



Université d'Oran 2
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion

THESE

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat « L.M.D »
En Sciences Financière et Comptabilité

**L'apport du financement participatif au financement des
PME**

Cas : PME algériennes 2021-2024

Présentée et soutenue publiquement par :
M^{me}. KHODHEIR Latifa Salima

Devant le jury composé de :

Président :	M. Benlahcene houari	Professeur	Université Oran 2
Rapporteuse :	Mme.Ouguenoune Hind	MCA	Université Oran 2
Examineur :	M. Belgoum Farid	Professeur	Université Oran 2
Examineur :	M. Kateb Karim	MCA	UFC Oran
Examineur :	M. Bahbah Ibrahim	MCA	INTTIC Oran

Année 2023/2024

DÉDICACES

Je dédie cette thèse :

À

La mémoire de mon cher frère Mohammed Chakib

À

La mémoire de ma chère cousine Inès qui faisait également partie de cette université

À

Toi, ma mère, en reconnaissance de tout ce que tu as sacrifié pour que je puisse réaliser mes rêves. Ton dévouement, ta générosité et ton amour inconditionnel sont gravés dans chaque mot de ce travail.

À

Toi, mon père, qui a toujours cru en moi et en mes rêves, je dédie cette thèse en signe de reconnaissance et d'amour. Tes sacrifices et ton dévouement ont été les fondations sur lesquelles j'ai construit mon parcours.

À

Toi mon mari, à travers chaque page de cette thèse, je ressens ta présence encourageante et ton soutien inconditionnel. Ton amour et ta compréhension ont été mes plus grands soutiens tout au long de ce parcours.

À

Toi, mon petit prince Amir. Ton innocence, ta curiosité et ta joie de vivre m'ont inspirée à poursuivre mes rêves avec détermination. Tu es ma source de joie.

À

Toi ma sœur, Cette thèse est le fruit de notre lien indéfectible et de notre complicité sans faille, tu as été ma confidente, ma compagne et mon soutien inébranlable.

À

Toi, ma petite nièce adorée Sofia. Ta présence lumineuse et ta joie contagieuse ont apporté une dimension spéciale à ma vie.

À

Tous mes enseignants qui ont partagé leurs connaissances et leur expérience avec générosité

À

Tous mes chers collègues qui m'ont soutenu dans cette thèse

À

Toute ma famille, Et Tous ceux qui, par un mot, m'ont encouragé à continuer ...

REMERCIEMENTS

Je tiens également à exprimer ma gratitude envers Dieu pour Sa guidance et Sa bienveillance tout au long de ce parcours académique, surtout dans les moments difficiles.

Je tiens à exprimer mes sincères remerciements à Mme Ouguenoune Hind, mon encadrante de thèse, pour son soutien inestimable, son dévouement et sa guidance tout au long de ce projet de recherche. Son expertise, sa patience et sa disponibilité ont été des atouts précieux qui ont grandement contribué à la réussite de ce travail.

Je suis reconnaissant(e) pour ses conseils éclairés, son écoute attentive et sa capacité à me pousser à donner le meilleur de moi-même. Ses retours constructifs et ses encouragements ont été une source d'inspiration constante, me permettant de progresser et de surmonter les obstacles rencontrés tout au long de ce parcours.

Nous exprimons également notre gratitude à tous les membres du jury, à savoir :

M. Benlahcene Houari

M. Belgoum Farid

M. Kateb Karim

M. Bahbah Ibrahim

Pour le temps précieux qu'ils ont consacré à lire et évaluer cette thèse.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude envers tous les enseignants de notre département, qui ont joué un rôle essentiel en partageant leur expertise et leurs conseils tout au long des différentes phases de ce projet.

Enfin, je souhaite exprimer ma reconnaissance envers ma famille et mes amis pour leur soutien et leurs encouragements constants tout au long de ce parcours. Et un grand merci à mon père qui m'a beaucoup aidé dans cette thèse.

Encore une fois, je tiens à exprimer ma gratitude à tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ma thèse de doctorat.

Merci à tous !

SOMMAIRE

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES FIGURES

ABRÉVIATIONS

INTRODUCTION GENERALE 1

CHAPITRE 01 - PME : Conceptualisation et contextualisation

Introduction du chapitre 11

Section 01 - fondements conceptuels de la PME..... 12

Section 02 – Les stratégies de la PME..... 35

Section 03 - Caractéristiques, rôle, défis, contraintes et perspectives de développement des PME algériennes.....57

Conclusion du chapitre71

CHAPITRE 02 - Le Financement Participatif : Conceptualisation et fonctionnement

Introduction du chapitre72

Section 01 - Concepts fondamentaux du Financement Participatif.....73

Section 02 - Evolution et réglementation du Crowdfunding dans le monde.....82

Section 03 - Fonctionnement des plateformes du Financement participatif.....106

Conclusion du chapitre133

CHAPITRE 03 - Positionnement épistémologique et méthodologique, résultats et discussion de la recherche

Introduction du chapitre 135

Section 01 - Le positionnement épistémologique de nos recherches doctorales.....136

Section 02 – Déroulement et méthodologie de l'étude.....145

Section 03 - analyses descriptives, et discussion des résultats.....160

Conclusion du chapitre208

CONCLUSION GÉNÉRALE210

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIE216

TABLES DES MATIÈRES232

ANNEXE240

RESUME250

LISTE DES TABLEAUX

N°	Intitulé	Pages
1	Définition de la PME par la CE	20
2	Les seuils des critères quantitatifs de la SBA	21
3	Définition de la PME au Japon	22
4	Critères de définition des PME en Chine	23
5	Catégories de PME en Algérie	25
6	Comparaison des caractéristiques entre la grande entreprise et la PME	34
7	Evolution de la contribution des PME au PIB	62
8	Comparaison entre le crowdfunding et les autres sources de financement	74
9	Principes épistémologiques des deux paradigmes principaux	133
10	Les trois dimensions d'influence sur la recherche dans le couple positiviste/ constructiviste	135
11	Les différentes approches de recherche	137
12	Description relative à chaque intervalle Likert	147
13	La cohérence interne sur un intervalle donnée du coefficient alpha cronbach	148
14	Genre	155
15	Age	156
16	Fonction	156
17	Les années d'expérience professionnelle	157
18	Le financement de la PME lors de sa création	157
19	Le niveau de connaissance du financement participatif en Algérie	158
20	L'utilité du financement participatif en Algérie	159
21	Le niveau de connaissance des types de financement participatif en Algérie	159
22	Le niveau de connaissance des plateformes de financement participatif en Algérie	160
23	Diversification des sources de financement	160
24	Accès à un réseau d'investisseurs potentiels	161

25	Facilité d'utilisation des plateformes de crowdfunding	161
26	Transparence du processus	162
27	Risque de non-atteinte de la campagne prévue	162
28	Commissions élevées sur les fonds collectés	163
29	Absence de réglementation et de protection des investisseurs	163
30	Le niveau de connaissance des étapes du processus de financement participatif	164
31	La participation du financement participatif a réduire les obstacles de la PME	164
32	Le financement participatif comme source de financement pour les PME en Algérie	165
33	La simplicité du processus	165
34	L'accessibilité du processus	166
35	La flexibilité du processus	166
36	La rapidité du processus	167
37	L'importance du soutien gouvernemental dans le développement du financement participatif en Algérie	167
38	Les aspects de confidentialité et de sécurité liés à l'utilisation du financement participatif par une entreprise	168
39	La contribution du financement participatif au développement des PME en Algérie	169
40	Le partage des bénéfices d'une entreprise avec les investisseurs via le financement participatif	169
41	Le financement participatif pourrait aider une entreprise à atteindre ses objectifs de croissance à court terme	170
42	Divulguer des informations financières et commerciales confidentielles de votre entreprise aux investisseurs potentiels dans le cadre du financement participatif.	171
43	Le niveau de préparation des entreprises à utiliser le financement participatif	171

44	Le manque de confiance comme obstacle aux PME pour utiliser le financement participatif	172
45	La complexité des plateformes comme obstacle aux PME pour utiliser le financement participatif	173
46	Un cadre réglementaire peu favorable comme obstacle aux PME pour utiliser le financement participatif	173
47	Le manque de sensibilisation et de compréhension sur le concept comme obstacle aux PME à utiliser le financement participatif	174
48	La préparation des PME à utiliser le financement participatif	175
49	Les types de financement participatif plafonnés pour mieux organiser les campagnes de financement participatif	175
50	La fixation d'un taux d'investissement selon les revenus annuels pour aider les investisseurs	176
51	Le niveau actuel de sensibilisation et d'éducation sur le financement participatif en Algérie	176
52	La nécessité du gouvernement pour encourager l'adoption du financement participatif par les PME en Algérie	177
53	Les compétences et les ressources des entreprises pour gérer une campagne de financement participatif	178
54	La participation à des ateliers ou des séminaires sur le financement participatif pour améliorer les connaissances et compétences dans ce domaine	178
55	Statistiques descriptives globale de l'ensemble des items des questions établies sous forme d'échelle de Likert	180
56	Fiabilité des mesures (1^α de Cronbach, et la Composite reliability)	188
57	Fiabilité des indicateurs (loadings des items)	189
58	Évaluation de la Validité Convergente "Convergent Validity"	190
59	Évaluation de la Validité Discriminante	191
60	Le coefficient de détermination R^2	193
61	Taille de l'effet F^2	193
62	L'indicateur de prédiction Q^2	194

63	Résultats du test des hypothèses : T-Student et Path coefficient	195
64	Effet indirect	196
65	Effet total	197
66	un récapitulatif des hypothèses	202

