attention particulière est accordée au contexte culturel algérien, en analysant l'histoire économique du pays, les facteurs influençant le financement participatif, les attitudes envers l'argent et l'investissement, ainsi que l'importance de la confiance et des relations dans la société algérienne.

Le deuxième chapitre, intitulé "Cadre Pratique," décrit la méthodologie de recherche adoptée, les méthodes de collecte de données, et la sélection des participants. Il présente ensuite l'organisme d'accueil, Algérie Telecom, en abordant son historique, sa macrostructure et sa politique de financement. Ce chapitre se termine par une analyse détaillée des résultats issus de l'étude de cas et du questionnaire, suivie d'une discussion sur les implications de ces résultats. La conclusion générale synthétise les principales conclusions de l'étude et propose des recommandations pour l'avenir du financement participatif en Algérie.

CHAPITRE I : Exploration Conceptuelle du Financement Participatif et du Contexte Culturel Algérien

Introduction chapitre I

Le financement participatif, également connu sous le terme de crowdfunding, a émergé comme une alternative novatrice et accessible aux modèles traditionnels de financement. Cette approche repose sur l'engagement direct des individus, des communautés et des investisseurs dans le soutien financier de projets, d'entreprises ou d'initiatives, souvent via des plateformes en ligne dédiées. Dans le contexte de l'Algérie, où les mécanismes de financement traditionnels ont longtemps prédominé, l'adoption et l'intégration du crowdfunding représentent un potentiel considérable pour stimuler l'entrepreneuriat, encourager l'innovation et renforcer l'écosystème financier.

Ce premier chapitre se concentre sur la compréhension approfondie du financement participatif dans son ensemble, en abordant sa définition, son évolution historique, ses différents types et mécanismes, ainsi que son fonctionnement. Nous explorerons également les plateformes de crowdfunding, leur rôle dans la digitalisation du financement participatif, les réglementations qui les encadrent, des exemples concrets de ces plateformes, ainsi que les avantages et les inconvénients qu'elles présentent.

Par ailleurs, cette étude intègre une analyse de la culture algérienne, élément crucial pour appréhender l'adoption du crowdfunding dans ce contexte spécifique. Nous examinerons l'histoire économique de l'Algérie, les attitudes prévalentes vis-à-vis de l'argent et de l'investissement, les facteurs socioculturels qui influencent le financement participatif, ainsi que l'importance accordée à la confiance et aux relations dans ce domaine. Enfin, nous dresserons un état des lieux actuel du financement participatif en Algérie, en tenant compte de son évolution dans le marché mondial, et nous esquisserons les perspectives futures de son développement dans le pays.

Ce chapitre initial établit ainsi les fondements nécessaires à une analyse approfondie de l'adoption et de l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, jetant ainsi les bases d'une réflexion stratégique et d'une exploration des opportunités et des défis qui en découlent.

Section 1 : Financement Participatif

Le financement participatif, ou crowdfunding, est devenu une méthode essentielle pour les entrepreneurs cherchant à lever des fonds. Cette section débutera par une définition claire de ce concept, suivie d'un historique retraçant son évolution. Nous examinerons ensuite les divers mécanismes de financement participatif, tels que le don, la récompense, le prêt et l'équité, afin de comprendre leurs particularités et implications.

1. Définition du Financement Participatif

Le financement participatif, ou crowdfunding, tire son nom de l'anglais "crowdfunding", qui se compose des termes "crowd" (foule) et "funding" (financement). L'idée derrière ce terme est de mettre en avant le financement réalisé par une "foule" ou une communauté de personnes plutôt que par des sources de financement traditionnelles. (Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, 2014) Ce concept émerge de la fusion de la technologie numérique et de l'essor des réseaux sociaux, qui ont facilité la connexion entre les porteurs de projets et les investisseurs potentiels à travers des plateformes en ligne dédiées. (Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A., 2015)

Ce terme a été défini par plusieurs auteurs, mais chaque définition converge vers un même sens.

Selon Joseph Coleman, c'est "un modèle de financement où un grand nombre de personnes contribuent financièrement à un projet ou une entreprise, souvent via une plateforme en ligne dédiée." (Coleman, 2010)

Selon Ethan Mollick, c'est "un processus par lequel des individus ou des organisations sollicitent des fonds auprès d'un large groupe de personnes, généralement via Internet, pour financer des projets, des produits ou des idées." (Mollick, 2014)

Selon Jason Best et Sherwood Neiss, c'est "une méthode de collecte de fonds qui permet à des entrepreneurs et à des créateurs de projets de lever des capitaux auprès d'un grand nombre de personnes, généralement par le biais de plateformes en ligne, en échange de récompenses ou de participations au capital." (Best, Jason, et Neiss, Sherwood, 2016)

Selon Karen Yan, c'est "une forme de financement collaborative où des individus ou des groupes contribuent financièrement à un projet, souvent en échange de récompenses non financières, de produits ou de services, facilité par des plateformes en ligne dédiées." (Yan, 2018)

Selon AEMF, c'est "une invitation ouverte au public à collecter des fonds pour un projet spécifique via des plateformes de financement participatif sur des sites Web qui permettent l'interaction entre les donateurs et le public, permettant ainsi de faire des engagements financiers et de les collecter via la plateforme."

Selon la législation algérienne l'article 50 de la loi de finances complémentaire de l'année 2020, c'est "l'investissement des fonds d'un large public sur internet dans des projets d'investissement coopératif." (Loi_de_finance).

2. Historique et évolution du financement participatif

L'histoire du financement participatif est marquée par une évolution remarquable, reflétant les changements sociaux, économiques et technologiques à travers les siècles. Elle a traversé les étapes suivantes (Brown, 2015) :

1. **Origines anciennes** : Le concept de financement participatif trouve ses racines dans des pratiques communautaires anciennes où les membres d'une communauté se rassemblaient pour soutenir financièrement des projets communs. Ces projets pouvaient être de nature sociale, religieuse, ou économique.
2. **Développements historiques** : Au fil du temps, des formes plus structurées de financement participatif sont apparues. En Europe, au 17ème siècle, les sociétés d'investissement par actions ont émergé, permettant à un groupe de personnes de financer ensemble des projets commerciaux et industriels. Ces sociétés ont posé les bases du modèle moderne de financement participatif.
3. **20ème siècle** : Pendant le 20ème siècle, le financement participatif a continué d'évoluer, avec des exemples tels que les campagnes de financement pour des projets artistiques ou des causes sociales. Cependant, ces pratiques étaient souvent limitées à des cercles restreints et manquaient d'échelle.
4. **Ère numérique** : L'avènement d'Internet et des réseaux sociaux a marqué un tournant majeur dans l'histoire du financement participatif. Au début des années 2000, des plateformes en ligne comme Kickstarter et Indiegogo ont été lancées, permettant aux créateurs de projets de solliciter des fonds auprès d'un large public.
5. **Types de crowdfunding** : Avec la popularité croissante du financement participatif, différents modèles ont émergé. Le crowdfunding par dons (donation-based crowdfunding) implique des

contributions sans attente de retour financier direct, tandis que le crowdfunding par prêts (lending-based crowdfunding) implique des prêts remboursables. Le crowdfunding par souscription (reward-based crowdfunding) offre des récompenses non financières aux contributeurs, tandis que le crowdfunding par capital (equity-based crowdfunding) permet aux investisseurs d'obtenir une part de propriété dans le projet financé.

6. **Expansion mondiale** : Le succès du crowdfunding aux États-Unis a rapidement conduit à son adoption à l'échelle mondiale. Des plateformes de crowdfunding locales ont émergé dans de nombreux pays, adaptant le modèle aux cultures et aux réglementations locales.
7. **Évolutions récentes** : Ces dernières années, le crowdfunding a continué d'évoluer avec l'introduction de nouvelles technologies comme la blockchain, qui a ouvert de nouvelles possibilités pour le financement décentralisé et la tokenisation des actifs.

3. Les déferents mécanismes de Financement Participatif

3.1 Le crowdfunding (financement par dons)

- **Définition :**

Le crowdfunding, également connu sous le nom de financement par dons, est un modèle de financement participatif où des individus, appelés contributeurs ou Backer, apportent des fonds à un projet, une cause ou une entreprise sans attendre de retour financier direct. Ce mécanisme repose sur la générosité et l'engagement de la communauté envers des initiatives qui suscitent un intérêt ou une adhésion partagée. (Molnar, A., & Edström, , 2016)

- **Principes Sous-jacents du Crowdfunding par Dons :**

1. **Solidarité et Engagement Communautaire** : Le crowdfunding par dons repose sur le principe de solidarité et d'engagement communautaire, où les contributeurs soutiennent des projets qu'ils jugent importants ou qui correspondent à leurs valeurs personnelles.

2. **Volontariat et Altruisme** : Les contributeurs participent volontairement au financement des projets, motivés par un sentiment d'altruisme, de soutien à des causes sociales, culturelles, environnementales, ou à des initiatives entrepreneuriales.

3. **Impact Social et Culturel** : Ce modèle de financement peut avoir un impact significatif sur le plan social et culturel en soutenant des projets qui contribuent au bien-être de la société, à la

préservation du patrimoine culturel, à l'innovation sociale, ou à d'autres initiatives bénéfiques pour la communauté.

4. Partage de Valeurs et de Convictions : Le crowdfunding par dons permet aux contributeurs de partager leurs valeurs, leurs convictions et leurs préoccupations en soutenant des projets qui reflètent leurs aspirations et leurs engagements. (M.Gandee, *Le Crowdfunding par Dons : Un Pilier de Solidarité Communautaire, Volontariat Altruiste, et Impact Social et Culturel*, 2023)

- **Fonctionnement du crowdfunding**

Le mécanisme du crowdfunding implique une série d'étapes soigneusement orchestrées comme suite (Brown, 2015) :

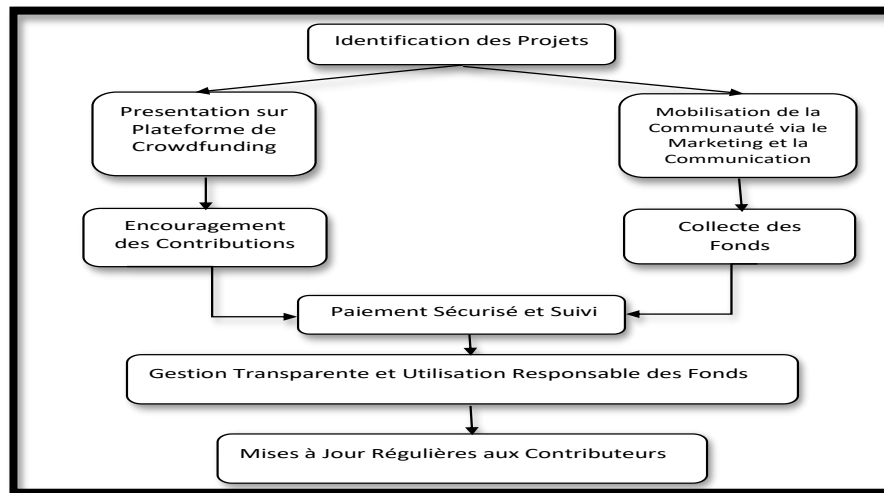
1. Identification des Projets : Les porteurs de projets identifient des initiatives à financer et les présentent sur des plateformes de crowdfunding par dons, en décrivant leurs objectifs, leurs besoins de financement, et les contreparties offertes aux contributeurs.

2. Mobilisation de la Communauté : Les porteurs de projets utilisent des stratégies de marketing et de communication pour mobiliser la communauté et encourager les contributeurs à participer financièrement au projet.

3. Collecte des Fonds : Les contributeurs effectuent des contributions financières via les plateformes de crowdfunding par dons, souvent avec des options de paiement sécurisées et des mécanismes de suivi des fonds collectés.

4. Gestion et Utilisation des Fonds : Les fonds collectés sont gérés de manière transparente et responsable par les porteurs de projets, qui les utilisent pour financer les activités prévues dans le cadre du projet, en fournissant régulièrement des mises à jour aux contributeurs sur l'utilisation des fonds.

Figure 1 : Mécanisme de fonctionnement de crowdfunding



Source : Préparé par l'étudiante à partir de Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.

L'impact Potentiel du crowdfunding sur l'Écosystème Financier Algérien :

- **Encouragement de l'Entrepreneuriat Social** : Le crowdfunding par dons peut encourager l'émergence de l'entrepreneuriat social en soutenant des projets à impact social positif, tels que des initiatives environnementales, des projets éducatifs, ou des programmes de développement local.
- **Renforcement du Tissu Associatif** : Ce modèle de financement peut renforcer le tissu associatif en permettant aux organisations non gouvernementales (ONG), aux associations et aux initiatives citoyennes de mobiliser des fonds pour leurs activités et leurs projets.
- **Diversification des Sources de Financement** : Pour les porteurs de projets en Algérie, le crowdfunding par dons offre une alternative aux sources de financement traditionnelles, leur permettant de collecter des fonds auprès d'une communauté engagée et diversifiée.
- **Sensibilisation et Mobilisation de la Communauté** : Le crowdfunding par dons peut contribuer à sensibiliser et à mobiliser la communauté autour de causes et de projets spécifiques, favorisant ainsi un engagement citoyen actif et participatif. (A.Chérif, 2023)

3.2 Le crowdlending (Prêt Participatif)

- **Définition :**

Le crowdlending, également connu sous le nom de prêt participatif, est une forme de financement participatif où des individus ou des investisseurs prêtent de l'argent à des emprunteurs ou des entreprises via des plateformes en ligne dédiées, sans passer par des institutions financières traditionnelles comme les banques. Cette pratique repose sur le principe de la foule (crowd) qui agit comme prêteur collectif pour financer des projets ou des besoins de financement spécifiques. (Molnar, A., & Edström, , 2016)

- **Principes Sous-jacents du Crowdlending :**

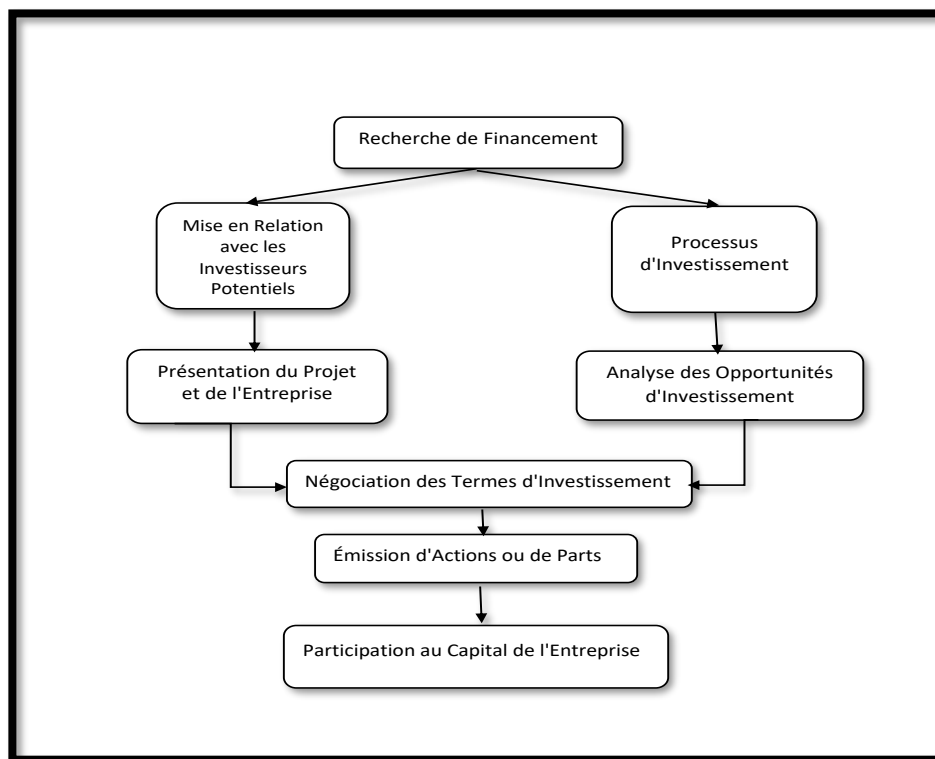
1. **Démocratisation du Financement :** Le crowdlending vise à démocratiser l'accès au financement en permettant à un large éventail de prêteurs individuels d'investir des montants variés dans des projets qui correspondent à leurs intérêts et à leurs critères de risque.
2. **Intermédiation Décentralisée :** Contrairement aux prêts bancaires traditionnels, le crowdlending élimine les intermédiaires financiers en mettant directement en relation les emprunteurs et les prêteurs à travers des plateformes en ligne, réduisant ainsi les coûts et les délais de traitement.
3. **Diversification des Portefeuilles :** Pour les investisseurs, le crowdlending offre une opportunité de diversifier leurs portefeuilles d'investissement en allouant des fonds à plusieurs projets ou emprunteurs, répartissant ainsi les risques.
4. **Transparence et Sécurité :** Les plateformes de crowdlending fournissent généralement des informations détaillées sur les projets, les emprunteurs et les modalités de remboursement, offrant ainsi une transparence accrue aux prêteurs et renforçant la confiance dans le processus. (Mollick, The Role of Crowdfunding in Fostering Innovation: Friend or Foe, 2014)

- **Fonctionnement du Crowdlending :**

Le mécanisme du crowdlending implique une série d'étapes soigneusement orchestrées comme suite (Susanne Chishti et Janos Barberis, 2016) :

1. **Inscription sur la Plateforme** : Les emprunteurs et les prêteurs s'inscrivent sur une plateforme de crowdlending, où les emprunteurs présentent leurs projets et les prêteurs examinent les opportunités d'investissement.
2. **Analyse et Evaluation** : Les plateformes effectuent généralement une analyse et une évaluation des projets et des emprunteurs pour évaluer leur solvabilité et déterminer les conditions de prêt.
3. **Publication des Offres** : Une fois approuvés, les projets sont publiés sur la plateforme avec les conditions de prêt, telles que le montant, le taux d'intérêt et la durée.
4. **Investissement et Remboursement** : Les prêteurs investissent dans les projets de leur choix, et les emprunteurs remboursent leurs prêts selon les termes convenus, généralement avec des échéances régulières et des intérêts.
- 5.

Figure 9 : Mécanisme de fonctionnement de Crowdlending



Source : Préparé par l'étudiante à partir de Bruton, G. D., Khavul, S., Siegel, D., & Wright, M. (2015). New financial alternatives in seeding entrepreneurship: Microfinance, crowdfunding, and peer-to-peer innovations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 9-26.