LISTE DES FIGURES

N°	Intitulé	Pages
1	La stratégie de la PME	34
2	La structure fonctionnelle	54
3	La structure entrepreneuriale	55
4	Evolution des PME 2012-2022	59
5	L'évolution de l'emploi par les PME en Algérie de 2012 à 2022	60
6	L'évolution de la part des PME algériennes aux exportations hors hydrocarbures	63
7	Schéma du processus de financement participatif	72
8	Taille du marché du financement participatif dans le monde en 2022 et 2023 avec une prévision pour 2030(en milliards de dollars américains)	80
9	Montant cumulé du financement promis aux projets Kickstarter de juillet 2012 à mai 2023(en millions de dollars américains)	81
10	Le financement participatif Les fonds collectés en France (en millions d'euros)	83
11	Financement cumulé depuis 2022 en Espagne	87
12	Montant des fonds collectés via le financement participatif en actions au Japon de 2017 à 2022, par type(en millions de yens japonais)	89
13	Nombre des startups financées et le fonds total levé en Afrique par ays en 2022	90
14	Intensité des interactions avec la communauté en fonction de la phase de campagne	108
15	Schéma des démarches d'un projet en financement participatif	110
16	La complexité du crowdfunding en fonction du business model	113
17	Les modèles de Financement Participatif.	114
18	Les motivations des internautes à prendre part au crowdfunding	119
19	Les facteurs clés de succès d'une collecte de crowdfunding	122
20	Raisonnement déductif vs raisonnement inductif	135
21	Les différentes méthodologies de recherche.	140

22	Cadre conceptuel de l'étude	141
23	la schématisation du corps du questionnaire	144
24	Modèle d'équation structurelle	149
25	Notations des variables et des relations d'un modèle d'équations structurelles	150
26	Modèle de mesure et structurel avant l'application de l'algorithme de l'approche PLS	187
27	Modèle de mesure et structurel après l'application de l'algorithme PLS	192
28	Modèle de mesure et structurel après l'application de l'algorithme PLS.	198

ABBREVIATIONS

N°	ABBREVIATIONS	SIGNIFICATION
1	ACPR	Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution
2	AMF	Autorité des Marchés Financiers
3	AIM	Alternative Investment Market
4	ASIC	Australian Securities and Investments Commission
5	AVE	Average Variance Extracted (variance moyenne partagée)
6	BAM	Banque Al Maghrib
7	DH	Dirham
8	CE	Commission Européenne
9	CEE	Communauté Economique Européenne
10	CGPME	Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises
11	CIP	Conseiller en Investissements Participatif
12	CSOEC	Conseil National de l'Ordre des Experts Comptables
13	COSOB	Commission d'Organisation et de surveillance des Opérations de Bourse
14	CISE	Common Information Sharing Environment
15	EEE	Espace Economique Européen
16	ESCP	Exempt Activities and Services Order
17	FCA	Financial Conduct Authorities
18	FSA	Financial Service Agency
19	FSCA	Financial Sector Conduct Authority
20	FSMA	Financial Services and Markets Act
21	FGAR	Fonds De Garantie Des Crédits Aux PME
22	GREPME	Groupe de Recherche en Economie et Gestion des PME
23	High Tech	Technologies de Pointes
24	IOB	Intermédiaires en Opération de Bourse
25	IFP	Intermédiaire en Financement Participatif
26	JETRO	Japan External Trade Organization
27	JOBS Act	Jumpstart Our Business Startups Act
28	JORT	Journal Officiel de la République Tunisienne
29	JSBC	Japan Small Business Corporation

30	LISREL	Linear Structural relations
31	LBO	Leveraged Buy Out
32	MITI	Ministère du Commerce International et de l'Industrie (Japon)
33	NASDAQ	National Association Securities Dealers Automated Quotations
34	NTIC	Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
35	OAT	Obligations Assimilables du Trésor
36	OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economique
37	PIB	Produit Intérieur Brut
38	ORIAS	Organisme pour le Registre des Intermédiaires en Assurance, Banque et Finance
39	PEP	Positionnement Epistémologique Positiviste
40	PLS	Partial Least Squares
41	PME	Petite et Moyenne Entreprise
42	PMI	Petites et Moyennes Industries
43	PSI	Prestataire de Services d'Investissement
44	Reg CF	Regulation Crowdfunding
45	SBA	Small Business Act
46	SEC	Securities and Exchange Commission
47	SFGI	Sociétés de Gestion de Fonds d'Investissement
48	SMERIC	Small and Medium Enterprise Regional Information Centers
49	TCAC	Taux de Croissance Annuel Composé
50	TPE	Très Petites Entreprises
51	VC	Capital-Risque

INTRODUCTION GÉNÉRALE

INTRODUCTION GENERALE

Les PME, ou les Petites et Moyennes Entreprises, occupent une place cruciale dans l'économie mondiale. Leur importance réside dans leur capacité à dynamiser l'activité économique à plusieurs niveaux. En tant que moteur de création d'emplois, les PME jouent un rôle vital en offrant des opportunités d'emploi dans divers secteurs économiques (Keskgn, 2010). Leur structure agile et leur aptitude à s'adapter rapidement aux changements du marché en font des acteurs essentiels pour répondre à la demande locale et stimuler la croissance de l'emploi.

De plus, les PME sont des foyers d'innovation. Leur taille modeste leur permet d'expérimenter de nouvelles idées et de développer des solutions innovantes plus rapidement que les grandes entreprises. Cette capacité à innover contribue à la croissance économique en stimulant la compétitivité et en favorisant le progrès technologique dans différents secteurs (Gibson, 2008).

En favorisant la concurrence sur le marché, les PME renforcent le dynamisme économique. Leur présence encourage l'innovation, la diversité des produits et services, et favorise une plus grande efficacité économique. Elles apportent également une contribution significative au tissu social et régional en étant souvent ancrées dans leur communauté locale. Elles soutiennent les économies locales en fournissant des biens et des services, en créant des emplois et en contribuant aux diverses activités.

La flexibilité et la résilience sont des caractéristiques clés des PME. Leur taille modeste et leur structure organisationnelle souple les rendent plus résilientes aux chocs économiques que les grandes entreprises. Elles sont capables de s'adapter rapidement aux changements de marché et de prendre des décisions agiles, ce qui leur permet de mieux naviguer dans des environnements économiques instables.

Deux types de financement s'ouvrent à une entreprise. Le premier est de recourir à ses propres moyens, c'est-à-dire recourir à l'autofinancement. Cependant, ce mode de financement reste limité dans les PME en raison de leur marge bénéficiaire, insuffisante pour investir. Le deuxième type de financement pour les entreprises est de faire appel aux crédits bancaires ou recourir aux marchés financiers à travers l'émission des titres financiers, c'est le financement externe.

Le choix du financement dépendra de la taille de l'entreprise, en conséquence, les très petites, les petites et les moyennes entreprises sont celles qui rencontrent le plus de difficultés

lors d'opération de financement que ce soit dans la phase de pré-lancement ou la phase de lancement de l'entreprise.

Les PME rencontrent souvent plusieurs difficultés en matière de financement, ce qui peut entraver leur croissance et leur développement. Parmi ces difficultés, on peut citer un accès limité aux prêts bancaires en raison de critères stricts ou de garanties insuffisantes. De plus, le manque de capital de démarrage initial peut constituer un obstacle majeur pour lancer leurs activités. Les investisseurs peuvent également percevoir les PME comme des investissements plus risqués en raison de leur taille ou de leur manque d'expérience, ce qui rend difficile pour elles la levée des fonds. Les processus de demande de financement peuvent être complexes, surtout lorsqu'il s'agit de négocier avec des institutions financières ou de répondre aux exigences des investisseurs. De plus, les PME nouvellement créées ou celles qui ont des antécédents financiers limités peuvent avoir du mal à prouver leur crédibilité financière. Les prêteurs et les investisseurs peuvent exiger des garanties importantes pour sécuriser leurs investissements, et s'assurer de la solvabilité de l'entreprise, ce qui peut être difficile pour les PME qui n'ont pas d'actifs tangibles à offrir en garantie. Même lorsque les PME parviennent à obtenir des financements, le coût de ces financements peut être élevé en raison des taux d'intérêt ou des conditions de remboursement défavorables. Enfin, l'asymétrie de l'information du côté des investisseurs notamment en raison du manque de données historiques disponibles, peut également entraver et limiter le financement des PME.

Le marché financier, de son côté, offre aux PME des opportunités de développement et de croissance mais leur admission en bourse n'est pas facile et engendre un coût considérable. En d'autres termes, la PME devra bien se préparer, ceci demande du temps et de force. Enfin l'accès à cette alternative de financement est difficile car leur petite taille, le nombre d'années d'existence et l'expérience des dirigeants sont réduites.

Toutes ces barrières mettent les PME devant une réalité à laquelle elles doivent faire face, c'est-à-dire soit continuer ou abandonner.

Le financement de l'entrepreneuriat demeure un enjeu crucial au sein de l'économie d'un pays. Les petites et moyennes entreprises (PME) se trouvent fréquemment confrontées à des difficultés d'accès aux ressources financières nécessaires à leur développement, comme souligné par Golié (Golié, 2014). L'émergence relativement récente du financement participatif, (Assadi, 2015) également connu sous le nom de crowdfunding, constitue une réponse innovante à ces défis (Marzban, 2014). Le financement participatif, ou crowdfunding, a émergé comme une réponse directe à l'évolution technologique et à l'avènement du Web 2.0. L'essor des technologies numériques et la montée en puissance des plates-formes interactives

ont transformé fondamentalement la manière dont les individus interagissent en ligne et collaborent pour soutenir des projets (Granier, 2018).

Avec l'avènement du Web 2.0, Internet est devenu un espace dynamique où la participation et l'interaction des utilisateurs ont été encouragées. Les réseaux sociaux ont émergé comme des outils incontournables de communication et de partage d'informations, permettant aux individus de se connecter et de partager des idées avec des communautés vastes et diverses.

Cette évolution technologique a créé un environnement propice à l'émergence du crowdfunding en offrant les infrastructures nécessaires pour connecter les porteurs de projets et les contributeurs potentiels à travers le monde. Les plates-formes de crowdfunding ont exploité les caractéristiques du Web 2.0, telles que l'interactivité, la facilité de partage et la transparence, pour créer des espaces virtuels où les créateurs peuvent présenter leurs projets et solliciter le soutien financier de la communauté en ligne.

Les progrès dans les technologies de paiement en ligne ont également joué un rôle crucial dans la montée en puissance du crowdfunding. Les systèmes de paiement électronique ont rendu le processus de contribution financière rapide, facile et sécurisé, permettant aux contributeurs de faire des dons ou des investissements en ligne en quelques clics seulement.

Ce mode de financement offre aux PME ainsi qu'aux porteurs de projets novateurs une alternative aux canaux traditionnels de financement.