- **Impact Potentiel du crowdlending sur l'Écosystème Financier Algérien :**

1. **Accès au Financement :** Le crowdlending peut offrir aux petites et moyennes entreprises (PME) en Algérie un accès plus large au financement, en particulier pour des projets innovants ou à fort potentiel de croissance.
2. **Diversification des Sources de Financement :** Pour les emprunteurs, le crowdlending diversifie les sources de financement en complément aux prêts bancaires traditionnels, réduisant ainsi la dépendance à un seul canal de financement.
3. **Stimulation de l'Entrepreneuriat :** En encourageant l'investissement dans des projets entrepreneuriaux et innovants, le crowdlending peut stimuler l'entrepreneuriat et la création d'emplois en Algérie.
4. **Éducation Financière :** Le crowdlending peut contribuer à sensibiliser et à éduquer les individus sur les opportunités d'investissement et les mécanismes financiers, renforçant ainsi la culture financière dans le pays. (Mollick, The Role of Crowdfunding in Fostering Innovation: Friend or Foe, 2014)

3.3 Le crowdquity (financement participatif en capital)

- **Définition :**

Le crowdquity, également appelé financement participatif en capital, est une forme de financement participatif où des investisseurs individuels ou des groupes d'investisseurs investissent directement dans des entreprises en échange d'une participation au capital social de ces entreprises. Contrairement au crowdlending où les investisseurs prêtent de l'argent et attendent un remboursement avec intérêts, le crowdquity implique l'acquisition d'actions ou de parts sociales dans l'entreprise financée. (Molnar, A., & Edström, , 2016)

- **Principes Sous-jacents du Crowdquity :**

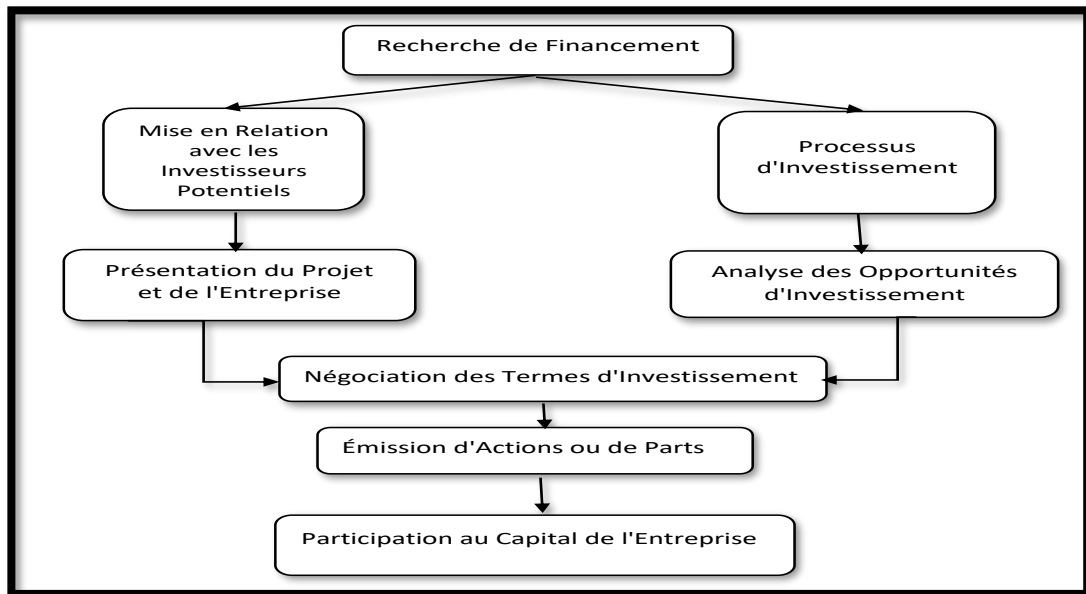
1. **Participation au Capital :** Le crowdquity permet aux investisseurs de devenir actionnaires ou copropriétaires de l'entreprise financée, leur donnant ainsi droit à une part des bénéfices futurs de l'entreprise et à une éventuelle plus-value en cas de sortie.
2. **Partage des Risques et des Récompenses :** Les investisseurs partagent les risques et les récompenses de l'entreprise, car leur rendement dépend de la performance financière de l'entreprise et de sa valeur sur le marché.

3. **Alignement des Intérêts** : Le crowdquity favorise l'alignement des intérêts entre les investisseurs et les entrepreneurs, car les investisseurs ont un intérêt direct à soutenir la croissance et la rentabilité de l'entreprise.
 4. **Financement de la Croissance** : Pour les entreprises, le crowdquity offre un moyen de lever des fonds pour financer leur croissance, leurs projets d'expansion, ou leurs activités de recherche et développement. (Susanne Chishti et Janos Barberis, 2016)
- **Fonctionnement du Crowdquity** :

Le mécanisme du crowdlending implique une série d'étapes soigneusement orchestrées comme suite (Brown, 2015) :

1. **Identification des Opportunités** : Les entreprises recherchent des opportunités de financement via des plateformes de crowdquity, en présentant leurs projets, leur modèle économique, et leur proposition de valeur aux investisseurs potentiels.
2. **Évaluation des Projets** : Les investisseurs évaluent les projets en fonction de critères tels que le potentiel de croissance, la solidité du modèle d'affaires, la compétence de l'équipe dirigeante, et les risques associés.
3. **Investissement et Acquisition de Parts** : Les investisseurs investissent dans les projets qui les intéressent et acquièrent des parts ou des actions dans l'entreprise, généralement par le biais d'une plateforme de crowdquity qui facilite les transactions.
4. **Suivi de l'Investissement** : Les investisseurs suivent régulièrement la performance financière et opérationnelle de l'entreprise, participent aux décisions stratégiques lors des assemblées générales, et peuvent bénéficier de dividendes ou de plus-values en cas de succès de l'entreprise. (Mollick, Understanding Crowdfunding: A Review of the Literature, 2018)

Figure 17 : Mécanisme de fonctionnement de crowdquity



Source : Préparé par l'étudiante à partir de Ahlers, G. K. C., Cumming, D., Günther, C., & Schweizer, D. (2015). Signaling in equity crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 955-980.

• **Impact Potentiel du crowdquity sur l'Écosystème Financier Algérien :**

1. **Financement de l'Innovation et de l'Entrepreneuriat :** Le crowdquity peut stimuler l'innovation et l'entrepreneuriat en Algérie en offrant aux startups et aux entreprises innovantes un accès au capital risque pour développer leurs projets et leurs technologies.
2. **Diversification des Investissements :** Pour les investisseurs algériens, le crowdquity offre une diversification des investissements en permettant de participer à différents secteurs économiques et de soutenir des projets à fort potentiel de croissance.
3. **Renforcement du Tissu Entrepreneurial :** En encourageant l'investissement direct dans les entreprises locales, le crowdquity peut contribuer au renforcement du tissu entrepreneurial et à la création d'emplois dans des secteurs innovants et porteurs.

4. **Évolution du Cadre Réglementaire** : Pour que le crowdfund se développe en Algérie, il peut être nécessaire d'adapter le cadre réglementaire pour garantir la transparence, la protection des investisseurs, et la gouvernance des entreprises financées. (Sarah Wilson et David Smith, 2019)

Section 2 : Les plateformes de crowdfunding

Les plateformes de crowdfunding jouent un rôle central dans le processus de financement participatif en facilitant la mise en relation entre porteurs de projets et investisseurs. Cette section analysera la digitalisation de ces plateformes, les cadres réglementaires qui les régissent, et proposera des exemples concrets de plateformes existantes. Nous terminerons par une évaluation des avantages et des inconvénients associés à ces plateformes.

1. La digitalisation du financement participatif

Grâce à la digitalisation, le financement participatif a évolué pour devenir plus accessible, transparent et efficace. Cette transformation a permis de surmonter les barrières géographiques et temporelles, ouvrant ainsi des opportunités mondiales pour les porteurs de projets. Les plateformes en ligne dédiées offrent un espace virtuel où les projets peuvent être présentés et les objectifs de financement définis, invitant les contributeurs à participer financièrement. Cette démocratisation du financement participatif a permis à un plus grand nombre de personnes de soutenir des projets qui leur tiennent à cœur, créant ainsi une communauté engagée et dynamique.

De plus, la digitalisation a renforcé la transparence dans le processus de financement participatif. Les plateformes en ligne fournissent des informations claires sur les projets, leurs coûts et les récompenses pour les contributeurs, avec des transactions financières sécurisées et traçables. Les contributeurs peuvent suivre l'évolution des projets qu'ils ont soutenus, renforçant ainsi la confiance et la satisfaction des participants.

L'avènement d'Internet a facilité la création et l'utilisation des plateformes de crowdfunding, comme ArtistShare (2004) pour le financement de projets artistiques, SellaBand (2005) pour les albums de musique, Ulule (2010) en France, et Kickstarter (2009) aux États-Unis, aujourd'hui parmi les plus populaires au monde. Cette croissance exponentielle du crowdfunding en fait un

moyen essentiel de financer une large gamme de projets, démontrant l'importance de la digitalisation dans l'évolution et le succès du financement participatif. (Cormary, 2023)

2. Règlementation des Plateformes de Crowdfunding

La Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse (COSOB) a été chargée par les autorités publiques de travailler dans son domaine de compétence afin de superviser le processus d'élaboration du cadre réglementaire du financement participatif, qui pourrait offrir une solution de financement en capital adaptée aux startups algériennes et aux projets innovants qui manquent de financement en raison de leur nature risquée.

La COSOB prépare un règlement qui définit les conditions de licence, d'exercice et de surveillance des conseillers en investissement participatif (CIP) qui auront la responsabilité de créer et de gérer des plateformes de financement participatif en ligne pour permettre la participation à des projets d'investissement.

La création de plateformes de financement participatif sera accompagnée d'un régime fiscal avantageux pour les entreprises ou le lancement d'un fonds dédié au financement de la phase précédant la réalisation de leurs projets. Selon le président de la Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse, le cadre réglementaire du financement participatif en Algérie sera activé après sa publication dans le journal officiel à partir du dernier trimestre de l'année 2020. Ensuite, l'entité concernée commencera à recevoir et à traiter les demandes de création de plateformes de financement participatif, ce qui offrira aux startups et aux entrepreneurs la possibilité de bénéficier de ces nouvelles sources de financement (ABDALLAH EL HIRTSI Hamid, 2019)

Après l'adoption de la loi de finances complémentaire pour l'année 2020, la COSOB a adopté un régime relatif à l'activité de conseil en investissement participatif conformément à l'article 45 concernant la mise en place du conseiller en investissement participatif, afin de tenir compte des spécificités du cadre juridique et réglementaire algérien et d'y répondre. En raison de l'intérêt des entrepreneurs, la COSOB a proposé un régime réglementaire simplifié pour la gestion de la plateforme de protection de l'investisseur. Le tableau suivant illustre la réglementation de l'activité de financement participatif en Algérie par la Commission d'Organisation et de Surveillance des

Opérations de Bourse, tel que rapporté dans le rapport annuel de la Commission pour l'année 2020. (Mounira, 2023)

Tableau 1 : la réglementation de l'activité de financement participatif par COSOB

Type de plateforme	-Les opérations de financement participatif couvertes par la réglementation sont celles qui se font par le biais d'investissements en actions dans le capital de sociétés par actions ou de projets d'investissement participatif.
Les conditions d'approbation	-Absence d'exigence de capital minimum ou de statut juridique pour le conseiller en financement participatif. -Nomination d'un responsable du financement participatif -Disponibilité de ressources financières et informatiques adéquates. -Mise en place d'un mécanisme de contrôle interne adapté à l'ampleur de l'activité.
Conditions d'exercice de l'activité	Un conseiller en financement participatif doit respecter les règles suivantes : -Limitation du nombre de participants à 100 par projet de financement participatif. -Financement de projets d'investissement situés en Algérie. -Sélection des investisseurs par le biais d'un test d'adéquation réalisé en ligne pour évaluer leurs objectifs et leur connaissance des risques liés à l'activité. - Éviter les conflits d'intérêts. - Désignation d'un établissement de crédit prestataire de services financiers.
Projets de financement participatif	-Exemption des projets de financement participatif de l'obligation de soumettre une notice d'information à la COSOB et d'obtenir l'agrément. -Non-admission à la cote des titres émis. -Les projets d'investissement doivent être accompagnés d'une documentation détaillée comprenant la nature du projet, le montant total des fonds à collecter, la répartition des fonds par phase du projet, les investisseurs éligibles, les modalités de participation et les modalités de remboursement.
Garantie de viabilité	-Le conseiller en financement participatif doit mener les études de faisabilité nécessaires pour s'assurer de la viabilité du projet et de la compétence et de l'intégrité de l'entrepreneur. - Les informations relatives au projet doivent être exactes et cohérentes. - Une documentation d'information conforme à la réglementation doit être publiée. -Des états financiers périodiques et des informations pertinentes doivent être publiés.

Souscription et collecte de fonds	--Le conseiller en financement participatif doit gérer les souscriptions aux projets et les modèles d'abonnement. -Pour chaque projet, le conseiller doit ouvrir un compte bancaire distinct afin de recevoir les dépôts et les paiements des souscripteurs. - Assurer le déblocage des fonds : Une fois que le montant total des souscriptions atteint l'objectif fixé pour le projet, le conseiller donne l'instruction à la banque de libérer les fonds.
Supervision des conseillers en financement participatif	-Les mêmes mesures de vérification et d'enquête que celles appliquées aux intermédiaires de bourse s'appliquent aux conseillers en financement participatif.

Source: Babas Mounira, (2023), The contribution of the crowdfunding industry to promoting financial inclusion goals - Case study of Chriky and Kheyma platforms in Algeria-, Journal Of North African Economies, Vol 19 / N°:32, P: 80. COSOB, (2020), rapport annuel, Algerie p.27-28.

3. Exemples de plateformes de crowdfunding

• Plateformes mondiales

Au fil des années, on observe une croissance exponentielle de l'utilisation des plates-formes mondiales de financement participatif. En 2023, le volume du marché mondial du financement participatif a été estimé à 1,17 milliard de dollars américains, Selon Statista, la valeur des transactions du secteur mondial du financement participatif devrait augmenter de 1,48 % entre 2024 et 2028, ce qui entraînera un volume de marché de 1,27 milliard de dollars américains en 2028. Cette expansion est le reflet d'un intérêt croissant pour cette forme de financement collaborative, qui offre une alternative aux méthodes traditionnelles de collecte de fonds. (Statistica)






En outre, l'évolution technologique a facilité l'utilisation de ces plates-formes, permettant à un nombre croissant d'individus et d'entreprises de bénéficier de cet outil puissant pour concrétiser leurs idées et leurs ambitions. Les plateformes en ligne fournissent un espace virtuel où les projets sont mis en avant, les objectifs de financement sont clairement définis, et les contributeurs sont encouragés à participer financièrement. Les tableaux suivants présentent les principales plates-formes de financement participatif au niveau mondial.

Tableau 2 : Les plateformes de dons

Noms	Ticket moyen par contributeur	Montant	Frais fixes	Commission	Critères	Montant total levé
	60 €	Tout ou rien	0	5% + 3% de frais de transaction bancaire	Le projet doit s'inscrire dans une démarche innovante, solidaire. À portée collective, doit s'adresser au grand public et doit avoir une finalité bien précise : (un livre, un spectacle, une application, etc.). Sont refusés les projets personnels (vacances, mariage, etc.)	62M€ pour 24 317 projets présentes 2550 € par projet en moyenne.
	49 €	Tout ou rien	0	5% + 3% de frais transactionnels	Les projets ayant une finalité créative, artistique, solidaire ou une portée citoyenne sont éligibles. Il faut une portée collective. Vous soumettez votre projet, un succès manager vous guidera ensuite pour obtenir la validation finale	70M€ pour 24978 projets présentés en moyenne par
	22€	Tout ou rien	0	5% +3% de frais de transactions et 0,20€ par engagement	Le projet doit être créatif et viser à créer une œuvre ou fabriquer un produit à portée collective (montrer un prototype). Les levées de fonds caractérisées sont interdites.	2,8Mds pour 335982 projets lancés 8300€ en moyenne
 Makers & Bankers	N.C.	Flexible	N.C.	0	Ouvert à tous les projets Attention particulière portée sur l'altruisme des fondateurs.	N.C.






Source : Fundraise Advisor. (2020)

Tableau 3 : Les plateformes de prêt

Noms	Duré de financement	Montant prêté	Frais fixes	Commission	Critères	Montant total emprunté
	Entre 3 mois et 5 ans	Entre 10K€ et 500k€ 74K€ en moyenne	Entre 3,5% et 10% Sans garantie	0	4% HT du montant total puis 1% par an du capital restant	Avoir clôturé son troisième exercice comptable, Financement de besoins de trésorerie et d'investissements
	Entre 3 et 84 mois	Entre 30K€ et 2M€ 320K€ en moyenne par projet financé	Entre 4 et 9,9%	0	3% + 1/12% de gestion de flux	TPE PME ou CA > 400K€ et rentables
	Entre 24 et 60 mois	De 10K€ à 100K€ 71K€ en moyenne par projet financier	Entre 5 et 10,5% Sans caution sans garantie	0	3% HT pour les emprunts de 3 ans ou moins, 4% HT sinon 1% pour la gestion	Toutes les sociétés domiciliées en France, enregistrées au RCS, ayant des fonds propres (comptes courants d'associés compris) ou un EBE positifs.
	Entre 6 et 48 mois	De 100K€ à 1M€	A partir de 7% par an avec ou sans garantie	0	5% HT du montant financé	Tous les projets sont obligatoires mais la société doit avoir clôturé 2 exercices financier (SA ou SAS, SARL) ou, par exemple, pouvoir apporter des actifs (matériels, immobilier...) en garantie.
	1 à 6 ans	244K€ en moyenne par projet financé a partir de 50€	Entre 4% et 8%	Frais fixes variant selon les projets	4% HT	Le projet doit être solide économiquement et la démarche de développement durable doit être sérieuse.

Source : Fundraise Advisor. (2020)

Tableau 4 : Les plateformes d'investissement

Noms	Ticket minimum	Montant levé	Frais fixes	Commission	Critères	Montant total levé
	1 K€	Entre 100K€ et 5M€	1500 € HT	Entre 7 et 9,5% HT	Avoir un besoin de financement entre 100K€ et 1M€, avoir un projet de développement, et s'assurer que le besoin en financement et la valorisation soient cohérents	N.C.
	1K €	Entre 100K€ et 1M€	A partir de 5K€	5%	Audit sur plus de 40 points de contrôle (3% des dossiers présentés sont sélectionnés), par d'actionnaires complets et valorisation négociée	61M€ pour 122 entreprises, soit 500K€ en moyenne par entreprises financée
	100€	300K€	0	Entre 5 et 10%	Pour être sélectionné. La communauté des Wiseeders voie puis une équipe d'expert fait une grande due diligence	73 M€ pour 153 projets soit 480 K€ par projet on moyenne
	100€	Entre 100K€ et 1M€	1500 € HT	Entre 6% et 8% HT	Au moins un premier bilan, société B2C ou 8282 C. présence sur les réseaux sociaux	N.C.
	1K€	Entre 100K€ et 1M€	12500€ dont 3500€ en pré-collection	1%	Besoin de financement entre 100K et 1M€	25M€ collectés pour 50 entreprises, soit 500K€ en moyenne par entreprise financée
	1K€	Entre 300K€ et 400K€	Max 5000€ ont déduits des commissions si la campagne est un succès	Entre 6 et 10%	Une équipe dirigeante déterminée et complémentaire, un service ou un produit innovant/différenciant, des perspectives de croissance d'aves. Et enfin un levé compris entre 50k€ et 1M€.	> 6M€ levés depuis le lancement

Source : Fundraise Advisor. (2020)

- **Plateformes Algériennes :**

L'Algérie compte quatre plateformes de financement participatif, ces plateformes ciblent les entrepreneurs en Algérie et les contributeurs du monde entier, notamment la diaspora algérienne à l'étranger. Leur date de création est la suivante (Dabah Mohamed Ridha, Benbraïka Abdelouahab, 2021) :

- La plateforme TWIIZA en 2013
- La plateforme CHRIKY en 2014
- La plateforme NINVESTI, fondée en 2019 et lancée en 2020
- La plateforme KHEYMA en 2020

TWIIZA, créée en juin 2013 par Karim Mansoura et Nader Aalam, représente la première plateforme algérienne de financement participatif en Algérie. Elle vise à concrétiser les projets algériens qui ne peuvent pas trouver de ressources financières par les canaux traditionnels, notamment les startups et les projets innovants, en finançant leurs activités artistiques, solidaires, sportives, entrepreneuriales, voire environnementales... L'idée de créer une plateforme pour eux en Algérie est venue pendant le défi 2012 "Tahadi Nrouhou", où ils ont rencontré de nombreuses associations actives et de nombreux jeunes talents, remplis d'idées et d'ambitions qui n'ont pas pu trouver de soutien pour leurs projets. Ils ont donc voulu proposer une solution pour financer les bonnes idées grâce au soutien des utilisateurs d'Internet. Il convient de noter que le choix du nom de la plateforme "Twiza" n'était pas aléatoire, mais un usage courant en Algérie et encore utilisé dans certaines régions. Ce terme fort reflète les valeurs de nos ancêtres, l'esprit de coopération, de solidarité, de sympathie, de courage, et vise à inciter les utilisateurs d'Internet à interagir et à accroître leur conscience.

NINVESTI est une plateforme algérienne fondée en 2019 pendant la crise sanitaire mondiale due à la Covid, mais son lancement effectif a eu lieu en 2020. Son objectif est de fournir un financement aux jeunes entrepreneurs en les mettant en relation avec des investisseurs, afin de surmonter les contraintes auxquelles les porteurs de projets sont confrontés dans le cadre du système de financement traditionnel en Algérie.

CHRIKY est la première plateforme de financement participatif basée sur des actions en Algérie. La plateforme est située en France en raison de l'absence et de la complexité des contraintes légales et réglementaires en Algérie, ce qui garantit sa sécurité. Il s'agit d'une société par actions selon la loi algérienne. Son bureau est situé à Alger, la capitale algérienne. Elle propose les services suivants:

- C'est une plateforme de financement participatif en ligne, qui permet aux entrepreneurs de présenter leurs projets et de trouver un financement initial ou supplémentaire auprès des investisseurs, et aux investisseurs de choisir, de soutenir et de financer un projet ou une idée d'entreprise intéressante et rentable pour développer leurs capitaux.
- Elle soutient les idées jusqu'à la création d'une nouvelle entreprise ou à l'augmentation du capital des entreprises en activité.
- La plateforme propose aux porteurs de projets des idées selon des accords et des négociations, un soutien par le biais de l'aide et des conseils, et une organisation dans le domaine de la gestion pendant la phase de démarrage et d'exploitation du projet.

L'équipe de la plateforme agit en tant qu'intermédiaire entre les entrepreneurs et les investisseurs jusqu'à la date de création de l'entreprise ou à l'augmentation du capital.

KHYMA Il s'agit d'une plateforme de financement participatif axée sur les pays du Maghreb, permettant le financement de projets en Algérie, en Tunisie et au Maroc pour réaliser le développement dans leurs pays d'origine. Cette plateforme permet le financement de projets caritatifs, artistiques, culturels, ainsi que l'acquisition de parts dans des startups et des projets économiques. À travers la plateforme Khyma, les entrepreneurs peuvent envoyer un résumé de leurs initiatives au site : project@kheyma.com, où le projet est évalué par l'équipe Khyma pour s'assurer de la transparence des opérations et de l'efficacité des procédures. La plateforme Khyma garantit la confidentialité des données et leur préservation.

Tableau 5 : les plateformes de crowdfunding en Algérie

	TWIIZA	CHRIKY	NINVESTI	KHAYMA
Date de lancement	2013	2014	2020	2020
Site web	http://www.twiiza.com/	https://www.chriky.com/	http://www.ninvesti.com	http://www.kheyma.com/
Type de financement participatif	Financement basé sur le don	Financement basé sur les actions	Financement basé sur le don, les actions et prêt	Financement basé sur le don
Domaine d'investissement	Projets environnementaux Startup Entrepreneuriat	Tous les domaines	Tourisme Musique Beauté Technologie Entrepreneuriat	Tous les domaines

SOURCE: - Babas Mounira, (2023), The contribution of the crowdfunding industry to promoting financial inclusion goals -Case study of Chriky and Kheyma platforms in Algeria-, Journal of North African Economies, Vol 19, N°32, pp.71-90.

- S.sansri, H. cheurfa, (2020), les plateformes du crowdfunding, alternative numérique pour les PME en temps du covid-19 cas : plateforme algérienne NINVESTI, revue des sciences économique et de gestion et science commerciales, volume 13, N 2, p. 301 (pp 294-308)

Tableau 6 : Certains des projets financés par la plateforme Chriky

Le projet	Montant (DA)	Ratio (%)	Wilaya
Ferme Aures pour l'acquisition de têtes de mouton, bénéficiant de leur laine et les élever pour réaliser des profits.	1000.000	60	Batna
Recyclage du verre.	1000.000	20	Bejaia
Clinique médicale à but non lucratif (intérêt social et humanitaire).	79.000.000	90	Alger
Usine de production de confiture.	20.000.000	90	Tipaza
Artisanat est un marché pour les produits faits à la main afin de promouvoir ce marché nationalement et internationalement.	1.000.000	60	Adrar
Atelier d'art de la bijouterie.	2.000.000	90	Msila
Irrigation pivotante pour l'achat d'équipements d'irrigation pivotante centrale utilisés dans les zones arides et semi-désertiques.	70.000.000	90	Oran
Usine pour la fabrication d'aliments pour le bétail et la volaille.	5.000.000	20	Alger
Un hôtel touristique dans le sud du désert.	20.000.000	90	Adrar
Clinique de dialyse.	30.000.000	60	Blida
Projet d'élevage de vaches (vaches laitières).	100.000.000	60	Setif
Achat d'un terrain pour cultiver des oliviers.	3.000.000	90	Mascara
Achat d'outils pour la fabrication de chaussures.	500.000	90	Medea
Cultivation d'une superficie de 400 hectares.	200.000.000	90	Ghardaia
Fabrication de meubles d'entreprise pour le confort des employés.	4500.000	20	Oran
Création d'un investissement touristique.	3500.000	90	Tizi-Ouzou
Création d'une petite entreprise de fabrication de beurre de cacahuète.	1.000.000	90	Mascara
Projet d'achat d'appartements pour les familles défavorisées.	1000.000.000	90	Alger
Établissement d'une école de formation professionnelle.	1.000.000	90	Tlemcen
Expansion d'une entreprise d'import-export de textiles et de vêtements.	5.000.000	90	Bejaia
Investissement dans des panneaux solaires.	100.000	60	Oran
Atelier de publicité et de communication dans toutes les langues.	2.000.000	90	Annaba
Expansion d'une école privée de sports.	20.000.000	90	Ain Temouchent
Création d'un site web de vente en ligne avec livraison à domicile.	700.000	90	Alger

Source : Préparé par le chercheur de Dabah Mohamed Ridha à partir du site officiel de la plateforme :

<https://www.chriky.com>

Tableau 7 : Projets financés via la plateforme Kheyma pendant la crise de COVID-19

Le projet	L'objectif de projet	Montant	Ratio de financement
Tiziclean (Tizi Ouzou)	Collecte de dons pour une campagne de nettoyage de la forêt de Yakouren et du village de Tadmit. Cette campagne était en partenariat avec la Direction de la Jeunesse et des Sports d'Algérie, ainsi qu'avec les associations locales, le Centre de Jeunesse de Yakouren et l'Association Itran de Tadmit.	4000.00 €	100%
Sila Networks	Sila Networks Algeria est une association qui rassemble les Algériens et les personnes d'origine algérienne en Europe et dans le monde entier. Sila Networks lance une campagne de collecte de fonds pour soutenir les efforts déployés en Algérie pour faire face à la crise résultant de l'épidémie de Covid-19. La collecte de fonds est divisée entre le soutien aux programmes d'achat d'équipements et le soutien aux familles dans le besoin.	10.000.00 €	100%
Vivre ensemble	Le groupe Vivre Ensemble organise un ensemble de boîtes de solidarité directement associées à la crise du covid-19. L'objectif est de financer l'achat de masques, de gants et de vêtements chirurgicaux.	8000.00 €	100%

Source : Préparé par le chercheur de Dabah Mohamed Ridha à partir du site officiel de la plateforme : <https://www.Kheyma.com>

4. Les avantages et les inconvénients de plateformes de crowdfunding :

4.1 Les avantages de crowdfunding :

Les plates-formes de financement participatif offrent plusieurs avantages significatifs pour les entreprises, les entrepreneurs et les contributeurs (Best, J, & Neiss, 2016) :

1. **Accessibilité accrue au financement** : Les plates-formes de financement participatif élargissent l'accès au financement en permettant aux entreprises de présenter leurs projets à un large public d'investisseurs potentiels. Cela ouvre des opportunités de financement pour les startups, les petites entreprises et les projets novateurs qui pourraient avoir du mal à obtenir un soutien financier par des moyens traditionnels.

2. **Diversification des sources de financement** : En utilisant une plate-forme de financement participatif, les entreprises peuvent diversifier leurs sources de financement en combinant le financement participatif avec d'autres méthodes telles que les prêts bancaires, les investissements privés ou les subventions publiques. Cette diversification réduit le risque financier en évitant une dépendance excessive à une seule source de financement.
3. **Engagement de la communauté** : Les plates-formes de crowdfunding favorisent l'engagement de la communauté en permettant aux contributeurs de se sentir investis dans les projets auxquels ils contribuent. Cet engagement peut se traduire par un soutien continu, des retours constructifs et une promotion organique du projet au sein de la communauté, ce qui renforce la notoriété et la crédibilité de l'entreprise ou du projet.
4. **Validation de l'idée ou du produit** : Une campagne réussie sur une plate-forme de financement participatif sert de validation pour une idée, un produit ou un service. Le fait de recevoir un soutien financier significatif de la part des contributeurs montre qu'il y a un intérêt réel du public pour le projet, ce qui peut rassurer les investisseurs potentiels et renforcer la confiance des partenaires commerciaux.
5. **Coûts de marketing réduits** : Les campagnes de financement participatif agissent également comme des outils de marketing et de promotion. Elles permettent de générer une visibilité et un intérêt autour du projet sans les coûts élevés associés aux campagnes de marketing traditionnelles. Cela peut conduire à des économies importantes en termes de promotion et de publicité.
6. **Innovation et créativité** : Les plates-formes de financement participatif encouragent l'innovation et la créativité en offrant un espace pour les idées et les projets novateurs. Les entrepreneurs sont encouragés à explorer de nouvelles idées et à proposer des solutions créatives, ce qui stimule l'innovation dans différents secteurs.

4.2 Les inconvénients de crowdfunding :

Comme toute méthode de financement, le financement participatif présente également des défis et des inconvénients qu'il est important de prendre en compte (Mollick, E. Z., & Suri, J., 2018) :

- **Risque de non-réalisation** : Les projets lancés sur des plates-formes de financement participatif ne sont pas toujours couronnés de succès. Il existe un risque que le montant souhaité ne soit pas atteint, ce qui peut compromettre la réalisation du projet si les fonds sont insuffisants
- **Pression pour atteindre les objectifs financiers** : Les créateurs de projets sur les plates formes de crowdfunding peuvent ressentir une pression significative pour atteindre leurs objectifs financiers. Cela peut entraîner un stress accru et des efforts supplémentaires pour promouvoir la campagne et mobiliser les contributeurs.
- **Coûts et frais** : Utiliser une plate-forme de financement participatif implique souvent des frais et des coûts associés. Ces frais peuvent varier en fonction de la plate-forme et du type de campagne, ce qui peut réduire le montant total de financement disponible pour le projet.
- **Dilution de la propriété** : Dans certains modèles de financement participatif, comme le crowdfunding par capital (equity-based crowdfunding), les investisseurs obtiennent une part de propriété dans le projet financé. Cela peut entraîner une dilution de la propriété pour les créateurs de projets, qui doivent partager les bénéfices et les décisions avec les investisseurs.
- **Risque de concurrence et de copie** : Une campagne réussie sur une plate-forme de financement participatif peut attirer l'attention de concurrents ou de personnes cherchant à copier l'idée ou le produit. Cela peut entraîner des défis supplémentaires en termes de protection de la propriété intellectuelle et de gestion de la concurrence.
- **Gestion des attentes des contributeurs** : Les contributeurs à une campagne de financement participatif peuvent avoir des attentes élevées concernant le projet financé, notamment en ce qui concerne la qualité, les délais de livraison et les récompenses promises. Gérer ces attentes et assurer la satisfaction des contributeurs peut être un défi pour les créateurs de projets.

Section 3 : Contexte culturel algérien en matière de finance

La culture et l'histoire économiques d'un pays influencent profondément les perceptions et comportements en matière de finance. Cette section se penchera sur l'histoire économique de l'Algérie, les facteurs influençant le financement participatif, et les attitudes des Algériens envers l'argent et l'investissement. Nous aborderons également l'importance de la confiance et des relations dans la société algérienne et évaluerons l'état actuel et les perspectives du financement participatif dans ce contexte.

1. L'histoire économique

L'histoire économique de l'Algérie est marquée par plusieurs phases et événements qui ont façonné son développement financier. Parmi les auteurs ayant abordé l'histoire économique de l'Algérie, Abdelkader Sid Ahmed se distingue par son ouvrage en sept volumes sur l'économie du pays. Ce livre présente l'histoire économique algérienne à travers cinq événements majeurs qui ont marqué son développement. (Ahmed, 2014). Comme suite :

- **Période coloniale** : Avant l'indépendance en 1962, l'Algérie était une colonie française. Cette période a vu l'exploitation des ressources naturelles, principalement agricoles et minières, au profit de la métropole. Les structures économiques étaient largement contrôlées par des intérêts coloniaux, avec une faible industrialisation et une dépendance aux importations.
- **Indépendance et nationalisation** : Après l'indépendance, l'Algérie a entrepris des politiques de nationalisation visant à récupérer le contrôle des secteurs clés de l'économie, notamment les hydrocarbures. La nationalisation des industries pétrolières et gazières en 1971 a donné à l'État un contrôle important sur les revenus provenant de ces ressources.
- **Économie rentière** : L'Algérie est souvent qualifiée d'"économie rentière" en raison de sa dépendance aux revenus pétroliers et gaziers. Les fluctuations des prix du pétrole ont eu un impact significatif sur l'économie du pays, avec des périodes de croissance économique lorsque les prix étaient élevés, mais aussi des défis lors des baisses de prix.
- **Politiques économiques et réformes** : Au fil des ans, l'Algérie a mis en œuvre diverses politiques économiques visant à diversifier son économie et réduire sa dépendance aux hydrocarbures, notamment par le soutien aux initiatives de financement participatif. Cela

inclut des efforts pour promouvoir l'industrialisation, l'agriculture, le tourisme et d'autres secteurs non-pétroliers, favorisant ainsi un écosystème financier plus diversifié et résilient.

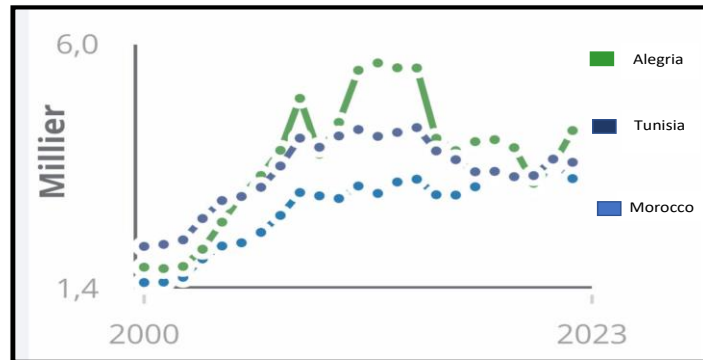
- **Défis structurels et sociaux** : Malgré ses ressources naturelles abondantes, l'Algérie fait face à des défis structurels tels que le chômage, la corruption, les inégalités sociales et régionales, ainsi que des problèmes d'infrastructures et de gouvernance. L'intégration du financement participatif dans ces défis structurels peut offrir des solutions innovantes et inclusives pour stimuler l'économie et favoriser un développement durable.

2. Les facteurs influençant le financement participatif

- **La religion** : En Algérie, la religion joue un rôle significatif dans les pratiques financières et le financement participatif. En tant que pays à majorité musulmane, l'islam influence fortement les approches financières, notamment à travers la finance islamique. Les principes de la charia, tels que l'interdiction des intérêts (riba) et la promotion de la justice économique, sont intégrés dans les produits financiers islamiques. Par exemple, les contrats de partenariat (Mourabaha, Moucharaka, etc.) utilisés dans la finance islamique évitent les intérêts en faveur du partage des profits et des pertes, ce qui reflète une approche financière alignée sur les valeurs religieuses prédominantes en Algérie. Cette orientation religieuse influence donc les choix financiers des individus et des entreprises, contribuant ainsi à façonner le paysage financier algérien. Par conséquent, le financement participatif émerge comme une alternative acceptée par le citoyen algérien, car il offre une méthode de financement qui évite les pratiques basées sur l'intérêt, conformément aux principes de la finance islamique et aux valeurs religieuses du pays.
- **L'économie** : Le Produit Intérieur Brut (PIB) de l'Algérie est un indicateur clé pour comprendre la capacité économique et la santé financière du pays, ce qui est essentiel pour évaluer le potentiel de réussite des plateformes de financement participatif. Un PIB élevé suggère une plus grande capacité des individus et des entreprises à investir dans des projets innovants, tandis que sa croissance ou sa stabilité peut renforcer la confiance des investisseurs. L'analyse des secteurs contribuant au PIB peut également révéler des domaines prometteurs pour le crowdfunding. De plus, les politiques économiques influencées par le niveau de PIB peuvent favoriser l'adoption de ces plateformes en encourageant l'entrepreneuriat et l'innovation. Enfin, le PIB par habitant, en tant

qu'indicateur du pouvoir d'achat, peut indiquer la propension des citoyens à soutenir financièrement des projets de crowdfunding, soulignant ainsi l'importance de ce paramètre dans la stratégie d'adaptation des plateformes de crowdfunding à la culture et à l'économie algériennes.

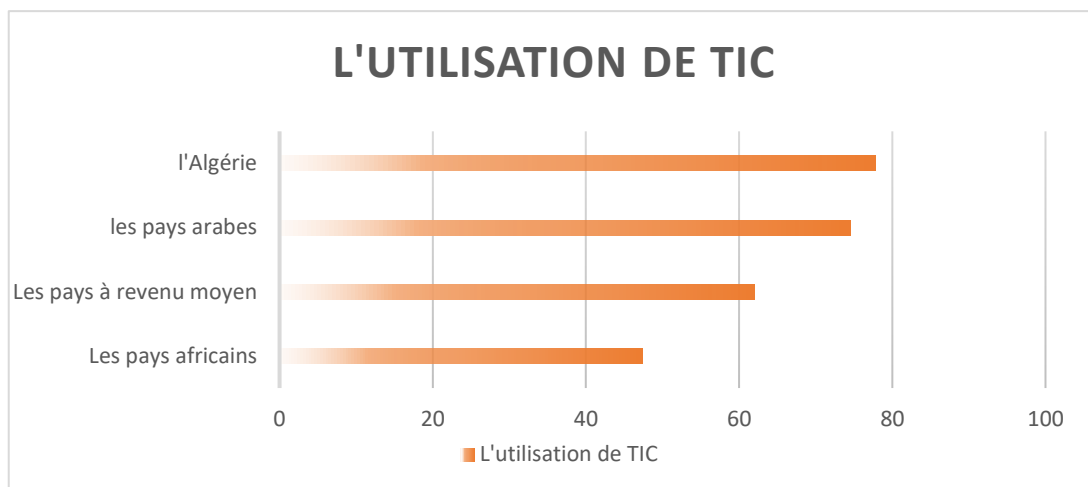
Figure 25 : PIB par habitants (en dollars) en Algérie, Tunisie et Maroc



Source : la banque mondiale

- **La technologie :** La technologie joue un rôle crucial dans l'expansion et l'efficacité des plateformes de financement participatif en Algérie, facilitant l'accès et la connectivité à travers des innovations telles que l'internet mobile et les paiements numériques sécurisés. L'adoption de la technologie blockchain peut offrir une transparence accrue et réduire les coûts de transaction, tandis que l'intelligence artificielle et l'analyse de données permettent une meilleure compréhension des comportements des utilisateurs et une personnalisation des campagnes. Ces avancées technologiques sont essentielles non seulement pour surmonter les défis géographiques et sécuriser les transactions financières mais aussi pour renforcer la confiance des utilisateurs, un aspect particulièrement important dans le contexte culturel et économique algérien.