Dans le cadre du crowdfunding, les porteurs de projets ont la possibilité de présenter leurs idées et initiatives sur des plates-formes dédiées à cette forme de financement participatif (Ricarda, Malvine, & Sascha, Crowdfunding: The Current State Of Research, 2015). Les contributeurs potentiels, souvent motivés par un intérêt personnel ou une affinité avec le projet proposé, sont invités à participer financièrement en apportant de petites sommes afin d'atteindre un objectif de financement prédéterminé. Cette démarche repose sur le principe de la foule (crowd), où de multiples individus contribuent de manière collective pour soutenir la concrétisation d'une idée ou d'un projet entrepreneuriale.

Intérêts de la recherche

Dans un contexte où les PME jouent un rôle crucial dans la dynamique économique globale, le financement reste un défi majeur pour ces entreprises. Confrontées à des obstacles tels que l'accès limité aux financements traditionnels et aux ressources financières, les PME sont souvent contraintes de rechercher des solutions innovantes pour soutenir leur croissance et leur développement. Le Financement participatif émerge comme une réponse à cette

problématique, offrant aux PME une voie alternative et souvent plus accessible pour obtenir les fonds nécessaires à leurs activités.

L'objet de notre recherche est de mettre la lumière sur le financement participatif, pour identifier son rôle dans la vie des PME en explorant les différents modèles de crowdfunding, les facteurs influençant le succès des campagnes, les défis auxquels sont confrontées les PME dans ce contexte en analysant ses faiblesses, pour enfin préconiser des solutions pour mieux l'appliquer.

Les motifs ayant motivé le choix du thème s'articulent autour des points suivants :

- L'actualité du sujet.
- L'importance des PME dans l'économie du pays.
- Les difficultés rencontrées par les PME pour l'obtention des crédits auprès des banques.

Problématique de la recherche

Dans le cadre de financement des PME, il est important d'étudier ce financement, et voir comment peut-on encourager les entrepreneurs et les jeunes détenteurs de projets à recourir à ce nouveau type de financement qu'est le financement participatif.

C'est à partir de ces constats, qu'a émergé la question principale de recherche à savoir :

Quel est l'apport du financement participatif (Crowdfunding) au financement des PME algériennes

De cette dernière, découle un certain nombre de questions sous-jacentes que nous devons prendre en considération, afin de mieux interpréter nos réponses à savoir :

- **Qu'est que le Crowdfunding et quel est son niveau de connaissance en Algérie ?**
- **Qu'est qu'une PME et quelles sont ses différentes stratégies de financement ?**
- **Quels sont les typologies du financement participatif et comment il peut être adapter aux PME Algériennes ?**
- **Quelles sont les limites du crowdfunding ?**
- **Comment le crowdfunding peut -être une solution au financement des PME ?**

Les hypothèses de la recherche :

Une hypothèse est une supposition, une affirmation ou une prédiction qui décrit la relation possible ou attendue entre les variables de la recherche. Ceci dit, l'hypothèse est une interprétation probable de la problématique centrale et des questions de recherche secondaires, qui peuvent être empiriquement vérifiées (Friedrich Ebert Stiftung, 2021, p.34)

La revue de la littérature sur notre objet de recherche a permis de formuler les hypothèses suivantes :

1ère hypothèse H1 :

Le financement participatif, émerge comme une nouvelle source de financement pour les PME. En effet, l'évolution du financement offre une alternative aux entreprises qui se trouvent exclues des financements classiques, tout en répondant aux attentes des investisseurs en matière de transparence et de proximité.

2ème hypothèse H2

Le renforcement du financement participatif en Algérie représente une initiative propice stimulant la création et le développement des PME, qui occupent une place particulière dans le tissu économique du pays.

Les objectifs de la recherche

Notre recherche présente un double intérêt, à la fois académique et professionnel.

L'intérêt académique réside dans la contribution à approfondir la compréhension d'une nouvelle alternative de financement, en l'occurrence le financement participatif. L'étude de cette dernière nous est apparue une exigence essentielle pour plusieurs raisons. Cette nouvelle alternative de financement est devenue un élément essentiel dans le financement des entreprises et les PME en particulier, qui cherchent à réorienter le financement des PME vers un financement plus souple et plus facile que le financement traditionnel. Le financement participatif peut également aider au développement des PME et de l'économie du pays.

En plus de l'intérêt académique, l'objet de notre thèse présente également un intérêt professionnel. Ce travail propose de renseigner et d'informer les nouveaux entrepreneurs, les jeunes détenteurs de projets et les investisseurs, sur l'importance de cette nouvelle alternative de financement afin d'aider ces jeunes entrepreneurs à concrétiser leurs projets.

Méthodologie de la recherche

Pour un chercheur en sciences sociales, l'élaboration d'une réflexion épistémologique revêt une importance primordiale. Cette démarche ne se limite pas à guider le développement de la recherche en permettant au chercheur de contrôler sa progression, mais elle est également essentielle pour garantir la pertinence et la cohérence de son approche. En outre, cette réflexion contribue à établir la validité et la légitimité de la recherche (Perret & Seville, 2007). Selon (MARTINET, 1990), cette réflexion épistémologique est inhérente à tout processus de recherche. Par conséquent, il est impératif d'accorder une attention particulière et une approche sérieuse au choix du positionnement épistémologique, en tenant compte à la fois du domaine de recherche et des objectifs définis.

Dans le cadre de cette thèse, nous avons délibérément opté pour un positionnement épistémologique positiviste (PEP), fondé sur le principe de l'objectivité et qui envisage la connaissance comme une réalité externe, indépendante de l'observateur (Brachet P. , 1998). En d'autres termes, selon cette perspective, l'observation d'un objet réel par l'observateur ne modifie ni l'objet ni l'observateur lui-même. Les principes fondamentaux du positivisme épistémologique se concentrent sur la nécessité de se limiter strictement aux faits tels qu'ils sont énoncés (Bertacchini, Traité d'Initiation épistémologie-méthodologie Dans GRANGER, G ; « Positivisme », 2015). Dans cette optique, nous considérons que notre rôle consiste à identifier les liens simples entre les faits observés et les causes qui les expliquent (Lapalle, 2012).

Notre approche méthodologique s'inscrit dans ce qui est communément décrit comme la démarche hypothético-déductive, où les lois découlent d'hypothèses qui sont soumises à des tests et validées par la recherche empirique. Après avoir examiné plusieurs études dans la revue de littérature portant sur l'apport du financement participatif aux PME, nous avons cherché à déterminer si ce nouveau mode de financement est adapté à ce type d'entreprise. Le cheminement de notre réflexion nous a permis de déterminer si nos hypothèses ont été affirmées ou infirmées.

Dans notre travail, la période de l'étude (enquête) quantitative s'étale du 03 Août 2023 au 03 Février 2024. Guidée par le souci de constituer un sous ensemble de la population qui puisse reproduire le plus fidèlement possible les caractéristiques de cette dernière, nous avons constitué un échantillonnage comprenant 1421 entreprises ; ce choix étant motivé par le fait que notre étude est focalisée sur les PME. Nous soulignons que le choix de la taille de l'échantillon est basé sur les exigences de la méthode d'analyse et l'outil statistique utilisé dans notre étude et qui sera expliqué ultérieurement dans la section 2 du chapitre 3. Le traitement et l'analyse des données seront effectués par le logiciel SMART PLS.

Après la modification du questionnaire suite à l'enquête préliminaire, nous avons procédé à une enquête finale du 03 Août 2023 au 03 Février 2024 avec un choix d'échantillon de type aléatoire simple "EAS" et selon la technique probabiliste. Ce type d'échantillonnage est défini par deux propriétés : chaque membre d'une population a une chance égale d'être inclus à l'intérieur de l'échantillon et chaque combinaison de membres de la population a aussi une chance égale de composer l'échantillon. C'est à dire, plus clairement, que chacun des éléments de la cible, en l'occurrence les PME, avait une probabilité connue et différente de zéro d'être choisi lors du tirage au sort et donc que chacune de ces PME avait la même chance d'être choisie dans l'échantillon.

Dans notre méthodologie, nous utilisons les méthodes statistiques quantitatives, suivant la recommandation de l'approche SMART PLS (Structural Equation Modeling using Partial Least Squares) à savoir : une analyse descriptive et une analyse de fiabilité. Nous arrivons ainsi à des résultats qui permettent de déterminer si le financement participatif convient aux PME afin de répondre à notre questionnement de départ.

Structure de la recherche

D'après (Rouveyran, 1999), « le plan d'une thèse doit satisfaire à des exigences contradictoires, partagées entre une fonction heuristique (faciliter l'analyse et la découverte), une fonction de communication (présentation efficace des données et des idées) ainsi qu'une fonction d'argumentation (prouver ou réfuter des propositions). » (Rouveyran, 1999). Ainsi, cette thèse est organisée en trois (3) chapitres composés chacune de trois sections que nous présenterons comme suit :

Le premier chapitre intitulé "PME : Conceptualisation et contextualisation" à travers duquel, nous entreprenons une exploration approfondie des fondements conceptuels des petites et moyennes entreprises (PME). Dans la section 1, nous nous attardons sur les bases théoriques et conceptuelles qui définissent les PME, en mettant en lumière leurs principales caractéristiques et leurs implications dans le contexte économique. Ensuite, dans la section 2, nous examinons les stratégies adoptées par les PME pour assurer leur croissance sur le marché. Nous passerons en revue et en détail, leur stratégie de financement, leur stratégie de gouvernance et les avantages de la bonne gouvernance. Enfin, la section 3 se concentre spécifiquement sur les PME en Algérie, en analysant leur rôle, leurs défis, leurs contraintes et les perspectives de développement qui leur sont propres dans ce contexte particulier. Ce premier chapitre vise à établir une base solide de compréhension des PME et présente le financement participatif comme un nouveau mode de financement pour ces entreprises.

Dans le deuxième chapitre intitulé "Le financement participatif : Conceptualisation et fonctionnement", nous explorons en profondeur le domaine du financement participatif. La section 1 est dédiée à l'explication des concepts fondamentaux de ce mode de financement, mettant en lumière ses principaux mécanismes et caractéristiques. Ensuite, dans la section 2, nous examinons l'évolution du crowdfunding à l'échelle mondiale ainsi que les réglementations qui ont émergé pour encadrer cette pratique. Enfin, la section 3 se penche sur le fonctionnement des plates-formes de financement participatif, décrivant leur structure et leurs processus opérationnels ainsi que les types de ce nouveau mode de financement et ces acteurs. Par ailleurs, nous concluons ce chapitre avec les avantages, les inconvénients et les perspectives du financement participatif ; ce chapitre vise à fournir une compréhension approfondie du financement participatif dans son ensemble.

Dans le troisième chapitre intitulé " Positionnement épistémologiques et méthodologiques, résultats et discussion de la recherche ", nous abordons les aspects fondamentaux de notre approche méthodologique et présentons les résultats de notre recherche. La section 1 se concentre sur les aspects épistémologiques qui ont guidé notre étude, en mettant en évidence notre positionnement philosophique et les fondements théoriques qui ont soutenu notre démarche. Ensuite, dans la section 2, nous détaillons la méthodologie que nous avons adoptée pour mener notre recherche, en décrivant les méthodes de collecte de données, les techniques d'analyse et les étapes suivies pour atteindre nos objectifs de recherche. Enfin, dans la section 3, nous présentons les analyses descriptives des données recueillies et discutons des résultats obtenus, en mettant en lumière les principales observations, les tendances identifiées et les implications de nos résultats. Et on va tester nos hypothèses.

CHAPITRE 1

PME :

CONCEPTUALISATION

ET

CONTEXTUALISATION

DES PME

INTRODUCTION DU CHAPITRE I

Les entreprises de petite et moyenne taille constituent un ensemble diversifié, opérant dans divers secteurs et adoptant diverses formes juridiques. Elles occupent une position cruciale dans toutes les économies, qu'elles soient développées ou en développement. Ce rôle a suscité un intérêt croissant de la part des chercheurs en gestion, des économistes et des décideurs politiques.

Il est aujourd'hui amplement admis par l'ensemble des acteurs de la vie économique que les PME représentent un enjeu majeur en termes de compétitivité, du fait de leur grande flexibilité et de leur adaptabilité face au changement, ainsi que de leur implication dynamique dans les domaines de l'innovation et de la création d'emplois.

Les PME se distinguent des grandes entreprises par leurs caractéristiques uniques. Avant d'explorer la question du financement de ces entreprises, il est impératif de comprendre leur nature distinctive et leur mode de fonctionnement.

La compréhension de la sphère des PME présente des défis. Le terme "PME" englobe des définitions variables d'un auteur à l'autre, d'un pays à l'autre, voire au sein d'un même pays en raison des différentes définitions adoptées par les programmes gouvernementaux. Cependant, les critères couramment utilisés pour définir les PME incluent le nombre d'employés, le chiffre d'affaires et le total du bilan.

Ce présent chapitre sera consacré à la compréhension de tout ce qui a une relation avec les PME. Il est subdivisé en trois sections, dont la première section est composée de concepts fondamentaux, caractéristiques, et l'intérêt porté aux PME et les raisons de leur développement. La deuxième section aborde la stratégie et la structure de la PME. Et enfin la troisième section reprend les caractéristiques, rôle, défis, contraintes et perspectives de développement des PME algériennes.

Section 1 : Les fondements conceptuels de la PME

La question de définir de manière consensuelle la notion de petite et moyenne entreprise demeure un défi complexe, principalement en raison de la difficulté à parvenir à une définition universellement acceptée par l'ensemble des acteurs concernés.

1.1. Tentative de définition du concept de la PME

À première vue, le concept de la PME semble commun et clairement compréhensible. Il paraît au chercheur qu'il est simple à définir les PME, mais en vérité, il ne l'est pas car les PME sont plus faciles à décrire qu'à définir (BOUYAKOUB & BENCHIKH, H, 2020). Cependant, après avoir examiné la littérature existante, on constate que les avis des chercheurs en gestion et des experts en PME divergent quant à sa définition. En réalité, à ce jour, il n'existe pas de définition universelle de la PME. Les descriptions attribuées à ce type d'entreprises varient en fonction de la région et de l'époque, chaque pays adoptant sa propre définition en fonction de ses besoins et de ses politiques économiques.

1.1.1. La problématique de définition de la PME

L'hétérogénéité observée au sein du domaine des petites et moyennes entreprises, ainsi que les multiples conceptions de cette catégorie d'entreprise à travers le monde, représentent un défi pour les chercheurs en sciences de gestion qui s'efforcent d'établir une définition universellement acceptée de ce type d'entité commerciale.

1.1.1.1. L'hétérogénéité du monde de la PME

La première difficulté rencontrée par les chercheurs pour donner une définition uniforme à la PME est la diversité de cette catégorie d'entreprise. En effet, même si les petites et moyennes entreprises sont regroupées dans une seule catégorie, elles restent très différentes les unes des autres, on peut dire que chaque PME présente un cas particulier et unique. Cette diversité se manifeste à plusieurs niveaux :

- _ Au niveau de la dimension : dans la catégorie de PME sont regroupées des entreprises de tailles très différentes. Une PME peut être composée de moins de 10 salariés, comme elle peut en avoir 200, voire jusqu'à 2999 en Chine ;
- _ Au niveau du statut juridique : une PME peut être une entreprise personnelle, une société anonyme, une société à responsabilité limitée ou une société au nom collectif ;

_ Au niveau des secteurs d'activité : les PME exercent dans le secteur primaire, secondaire et tertiaire ;

_ Au niveau du marché : bien que la majorité des PME exercent dans des marchés locaux et restreints vu leurs capacités, certaines PME sont présentes sur des marchés régionaux, voire même sur le marché international. La diversité des PME se manifeste aussi au niveau de la technologie utilisée, du type et l'origine de la propriété. Etc. Robert Wtterwulghe souligne que « devant cette diversité économique et juridique, il n'est pas étonnant que la problématique de la définition de la PME ait fait couler beaucoup d'encre ». (Wtterwulghe. R, 1998).

1.1.1.2. La disparité des perceptions de la PME à travers le monde

Malgré le fait que les PME représentent la majorité des entreprises dans tous les pays et suscitent un intérêt commun, leur perception et leur développement varient considérablement à travers le monde. Comme le souligne Levratto, "leurs caractéristiques reflètent les dimensions économiques mais aussi sociales et culturelles d'un pays" (Levratto.N, 2009). En effet, les PME des nations industrialisées diffèrent fondamentalement de celles des pays en développement, et celles des économies libéralisées présentent des distinctions notables par rapport à celles des économies planifiées.

Olivier Torrès propose une distinction en deux catégories de PME et d'entrepreneurs. D'un côté, on trouve les PME traditionnelles et artisanales, qui incarnent des entreprises à la structure archaïque utilisant des technologies de niveau inférieur, à l'image des PME italiennes, françaises ou portugaises, ou encore des PME opérant dans le secteur informel, comme c'est le cas des entrepreneurs africains. De l'autre côté, il existe les PME modernes, considérées comme des piliers de l'économie, qui tirent parti de technologies de pointe, à l'instar des "Mittelstand" allemandes et des entreprises "High Tech" anglo-saxonnes (OlivierTorrès & Messeghem, 2015).

Face à cette diversité extrême, il est évident que la PME n'est pas perçue de la même manière et ne revêt pas la même signification dans les différents pays. Cela explique la difficulté, voire l'impossibilité, de parvenir à une définition universelle pour cette catégorie d'entreprises. L'OCDE souligne que la multitude de caractéristiques, de stratégies politiques liées aux PME, ainsi que les conditions économiques dans lesquelles elles évoluent, rendent improbable l'élaboration d'une définition largement acceptée et utilisée pour les PME. (OCDE, 2002)

1.1.1.3. Les motifs sous-jacents à l'établissement d'une définition

Les petites et moyennes entreprises (PME) constituent une part prépondérante du tissu économique, représentant plus de 95 % de l'ensemble des entreprises dans la majorité des économies. Dans certaines nations industrialisées, ce pourcentage peut atteindre jusqu'à 99 %. De plus, les PME jouent un rôle primordial en matière de création d'emplois et de génération de valeur ajoutée. Les décisions économiques prises par les autorités publiques s'appuient largement sur les PME, ce qui confère une importance cruciale à leur définition et à leur recensement. Ces éléments sont essentiels pour permettre aux institutions pertinentes de déterminer qui bénéficiera des politiques d'aide visant à soutenir et à promouvoir ce type d'entreprises.

1.1.2. Les diverses approches de la définition des PME

À l'heure actuelle, il n'existe aucune définition unanime des petites et moyennes entreprises (PME). Cependant, les chercheurs ont identifié différentes approches en matière de définition. Par exemple, R. Wittewlghe a distingué deux approches fondamentales pour définir les PME : d'une part, les définitions qui se basent sur des critères qualitatifs, également appelés critères théoriques, sociologiques ou analytiques, et d'autre part, celles qui utilisent des critères quantitatifs, également appelés critères descriptifs. (Wtterwulghe. R, 1998)

Pierre André Julien, dans un ouvrage collectif de la Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises (GREPME), a réuni les critères les plus pertinents des deux approches (quantitative et qualitative) dans un continuum, créant ainsi une approche composite (Pierre André et al, 1994).

1.1.2.1. L'approche qualitative

Les limites de l'approche qualitative ont incité les chercheurs en gestion à explorer plus en profondeur la nature même de l'entreprise pour en proposer une définition plus précise. Cette approche repose sur des critères descriptifs, socio-économiques et analytiques, qui permettent de caractériser la PME et de la distinguer non pas uniquement par sa petite taille, mais surtout par des caractéristiques qui lui sont propres en tant que catégorie d'entreprise.

La GREPME définit la PME comme "une unité de production ou de distribution, ainsi qu'une unité de gestion, placée sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise, souvent son propriétaire, et étroitement lié à la vie de l'entreprise." (Confédération générale des petites et moyennes entreprises (GREPME), 1983) Pour P. André Julien et Marchesnay M., la PME est "essentiellement une entreprise qui jouit d'une indépendance

juridique et souvent financière, opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou de services, et dont les responsabilités de gestion reposent généralement sur une seule personne, voire deux ou trois, la plupart du temps propriétaires du capital." (Julien.P.A M. , 1988) Ces deux définitions, tout comme d'autres définitions qualitatives de la PME, reposent sur ses caractéristiques pour la définir, mais elles reflètent la diversité des critères utilisés. Néanmoins, toutes ces approches convergent vers un élément commun : "le rôle du propriétaire-dirigeant de la PME." En effet, Julien et Marchesnay soulignent que "l'approche qualitative accorde une place prépondérante au chef d'entreprise, considéré comme un acteur déterminant au sein de la PME" (Marchesnay & Julien, 1988).