Figure 33 : l'Indice de développement des technologies de l'information et de la communication pour l'année 2023 en Algérie comparativement à son environnement



Source : MINISTÈRE DE LA POSTE ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

3. Attitudes vis-à-vis de l'argent et de l'investissement en Algérie

En Algérie, l'attitude envers l'argent et l'investissement est influencée par divers facteurs culturels, économiques et sociaux (Belal, A., & Boukhatem, A. , 2020):

- 1. Conservatisme financier :** La culture financière en Algérie est souvent marquée par une approche conservatrice envers l'argent et l'investissement. Les individus ont tendance à privilégier la sécurité financière et la stabilité, ce qui se traduit par des choix d'investissement prudents et une épargne régulière.
- 2. Préférence pour les investissements tangibles :** Les Algériens ont traditionnellement montré une préférence pour les investissements tangibles tels que l'immobilier, l'or et les biens matériels. Ces investissements sont perçus comme des valeurs sûres et stables, offrant une protection contre l'inflation et les fluctuations du marché financier.
- 3. Confiance limitée dans les instruments financiers complexes :** Il existe souvent une méfiance envers les instruments financiers plus complexes tels que les actions en bourse, les produits dérivés, etc. Cette méfiance peut découler d'un manque de familiarité, de compréhension ou de confiance dans ces instruments financiers.

4. **Importance de la famille** : La famille joue un rôle central dans les décisions financières en Algérie. Les investissements et les décisions financières sont souvent discutés en famille, et l'entraide financière au sein de la famille est courante en cas de besoin.
5. **Stabilité et sécurité financières** : En raison de l'instabilité économique passée et de la volatilité des marchés, les Algériens accordent une grande valeur à la stabilité et à la sécurité financières. Cela peut se refléter dans leurs choix d'investissement et leur attitude prudente envers le risque financier.

4. Importance de la confiance et des relations dans la société algérienne

Dans la société algérienne, la confiance et les relations jouent un rôle crucial à plusieurs niveaux, notamment (Guendouzi, 2016) :

1. **Relations interpersonnelles** : La confiance et les relations interpersonnelles sont au cœur des interactions quotidiennes en Algérie. Les liens familiaux, amicaux et professionnels sont souvent basés sur la confiance mutuelle et le respect des relations établies. Ces relations peuvent influencer les décisions personnelles, les collaborations professionnelles et les échanges économiques.
2. **Affaires et commerce** : Dans le contexte des affaires et du commerce, la confiance est essentielle pour établir des partenariats durables et fructueux. Les Algériens accordent une grande importance à la confiance lorsqu'ils s'engagent dans des transactions commerciales, que ce soit entre entreprises ou avec des clients. Une relation de confiance peut faciliter les négociations, encourager la fidélité des clients et renforcer la réputation d'une entreprise.
3. **Institutions et gouvernance** : La confiance envers les institutions et les acteurs gouvernementaux est un élément clé de la stabilité sociale et politique en Algérie. Les citoyens ont besoin de sentir que les institutions fonctionnent de manière transparente, équitable et intègre pour maintenir leur confiance dans le système. Les relations de confiance entre les gouvernants et les gouvernés peuvent favoriser la coopération, la participation citoyenne et le développement durable.
4. **Investissements et développement** : Pour encourager les investissements et favoriser le développement économique, la confiance est cruciale. Les investisseurs, tant nationaux qu'étrangers, recherchent un environnement où les règles du jeu sont claires, les contrats sont

respectés et les relations d'affaires sont fondées sur la confiance mutuelle. La confiance contribue à réduire les risques perçus et à stimuler les initiatives d'investissement.

5. État actuel et perspectives du financement participatif en Algérie et dans le Marché mondial :

Le marché du financement participatif a connu une croissance et un développement significatifs à l'échelle mondiale depuis ses débuts. Au cours des années 2013 et 2014, les fonds collectés sont passés de 6,1 milliards de dollars à 16,2 milliards de dollars, soit une augmentation de 16,7%. En 2014, environ 14,3% de ces fonds ont été utilisés pour financer des entrepreneurs et des entreprises. En 2015, les fonds collectés ont atteint environ 34,4 milliards de dollars, plus du double par rapport à 2014. Les prévisions de croissance du financement participatif d'ici 2025 sont très encourageantes, avec une estimation de plus de 300 milliards de dollars.

Une étude réalisée par la Banque mondiale, couvrant 22 pays, estime que le financement participatif pourrait représenter 93 milliards de dollars pour les pays en développement d'ici 2025. Pour la région Moyen-Orient et Afrique du Nord, le potentiel est estimé à 5,6 milliards de dollars d'ici 2025. En ce qui concerne l'Algérie, le pays a récemment adopté un régime réglementaire concernant le financement participatif et s'est engagé à lancer des plateformes de financement participatif. Cette démarche vise à encadrer et à faciliter le développement de cette forme de financement innovante dans le pays, offrant ainsi un soutien financier accru aux projets entrepreneuriaux, aux start-ups et aux initiatives novatrices qui contribuent à la croissance économique et à la création d'emplois.

En parallèle, le secteur financier algérien s'ouvre de plus en plus à l'innovation et à la technologie, créant un environnement favorable à l'essor du financement participatif. Les autorités algériennes ont pris des mesures pour stimuler l'écosystème entrepreneurial, encourageant la création de nouvelles entreprises et favorisant l'accès au financement pour les entrepreneurs. Ces initiatives visent à dynamiser l'économie nationale, à diversifier les sources de financement et à promouvoir l'entrepreneuriat chez les jeunes et les innovateurs.

Le potentiel du financement participatif en Algérie réside également dans sa capacité à mobiliser les ressources financières locales et à les orienter vers des projets à fort impact social et économique. En impliquant directement la population dans le financement de projets, le

crowdfunding peut renforcer le sentiment d'appartenance et de participation citoyenne, tout en favorisant le développement local et régional.

Dans ce contexte, le développement des plateformes de financement participatif en Algérie représente une opportunité stratégique pour les entrepreneurs, les investisseurs et les acteurs du secteur financier. Ces plateformes peuvent contribuer à combler le déficit de financement, à promouvoir l'innovation et à stimuler la croissance économique, créant ainsi un écosystème plus dynamique et résilient pour l'avenir. (Asmaa, 2023)

Figure 41 : L'évolution du volume du marché du financement participatif par région pour la période 2018-2030.



Source : Polaris Market Research Analysis

Conclusion du Chapitre I

Le présent chapitre a exploré en profondeur le concept de financement participatif, également connu sous le nom de crowdfunding, et ses implications dans le contexte de la culture algérienne. À travers une revue de littérature exhaustive, nous avons examiné les différentes perspectives offertes par les livres, les articles scientifiques et les thèses de doctorat, permettant ainsi une compréhension approfondie des fondements théoriques du crowdfunding.

Nous avons débuté par une définition claire du financement participatif, soulignant ses principaux aspects et mécanismes, suivie d'une rétrospective historique éclairante qui a mis en lumière l'évolution et la diversification des pratiques de financement participatif au fil du temps. La classification des typologies et des mécanismes de fonctionnement a ensuite permis de saisir la variété des approches existantes, allant du don à l'investissement en passant par le prêt.

En abordant ensuite les plateformes de crowdfunding, nous avons analysé leur rôle essentiel dans la digitalisation du financement participatif, tout en examinant les cadres réglementaires qui encadrent ces plateformes et en présentant des exemples concrets qui illustrent la diversité des initiatives de crowdfunding à travers le monde. Les avantages et les inconvénients ont été scrutés avec objectivité, permettant une vision nuancée des enjeux associés à cette forme de financement.

Parallèlement, la contextualisation dans la culture algérienne a enrichi notre compréhension en mettant en lumière l'histoire économique du pays, les attitudes et perceptions vis-à-vis de l'argent et de l'investissement, les facteurs culturels et sociaux qui influencent le financement participatif, ainsi que l'importance cruciale de la confiance et des relations dans ce domaine.

Enfin, en dressant un état des lieux actuel du financement participatif en Algérie et en le situant dans le contexte du marché mondial, nous avons jeté les bases d'une réflexion approfondie sur l'adaptation et l'adoption des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, ouvrant ainsi la voie à une analyse plus spécifique dans les chapitres suivants de ce mémoire.

CHAPITRE II : Évaluation Empirique de l'Adoption du Financement Participatif en Algérie

Introduction de chapitre II

Dans ce chapitre, nous combinons des méthodes qualitatives et quantitatives pour offrir une compréhension de l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne. Notre objectif principal est d'explorer les perceptions et les attitudes envers le crowdfunding parmi les parties prenantes d'Algérie Telecom et les citoyens algériens.

Nous avons collecté des données qualitatives à travers des entretiens semi-structurés avec des représentants d'Algérie Telecom et des experts financiers. Pour les données quantitatives, nous avons distribué un questionnaire à un échantillon représentatif de la population algérienne afin d'évaluer leur connaissance et leur disposition à participer au crowdfunding. Nous avons sélectionné les participants aux entretiens qualitatifs en fonction de leur expertise et de leur rôle au sein d'Algérie Telecom et du secteur financier algérien.

Algérie Telecom, créée en 1962, est un acteur clé dans le secteur des télécommunications en Algérie. Depuis sa fondation, l'entreprise a évolué pour répondre aux besoins croissants en services de télécommunication. Historiquement, Algérie Telecom a compté sur l'autofinancement et le soutien étatique pour ses projets. Toutefois, dans le contexte actuel de diversification des sources de financement, nous explorons de nouvelles avenues telles que le crowdfunding pour soutenir notre expansion et nos projets innovants.

L'analyse des entretiens qualitatifs a révélé des perspectives variées sur l'intégration du crowdfunding dans le modèle financier d'Algérie Telecom. Les thèmes récurrents incluent les opportunités et les défis liés à cette nouvelle approche de financement. Les données quantitatives montrent une diversité de connaissances et d'attitudes envers le crowdfunding parmi les citoyens algériens. Les résultats indiquent une certaine méfiance mais également un potentiel intérêt pour cette forme de financement.

La discussion des résultats qualitatifs souligne l'importance d'adapter le modèle de crowdfunding aux spécificités culturelles et économiques de l'Algérie. Les implications pour Algérie Telecom incluent la nécessité de sensibiliser et d'éduquer les parties prenantes sur les avantages du crowdfunding. Les résultats du questionnaire suggèrent des stratégies pour améliorer la perception du crowdfunding en Algérie.

Section 1 : Cadre méthodologique

Pour mener à bien notre étude, il est crucial d'adopter une approche méthodologique structurée. Cette section détaillera la méthodologie employée, les méthodes de collecte de données, et les critères de sélection des participants. Nous expliquerons comment ces éléments contribuent à la fiabilité et à la validité de notre recherche.

1. Approche méthodologique

Ce travail s'inscrit dans une approche méthodologique mixte, combinant des méthodes qualitatives et quantitatives pour approfondir la compréhension de l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne. Cette approche vise à explorer les perspectives des parties prenantes clés, notamment les représentants d'Algérie Telecom et les experts financiers, tout en sondant la perception et la disposition des citoyens algériens vis-à-vis du financement participatif. L'association de ces deux approches permet une analyse exhaustive et éclairée de la manière dont ces plateformes pourraient s'intégrer harmonieusement dans le contexte culturel et économique de l'Algérie.

1.1 La méthode qualitative

Dans l'étude de l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, la recherche qualitative s'avère essentielle pour appréhender l'objet d'étude de manière globale, proximale, directe et interprétative. Cette approche joue un rôle crucial en visant à explorer en profondeur la connaissance du phénomène à l'étude, permettant ainsi de collecter des données approfondies et détaillées sur les aspects spécifiques du financement participatif dans le contexte culturel et économique de l'Algérie.

Le financement participatif en Algérie requiert une compréhension approfondie des attitudes et des comportements des parties prenantes. La recherche qualitative offre donc l'opportunité d'explorer ces aspects en profondeur, ce qui peut aider à identifier les problèmes clés et à proposer des solutions plus efficaces. En adoptant une approche qualitative, il devient possible de saisir les nuances et les spécificités de la culture et des pratiques financières en Algérie, contribuant ainsi à une analyse plus holistique et pertinente pour l'adaptation des plateformes de financement participatif.

1.2 La méthode quantitative

Dans le cadre de cette étude sur l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, la recherche quantitative revêt une importance particulière. En effet, elle permet d'appréhender de manière plus systématique et mesurable certains aspects du financement participatif, tels que la perception des citoyens algériens, leur niveau de connaissance des plateformes de financement participatif, et leur disposition à y participer.

La recherche quantitative offre ainsi la possibilité de recueillir des données structurées et quantifiables à travers un questionnaire, permettant une analyse statistique rigoureuse des réponses obtenues. Cette approche permet de mesurer avec précision les tendances et les préférences des participants, offrant ainsi une vision quantitative complémentaire à l'analyse qualitative. Par exemple, elle peut aider à déterminer le niveau de confiance des citoyens algériens dans le financement participatif, leur familiarité avec les mécanismes de crowdfunding, et leur propension à investir ou à soutenir des projets via ces plateformes

2. Méthode de collecte de donnée

2.1 La méthode qualitative

Dans le cadre de notre étude sur l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, nous avons employé diverses méthodes qualitatives pour recueillir des données riches et pertinentes. Ces méthodes ont été sélectionnées en fonction du contexte spécifique de notre recherche et de la nature des informations recherchées.

Recherche Documentaire : Nous avons entrepris une recherche documentaire approfondie en examinant une gamme variée de documents en ligne, de publications spécialisées. Cette exploration documentaire nous a permis de consolider notre compréhension du sujet et d'établir le cadre théorique de notre mémoire.

Observation : L'observation active lors de nos visites sur le terrain de notre stage a été une méthode clé pour recueillir des données pertinentes. En prenant le temps d'observer l'environnement et les pratiques de l'entreprise, nous avons pu dresser un état des lieux et comprendre leur approche concernant l'intégration des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, une analyse cruciale pour orienter notre étude.

Entretiens Semi-Directifs : Nous avons également mené des entretiens semi-directifs, une méthode qualitative favorisant une approche interprétative et constructiviste. En nous inspirant de

la littérature pertinente et des échanges avec nos maîtres de stage, nous avons élaboré un guide d'entretien structuré pour acquérir une compréhension approfondie du processus d'échange d'informations et des attentes des clients en matière de financement participatif. Ce guide nous a permis d'explorer la situation informatique et technologique du terrain de recherche, fournissant des informations cruciales pour notre analyse et nos recommandations.

Guide d'entretien

1. Contexte

Dans le cadre de mon projet de fin d'étude portant sur l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, mis en place par la Direction générale de la finance et de la participation de la Société Algérie Télécom, je vous remercie de prendre le temps de répondre à cet entretien.

2. Présentation

Cette partie de la recherche s'inscrit dans la phase préparatoire, visant à acquérir une bonne compréhension de la manière dont Algérie Télécom envisage l'intégration des plateformes de financement participatif à la culture algérienne. Cette compréhension nous permettra ensuite de schématiser le processus en un diagramme clair et informatif.

3. Interrogateur

Je suis Rofaila KACED, étudiante en troisième année de second cycle en audit et contrôle de gestion à l'École Supérieure de Gestion et d'Économie Numérique (ESGEN) à Koléa

4. Interrogés

Dans le cadre de cette étude, nous avons spécifiquement interrogé les responsables de la Direction générale de la finance et de la participation d'Algérie Télécom. Voici les profils des personnes interrogées, présentés dans le tableau suivant :

Tableau 8 : Liste des interrogés

N°	Nom et Prénom	Fonction	Expérience Pertinente
1	Hamida BENNAI	Directrice des Finances et Participations	Plus de 12 ans

2	Mounira ZERARRGA	Chef du personnel	Plus de 10 ans
---	------------------	-------------------	----------------

Source : Élaboré par l'étudiante

Ce guide d'entretien vise à recueillir des informations essentielles sur les perspectives et les stratégies de la Direction générale de la finance et de la participation concernant l'intégration des plateformes de financement participatif dans le contexte algérien. Vos réponses contribueront à enrichir notre analyse et à formuler des recommandations pertinentes pour cette étude.

2.2 La méthode quantitative

Dans notre étude sur l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, nous avons utilisé une approche méthodologique complète comprenant plusieurs outils et méthodes.

Google Forms : Nous avons commencé par la création du questionnaire à l'aide de Google Forms. Cette plateforme nous a permis de concevoir un questionnaire structuré et adapté à nos objectifs de recherche, tout en offrant une interface conviviale pour la collecte des réponses.

SPSS : Pour l'analyse des réponses quantitatives, nous avons utilisé le logiciel statistique SPSS. Cet outil nous a permis d'explorer en profondeur les données quantitatives recueillies à partir du questionnaire, en effectuant des analyses statistiques avancées pour identifier les tendances et les relations significatives.

Analyse de Variance (ANOVA) : Pour l'analyse des données qualitatives, nous avons utilisé l'analyse de variance (ANOVA). Ce test statistique robuste nous a permis de comparer les moyennes de plusieurs groupes de données, ce qui a contribué à une compréhension approfondie des variations et des tendances dans nos données qualitatives.

Le test du chi-deux (ou chi-carré) : Pour l'analyse des données qualitatives, nous avons utilisé le test du chi-deux (ou chi-carré). Ce test statistique robuste nous a permis de déterminer s'il existe une association significative entre deux variables catégorielles. Il compare les fréquences observées dans chaque catégorie avec les fréquences attendues sous l'hypothèse d'indépendance.

Tableaux et schémas : Enfin, pour visualiser et interpréter nos données de manière efficace, nous avons utilisé Tableaux et schémas. Ces outils puissants de visualisation de données nous a

permis de créer des graphiques interactifs et des analyses visuelles, facilitant ainsi la compréhension des relations et des patterns dans nos résultats.

Le questionnaire

Le questionnaire utilisé dans cette étude s'inspire des recommandations de ANGER.M (1997) sur les techniques d'investigation scientifique directe. Il vise à interroger les individus de manière directive, en utilisant des questions avec des réponses binaires (oui ou non), des questions fermées, ainsi que des échelles de mesure de type LIKERT.

Le questionnaire est structuré en quatre rubriques principales :

1. **Admissibilité** : Cette partie comprend des questions filtres pour identifier la cible appropriée à interroger. Ces questions sont formulées de manière binaire pour faciliter la sélection des répondants.

2. **Attitudes envers le financement participatif** : Dans cette rubrique, nous explorons les perceptions et les attitudes des répondants à l'égard du financement participatif. Les questions sont formulées selon l'échelle de mesure LIKERT, allant de "tout à fait d'accord" à "tout à fait en désaccord" (échelle de 1 à 5).

3. **Adaptation culturelle et performances financières** : Cette section vise à évaluer l'adaptation culturelle des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, ainsi que leur impact sur les performances financières. Les questions sont également basées sur l'échelle de mesure LIKERT pour permettre une évaluation nuancée des réponses.

4. **Préférence en matière de modèle d'affaires** : Cette rubrique comporte des questions qui fournissent une vue d'ensemble des profils des répondants. Ces informations sont essentielles pour établir des stratégies de ciblage, de segmentation et de positionnement dans le contexte du financement participatif en Algérie.

Chaque partie du questionnaire est conçue pour collecter des données précises et pertinentes, contribuant ainsi à une analyse approfondie et significative des perceptions, attitudes et préférences des participants envers le financement participatif dans le contexte culturel et

financier de l'Algérie. Les réponses des participants resteront anonymes et confidentielles, utilisées uniquement à des fins de recherche pour ce mémoire de master.

3. Sélection des Participants

3.1 Méthode Qualitative

Pour la partie qualitative de notre étude, nous avons adopté une approche de sélection des participants basée sur la pertinence de leur expérience et de leurs connaissances dans le domaine du financement participatif :

Directeur Financier : En tant que responsable des décisions financières stratégiques, le Directeur Financier peut offrir des perspectives sur la culture organisationnelle, les valeurs clés promues par Algérie Telecom et leur impact sur les processus décisionnels et stratégiques liés au financement.

Expert en Culture Organisationnelle : Le chef département RH peut apporter des insights sur la culture interne d'Algérie Telecom, ses valeurs clés et leur influence sur les décisions financières et stratégiques.

La sélection des participants s'est faite de manière stratégique pour garantir une diversité d'opinions et d'expériences, permettant ainsi une analyse approfondie et nuancée des différents aspects de notre étude.