Aux États-Unis, depuis les années 50, la définition de la PME est fortement liée à son aspect humain et à son indépendance. Par exemple, la Small Business Act (SBA) définissait la PME en fonction de sa gestion indépendante, de sa propriété par un entrepreneur indépendant et de son absence de position dominante sur le marché. (Wtterwulge. R, 1998)

Dans les années 60, les autorités britanniques ont mandaté une commission pour étudier la problématique des PME. Cette étude a abouti au "Rapport Bolton," du nom du président de la commission, qui énonce une définition de la PME reposant sur trois (03) critères distincts :

-Gestion personnalisée par le propriétaire : Une caractéristique essentielle des PME réside dans leur mode de gestion personnalisée, où le dirigeant, fréquemment le propriétaire, joue un rôle central à tous les niveaux de la prise de décision, sans déléguer significativement le pouvoir de décision.

-Part de marché relativement limitée : Les PME opèrent sur des marchés qui, en comparaison aux grandes entreprises, sont généralement restreints en taille. Elles détiennent ainsi une part de marché relativement modeste.

-Indépendance de la société : Les PME se caractérisent par leur indépendance sur le plan juridique et financier, ce qui signifie qu'elles ne sont pas affiliées à de grandes sociétés ou à des groupes.

Conformément à ce rapport, les petites et moyennes entreprises (PME) se distinguent par une structure organisationnelle différente de celle des grandes entreprises. L'accent est mis sur la personnalité du dirigeant, qui joue un rôle prépondérant à tous les niveaux de la gestion et conserve le contrôle décisionnel sans délégation significative.

En Europe, le professeur M. Woitrin a mené une étude en 1966, axée sur les PME industrielles au sein de la Communauté économique européenne (CEE). Cette étude a synthétisé les rapports issus de divers pays européens pour élaborer des critères qualitatifs

permettant de qualifier une entreprise en tant que petite ou moyenne. Ces critères englobent notamment (Staley.E, 1965):

-Personnel de direction relativement peu spécialisé : Les PME tendent à avoir un personnel de direction moins spécialisé en comparaison avec les grandes entreprises.

-Contacts personnels étroits entre les organes de direction et les parties prenantes : Une caractéristique notable des PME est l'existence de liens personnels étroits entre la direction de l'entreprise, les employés, les clients, les fournisseurs et les propriétaires.

-Difficulté à obtenir des capitaux par le marché monétaire : Les PME rencontrent des difficultés à mobiliser des fonds par le biais des marchés monétaires, et elles font face à des obstacles importants pour obtenir des crédits, même à court terme.

-Position de négociation limitée pour les achats et les ventes : Les PME ont une position de négociation relativement faible lorsqu'il s'agit de négocier des achats ou des ventes.

-Intégration à la collectivité locale : Les PME sont souvent étroitement intégrées à leur communauté locale, avec des propriétaires et des directeurs qui sont fréquemment des membres de cette collectivité. Elles sont également dépendantes des marchés locaux et des sources d'approvisionnement locales.

L'étude de Woirtin met en évidence que la petite taille des PME peut constituer un handicap, limitant leur capacité à influencer leur environnement. En d'autres termes, elles ont moins de pouvoir en dehors du marché par rapport aux grandes entreprises (Woirtin.M, 1966).

De plus, P. André Julien a fait référence à des recherches antérieures menées par plusieurs chercheurs tels que Deeks (1978), Gélienier et Gaultier (1974), Stanworth et Curran (1976), Churchill et Lewis (1984) ainsi que d'autres pour présenter, dans l'ouvrage de la GREPME en 1994, quatre typologies qualitatives de définition de la PME, se basant sur différents aspects, notamment l'origine ou la propriété de l'entreprise, les stratégies et les objectifs de la direction, l'évolution ou le stade de développement de l'entreprise, et le secteur ou le type de marché dans lequel évolue l'entreprise.

En conclusion, plusieurs chercheurs se sont efforcés de fournir une définition qualitative des petites et moyennes entreprises (PME). Ces chercheurs ont tenté à mettre en lumière les caractéristiques spécifiques des PME en utilisant des critères qui, malheureusement, ne peuvent pas être appliqués de manière uniforme à l'ensemble des PME. Ces tentatives de définition qualitative des PME ne sont pas toutes considérées comme satisfaisantes. En effet, en cherchant à être exhaustives, elles ont recours à des critères qui ne sont pas présents dans

toutes les PME, ce qui a pour conséquence de négliger la grande diversité des petites entreprises. En fin de compte, ces définitions se sacrifient la richesse de cette diversité au profit de l'objectif d'universalité (Wtterwulghe. R, 1998).

1.1.2.2. L'approche quantitative

Dans le contexte de besoins statistiques ou de développement de politiques industrielles et économiques, des organismes gouvernementaux et des chercheurs ont cherché à quantifier les petites et moyennes entreprises (PME) afin de faciliter leur identification et leur définition, permettant ainsi la mise en œuvre de politiques de promotion de ces entreprises.

Cette approche repose sur des critères facilement mesurables et visibles, mais elle ne parvient pas à saisir pleinement la réalité économique des PME, comme le souligne la GREPME, qui indique que "les typologies quantitatives relèvent de l'approche économique traditionnelle qui se refuse de pénétrer dans la boîte noire de l'entreprise et qui ne touche donc qu'aux éléments les plus apparents" (GREPME, 1997). Malgré cette limitation, l'approche quantitative est largement utilisée en raison de sa simplicité et de la disponibilité de ses critères. Elle est employée pour la conception et la mise en œuvre de programmes gouvernementaux en faveur des PME, ainsi que pour la sélection d'échantillons d'étude par les chercheurs.

Le nombre d'employés constitue le critère de base dans de nombreuses études empiriques sur les PME, et il est le critère le plus visible lorsqu'on évoque les PME, ce qui en fait le critère principal de l'approche quantitative. Le seuil varie selon les pays et les secteurs d'activité. Dans la plupart des pays, une PME est généralement définie comme une entreprise employant moins de 250 employés, à l'exception du Japon, où le seuil peut être fixé à 300 employés pour certains secteurs, (OCDE, 2004) et aux États-Unis, où le seuil est de 500 employés.

Le nombre de salariés est souvent combiné avec d'autres critères quantitatifs, en fonction des pays. En Europe, par exemple, ce critère est associé au chiffre d'affaires et/ou au total du bilan, ainsi qu'à l'indépendance financière de l'entreprise. Au Japon, le capital ou le montant total de l'investissement sont utilisés en conjonction avec le nombre d'employés pour définir les PME, avec des seuils variant selon les secteurs. Aux États-Unis, le nombre d'employés varie également selon les secteurs.

Cependant, malgré la simplicité de l'approche quantitative et la disponibilité de ses critères, elle est souvent critiquée pour sa simplicité excessive et ses limites. Olivier Ferrier souligne que les critères quantitatifs présentent l'avantage d'être bien identifiés a priori et de

pouvoir servir de référence pour les travaux empiriques. Cependant, a posteriori, plusieurs problèmes émergent (Ferrier.O & Piatecki, Les très petites entreprises, 2002)

L'une des principales limites de l'approche quantitative est qu'elle ne tient pas compte des différences sectorielles et traite de manière similaire les activités à forte intensité de main-d'œuvre et celles à forte intensité de capital, ce qui peut être contesté. De plus, les chiffres d'affaires varient en fonction des saisons, des conjonctures et des branches, ce qui complique l'utilisation de ce critère. Enfin, une petite entreprise efficace peut générer un chiffre d'affaires plus élevé que celui d'une entreprise de taille moyenne ou grande en difficulté.

La GREPME soulève également une autre problématique liée à l'approche quantitative, à savoir : "comment évaluer la taille des entreprises avec des actifs considérablement dépréciés par rapport à celles ayant des actifs neufs ?" En d'autres termes, les entreprises ayant des actifs usés peuvent être sous-estimées et classées à tort dans la catégorie des PME.

En somme, l'approche quantitative pose la question épineuse de la définition des frontières entre les petites et grandes entreprises, et une entreprise peut être petite en termes de taille tout en ne répondant pas aux critères d'une PME, et vice versa (GREPME, 1994).

1.1.2.3. L'approche globale ou multicritères

L'approche globale, multicritères ou composite vise à combler les lacunes des deux approches précédentes en utilisant les critères les plus pertinents de chaque approche. Cette approche a été proposée par André Julien dans l'ouvrage de la GREPME (1994), où il place les critères tels que la taille brute, le secteur d'activité, le contrôle organisationnel, l'indépendance de l'entreprise, le type de marché, la stratégie adoptée et la technologie utilisée sur des "continua" allant du minimum au maximum. L'ensemble de ces "continua" forme un "continuum".

En résumé, l'approche par continuum repose sur les principes suivants :

-Taille brute : englobe le chiffre d'affaires, le nombre d'employés et le total du bilan. Les entreprises sont positionnées de gauche à droite du continuum en fonction de leur taille.

-Secteur d'activité : va du traditionnel ou axé sur les produits pour les consommateurs (à gauche, où se trouvent les très petites entreprises) aux secteurs ou produits secondaires (à droite, caractéristiques des grandes entreprises).

-Type de marché : les entreprises sont classées de gauche à droite en fonction de leur degré d'internationalisation.

-Contrôle et organisation : positionnement selon le degré de centralisation ou de décentralisation de la gestion.

-Stratégie suivie : varie de tactique et à faible risque (à gauche) à stratégique et à haut risque (à droite).

-Technologie utilisée : va de traditionnelle avec peu d'innovation (à gauche) à de pointe et organisée (à droite).

1.1.3. Définition de la PME

La définition de la petite et moyenne entreprise (PME) varie considérablement d'un continent à l'autre, d'un pays à l'autre, voire d'une région à une autre. Il est souvent difficile, voire impossible, de parvenir à une définition unanime de la PME, car de nombreuses institutions ont adopté différentes approches, notamment en se basant sur des critères tels que le nombre d'employés, le chiffre d'affaires, et d'autres encore.

1.1.3.1. Selon l'Union Européenne

La Commission européenne a fourni une définition des PME dans sa recommandation 2003/361/CE, entrée en vigueur le 1er janvier 2005. (Journal officiel de l'Union européenne N° C(2003) 1422, 2003). Selon cette recommandation, la catégorie des PME regroupe les entreprises qui répondent aux critères suivants :

Elles occupent moins de 250 personnes.

Leur chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros.

Le total de leur bilan annuel n'excède pas 43 millions d'euros.

Au sein de la catégorie des PME, on distingue également différentes sous-catégories, telles que les mirco-entreprises, les petites entreprises et les moyennes entreprises, en fonction de seuils spécifiques relatifs aux effectifs et aux critères financiers.

Il est important de noter que cette définition, bien que largement adoptée au sein de l'Union Européenne, n'est qu'une parmi de nombreuses autres définitions utilisées à l'échelle mondiale. La diversité des critères et des seuils employés pour définir les PME reflète la complexité et la variabilité de ces entreprises à travers le monde.

Tableau N°01 : Définition de la PME par la CE

Catégories	Effectifs (nombre de salariés)	Chiffre d'affaires annuel en euro	Total du bilan annuel en euro	Autonomie
Mirco-entreprises	De 0 à 9	< 2 millions	< 2 millions	25% du capital ou du droit de vote d'une autre entreprise
Petite entreprise	De 1.à 49	< 10 millions	< 10 millions	
Moyenne Entreprise	De 50 à 249	< 50 millions	<43 millions	

Source : annexe 1, Art 2 et alinéa 4 de l'art 3 de la recommandation européenne 2003/261/CE.

Les mirco-entreprises sont définies comme des entités employant moins de dix individus et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan annuel n'excède pas deux millions d'euros.

Les petites entreprises sont caractérisées par leur effectif de moins de cinquante employés et un chiffre d'affaires annuel ou un total du bilan annuel ne dépassant pas dix millions d'euros.

Quant aux entreprises de taille moyenne, elles se caractérisent par un effectif inférieur à 259 personnes. Elles doivent également respecter l'une des deux conditions suivantes : un chiffre d'affaires annuel inférieur ou égal à 50 millions d'euros ou un bilan annuel ne dépassant pas 43 millions d'euros.

1.1.3.2. La définition de la PME aux Etats-Unis

La définition officielle de la petite et moyenne entreprise (PME) aux États-Unis, établie par la Small Business Administration (SBA), repose sur trois critères qualitatifs et des seuils quantitatifs spécifiques. (Site officiel de la Small Business Administration, , 2021) Ces critères qualitatifs sont les suivants :

L'entreprise doit poursuivre un but lucratif, c'est-à-dire qu'elle cherche à réaliser des profits.

Elle doit être détenue et dirigée de manière indépendante, ce qui signifie qu'elle n'est pas contrôlée par une entreprise plus importante.

Elle ne doit pas exercer une domination significative dans son secteur d'activité, évitant ainsi de monopoliser le marché.

Parallèlement à ces critères qualitatifs, la SBA a établi des seuils quantitatifs spécifiques pour chaque activité économique. Ces seuils varient en fonction des secteurs, des sous-secteurs et des types d'entreprises. La "Table of Small Business Size Standards" de la SBA récapitule ces seuils pour les principaux secteurs d'activité. (Table Of Small Business Size Standards », 2021)

Tableau N°02 : Les seuils des critères quantitatifs de la SBA

Les secteurs d'activité	Chiffre d'affaires	Effectifs	Autres critères
Agriculture, foresterie et pêche	De 0,75 à 17 millions de dollars US selon les sous-secteurs		
Mines, carrières et extraction du pétrole et gaz	De 7 à 12,5 millions pour certaines activités	Inférieur à 500 Employés	Moins de 4 millions de mégawatts/heure
Construction	De 7 à 33,5 millions		
Manufacture		De 500 à 1500 selon les sous-secteurs	
Commerce de gros		Commerce de gros Inférieur à 100	
Commerce de détail	De 7 à 35,5 millions	Moins de 50 et moins de 200 pour certaines activités	
Transports	De 7 à 35,5 millions	De 500 à 1500 pour certaines activités	
Hôtellerie et Restauration	De 7 à 35,5 millions		
Finance et assurance	Moins de 7 millions		Moins de 175 millions d'actif pour certaines activités

Source : conception personnelle en se référant à la table SBA : disponible sur le lien suivant :

1.1.3.3. Au Canada :

Au Canada, le critère principal pour définir une petite ou moyenne entreprise (PME) repose généralement sur trois éléments :

1. Nombre d'employés : Une PME ne doit généralement pas employer plus de 500 personnes.
2. Actif total : Son actif total ne doit pas dépasser 25 millions de dollars.
3. Propriété : Une PME ne doit pas être détenue à plus de 25 % de son capital par une entreprise de plus grande importance. (Définition d'une PME-entreprise au Canada DIP3 conseil, 2020).

1.1.3.4. Définitions de la PME au Japon

Au Japon, la définition de la PME repose sur deux critères principaux : l'effectif et le capital/investissement. Cependant, ces critères varient en fonction des secteurs d'activité (OCDE, 2004), comme l'illustre le tableau I.03 ci-dessous. Cette approche sectorielle permet de prendre en compte les spécificités de chaque domaine économique dans la classification des entreprises comme PME. (Abdelmalek, 2012).

Tableau N°03 : Définition de la PME au Japon

Secteurs d'activité	Nombre d'employés	Capital
Fabrication, construction et Transport	Moins de 300 personnes	Moins de 300 millions de Yens
commerce de gros	Moins de 100 personnes	Moins de 100 millions de Yens
Industrie des services	Moins de 100 personnes	Moins de 50 millions de Yens
Commerce de détail	Moins de 50 personnes	Moins de 50 millions de Yens

Source : OCDE, Turquie, 1994, p.11

1.1.3.5. La définition de la PME en Chine

La définition chinoise de la PME, établie par le règlement administratif provisoire après l'adoption d'un texte législatif de l'assemblée nationale en 2002, est assez complexe. (Pairault.T & Wang.W, 2005). Elle classe les PME en sept (07) secteurs d'activités en utilisant une combinaison de trois critères (effectifs, chiffre d'affaires et total de l'actif). Chaque secteur combine deux ou trois critères avec des seuils différents d'un secteur à l'autre (voir

tableau I.04). Il est à noter que la Chine est le seul pays où des entreprises comptant jusqu'à 3000 employés (dans les secteurs de la construction et des transports) sont considérées comme des PME.

Tableau N°04 : Critères de définition des PME en Chine

Secteurs	Critères	Petite Entreprise	Moyenne entreprise
Industrie	Nombre d'employés	<300	300-2000
	Chiffre d'affaire en millions de Yuan	<30	30-300
	Actif en millions de Yuan	<40	40-400
Construction	Nombre d'employés	<600	600-3000
	Chiffre d'affaire en millions de Yuan	<30	30-300
	Actif en millions de Yuan	<40	40-400
Commerce de Gros	Nombre d'employés	<100	100-200
	Chiffre d'affaire en millions de Yuan	<30	30-300
Commerce de Détail	Nombre d'employés	<100	100-500
	Chiffre d'affaire en millions de Yuan	<10	10-150
Transports	Nombre d'employés	<500	500-3000
	Chiffre d'affaire en millions de Yuan	<30	30-300
Poste et Transmission	Nombre d'employés	<400	400-1000
	Chiffre d'affaire en millions de Yuan	<30	30-300
Logement et Hôtellerie	Nombre d'employés	<400	400-800
	Chiffre d'affaire en millions de Yuan	<30	30-150

Source : Pairault.T, Wang.W, « A propos du financement des PME chinoises » paru in Techniques financières et développement, n°79, p.2.

1.1.3.6. La définition de la PME au Maroc :

Au Maroc, il n'existe pas de définition légale officielle de la PME. Cependant, la sous-commission chargée de la PME dans le cadre du Plan de Développement Économique et Social 2000-2004 a retenu les critères suivants pour la définition : moins de 200 personnes comme effectif employé, un chiffre d'affaires inférieur à 4 millions de DH en phase de création, à 20 millions de DH pour la phase de croissance et à 50 millions de DH pour la phase de maturité. (Pme au Maroc, définition des PME, 2020).

1.1.3.7. La définition de la PME en Tunisie :

En Tunisie, le Conseil du Marché Financier a proposé une définition des PME à travers son communiqué n° 2588 du Mercredi 03 Mai 2006. Cette définition repose sur deux critères : les actifs immobilisés nets ne doivent pas dépasser les quatre millions de dinars et l'effectif total de l'entreprise doit être en dessous de 300 personnes. Ainsi, sont considérées comme petites et moyennes entreprises celles qui satisfont à ces deux conditions. (Sekkal, 2012).

1.1.3.8. La définition des PME en Algérie

En juin 2000, l'Algérie a choisi d'adopter la définition de la PME élaborée par l'Union européenne dans la charte de Bologne. Cette définition s'appuie sur trois critères essentiels : les effectifs, le chiffre d'affaires et l'indépendance de l'entreprise. (Merzouk, 2009).

Selon le Journal Officiel, la PME est définie comme suit : "La PME, quel que soit son statut juridique, est considérée comme une entreprise de production de biens et de services employant jusqu'à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 500 millions de dinars, et qui répond au critère de l'indépendance." (Journal Officiel, 2017).

A partir cette définition la PME, on distingue trois catégories

La moyenne entreprise

(ME), se caractérise par un nombre d'employés allant 50 à 250 Personne, contre chiffre d'affaire égale ou inférieur à 2 million de Dinard ,ou un total exposé entre 100 et 500 million.

La petite entreprise (PE), se caractérise par un nombre d'employé allant de 10 à 49 personne, avec un chiffre d'affaire qui ne dépasse pas 200 de Dinard, ou un total du bilan qui ne dépasse pas 100 million de Dinard.

La très petite entreprise (TPE), est distinguée par un nombre d'employés qui va de 1 à 9 avec un chiffre d'affaire inférieur à 20 million de Dinard.

Tableau N°05 : Catégories de PME en Algérie

Entreprise	Effectif	Chiffre d'affaires	Le total du bilan
Micro entreprise	1 à 9	Inférieur à 2 Millions DA	N'excède pas 10 Millions DA
Petit entreprise	10 à49	N'excède pas les 20 Millions DA	Inférieur ou égale 100 Millions DA
Moyenne entreprise	50 à250	20 Millions à 2 Milliards DA	De100 à500 Millions DA

Source : Loi d'orientation sur la promotion de la PME du décembre 2001.