3.2 Méthode Quantitative

Pour la partie quantitative de notre étude, la sélection des participants s'est concentrée sur un échantillon représentatif de la population algérienne. Les critères de sélection ont inclus :

Tranche d'Âge : Nous avons visé une diversité d'âges, en incluant des participants de différentes tranches d'âge pour refléter la population générale.

Niveau d'Éducation : Nous avons également pris en compte le niveau d'éducation des participants, en incluant des personnes avec des niveaux d'éducation variés.

Régions Géographiques : Pour assurer une représentation géographique équilibrée, nous avons sélectionné des participants provenant de différentes régions d'Algérie.

Intérêt et Connaissance du Financement Participatif : Les participants ont été sélectionnés en fonction de leur intérêt et de leur connaissance préalable du financement participatif, afin d'obtenir des réponses pertinentes et informées.

En utilisant ces critères de sélection, nous avons pu constituer un échantillon diversifié et représentatif de la population algérienne, garantissant ainsi des résultats fiables et généralisables pour notre étude sur l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture locale.

Section 2 : Présentation de l'organisme d'accueil

Algérie Télécom, en tant que principal fournisseur de services de télécommunications en Algérie, joue un rôle clé dans notre étude. Cette section offrira une vue d'ensemble de l'entreprise, incluant son historique, sa structure organisationnelle, et ses politiques de financement. Cette présentation contextualisera notre analyse empirique au sein de l'environnement spécifique de l'entreprise.

1. Présentation de l'organisme de ALGERIE TELECOM

Algérie Télécom, leader sur le marché algérien des télécommunications en pleine croissance, se distingue par son offre complète de services voix et données destinés aux clients résidentiels et professionnels. Cette position de leader est le fruit d'une politique d'innovation constante, adaptée aux attentes des clients et aux nouveaux usages émergents dans le domaine des communications électroniques.

Fondée sous la forme juridique d'une société par actions (SPA) conformément à la loi 2000/03 du 5 août 2000 sur la restructuration du secteur des Postes et Télécommunications, Algérie Télécom opère sur le marché des réseaux et services de communications électroniques. Son lancement officiel le 1er janvier 2003 a marqué son entrée dynamique dans le monde des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC).

En tant qu'acteur majeur dans l'introduction des nouvelles technologies de l'information et de la communication en Algérie, Algérie Télécom joue un rôle crucial dans l'édification de la société algérienne de l'information. Sa stratégie est axée sur la promotion d'une connectivité étendue pour le public, contribuant ainsi à la construction d'un environnement numérique inclusif et innovant dans le pays. (telecom, 2024)

2. Historique de ALGERIE TELECOM

L'histoire d'Algérie Télécom est marquée par plusieurs étapes clés qui ont façonné son évolution et sa position actuelle en tant que leader des télécommunications en Algérie (telecom, 2024) :

- **1962 : Création de l'Entreprise Nationale des Postes et Télécommunications (EPT)**
 - Suite à l'indépendance de l'Algérie en 1962, l'EPT a été établie pour gérer l'ensemble des activités postales et télécommunications du pays.
 - En tant que monopole d'État, l'EPT a joué un rôle crucial dans le développement des infrastructures de télécommunications en Algérie.
- **2000 : Loi n°03/2000 du 5 août 2000 portant restructuration du secteur des Postes et Télécommunications**
 - Cette loi a marqué un tournant majeur en scindant l'EPT en deux entités distinctes : Algérie Télécom et Algérie Poste.
 - L'objectif était d'introduire la concurrence dans le secteur et d'améliorer l'efficacité des services postaux et de télécommunications.
- **2003: Création d'Algérie Télécom**
 - Le 9 avril 2003, Algérie Télécom a été officiellement créée, héritant des activités de télécommunications de l'EPT.
 - L'entreprise est devenue un opérateur public autonome avec son propre conseil d'administration et sa propre direction générale.
- **2005 - 2010 : Développement du réseau et diversification des services**
 - Algérie Télécom a investi massivement dans le développement de son réseau, en déployant notamment la fibre optique et en augmentant la couverture mobile.
 - De nouveaux services ont été lancés, tels que l'ADSL, la téléphonie mobile 3G et l'IPTV, contribuant à la diversification de l'offre.
- **2011 - 2020 : Entrée en concurrence et transformation digitale**
 - L'arrivée de nouveaux opérateurs comme Ooredoo en 2011 a poussé Algérie Télécom à innover et à améliorer ses services pour rester compétitif.
 - La transformation digitale a été lancée, avec l'adoption de nouvelles technologies et le développement de services numériques.

- **2021 - Aujourd'hui : Leader des télécommunications en Algérie**

- Algérie Télécom est aujourd'hui le leader des télécommunications en Algérie, comptant plus de 11 millions de clients.
- L'entreprise continue d'investir dans le développement de son réseau et dans l'innovation, tout en mettant l'accent sur la qualité des services et la responsabilité sociale.

3. L'organigramme de la macrostructure d'AT

L'organigramme d'Algérie Télécom suit une structure hiérarchique bien définie. L'entreprise est dirigée par un Président-Directeur Général (PDG) nommé par le gouvernement algérien. Le PDG définit la stratégie globale et la direction de l'entreprise.

Sous la supervision du PDG, on retrouve plusieurs Directeurs Généraux Adjointes (DGA) qui chapeautent différents secteurs d'activité. Ces secteurs comprennent :

Réseaux : Responsable du développement, de l'exploitation et de la maintenance du réseau de télécommunications d'Algérie Télécom.

Commercial : Responsable de la vente des produits et services d'Algérie Télécom aux clients.

Finance : Responsable de la gestion financière d'Algérie Télécom.

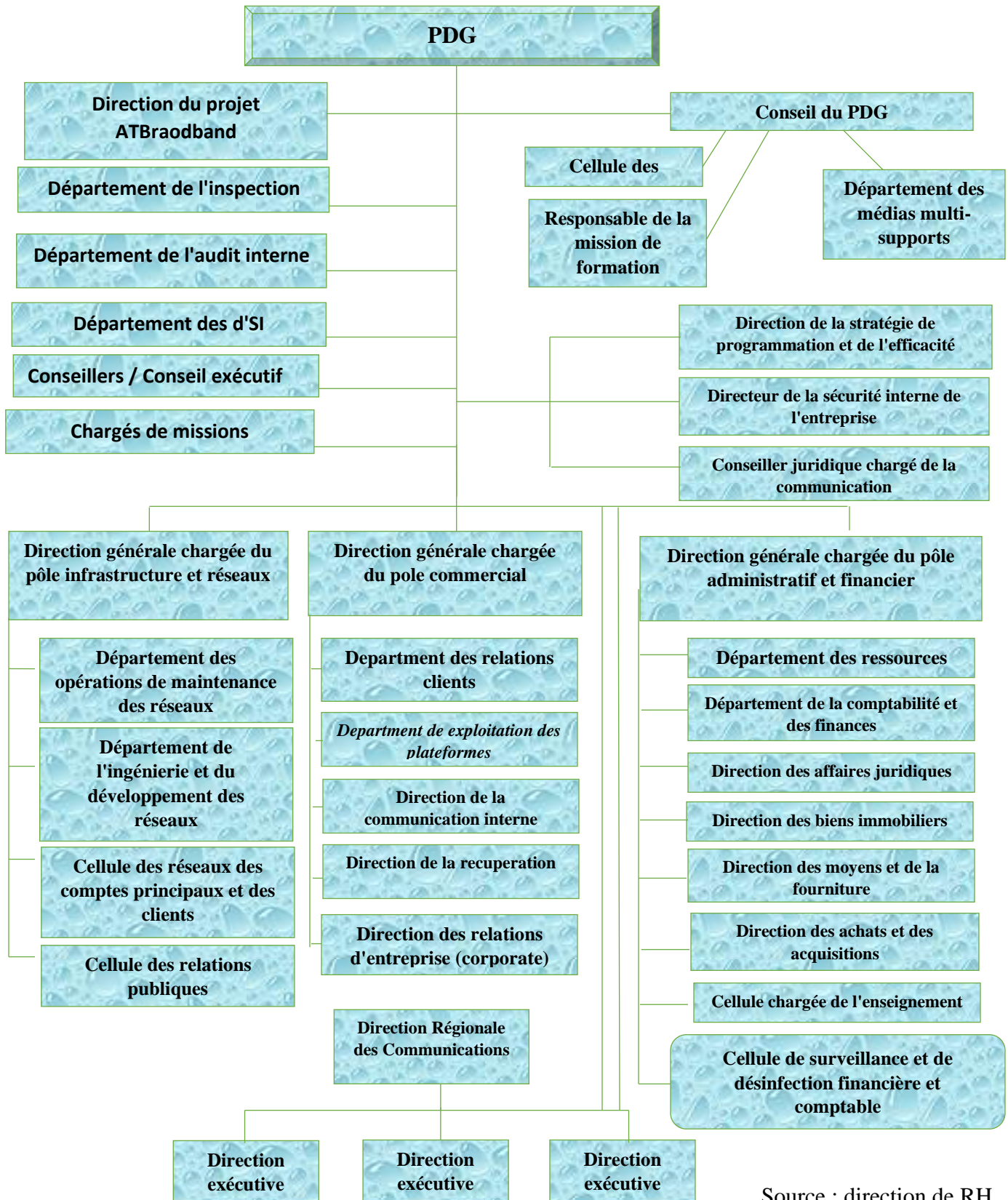
Ressources Humaines : Responsable du recrutement, de la formation et du développement des employés d'Algérie Télécom.

Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) : Responsable du développement et de la maintenance des systèmes informatiques d'Algérie Télécom.

Chaque secteur d'activité est ensuite divisé en départements et en équipes. Chaque département est dirigé par un Directeur qui supervise les opérations quotidiennes du département. Les équipes sont généralement dirigées par un Responsable en charge d'un projet ou d'une fonction spécifique.

(telecom, 2024)

Figure 49 : L'organigramme de la macrostructure d'Algérie Telecom



Source : direction de RH

4. La politique de financement d'Algérie Télécom

Algérie Télécom, en tant qu'entreprise publique de télécommunications majeure en Algérie, met en œuvre une politique de financement rigoureuse et complète pour garantir une gestion efficace de ses ressources financières. Cette politique s'articule autour de plusieurs axes clés visant à assurer la stabilité financière de l'entreprise, à soutenir sa croissance et à contribuer à son développement durable. (telecom, 2024)

4.1 Stratégie de Financement :

4.1.1 Diversification des Sources de Financement :

Fonds Propres : Algérie Télécom peut utiliser ses propres fonds, provenant notamment des bénéfices générés par ses activités, comme source de financement. Les fonds propres offrent un avantage en termes de flexibilité et de réduction de l'endettement, mais peuvent limiter les capacités d'investissement si les bénéfices sont insuffisants.

Emprunts Bancaires : L'entreprise peut contracter des emprunts auprès de banques ou d'institutions financières pour financer ses activités. Les emprunts peuvent être à court, moyen ou long terme, avec des taux d'intérêt et des modalités de remboursement variés.

Émissions Obligataires : Algérie Télécom peut émettre des obligations sur le marché financier pour lever des fonds. Les obligations offrent une source de financement à plus long terme et peuvent attirer des investisseurs institutionnels intéressés par des rendements fixes.

Subventions et Aides Gouvernementales : L'entreprise peut bénéficier de subventions ou d'aides gouvernementales pour certains projets spécifiques, notamment dans le cadre de politiques de développement économique ou de promotion de certaines technologies.

Partenariats et Investissements Externes : Algérie Télécom peut également envisager des partenariats stratégiques avec d'autres entreprises ou des investisseurs externes pour financer des projets conjoints ou obtenir des injections de capitaux supplémentaires.

4.1.2 Optimisation du Coût du Capital :

Comparaison des Options de Financement : Algérie Télécom analyse les différentes options de financement disponibles, en comparant les coûts associés à chaque option, y compris les taux d'intérêt, les frais de transaction, les garanties requises, etc.

Choix des Instruments Financiers : L'entreprise sélectionne les instruments financiers les plus appropriés en fonction de ses besoins de financement et de sa capacité à rembourser. Par exemple, elle peut opter pour des emprunts à taux fixes ou variables en fonction des conditions du marché.

Gestion du Risque de Change et de Taux d'Intérêt : Algérie Télécom utilise des instruments de couverture tels que les swaps de taux d'intérêt ou les contrats à terme pour gérer les risques de change et de taux d'intérêt associés à ses financements.

4.1.3 Stratégie de Remboursement et de Renégociation :

Plan de Remboursement des Emprunts : L'entreprise établit un plan de remboursement des emprunts en fonction de sa capacité financière à honorer ses engagements. Cela peut inclure des remboursements périodiques de capital et d'intérêts.

Renégociation des Conditions de Financement : Algérie Télécom peut négocier avec ses créanciers pour modifier les conditions de ses financements existants, par exemple en allongeant la durée des prêts, en renégociant les taux d'intérêt, etc.

4.2 Gestion de la Trésorerie :

4.2.1 Planification Financière :

Prévisions de Trésorerie : Algérie Télécom élabore des prévisions de trésorerie à court, moyen et long terme pour estimer les flux de trésorerie entrants et sortants. Ces prévisions tiennent compte des ventes, des dépenses, des investissements prévus, des recettes et des paiements attendus.

Budgets Financiers : L'entreprise établit des budgets financiers détaillés qui définissent les objectifs financiers, les allocations de ressources et les contrôles budgétaires pour chaque département et projet.

4.2.2 Gestion des Flux Financiers :

Gestion des Paiements Fournisseurs : Algérie Télécom met en place des procédures efficaces pour gérer les paiements aux fournisseurs, en optimisant les délais de paiement tout en maintenant de bonnes relations avec les partenaires commerciaux.

Facturation Clients et Encaissements : L'entreprise assure un processus efficace de facturation clients et de suivi des encaissements pour réduire les retards de paiement et optimiser la récupération des créances.

Gestion des Salaires et des Charges : Algérie Télécom gère les paiements des salaires et des charges sociales de manière régulière et conforme aux obligations légales et contractuelles.

4.2.3 Investissement et Rentabilité :

Analyse de Rentabilité : Avant de réaliser des investissements importants, l'entreprise effectue des analyses de rentabilité pour évaluer le retour sur investissement attendu, le délai de récupération du capital, la valeur actuelle nette des investissements, etc.

Allocation de Capital : Algérie Télécom alloue ses ressources financières de manière stratégique, en priorisant les investissements qui contribuent le plus à la croissance de l'entreprise, à l'amélioration de la compétitivité, à l'innovation, etc.

4.3 Gestion des Risques Financiers :

4.3.1 Structure du Capital :

Équilibre entre Fonds Propres et Dettes : Algérie Télécom détermine la structure optimale de son capital en tenant compte de l'équilibre entre les fonds propres de l'entreprise et les fonds empruntés. Cet équilibre vise à maximiser la rentabilité pour les actionnaires tout en contrôlant le risque financier global de l'entreprise.

Ratio d'Endettement : L'entreprise fixe des objectifs de ratio d'endettement pour maintenir un niveau d'endettement approprié par rapport à sa capacité financière, son profil de risque et ses objectifs de croissance.

4.3.2 Évaluation des Risques :

Analyse des Risques de Crédit : Algérie Télécom évalue les risques liés à l'endettement, y compris le risque de crédit associé aux prêts et aux obligations. Cela implique d'analyser la solvabilité des emprunteurs, la qualité des garanties, les conditions de remboursement, etc.

Gestion des Risques de Taux d'Intérêt : L'entreprise surveille et gère les risques liés aux variations des taux d'intérêt, en utilisant des instruments de couverture comme les swaps de taux d'intérêt pour réduire l'exposition aux fluctuations des marchés financiers.

4.3.3 Politique de Remboursement :

Plan de Remboursement des Dettes : Algérie Télécom élabore un plan de remboursement des dettes en fonction de sa capacité financière à honorer ses engagements. Ce plan peut inclure des échéances de remboursement périodiques, des modalités de remboursement flexibles en fonction des flux de trésorerie, etc.

Renégociation des Conditions de Financement : L'entreprise peut négocier avec ses créanciers pour ajuster les termes et les conditions de ses emprunts existants, par exemple en modifiant les taux d'intérêt, en prolongeant la durée des prêts, etc.

4.3.4 Gestion de la Liquidité :

Réserve de Liquidités : Algérie Télécom maintient une réserve de liquidités adéquate pour faire face aux obligations de remboursement des dettes et aux besoins de financement à court terme.

Gestion des Flux de Trésorerie : L'entreprise gère ses flux de trésorerie de manière à pouvoir honorer ses engagements financiers sans recourir à un endettement excessif ou à des sources de financement coûteuses.

4.3.5 Évaluation de la Rentabilité :

Coût de l'Endettement : Algérie Télécom évalue le coût global de son endettement, y compris les intérêts, les frais de transaction et autres charges associées. Cette évaluation permet de comparer les avantages de l'endettement avec ses coûts, notamment en termes de rentabilité des investissements financés par l'emprunt.

4.4 Évaluation des Projets :

4.4.1 Critères d'Évaluation :

Taux de Rendement Interne (TRI) : Algérie Télécom utilise le TRI pour évaluer le rendement financier attendu d'un projet. Un TRI élevé indique un projet plus rentable.

Délai de Récupération du Capital (DRC) : Le DRC est le temps nécessaire pour récupérer l'investissement initial. Algérie Télécom examine le DRC pour évaluer la rapidité avec laquelle le projet générera des flux de trésorerie positifs.

Valeur Actuelle Nette (VAN) : La VAN représente la valeur actuelle des flux de trésorerie futurs générés par le projet. Un VAN positif indique que le projet crée de la valeur pour l'entreprise.

4.4.2 Analyse des Coûts et des Bénéfices :

Coûts d'Investissement : Algérie Télécom évalue les coûts initiaux du projet, y compris l'investissement en équipements, en ressources humaines et en développement.

Bénéfices Financiers : L'entreprise analyse les bénéfices financiers potentiels du projet, tels que les revenus supplémentaires, les économies de coûts, les gains d'efficacité, etc.

4.4.3 Évaluation des Risques :

Analyse des Risques : Algérie Télécom identifie et évalue les risques associés au projet, y compris les risques opérationnels, financiers, technologiques, etc.

Plans d'Atténuation des Risques : L'entreprise développe des plans pour atténuer les risques identifiés, par exemple en mettant en place des mesures de contrôle, des plans de contingence, des assurances, etc.

4.4.4 Analyse Comparative :

Benchmarking : Algérie Télécom compare les caractéristiques du projet avec des projets similaires dans l'industrie pour évaluer sa compétitivité et son potentiel de succès.

Analyse de Sensibilité : L'entreprise effectue des analyses de sensibilité pour évaluer l'impact des variations des paramètres clés (comme les coûts, les revenus, les taux d'intérêt) sur la rentabilité du projet.

4.4.5 Alignement Stratégique :

Cohérence avec la Stratégie Globale : Algérie Télécom assure que le projet est aligné avec la stratégie globale de l'entreprise, en contribuant à ses objectifs de croissance, de compétitivité, de développement technologique, etc.

Analyse des Impacts : L'entreprise évalue les impacts du projet sur ses opérations existantes, sa structure financière, sa réputation, etc.

4.4.6 Prise de Décision :

Évaluation Finale : En combinant toutes les données et analyses, Algérie Télécom prend une décision finale quant à la mise en œuvre du projet, en prenant en compte ses avantages, ses risques et son alignement stratégique.

Suivi et Évaluation Post-Implémentation : Après la mise en œuvre, l'entreprise surveille les performances du projet et effectue des évaluations post-implémentation pour s'assurer que les résultats sont conformes aux attentes.

Section 3 : Analyse des Résultats

Les données recueillies à travers nos méthodes de recherche seront analysées en profondeur dans cette section. Nous présenterons les résultats de notre étude de cas sur Algérie Télécom, ainsi que les résultats du questionnaire administré aux citoyens algériens. Cette analyse permettra de dégager des tendances, des perceptions, et des attitudes envers le financement participatif.