2. Les théories financières spécifiques aux PME

Au-delà des théories financières classiques et des contributions des théories financières modernes, certaines théories spécifiques se sont développées pour mieux appréhender les réalités des petites et moyennes entreprises (PME). Parmi ces théories, nous pouvons mettre en évidence la théorie de l'ordre hiérarchique (Pecking Order Theory), la théorie du cycle de vie et la théorie managériale, qui mettent en lumière des variables moins significatives pour les grandes entreprises mais cruciales dans le contexte des PME.

2.1. Théorie de l'ordre hiérarchique (Pecking Order Theory) : Cette théorie, initiée par Myers en 1984 et développée par Myers et Majluf la même année, postule que les choix de financement suivent un ordre hiérarchique. Elle privilégie le financement interne par rapport au financement externe. (YAGOUBI & RIAHI, O., 2007). Si un financement externe s'avère nécessaire, la dette est préférée à l'émission de nouveaux capitaux. Cette théorie semble mieux s'adapter à la réalité des PME en raison de leurs difficultés d'accès aux marchés financiers, de leur désir d'autonomie et d'indépendance financière, ainsi que de l'attitude des propriétaires-dirigeants face au risque.

2.2. Théorie du cycle de vie : Élaborée par Churchill et Lewis en 1983, cette théorie affirme que les entreprises suivent un processus de développement déterminé, passant par les étapes de lancement, de croissance, de maturité et de déclin. Selon cette théorie, la structure financière d'une PME évolue en fonction de son stade de développement. Elle explique les moyens financiers nécessaires pour passer d'une étape à une autre et met en avant l'impact de la crédibilité et de la réputation de la PME sur sa structure financière à mesure qu'elle grandit. (ST-Pierre.J, 2018)

2.3. Théorie managériale : Cette théorie est particulièrement adaptée aux PME. Elle met en évidence le rôle essentiel du propriétaire-dirigeant, un aspect souvent négligé par la théorie financière traditionnelle. Alors que ce rôle peut avoir peu d'importance pour les grandes entreprises, il joue un rôle déterminant dans la structure financière et le comportement financier des PME. Le propriétaire-dirigeant influence directement les

décisions financières, la gestion des ressources, et la structure de capital de l'entreprise.

Il est important de noter que ces théories ne sont pas nécessairement applicables de manière universelle à toutes les PME, car la durée et les trajectoires de croissance des entreprises peuvent varier considérablement. Chaque étape de développement peut nécessiter une théorie spécifique pour expliquer la structure du capital. En fin de compte, la théorie financière pour les PME doit prendre en compte les particularités de ces entreprises et l'importance du rôle du propriétaire-dirigeant.

3. L'intérêt porté aux PME et les raisons de leur développement

L'intérêt accru envers les PME, comme nous l'avons souligné dans l'introduction, découle principalement de leur prédominance numérique. Depuis les années 70, le nombre de PME n'a cessé d'augmenter, et cette croissance est due à diverses raisons que nous allons exposer ci-dessous.

3.1. Raisons du développement des PME

Pendant longtemps, les petites entreprises ont occupé une place significative dans l'économie. Cependant, depuis la révolution industrielle jusqu'aux années 70, leur importance a diminué, en particulier pendant la période post-fordiste. Au cours de cette période, une dynamique en faveur des grandes entreprises s'est développée, en particulier dans les pays industrialisés. Les "Trente Glorieuses" ont été marquées par une recherche de la taille, de la productivité et des économies d'échelle, allant de la production en série de véhicules automobiles aux pétroliers géants en passant par les grandes chaînes de distribution. Les économistes, les dirigeants d'entreprises et les propriétaires ont favorisé la croissance des grandes entreprises, ce qui a contribué au déclin des petites entreprises. (Wtterwulge. R, 1998).

Cependant, dans les années 70, pour diverses raisons que nous allons énumérer, la perspective sur les grandes entreprises a changé, et un regain d'intérêt pour les petites entreprises a émergé dans la plupart des pays. Les experts parlent alors d'une renaissance des petites entreprises sous la forme des PME que nous connaissons aujourd'hui.

3.1.1. Des raisons liées à la mutation de l'économie

Les années 70 ont été marquées par la fin de la croissance économique des "années dorées" précédentes, ainsi que par les chocs pétroliers et les crises économiques qui ont entraîné la faillite de nombreuses entreprises, provoquant ainsi une crise de l'emploi. Cette situation a favorisé la création de petites entreprises.

De plus, cette période a été caractérisée par un changement dans les habitudes des consommateurs. Ces derniers ont exprimé des besoins de plus en plus personnalisés, entraînant ainsi une segmentation des marchés. Les grandes entreprises se sont avérées incapables de répondre à ces besoins et de s'adapter aux changements rapides. Dans ce contexte, la création de petites entreprises est devenue une nécessité, car seule une économie composée de milliers de petites entreprises serait en mesure de s'adapter à la personnalisation croissante des marchés et à l'accélération du changement. (GREPME, 1997).

De plus, l'évolution technologique qui a eu lieu à cette époque a également joué un rôle important. Les grandes entreprises étaient souvent incapables de suivre le rythme de ces avancées technologiques, ce qui a renforcé la pertinence des petites entreprises dans ce contexte en évolution rapide.

3.1.2. Excès de gigantisme et critique des économies d'échelles

Lorsqu'une entreprise augmente sa taille, sa production augmente également, ce qui entraîne une diminution de ses coûts moyens. Cette réduction des coûts moyens est ce que Penrose appelle "les économies d'échelle". Ces économies d'échelle peuvent être techniques, c'est-à-dire que le coût moyen de production diminue. De plus, en répartissant les frais fixes et les frais généraux, l'entreprise peut réaliser des économies d'échelle en matière de gestion, ce que l'on appelle les économies d'échelle managériales. La grande taille de l'entreprise lui permet également de réaliser des économies de champ, car elle peut diversifier sa production et élargir son champ d'activité. En outre, l'entreprise bénéficie d'économies d'expérience grâce à la répartition des tâches et à l'effet d'apprentissage.

Cependant, il convient de noter que ces rendements d'échelle ne peuvent pas être obtenus indéfiniment en augmentant la taille de l'entreprise et de la production. Au contraire, à un certain niveau, ces effets peuvent devenir inverses. En d'autres termes, au-delà d'un certain seuil, on ne parle plus d'économies d'échelle, mais de déséconomies d'échelle (ou de décroissance des économies d'échelle). (Ferrier.O & Piatecki.C, Les très petites entreprises, 2002). De plus, une grande taille d'entreprise implique généralement une structure plus complexe, ce qui peut entraîner des prises de décision plus lentes en raison de la bureaucratie.

Ainsi, la quête de la grande dimension a atteint ses limites à la fin des années 70 et au début des années 80. Les grandes entreprises avaient absorbé une complexité excessive pour être gérées efficacement. (Julien.P.A & Marchesnay.M, 1988). Elles ont connu des crises graves et ont été contraintes de se restructurer, de réduire parfois la taille de leurs activités, voire de se retirer de certains secteurs, avant de s'engager dans de nouvelles activités. Cette

situation a favorisé la création de petites entreprises, en particulier dans les secteurs d'activité abandonnés par les grandes entreprises.

3.1.3. Les raisons liées aux atouts des PME

L'un des facteurs qui ont contribué à la renaissance et à la croissance des PME réside dans leurs avantages intrinsèques. En effet, les PME bénéficient de leur souplesse et de leur flexibilité, ce qui leur permet de s'adapter aux évolutions économiques et de faire face aux crises des années 70, contrairement aux grandes entreprises qui étaient en déclin à cette époque. Contrairement aux grandes entreprises, qui sont souvent dotées de structures organisationnelles complexes et de réponses lentes aux changements, les PME sont caractérisées par leur agilité opérationnelle, ce qui leur permet de se repositionner rapidement vers de nouvelles activités et marchés plus porteurs, ainsi que de s'ajuster rapidement aux variations de la demande.

Pierre-André Julien, s'appuyant sur les travaux de Mills et Schuman, explique que les PME parviennent à compenser l'absence de certaines économies d'échelle grâce à leur flexibilité accrue, notamment en période de changement rapide. (Duchenant. Bertrand, 1995). Par conséquent, le rythme rapide des changements économiques qui a entraîné le déclin des grandes entreprises a créé un environnement propice au développement et à la multiplication des PME, en particulier dans les secteurs des services et de la technologie.

3.1.4. Des raisons particulières

D'autres auteurs tels que D. Audrestch et Avans (1990) ainsi que Lighton (1989) ont identifié des raisons spécifiques qui ont contribué à la renaissance des PME. Tout d'abord, l'arrivée en masse des jeunes issus du baby-boom des années 1950 a eu un impact significatif. Ces jeunes ont atteint l'âge de travailler au milieu des années 70 et ont choisi de créer leurs propres entreprises plutôt que de faire face au chômage croissant.

Ensuite, il y avait une demande croissante pour des horaires de travail flexibles, notamment le travail à temps partiel, saisonnier ou à mi-temps. Les PME étaient mieux adaptées pour répondre à ces besoins, en particulier celles opérant dans le secteur des services.

Une autre raison importante était liée à la décentralisation dans certains pays, ainsi qu'à la concentration géographique des PME dans des zones spécifiques, comme c'était le cas au Japon avec ses districts industriels. En effet, les PME manufacturières japonaises avaient tendance à se regrouper dans des zones géographiques restreintes, formant ainsi des concentrations de plusieurs centaines, voire plusieurs milliers d'entreprises. Cette concentration favorisait les liens entre les entreprises, encourageait la sous-traitance et facilitait la création de nouvelles PME. (Ana, 2011).

3.2. L'intérêt porté aux PME

La renaissance des PME et leur croissance significative ont attiré un intérêt considérable. Les chercheurs en économie, les responsables politiques, les universités et les organismes spécialisés ont intensifié leurs efforts en faveur de ce type d'entreprise. Ils ont lancé de nombreux programmes d'aide, mené des recherches approfondies et produit des rapports pour mieux comprendre et soutenir le développement des PME (Wach, 2015). Cette attention accrue témoigne de la reconnaissance du rôle crucial des PME dans l'économie moderne.

3.2.1. La multiplication des organismes et des rapports

Les pays industrialisés ont été les pionniers dans leur intérêt et leur soutien aux PME à travers des politiques de promotion spécifiques. Plusieurs de ces nations ont créé des agences et des commissions chargées d'étudier et de mieux comprendre ces entreprises, ce qui a abouti à la publication de nombreux rapports.