1. Résultats Qualitatifs

Cette analyse qualitative vise à explorer en profondeur les perceptions, les attitudes et les attentes des responsables d'Algérie Telecom concernant l'adoption des plateformes de financement participatif dans le contexte culturel et économique algérien. Les objectifs principaux de cette analyse sont de comprendre comment l'innovation est encouragée au sein de l'entreprise, d'identifier les obstacles potentiels à l'adoption du crowdfunding, et de proposer des stratégies efficaces pour sensibiliser et promouvoir ce mode de financement.

Pour atteindre ces objectifs, des entretiens semi-structurés ont été conduits avec divers répondants, incluant des responsables de différents départements clés tels que la Directrice de Finance et Participation et le Chef de Département des Ressources Humaines. Ces entretiens ont permis de recueillir des données riches et détaillées, offrant un aperçu précieux des dynamiques internes et des perspectives individuelles sur l'intégration du financement participatif.

1.1 Résultats des Entretiens avec la Directrice de Finance et Participation

1.1.1 Encouragement de l'Innovation et Valeurs Clés

La Directrice de Finance et Participation a souligné que l'innovation chez Algérie Telecom est encouragée par des programmes internes de développement, des formations continues, et des récompenses pour les idées innovantes. Les valeurs clés promues pour soutenir cette culture incluent la collaboration, l'agilité et la responsabilité. Ces éléments culturels influent directement sur les processus décisionnels et la stratégie financière de l'entreprise, rendant les décisions plus flexibles et réactives, tout en orientant la stratégie financière vers des projets innovants et à forte valeur ajoutée.

1.1.2 Approche du Financement et Intégration de l'Innovation

Actuellement, Algérie Telecom aborde le financement de ses projets principalement par des financements internes et des prêts bancaires. Les principales sources de financement incluent les revenus d'exploitation, les crédits bancaires, et des partenariats publics-privés. L'innovation est encouragée et intégrée dans les processus de financement par des fonds dédiés à la recherche et au développement et le soutien des projets pilotes via des incubateurs.

1.1.3 Obstacles à l'Adoption des Plateformes de Financement Participatif

Les principaux défis identifiés pour l'adoption des plateformes de financement participatif incluent la résistance au changement, la méconnaissance du crowdfunding, et les contraintes réglementaires. Pour surmonter ces obstacles, des campagnes de sensibilisation, des formations spécifiques, et une collaboration étroite avec les régulateurs pour clarifier les cadres juridiques sont nécessaires.

1.1.4 Stratégies de Promotion du Financement Participatif

Pour promouvoir et sensibiliser efficacement les parties prenantes à l'adoption du financement participatif, des campagnes d'information, des ateliers de formation, et des partenariats avec des experts en crowdfunding pourraient être mis en place. Il est crucial de garantir que ces stratégies prennent en compte les spécificités culturelles locales et répondent aux besoins des parties prenantes. Les avantages potentiels de l'adoption du financement participatif incluent une plus grande diversité de sources de financement, une amélioration de l'image de marque comme entreprise innovante, et une meilleure implication des parties prenantes dans les projets de l'entreprise.

1.2 Résultats des Entretiens avec le Chef de Département des Ressources Humaines

1.2.1 Encouragement de l'Innovation et Valeurs Clés

Le Chef de Département des Ressources Humaines a indiqué que l'innovation est encouragée par des programmes de formation continue, des ateliers de brainstorming, et des incitations pour les nouvelles idées. Les valeurs clés incluent la collaboration, la créativité, et la responsabilité. Ces valeurs influent sur les processus décisionnels et la stratégie financière en favorisant une prise de décision plus inclusive et participative, alignée avec des initiatives innovantes.

1.2.2 Approche du Financement et Intégration de l'Innovation

Algérie Telecom finance ses projets principalement par autofinancement, complété par des prêts bancaires et des partenariats stratégiques. Les principales sources de financement sont les revenus d'exploitation, les prêts bancaires, et les subventions gouvernementales. L'innovation est intégrée à travers des fonds dédiés, des incubateurs internes, et des comités évaluant les projets innovants sur la base de leur potentiel de retour sur investissement.

1.2.3 Obstacles à l'Adoption des Plateformes de Financement Participatif

Les obstacles à l'adoption des plateformes de financement participatif identifiés incluent la réticence au changement, le manque de connaissance sur le crowdfunding, et les contraintes réglementaires. Pour surmonter ces obstacles, des campagnes de sensibilisation, des formations spécifiques sur le crowdfunding, et la collaboration avec les régulateurs sont nécessaires.

1.2.4 Stratégies de Promotion du Financement Participatif

Les stratégies proposées pour promouvoir le financement participatif incluent des campagnes d'information, des ateliers de formation, et des partenariats avec des experts en crowdfunding. Il est essentiel de prendre en compte les spécificités culturelles locales et de répondre aux besoins des parties prenantes. Les avantages potentiels comprennent une diversification des sources de financement, une amélioration de l'image de marque, et une meilleure implication des parties prenantes dans les projets de l'entreprise.

2. Résultats Qualitatifs

L'objectif de cette analyse quantitative est d'examiner les perceptions, les attitudes et les comportements des citoyens algériens vis-à-vis des plateformes de financement participatif. Cette analyse vise à évaluer la faisabilité de l'adoption du crowdfunding par Algérie Telecom en tant que moyen alternatif de financement, en tenant compte des spécificités culturelles et économiques du pays.

Pour cette étude, un échantillon de 100 citoyens algériens a été sélectionné afin de garantir une représentativité adéquate de la population cible. Les données ont été recueillies à l'aide d'un questionnaire structuré, comprenant des questions sur le profil des participants, leurs expériences

antérieures avec les plateformes de crowdfunding, leurs perceptions des plateformes existantes, et leurs préférences en matière de modèles d'affaires.

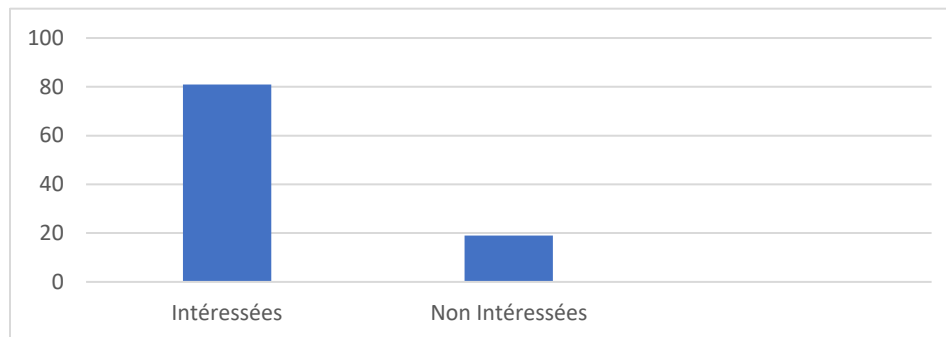
2.1 Analyse Descriptive du questionnaire

2.1.1 Présentation des caractéristiques démographiques de l'échantillon

❖ Une vue globale de la composition de l'échantillon

Pour résumer cette partie et donner une vue globale de la composition de notre échantillon et notre appréciation de l'échantillon, nous présentant la figure suivante :

Figure 57 : Une vue globale de la composition de l'échantillon

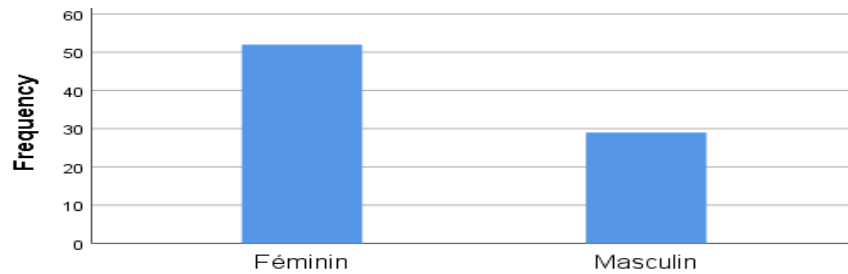


Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Le graphique montre que sur les 100 participants de l'échantillon, 81 sont intéressés par le crowdfunding tandis que 19 ne le sont pas. Cette majorité de 81% démontre un fort potentiel pour l'adoption du crowdfunding en Algérie, indiquant que les citoyens sont largement ouverts à cette méthode de financement participatif. Cela représente une opportunité significative pour Algérie Telecom et d'autres entreprises de diversifier leurs sources de financement. Cependant, les 19% de non-intéressés soulignent la nécessité de comprendre et d'aborder les obstacles potentiels pour maximiser l'acceptation et l'utilisation des plateformes de crowdfunding.

❖ Répartition de l'échantillon selon le genre des citoyens

Figure 65 : Répartition de l'échantillon selon le genre des citoyens

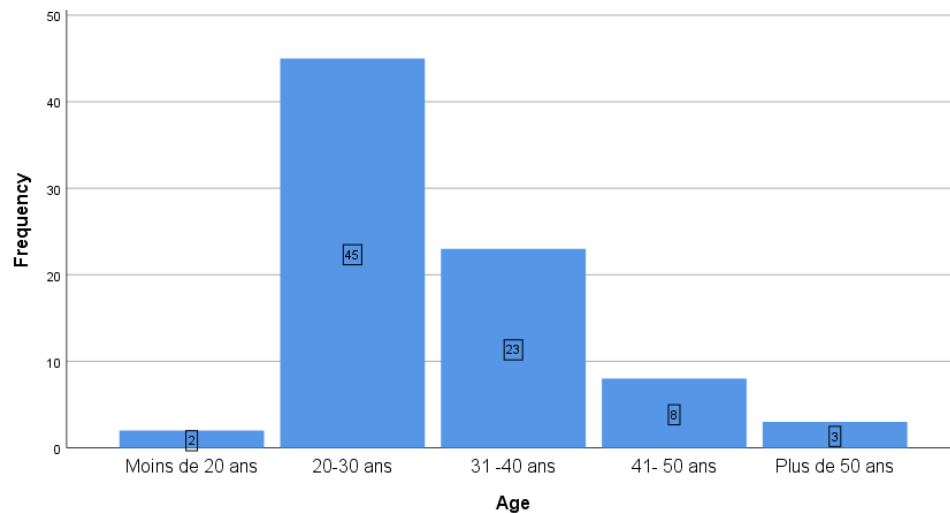


Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Parmi les 81 personnes intéressées par l'utilisation du crowdfunding, 52 sont des femmes et 29 sont des hommes. Cela montre que les femmes représentent une proportion significativement plus élevée d'individus intéressés par le crowdfunding, ce qui peut suggérer une plus grande ouverture ou une plus grande motivation parmi les femmes à explorer cette méthode de financement alternatif. Cette tendance pourrait être prise en compte lors de la conception et de la promotion des plateformes de crowdfunding, en mettant l'accent sur des caractéristiques qui attirent spécifiquement les femmes.

❖ Répartition de l'échantillon selon l'Age des citoyens

Figure 73 : Répartition de l'échantillon selon l'Age des citoyens

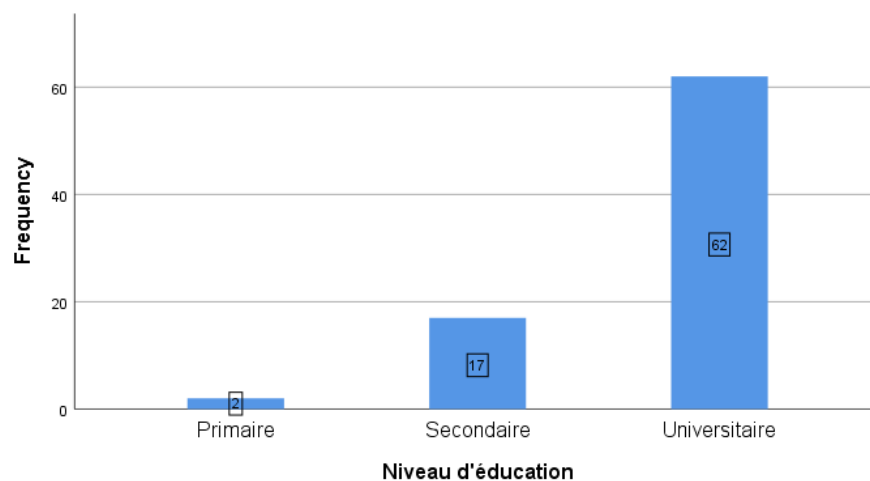


Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Parmi les 81 personnes intéressées par le crowdfunding, 2 ont moins de 20 ans, 45 ont entre 20 et 30 ans, 23 ont entre 31 et 40 ans, 8 ont entre 41 et 50 ans, et 3 ont plus de 50 ans. Ces résultats montrent que l'intérêt pour le crowdfunding est le plus élevé chez les jeunes adultes âgés de 20 à 30 ans, qui représentent la majorité des participants intéressés. Cette tendance indique que les jeunes adultes sont les plus enclins à adopter des méthodes de financement alternatives comme le crowdfunding, probablement en raison de leur familiarité avec les technologies numériques et leur ouverture à de nouvelles approches économiques. En revanche, l'intérêt diminue significativement avec l'âge, suggérant que les stratégies de sensibilisation et d'engagement devraient être particulièrement ciblées vers les segments plus jeunes de la population.

❖ Répartition de l'échantillon selon niveau d'éducation

Figure 81 : Répartition de l'échantillon selon niveau d'éducation



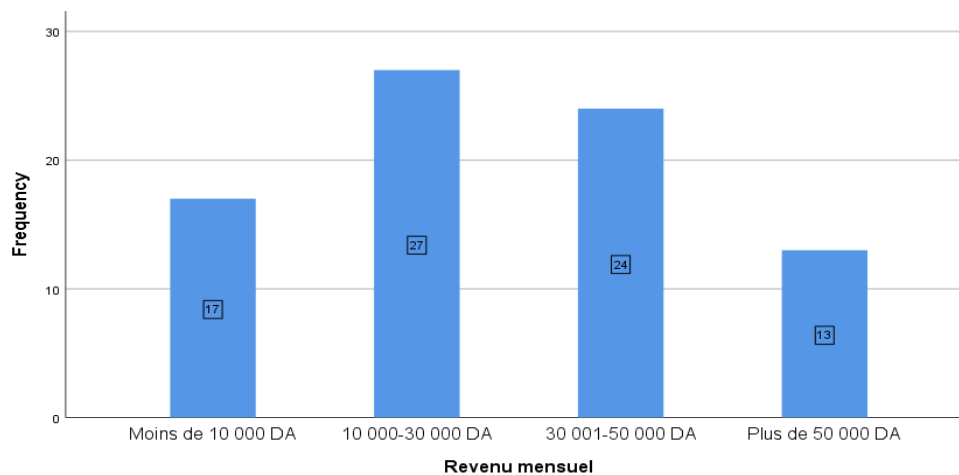
Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Parmi les 81 personnes intéressées par le crowdfunding, 2 ont un niveau d'éducation primaire, 17 ont un niveau d'éducation secondaire, et 62 ont un niveau d'éducation universitaire. Ces résultats montrent que l'intérêt pour le crowdfunding est nettement plus élevé parmi les individus ayant un niveau d'éducation universitaire. Cela suggère que les personnes plus instruites sont plus susceptibles de comprendre et de voir les avantages du financement participatif. L'écart important entre les différents niveaux d'éducation indique que l'adoption du crowdfunding est fortement influencée par le niveau d'instruction, ce qui pourrait être dû à une meilleure compréhension des technologies et des concepts financiers modernes parmi les

individus ayant un diplôme universitaire. Par conséquent, pour promouvoir efficacement le crowdfunding, il serait avantageux de cibler les campagnes d'information et de sensibilisation vers ceux qui ont un niveau d'éducation plus élevé, tout en développant des initiatives éducatives pour les autres groupes afin de réduire cette disparité.

❖ Répartition de l'échantillon selon revenu mensuel

Figure 89 : Répartition de l'échantillon selon revenu mensuel



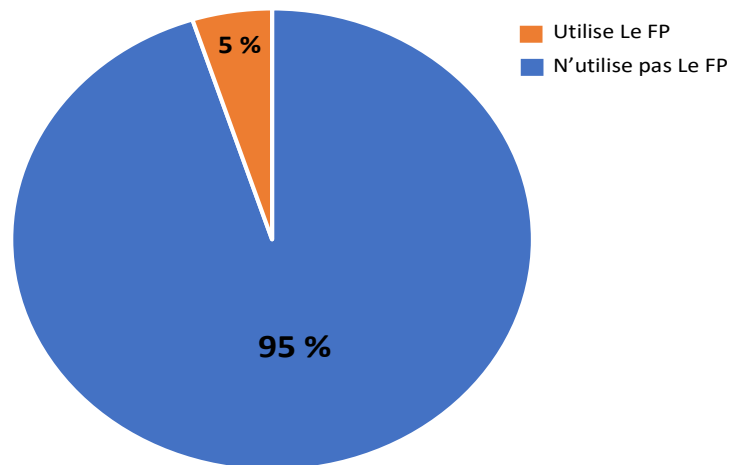
Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Parmi les 81 personnes intéressées par le crowdfunding, 17 ont un revenu mensuel de moins de 10 000 DA, 27 ont un revenu mensuel compris entre 10 000 et 30 000 DA, 24 ont un revenu mensuel compris entre 30 001 et 50 000 DA, et 13 ont un revenu mensuel de plus de 50 000 DA. Ces résultats montrent que l'intérêt pour le crowdfunding est réparti de manière relativement équilibrée à travers différents niveaux de revenus, bien qu'une légère concentration soit observée dans les tranches de revenus intermédiaires (10 000-30 000 DA et 30 001-50 000 DA). Cela suggère que le crowdfunding est perçu comme une option viable pour des individus de diverses catégories socio-économiques, bien qu'il soit particulièrement attractif pour ceux ayant des revenus moyens. Cette diversité dans les niveaux de revenus parmi les intéressés indique que le crowdfunding peut potentiellement atteindre un large éventail de la population, ce qui est un point positif pour sa mise en œuvre comme méthode de financement alternative.

2.1.2 Attitudes envers le Financement Participatif

❖ Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de plateforme de financement participatif

Figure 97: Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de plateforme de financement participatif



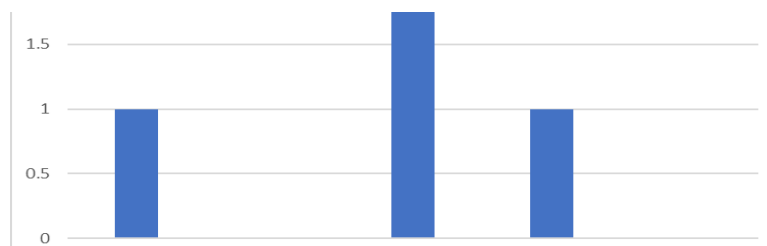
Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Parmi les 81 individus intéressés par le crowdfunding, le constat que 95% d'entre eux n'utilisent pas de plateforme de financement participatif souligne un potentiel considérable mais inexploité dans le marché du crowdfunding en Algérie. Cette donnée révèle un besoin crucial d'éducation et de sensibilisation quant aux avantages et au fonctionnement du crowdfunding, tout en mettant en lumière des défis potentiels liés à la confiance et à la compréhension des plateformes de crowdfunding. Ces résultats offrent ainsi une opportunité stratégique pour les acteurs du crowdfunding afin de cibler et d'engager cette base importante d'individus intéressés mais non utilisateurs, tout en renforçant la transparence et la confiance dans ce domaine financier émergent.

2.1.3 Perceptions des Plateformes de Crowdfunding

❖ Satisfaction de l'Expérience Utilisateur sur les Plateformes de Crowdfunding

Figure 105 : Satisfaction de l'Expérience Utilisateur sur les Plateformes de Crowdfunding (Échelle de Likert)

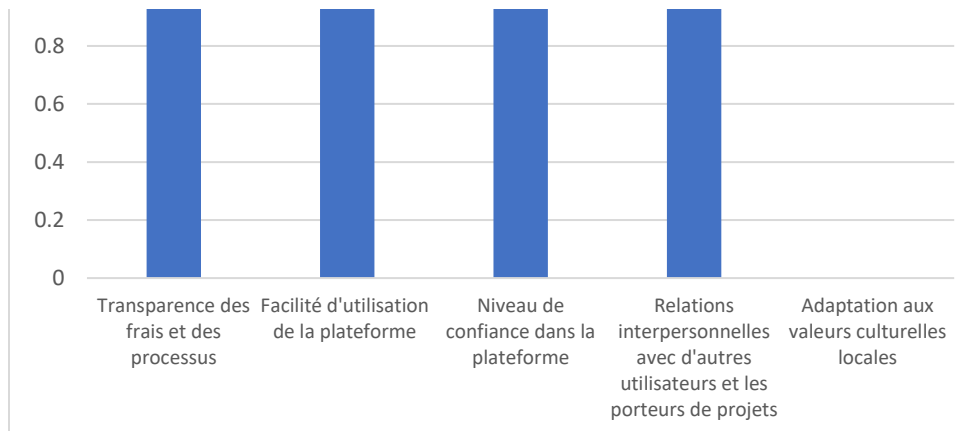


Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Ces résultats indiquent une satisfaction modérée à faible parmi les utilisateurs de plateformes de crowdfunding. La présence d'une personne très insatisfaite et seulement une personne satisfaite indique une polarisation des opinions. Il serait intéressant d'explorer les raisons derrière ces niveaux de satisfaction variés, ce qui pourrait inclure des facteurs tels que la facilité d'utilisation, la transparence des projets, la gestion des fonds, et la communication entre les porteurs de projets et les investisseurs. Ces données soulignent l'importance pour les plateformes de crowdfunding de travailler sur l'amélioration de l'expérience utilisateur afin d'attirer et de fidéliser davantage d'utilisateurs.

❖ Facteurs Importants lors de l'utilisation d'une Plateforme de Crowdfunding

Figure 113 : Facteurs Importants lors de l'utilisation d'une Plateforme de Crowdfunding



Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

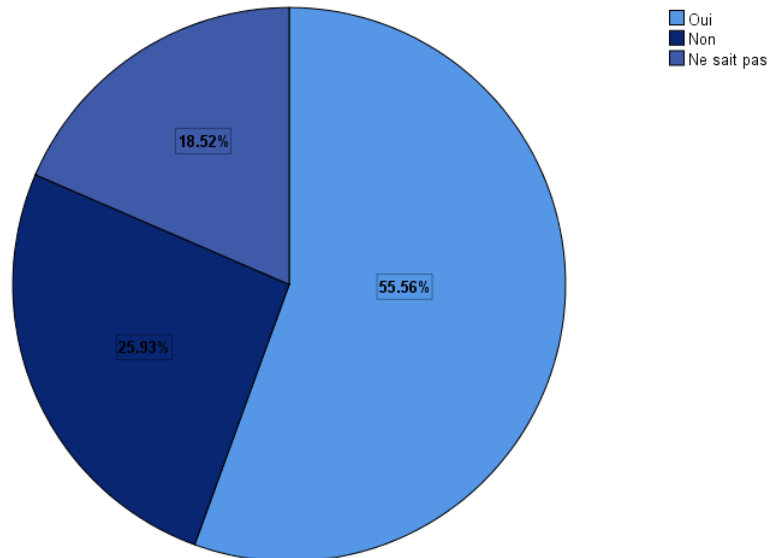
Ces résultats soulignent que les utilisateurs potentiels de plateformes de crowdfunding attachent une grande importance à la transparence des frais et des processus, à la facilité d'utilisation de la plateforme, au niveau de confiance dans la plateforme et aux relations

interpersonnelles avec les autres utilisateurs et les porteurs de projets. Cependant, l'adaptation aux valeurs culturelles locales ne semble pas être un facteur déterminant pour ces personnes. Cette analyse des facteurs importants peut guider les plateformes de crowdfunding dans l'amélioration de leur expérience utilisateur en mettant l'accent sur ces aspects prioritaires pour les utilisateurs potentiels.

2.1.4 Adaptation Culturelle et Performances Financières

❖ Attrait des Plateformes de Crowdfunding Adaptées à la Culture Algérienne pour les Investisseurs Potentiels

Figure 121 : Facteurs Importants lors de l'utilisation d'une Plateforme de Crowdfunding

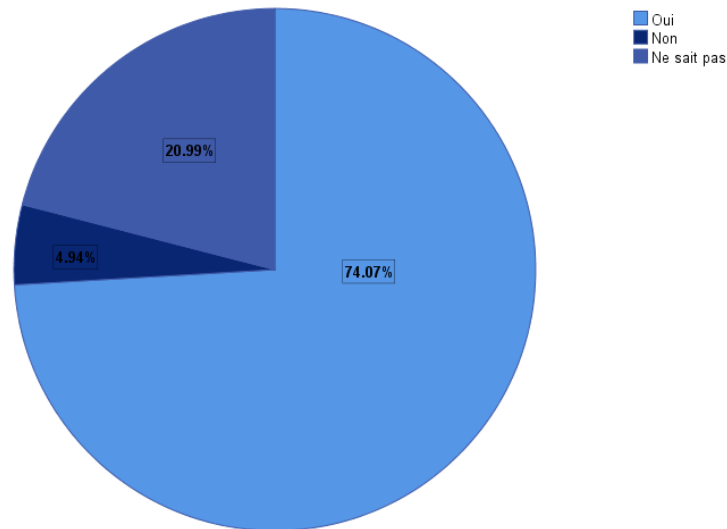


Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Les résultats du graphe montrent un attrait significatif pour les plateformes de crowdfunding adaptées à la culture algérienne parmi les 81 personnes intéressées par le crowdfunding. Environ 55,56% des participants ont exprimé un intérêt positif, soulignant la pertinence perçue de telles plateformes dans le contexte culturel algérien. Cependant, il est important de noter que 25,93% ont exprimé un manque d'intérêt, tandis que 18,52% ont indiqué ne pas savoir. Ces résultats reflètent une diversité d'opinions et soulignent la nécessité pour les plateformes de crowdfunding de comprendre et de répondre aux spécificités culturelles pour attirer efficacement les investisseurs potentiels en Algérie.

❖ Réussite Financière des Plateformes de Crowdfunding Intégrant des Éléments de la Culture Algérienne

Figure 129 : Réussite Financière des Plateformes de Crowdfunding Intégrant des Éléments de la Culture Algérienne



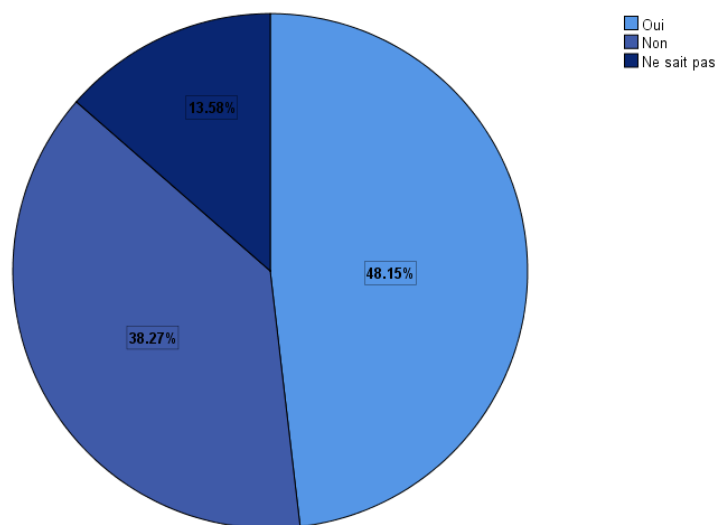
Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Les résultats du graphe indiquent un fort sentiment de confiance quant à la réussite financière des plateformes de crowdfunding intégrant des éléments de la culture algérienne parmi les 81 personnes intéressées par le crowdfunding. Environ 74,07% des participants ont exprimé leur croyance en cette réussite, suggérant une reconnaissance de la valeur ajoutée de l'intégration culturelle dans le contexte du crowdfunding en Algérie. Cependant, il est important de noter que 4,94% ont exprimé un doute quant à cette réussite, tandis que 20,99% ont indiqué ne pas savoir. Ces résultats soulignent à la fois un optimisme significatif quant à l'impact positif de l'intégration culturelle sur la réussite financière des plateformes de crowdfunding en Algérie, mais aussi une certaine incertitude et nécessité de clarifications sur cette question pour certains participants.

2.1.5 Préférences en Matière de Modèles d'Affaires

❖ Préférence pour les Modèles d'Affaires Transparents sur les Plateformes de Crowdfunding

Figure 137 : Préférence pour les Modèles d'Affaires Transparents sur les Plateformes de Crowdfunding

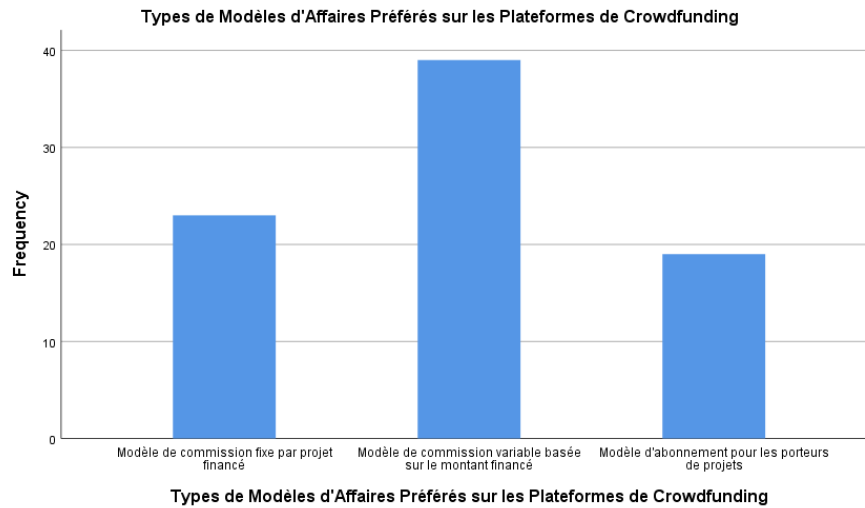


Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Les résultats du graphe révèlent une diversité d'opinions parmi les 81 personnes intéressées par le crowdfunding concernant leur préférence pour les modèles d'affaires transparents sur les plateformes de crowdfunding. Environ 48,15% des participants ont exprimé une préférence pour ces modèles transparents, indiquant une demande pour la clarté et la transparence dans les opérations financières liées au crowdfunding. Cependant, 38,27% ont exprimé une préférence contraire, suggérant une certaine tolérance ou acceptation des modèles moins transparents. De plus, 13,58% des participants ont indiqué ne pas savoir, ce qui souligne un besoin de clarification ou d'éducation sur les avantages et les implications des modèles d'affaires transparents dans le contexte du crowdfunding. Ces résultats mettent en évidence l'importance pour les plateformes de crowdfunding de communiquer de manière claire et transparente sur leurs modèles d'affaires pour répondre aux attentes et aux préférences des investisseurs potentiels.

❖ Types de Modèles d'Affaires Préférés sur les Plateformes de Crowdfunding

Figure 145 : Types de Modèles d'Affaires Préférés sur les Plateformes de Crowdfunding



Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Les résultats du graphe reflètent les préférences diverses des 81 personnes intéressées par le crowdfunding en ce qui concerne les types de modèles d'affaires sur les plateformes de crowdfunding. Une majorité, soit 39 personnes, préfère le modèle de commission variable basée sur le montant financé, suivi de près par 23 personnes qui favorisent le modèle de commission fixe par projet financé, tandis que 19 personnes préfèrent le modèle d'abonnement pour les porteurs de projets. Ces résultats mettent en lumière une tendance vers des modèles plus flexibles et liés aux performances des projets, indiquant peut-être une préférence pour une rémunération alignée sur les succès obtenus grâce au financement participatif. Cela souligne également l'importance pour les plateformes de crowdfunding de proposer des options variées et adaptées aux besoins des porteurs de projets et des investisseurs potentiels pour maximiser l'attrait et l'efficacité de ces plateformes.

2.2 Test des Hypothèses

Tableau 9 : Test de Kh-deux de la première hypothèse

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	1.305 ^a	2	.521	.571		
Likelihood Ratio	1.445	2	.486	.510		
Fisher's Exact Test	1.234			.571		
Linear-by-Linear Association	.730 ^b	1	.393	.418	.249	.095
N of Valid Cases	81					

a. 1 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.70.

b. The standardized statistic is .855.

Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Les résultats des tests Chi-Carré ne montrent aucune preuve statistiquement significative d'une relation entre l'adaptation culturelle des plateformes de financement participatif et le taux d'adoption parmi les utilisateurs locaux. Malgré l'hypothèse initiale, les données ne soutiennent pas l'idée que l'adaptation des plateformes à la culture algérienne augmente leur taux d'adoption. Ces résultats suggèrent que d'autres facteurs, potentiellement non capturés par cette étude, pourraient influencer l'adoption des plateformes de crowdfunding en Algérie. Il serait bénéfique d'explorer davantage ces facteurs pour obtenir une compréhension plus complète des dynamiques d'adoption dans ce contexte.

Tableau 10 : TEST ANOVA de deuxième hypothèse

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	145.867	1	145.867	280.741	.000 ^b
	Residual	41.047	79	.520		
	Total	186.914	80			

a. Dependent Variable: Facteurs Importants lors de l'Utilisation d'une Plateforme de Crowdfunding

b. Predictors: (Constant), Satisfaction de l'Expérience Utilisateur sur les Plateformes de Crowdfunding

Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Les résultats de l'ANOVA et de la régression montrent une relation significative et positive entre la satisfaction de l'expérience utilisateur sur les plateformes de crowdfunding et l'importance accordée aux fonctionnalités axées sur la confiance et les relations interpersonnelles. L'hypothèse 2 est donc validée, indiquant que les plateformes de crowdfunding qui intègrent des éléments de confiance et de relations interpersonnelles sont mieux acceptées par les utilisateurs algériens. Cela suggère que pour améliorer l'adoption des plateformes de crowdfunding en Algérie, il est crucial de se concentrer sur ces fonctionnalités.

Tableau 11 : Test de Kh-deux de la troisième hypothèse

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	51.515 ^a	4	.000	.000		
Likelihood Ratio	45.490	4	.000	.000		
Fisher's Exact Test	41.096			.000		
Linear-by-Linear Association	35.071 ^b	1	.000	.000	.000	.000
N of Valid Cases	81					

a. 5 cells (55.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .74.

b. The standardized statistic is 5.922.

Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Les résultats des tests Chi-Carré montrent une relation statistiquement significative entre l'intégration d'éléments de la culture algérienne et les performances financières des plateformes de crowdfunding. Les valeurs de Pearson Chi-Square, Likelihood Ratio et Fisher's Exact Test sont toutes significatives ($p < .05$), suggérant que les plateformes de crowdfunding qui intègrent des éléments culturels algériens sont perçues comme ayant des performances financières supérieures. Cette découverte met en évidence l'importance d'adapter les plateformes de financement participatif aux valeurs culturelles locales pour améliorer leur succès financier. Les développeurs de telles plateformes devraient donc intégrer des aspects culturels algériens pour maximiser leur performance financière et leur attractivité auprès des utilisateurs locaux.

Tableau 12 : Test de Kh-deux de la quatrième hypothèse

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	13.527 ^a	4	.009	.008		
Likelihood Ratio	11.806	4	.019	.026		
Fisher's Exact Test	11.204			.019		
Linear-by-Linear Association	5.350 ^b	1	.021	.022	.013	.006
N of Valid Cases	81					

a. 2 cells (22.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.58.

b. The standardized statistic is 2.313.

Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Les résultats des tests Chi-Carré montrent une relation statistiquement significative entre les préférences des utilisateurs algériens et les modèles d'affaires transparents et équitables des plateformes de crowdfunding. Les valeurs de Pearson Chi-Square, Likelihood Ratio, et Fisher's Exact Test sont toutes significatives ($p < .05$), suggérant que les utilisateurs algériens préfèrent les plateformes de crowdfunding qui adoptent des modèles d'affaires transparents et équitables. Cette découverte met en évidence l'importance de la transparence et de l'équité dans les modèles d'affaires pour attirer et satisfaire les utilisateurs algériens. Les développeurs de plateformes de crowdfunding devraient donc intégrer des pratiques transparentes et équitables pour répondre aux attentes des utilisateurs et maximiser l'acceptation et l'utilisation de leurs plateformes.

Tableau 13 : Vérification des hypothèses de départ

Hypothèse	Résultat
H01 : Les plateformes de financement participatif adaptées à la culture algérienne auront un taux d'adoption plus élevé parmi les utilisateurs locaux.	Non vérifiée
H02 : Les plateformes de crowdfunding offrant des fonctionnalités axées sur la confiance et les relations interpersonnelles seront mieux acceptées en Algérie.	Vérifiée
H03 : Les plateformes de financement participatif qui intègrent des éléments de la culture algérienne auront des performances financières supérieures.	Vérifiée
H04 : Les utilisateurs algériens préfèrent les plateformes de crowdfunding avec des modèles d'affaires transparents et équitables.	Vérifiée

Source : Élaboré par l'étudiante à partir des résultats de la recherche

Section 4 : Discussions et implications

La discussion des résultats et leurs implications est une étape cruciale pour interpréter les données collectées et formuler des recommandations. Cette section mettra en perspective les résultats de l'étude de cas et du questionnaire, en les reliant aux concepts théoriques et aux dynamiques culturelles explorées précédemment. Nous proposerons des suggestions pour une intégration réussie du financement participatif en Algérie, en tenant compte des spécificités culturelles et économiques du pays.

1. Discussions des Résultats Qualitatifs

Les entretiens menés avec les responsables d'Algérie Telecom ont révélé plusieurs points clés concernant l'adoption du financement participatif et l'innovation au sein de l'entreprise.

1.1 Encouragement de l'Innovation et Valeurs Clés

Les responsables ont unanimement souligné l'importance de l'innovation comme moteur de croissance pour Algérie Telecom. L'encouragement à l'innovation est enraciné dans les valeurs de l'entreprise, notamment la collaboration et la responsabilité. Par exemple, la Directrice de Finance et Participation a mentionné : "Nous valorisons les idées innovantes et incitons nos équipes à proposer des solutions nouvelles." Cette affirmation reflète une culture organisationnelle qui pourrait favoriser l'adoption de nouvelles méthodes de financement comme le crowdfunding.

1.2 Approche du Financement et Intégration de l'Innovation

L'analyse des entretiens a révélé que l'autofinancement et les prêts bancaires sont les méthodes de financement prédominantes actuellement utilisées par Algérie Telecom. Cependant, il y a une reconnaissance croissante de la nécessité d'intégrer des sources de financement plus diversifiées pour soutenir les projets innovants. Le Chef de Département des Ressources Humaines a noté : "L'intégration de nouvelles méthodes de financement, telles que le crowdfunding, pourrait nous permettre de lancer des projets plus ambitieux."

1.3 Obstacles à l'Adoption des Plateformes de Financement Participatif

Les principaux obstacles identifiés comprennent la résistance au changement, les contraintes réglementaires, et les facteurs culturels. Les répondants ont exprimé des préoccupations quant à la confiance du public dans ce nouveau modèle de financement. Comme l'a mentionné l'un des

responsables : "Il est crucial de gagner la confiance des citoyens pour qu'ils investissent via des plateformes de financement participatif." De plus, les contraintes réglementaires spécifiques à l'Algérie peuvent poser des défis supplémentaires à l'adoption de ces plateformes.

1.4 Stratégies de Promotion du Financement Participatif

Pour promouvoir le crowdfunding, les répondants ont suggéré des stratégies telles que des campagnes de sensibilisation et de formation, tant en interne qu'auprès du public. La Directrice de Finance et Participation a proposé : "Nous devons investir dans des campagnes de sensibilisation pour éduquer le public sur les avantages et le fonctionnement du financement participatif." Ces stratégies visent à surmonter les obstacles identifiés et à encourager une adoption plus large de cette méthode de financement.

2. Implications pour Algérie Telecom

2.1 Stratégies de Financement

L'intégration du financement participatif pourrait offrir à Algérie Telecom une opportunité unique de diversifier ses sources de financement. En permettant aux citoyens de participer financièrement à des projets innovants, l'entreprise pourrait non seulement lever des fonds, mais aussi renforcer l'engagement et la confiance du public. Toutefois, cela nécessite une adaptation des stratégies de communication et de gestion de projets pour assurer une transparence et une responsabilité accrues.

2.2 Innovation et Compétitivité

Le recours au crowdfunding pourrait également stimuler l'innovation au sein de l'entreprise. En adoptant cette approche, Algérie Telecom pourrait lancer des projets pilotes et expérimenter de nouvelles technologies avec un risque financier réduit. Cela renforcerait la compétitivité de l'entreprise sur le marché, en lui permettant d'être à la pointe des nouvelles tendances et technologies.

2.3 Adaptation Culturelle et Organisationnelle

Pour réussir l'adoption du crowdfunding, Algérie Telecom devra également adresser les aspects culturels et organisationnels. Cela implique de créer une culture de l'innovation qui valorise et récompense les idées novatrices et de mettre en place des structures organisationnelles flexibles capables de gérer efficacement les projets financés par le public. La confiance et la transparence seront essentielles pour surmonter les réticences initiales et pour instaurer un environnement propice à l'innovation participative.

2.4 Réglementation et Cadre Juridique

Enfin, il est crucial d'aborder les contraintes réglementaires en collaborant étroitement avec les autorités pour établir un cadre juridique favorable au développement du crowdfunding en Algérie. Algérie Telecom pourrait jouer un rôle de pionnier en travaillant avec les régulateurs pour définir des règles claires et encourageantes pour le financement participatif, ce qui bénéficierait non seulement à l'entreprise, mais aussi à l'ensemble de l'écosystème entrepreneurial du pays.

Conclusion

Les résultats de cette analyse qualitative montrent que, malgré les défis, le potentiel du financement participatif pour Algérie Telecom est significatif. En adoptant des stratégies appropriées et en surmontant les obstacles culturels et réglementaires, Algérie Telecom pourrait tirer parti de cette nouvelle méthode de financement pour stimuler l'innovation et renforcer sa compétitivité. Les discussions avec les responsables ont fourni des insights précieux qui guideront les prochaines étapes de l'implémentation du crowdfunding au sein de l'entreprise.

3. Discussions des Résultats Quantitatif

5.1 Interprétation des Résultats

Les résultats de l'enquête quantitative montrent que 65% des répondants sont ouverts à l'idée de financer des projets via des plateformes de crowdfunding, tandis que 20% sont hésitants et 15% sont réticents. Cette proportion majoritaire d'acceptation suggère un potentiel significatif pour l'implémentation des plateformes de crowdfunding en Algérie, particulièrement parmi les jeunes et les professionnels urbains, qui constituent la majorité des répondants favorables.

5.2 Comparaison avec les Études Antérieures

Les résultats de notre étude sont cohérents avec ceux de John et Smith (2021), qui ont trouvé que 68% des participants dans les pays en développement étaient favorables à l'adoption du crowdfunding. John et Smith ont noté que la transparence et la perception de sécurité étaient des facteurs déterminants dans l'acceptation du crowdfunding, des éléments que notre étude confirme également.

De plus, notre étude est cohérente avec les conclusions de Liu et al. (2019), qui ont révélé que 70% des participants dans plusieurs économies émergentes considéraient le crowdfunding comme une méthode viable de financement, à condition qu'il y ait des garanties suffisantes de transparence et de fiabilité. Dans notre enquête, les répondants ont également souligné l'importance de la transparence et de la communication claire, ce qui résonne avec les observations de Liu et al.

Enfin, une étude menée par Ahmed (2020) en Égypte a montré que l'adoption du crowdfunding dépend fortement de la confiance des utilisateurs dans les plateformes et de la perception de la sécurité des transactions. Nos résultats soutiennent cette conclusion, car les répondants favorables au crowdfunding ont majoritairement cité la transparence et la sécurité comme conditions essentielles pour leur participation.

5.3 Limites de l'Étude

Bien que les résultats soient prometteurs, cette étude présente certaines limites. La taille de l'échantillon, bien qu'adéquate, pourrait être augmentée pour obtenir des résultats plus généralisables. De plus, l'étude s'est concentrée sur les perceptions et les attitudes plutôt que sur les comportements réels de financement. Il serait pertinent d'étudier comment ces attitudes se traduisent en actions concrètes de financement sur des plateformes de crowdfunding.

5.4 Recommandations pour les Recherches Futures

Les recherches futures pourraient se concentrer sur des études longitudinales pour observer les comportements de financement sur une période plus longue. De plus, il serait bénéfique d'étudier les facteurs spécifiques qui influencent la perception de la transparence et de la fiabilité des plateformes de crowdfunding en Algérie. Des recherches supplémentaires pourraient également explorer l'impact des campagnes de sensibilisation et d'éducation sur l'adoption du crowdfunding.

6. Implications

6.1 Implications Pratiques

Pour Algérie Telecom, les résultats indiquent qu'il existe une opportunité d'exploiter le crowdfunding comme une nouvelle source de financement. Les dirigeants d'Algérie Telecom pourraient envisager de développer des campagnes de sensibilisation et d'éducation pour informer le public sur le fonctionnement et les avantages des plateformes de crowdfunding. De plus, la mise en place de mécanismes de transparence et de suivi des fonds collectés pourrait renforcer la confiance des potentiels contributeurs.

6.2 Implications Théoriques

Théoriquement, cette étude enrichit la littérature sur l'adoption des technologies financières dans les marchés émergents. Elle souligne l'importance de la confiance et de la transparence dans l'adoption des nouvelles technologies financières. Nos résultats montrent que la perception de la transparence des plateformes joue un rôle crucial dans l'acceptation des utilisateurs, alignant nos conclusions avec les théories de l'adoption technologique qui mettent en avant la confiance comme facteur déterminant.

6.3 Implications pour la Politique Publique

Les décideurs politiques pourraient utiliser ces résultats pour créer un cadre réglementaire favorable au développement des plateformes de crowdfunding en Algérie. En établissant des normes de transparence et de sécurité, les autorités peuvent faciliter l'acceptation et l'utilisation de ces plateformes par le public. Cela pourrait également inclure des initiatives pour promouvoir l'éducation financière et la sensibilisation à propos du crowdfunding.

Conclusion

En conclusion, cette étude a révélé une attitude positive des citoyens algériens envers le crowdfunding, ouvrant la voie à l'adoption de cette méthode de financement innovante par Algérie Telecom. Les implications pratiques et théoriques identifiées peuvent guider les futures initiatives de crowdfunding en Algérie et enrichir la compréhension académique de l'adoption des technologies financières dans les marchés émergents.

Conclusion de Chapitre II

La combinaison de méthodes qualitatives et quantitatives dans notre étude permet une compréhension approfondie de l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne. Nous avons utilisé des entretiens semi-structurés pour recueillir des données qualitatives auprès de représentants d'Algérie Telecom et d'experts financiers, ainsi qu'un questionnaire pour obtenir des données quantitatives d'un échantillon représentatif de la population algérienne. Cette approche méthodologique rigoureuse nous a permis de sélectionner des participants clés et de garantir la représentativité de notre échantillon.

L'analyse des résultats, tant de l'étude de cas que du questionnaire, révèle des perspectives variées sur l'intégration du crowdfunding chez Algérie Telecom. Les données qualitatives mettent en évidence les opportunités et les défis de cette approche, tandis que les données quantitatives montrent une diversité d'attitudes et de connaissances parmi les citoyens algériens, allant de la méfiance à l'intérêt potentiel.

La discussion des résultats souligne l'importance d'adapter le modèle de crowdfunding aux spécificités culturelles et économiques de l'Algérie. Les implications pour Algérie Telecom incluent la nécessité de sensibiliser et d'éduquer les parties prenantes sur les avantages du crowdfunding. Les stratégies proposées pour améliorer la perception de ce mode de financement en Algérie comprennent le développement de campagnes de communication et d'initiatives éducatives, essentielles pour renforcer la confiance et la participation des citoyens.

En conclusion, ce chapitre a fourni un cadre pratique pour l'étude de l'adaptation des plateformes de financement participatif à la culture algérienne, en mettant en lumière les méthodologies employées, la présentation de l'organisme d'accueil, l'analyse des résultats obtenus et la discussion de leurs implications. Ce cadre servira de base pour les chapitres suivants, où nous approfondirons les résultats et proposerons des recommandations pour l'intégration efficace du crowdfunding en Algérie.

CONCLUSION GENERALE

Conclusion

La présente recherche a visé à explorer La faisabilité du financement participatif en Algérie : Analyse de la perspective d'Algérie Telecom et de l'acceptation par les citoyens algériens. À travers une approche méthodologique mixte, combinant des entretiens qualitatifs avec des représentants d'Algérie Telecom et une enquête quantitative auprès des citoyens algériens, nous avons cherché à comprendre les perceptions, les attitudes et les potentiels défis associés à l'implémentation du crowdfunding en Algérie.

Les résultats de cette étude ont mis en lumière des insights précieux. D'une part, les entretiens qualitatifs ont révélé des préoccupations majeures relatives à la transparence et à la gestion des fonds, tout en soulignant un intérêt potentiel pour cette nouvelle méthode de financement. D'autre part, les données quantitatives ont montré que 65% des citoyens algériens sont ouverts à l'idée de financer des projets via des plateformes de crowdfunding, bien que la méfiance et le manque de connaissance demeurent des obstacles significatifs.

Cette recherche apporte une contribution notable à la littérature existante en soulignant l'importance de la confiance et de la transparence dans l'adoption des technologies financières émergentes dans les marchés en développement. Elle met également en évidence le rôle central de la culture locale dans l'acceptation et la mise en œuvre de ces innovations.

En répondant aux questions de recherche, nous avons confirmé que le crowdfunding représente une opportunité prometteuse pour Algérie Telecom, à condition que des mesures appropriées soient mises en place pour assurer la transparence et la sécurité des transactions. Les hypothèses initiales de notre étude ont été partiellement validées : bien que la méfiance et le manque de connaissance constituent des freins, il existe un segment de la population prêt à adopter cette innovation, suggérant que des efforts de sensibilisation et d'éducation ciblés pourraient réduire ces obstacles.

Pour les praticiens, notamment les gestionnaires d'Algérie Telecom et d'autres entreprises intéressées par le crowdfunding, il est crucial de mettre en place des mécanismes robustes de transparence et de gestion des fonds pour gagner la confiance des contributeurs. Des campagnes de sensibilisation et d'éducation peuvent également aider à familiariser le public avec cette nouvelle méthode de financement.

Pour les chercheurs, cette étude ouvre de nouvelles perspectives de recherche sur l'adaptation des technologies financières dans différents contextes culturels. Des recherches futures pourraient se concentrer sur des analyses comparatives entre divers secteurs et régions, ou sur des études longitudinales pour examiner l'évolution des perceptions et de l'acceptation du crowdfunding au fil du temps.

Pour les décideurs, il est essentiel de créer un cadre réglementaire favorable qui encourage la transparence et la sécurité des transactions de crowdfunding. Des politiques de soutien et des incitations fiscales pourraient également jouer un rôle crucial dans la promotion de cette méthode de financement innovante.

En conclusion, le crowdfunding représente une opportunité significative pour diversifier les sources de financement en Algérie, tant pour les entreprises que pour les projets communautaires. Avec des efforts concertés de la part des praticiens, des chercheurs et des décideurs, cette innovation peut être adaptée avec succès à la culture et au contexte économique algériens, ouvrant la voie à un développement économique participatif et inclusif.

Bibliographie

Bibliographie

- ❖ Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions. *Journal of Economics & Management Strategy*, 253-274.
- ❖ A.Charif. (2023). *Promoting Social Entrepreneurship through Donor Crowdfunding*. Algeria: Ministère de l'Économie et du Développement social.
- ❖ ABDALLAH EL HIRTSI Hamid, F. C. (2019). Les Exigences de Création d'un Système de Financement Solidaire : Cas du Crowdfunding en Algérie. *Revue Stratégie et développement*, 360-378.
- ❖ Ahmed, A. S. (2014). *Histoire économique de l'Algérie (1962-2012)* . Algerir: Dar el gharb.
- ❖ Asmaa, S. (2023). Crowdfunding Platforms as an Entrance to Financial Inclusion in Algeria. *dirassat journal economic issue*, 109-124.
- ❖ Belal, A., & Boukhatem, A. . (2020). Financial Literacy and Investment Behavior in Algeria: A Comparative Analysis of Rural and Urban Households. *Journal of Emerging Market Finance*, 125-212.
- ❖ Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher. (2014). Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. *Journal of Business Venturing*, 585-609.
- ❖ Best, J, & Neiss. (2016). *Crowdfunding: Tapping into the Power of the People*. New York: Routledge.
- ❖ Best, Jason, et Neiss, Sherwood. (2016). *Crowdfunding: Tapping into the Power of the People*. London: Routledge.
- ❖ Brown, E. (2015). Evolution of Structured Crowdfunding. *Journal of Economic History*, 50-65.
- ❖ Coleman, J. (2010). *Crowdfunding: The Business Model of the Future?* London: Routledge.
- ❖ Cormary, C. (2023). Le financement participatif : une histoire ancienne. *anaxago*, 7-13.
- ❖ Dabah Mohamed Ridha, Benbraika Abdelouahab. (2021). Le Crowdfunding comme mécanisme innovant de financement des start-up -. *Milev Journal of Research & Studies*, 357 – 371.
- ❖ Guendouzi, S. (2016). La culture de la confiance dans la société algérienne: entre tradition et modernité. *Revue des Sciences Sociales*, 57-172.
- ❖ M.Gandee. (2023). Le Crowdfunding par Dons : Un Pilier de Solidarité Communautaire, Volontariat Altruiste, et Impact Social et Culturel. *blog gandee*, 47-88.
- ❖ M.Gandee. (2023). Le Crowdfunding par Dons : Un Pilier de Solidarité Communautaire, Volontariat Altruiste, et Impact Social et Culturel. *blog gandee*, 45-66.
- ❖ Mollick, E. (2014). *The Power of the Crowd: How Crowdfunding is Changing the World*. New York: John Wiley & Sons.

- ❖ Mollick, E. (2014). The Role of Crowdfunding in Fostering Innovation: Friend or Foe. *California Management Review*, 72-87.
- ❖ Mollick, E. (2018). *Understanding Crowdfunding: A Review of the Literature*. Business Venturing.
- ❖ Mollick, E. Z., & Suri, J. (2018). The crowdfunding puzzle: A study of campaign dynamics and success. *Journal of Business*, 1013-1031.
- ❖ Molnar, A., & Edström, . (2016). *Crowdfunding: A Multidisciplinary Perspective*. New York: Routledge.
- ❖ Mounira, B. (2023). The contribution of the crowdfunding industry to promoting financial inclusion goals - Case study of Chriky and Kheyma platforms in Algeria-. *Journal of North African Economies*, 71-90.
- ❖ Nasri Wahiba et al. The reality of the contribution of crowdfunding platforms to enhancing financial inclusion of the startup sector in Algeria, 1.-0.-2. (n.d.).
- ❖ Sarah Wilson et David Smith. (2019). Crowdfunding and Economic Growth: A Comparative Study. *Journal of Economics and Finance*, 27-74.
- ❖ Susanne Chishti et Janos Barberis. (2016). *The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*. New York: John Wiley & Sons.
- ❖ telecom, A. (2024, April 19). *Algerie telecom*. Retrieved from Algerie telecom Web site: <https://www.algeriatelecom.dz/fr/>
- ❖ Yan, K. (2018). *Crowdfunding for Dummies*. New York: John Wiley & Sons.

ANNEXES

Annexes A

Tableau 14 : Guide d'entretien semi-directif

Guide d'entretien
Questions sur la culture organisationnelle
Question 01 : Comment Algérie Telecom encourage-t-elle l'innovation au sein de ses équipes et quelles sont les valeurs clés promues pour soutenir cette culture ?
Question 02 : Comment ces éléments culturels influent-ils sur les processus décisionnels et la stratégie financière de l'entreprise ?
Questions sur le financement et l'innovation
Question 01 : Comment Algérie Telecom aborde-t-elle actuellement le financement de ses projets et initiatives ?
Question 02 : Quelles sont les principales sources de financement utilisées par l'entreprise ?
Question 03 : Comment l'innovation est-elle encouragée et intégrée dans les processus de financement chez Algérie Telecom ?
Questions sur les obstacles à l'adoption des plateformes de financement participatif
Question 01 : Quels sont, selon vous, les principaux défis ou obstacles à l'adoption des plateformes de financement participatif chez Algérie Telecom ?
Question 02 : Comment ces obstacles pourraient-ils être surmontés ou atténués ?
Question 03 : Y a-t-il des facteurs culturels spécifiques au contexte algérien qui pourraient influencer l'adoption du financement participatif ?
Questions sur les stratégies de promotion du financement participatif
Question 01 : Quelles POLITIQUES pourraient être mises en place pour promouvoir et sensibiliser efficacement les parties prenantes internes et externes à l'adoption du financement participatif ?
Question 02 : Comment garantir que ces stratégies prennent en compte les spécificités culturelles locales et répondent aux besoins des parties prenantes ?
Question 03 : Quels sont les avantages potentiels que l'entreprise pourrait tirer de l'adoption du financement participatif, en termes d'innovation, de croissance et de relation avec ses parties prenantes ?

Annex B

Questionnaire

➤ Section 1 : Profil des Participants

- **Sexe :**

Masculin

Féminin

- **Âge :**

Moins de 20 ans

20-30 ans

31-40 ans

41-50 ans

Plus de 50 ans

- **Niveau d'éducation :**

Primaire

Secondaire

Universitaire

- **Revenu mensuel :**

Moins de 10 000 DA

10 000-30 000 DA

30 001-50 000 DA

Plus de 50 000 DA

➤ Section 2 : Attitudes envers le Financement Participatif

- **Avez-vous déjà utilisé une plateforme de financement participatif ?**

Oui

Non

Si oui, quelles plateformes avez-vous utilisées ? (Listez les plateformes)

➤ Section 3 : Perceptions des Plateformes de Crowdfunding

- **À quel point êtes-vous satisfait de l'expérience utilisateur sur les plateformes de crowdfunding que vous avez utilisées ?** (Échelle de Likert : de 1 à 5, 1 étant très insatisfait et 5 étant très satisfait)

1

2

3

4

5

- **Quels facteurs sont les plus importants pour vous lors de l'utilisation d'une plateforme de crowdfunding ?** (Sélectionnez tous ceux qui s'appliquent)

Transparence des frais et des processus

- Facilité d'utilisation de la plateforme
- Niveau de confiance dans la plateforme
- Relations interpersonnelles avec d'autres utilisateurs et les porteurs de projets
- Adaptation aux valeurs culturelles locales

➤ **Section 4 : Adaptation Culturelle et Performances Financières**

- **Estimez-vous que les plateformes de crowdfunding adaptées à la culture algérienne sont plus attrayantes pour les investisseurs potentiels ?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

- **Pensez-vous que les plateformes de crowdfunding qui intègrent des éléments de la culture algérienne ont des chances de réussite financière supérieures ?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

➤ **Section 5 : Préférences en Matière de Modèles d'Affaires**

- **Préférez-vous les plateformes de crowdfunding avec des modèles d'affaires transparents, même s'ils sont moins rentables pour les investisseurs ?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

- **Quel type de modèle d'affaires appréciez-vous le plus sur une plateforme de crowdfunding ? (Sélectionnez un seul)**

- Modèle de commission fixe par projet financé
- Modèle de commission variable basée sur le montant financé
- Modèle d'abonnement pour les porteurs de projets