Le ministère japonais du Commerce international et de l'Industrie (MITI) a joué un rôle prépondérant en créant des organismes et des agences pour faciliter l'accès des PME à l'information. Parmi ces entités figurent le Japan Small Business Corporation (JSBC), le Japan External Trade Organization (JETRO) et les Small and Medium Enterprise Regional Information Centers (SMERIC). (Bergeron.Pierette, 2000). Ces organismes ont pour mission de fournir aux PME des informations et un soutien pour moderniser leur infrastructure technologique et informationnelle.

Aux États-Unis, la création de la Small Business Act en 1958 a marqué un tournant majeur, avec la mise en place du bureau d'administration des PME. Cette loi a orienté une part importante des achats gouvernementaux et publics vers les PME, que ce soit directement ou par le biais de sous-traitance avec de grandes entreprises bénéficiaires de ces achats. (Julien.P.A & Marchesnay.M, 1988).

De nombreux autres pays industrialisés ont suivi cette tendance en créant des commissions et des organismes similaires pour soutenir les PME. En France, la loi de janvier 1959 et le rapport Mignot de 1979 se sont penchés sur les PME et ont proposé des mesures pour remédier à leurs problèmes. Au Québec, le Conseil d'orientation économique a lancé le programme gouvernemental "Bâtir le Québec" pour soutenir les PME, tandis que le Royaume-Uni a chargé la commission Bolton en 1966 d'étudier ce type d'entreprises. L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) s'est également intéressée aux PME à la même époque en publiant une étude sur leurs problèmes et les politiques qui les concernent.

3.2.2. Les PME et la recherche scientifique

L'intérêt croissant pour les PME dans les années 70 a également stimulé la recherche académique en gestion et en économie. Les petites entreprises sont devenues un sujet de recherche à part entière, et plusieurs chercheurs ont commencé à les considérer comme présentant des particularités spécifiques, plutôt que simplement comme des versions réduites des grandes entreprises. Cela a ouvert la voie à divers courants de recherche en PME, comme en témoigne l'évolution historique retracée par Olivier Torrès dans son article intitulé "Pour une approche contestable de la spécificité de la PME".

De nombreux livres ont été publiés, et de nombreux articles ont paru dans des revues de plus en plus spécialisées en PME, telles que "Small Business Economic Trends", "Journal of Small Business Management", "Journal of Business Venturing" aux États-Unis, "International Small Business Journal", "Small Enterprise Development" au Royaume-Uni, "Revue internationale PME" au Canada, "Revue de l'entrepreneuriat" en France, pour n'en nommer que quelques-unes. Jusqu'en 1999, on recensait plus de 40 revues spécialisées en PME, dont 36 étaient en anglais.

Les universités ont également manifesté un intérêt croissant pour les PME en organisant des séminaires, des colloques et des conférences, ainsi qu'en proposant des programmes d'études spécifiques axés sur les PME. Aux États-Unis, plus de 26 universités proposent des programmes spécifiques aux PME, et le Canada compte un groupe de recherche en économie et en gestion des petites et moyennes organisations et de leur développement à l'université des Trois-Rivières. En France, plusieurs universités, dont celles de Montpellier, d'Amiens, de Rennes, de Nantes, de Paris Dauphine, et l'École des hautes études en sciences sociales, offrent des enseignements sur les PME et l'entrepreneuriat.

4. Caractéristiques des PME

Nonobstant la disparité inhérente au paysage des petites et moyennes entreprises (PME) et la multiplicité des entités qui composent ce groupe, elles partagent des traits organisationnels et financiers qui les démarquent des grandes entreprises. Cette section exposera les caractéristiques principales des PME.

4.1. Caractéristiques d'organisation et de gestion des PME

Un ensemble de caractéristiques distingue les petites et moyennes entreprises (PME) des grandes firmes. Au niveau de leur organisation, les PME se démarquent par la simplicité de leur structure et l'informalité de leur système d'information. La gestion des PME se caractérise

par la centralisation des décisions et l'absence d'une stratégie clairement (tribune, 2021) définie.

4.1.1. Les caractéristiques organisationnelles des PME

L'organisation des petites et moyennes entreprises (PME) se révèle considérablement moins complexe en comparaison avec celle des grandes entreprises. Contrairement aux grandes firmes, qui se caractérisent par des structures organisationnelles complexes à plusieurs niveaux et un système d'information formel et sophistiqué, les PME adoptent généralement une structure organisationnelle plus simple, souvent composée d'un ou deux niveaux hiérarchiques, et un système d'information plus rudimentaire et informel.

4.1.1.1. La structure organisationnelle des PME

La structure organisationnelle des petites et moyennes entreprises (PME) est caractérisée par sa simplicité. Elle se caractérise par un sommet hiérarchique restreint, généralement limité à deux niveaux, et une centralisation du pouvoir exercée par une seule personne. Dans son ouvrage intitulé "Gestion des ressources humaines dans les PME", Mahé de Boislandelle identifie cinq formes de structures organisationnelles couramment observées au sein des PME (Mahé de Boislandelle.H, 1988):

1. **La structure simple** : Cette forme se caractérise par un sommet stratégique réduit, une chaîne hiérarchique courte et l'absence de soutien logistique significatif.
2. **La structure mécaniste** : Elle se caractérise également par un sommet stratégique réduit et une chaîne hiérarchique courte, mais elle tend à développer progressivement une formalisation du centre opérationnel, bien que le soutien logistique soit encore limité.
3. **La structure d'expertise fonctionnelle** : Cette structure varie en fonction de l'organisation et du mode de production des services demandés. Par rapport à la structure précédente, ces entreprises disposent d'un soutien logistique plus substantiel et d'un centre opérationnel de plus grande envergure.
4. **La structure par chantier** : Elle se distingue des autres par un renforcement de la chaîne hiérarchique, la mise en place de centres opérationnels spécifiques en fonction des chantiers, une centralisation du soutien logistique et un sommet stratégique à orientation technico-commerciale.
5. **La structure par projet** : Cette forme de structure suit les projets mis en place au niveau de l'entreprise, ce qui peut entraîner des variations dans la configuration organisationnelle au fil du temps.

4.1.1.2. Le système d'information simple peu formalisé des PME

Au sein des petites et moyennes entreprises (PME), il est observable un degré d'organisation relativement limité en ce qui concerne leur système d'information, tant sur le plan interne qu'externe.

Sur le plan interne, ces entreprises se caractérisent par une circulation rapide des informations entre la direction et les employés, en contraste avec les grandes entreprises qui nécessitent la mise en place de mécanismes complexes pour la diffusion de l'information au sein de leur structure hiérarchique plus élaborée.

Concernant le volet externe, les PME ne requièrent généralement pas les ressources financières considérables nécessaires pour influencer leur stratégie ou mener des études de marché de haute complexité, comme cela est fréquent au sein des grandes entreprises. Les PME ont la capacité de recueillir directement des informations, réagissant promptement aux moindres fluctuations du marché, grâce à la simplicité et à la réactivité inhérentes à leur système d'information. (Torres.O, 2007).

4.1.1.3. Faible degré de spécialisation

La division du travail au sein des petites et très petites entreprises (TPE) est généralement caractérisée par un degré de spécialisation relativement faible. Cette situation découle en grande partie du fait que les employés dans ces structures sont souvent polyvalents et accomplissent un éventail de tâches diverses. Conformément à l'analyse de Marchsnay, cette absence de spécialisation est particulièrement manifeste au niveau des fonctions, où il est fréquent de constater une difficulté à établir des distinctions claires entre les différentes tâches. Cette distinction des rôles ne se renforce généralement qu'avec l'augmentation de la taille de l'entreprise. (Marchsnay.M, 2004).

4.1.2. Les caractéristiques de la gestion des PME

À l'opposé des grandes entreprises, qui sont pourvues de directions spécifiques pour chaque fonction (telles que la direction commerciale, la comptabilité, le marketing, etc.), avec de multiples services au sein de chaque direction, les petites et moyennes entreprises (PME), en particulier les très petites entreprises (TPE), se distinguent par le fait que le propriétaire-dirigeant assume la gestion de l'ensemble de ces fonctions. En effet, la gestion de ce type d'entreprises est centralisée autour du propriétaire-dirigeant, qui prend des décisions de manière individuelle et élabore des plans stratégiques en se basant sur son intuition.

4.1.2.1. Une gestion centralisée

Le dirigeant d'entreprise entretient constamment des interactions directes avec son personnel et joue un rôle actif dans tous les aspects et les décisions liées à l'organisation de la gestion.

On peut décrire ce phénomène comme une forme de personnalisation de la gestion, où la personnalité et les actions du propriétaire-dirigeant occupent une place centrale. Dans le cas des très petites entreprises, le propriétaire-dirigeant peut assumer simultanément les rôles d'entrepreneur et de gestionnaire, ce qui renforce encore davantage cette personnalisation de la gestion. (Torrés.Olivier, 2000).

4.1.2.2.Une stratégie intuitive et à court terme

Au sein des petites et moyennes entreprises (PME), le processus décisionnel est généralement caractérisé par une approche qui repose largement sur l'intuition du chef d'entreprise, suivie par la prise de décisions et leur mise en action. Le dirigeant de la PME développe lui-même des stratégies objectives et réalisables, bien que ces stratégies demeurent implicites et informelles. Souvent, elles ne sont pas explicitement communiquées, contrairement aux grandes entreprises qui utilisent des techniques de gestion prévisionnelle, ainsi que des analyses stratégiques et financières pour élaborer leurs stratégies. (Torres.Olivier, 2007)

Les stratégies au sein des PME sont non seulement informelles et implicites, mais elles sont également limitées dans leur durée et leur portée. Elles sont réactives à l'environnement, avec l'entrepreneur prenant des décisions en réponse au contexte immédiat et ne planifiant que sur un horizon temporel et géographique limité. Selon Julien et Marchsnay, les caractéristiques distinctives de la décision stratégique dans les PME incluent une stratégie implicite et non formalisée, un horizon temporel limité (généralement deux ans), un partage de la discussion stratégique avec d'autres membres de l'entreprise qui intervient généralement lorsque l'entreprise se développe, et une stratégie qui est élaborée en fonction du contexte, où l'environnement conditionne la stratégie (Geguen.Gael, 2009).

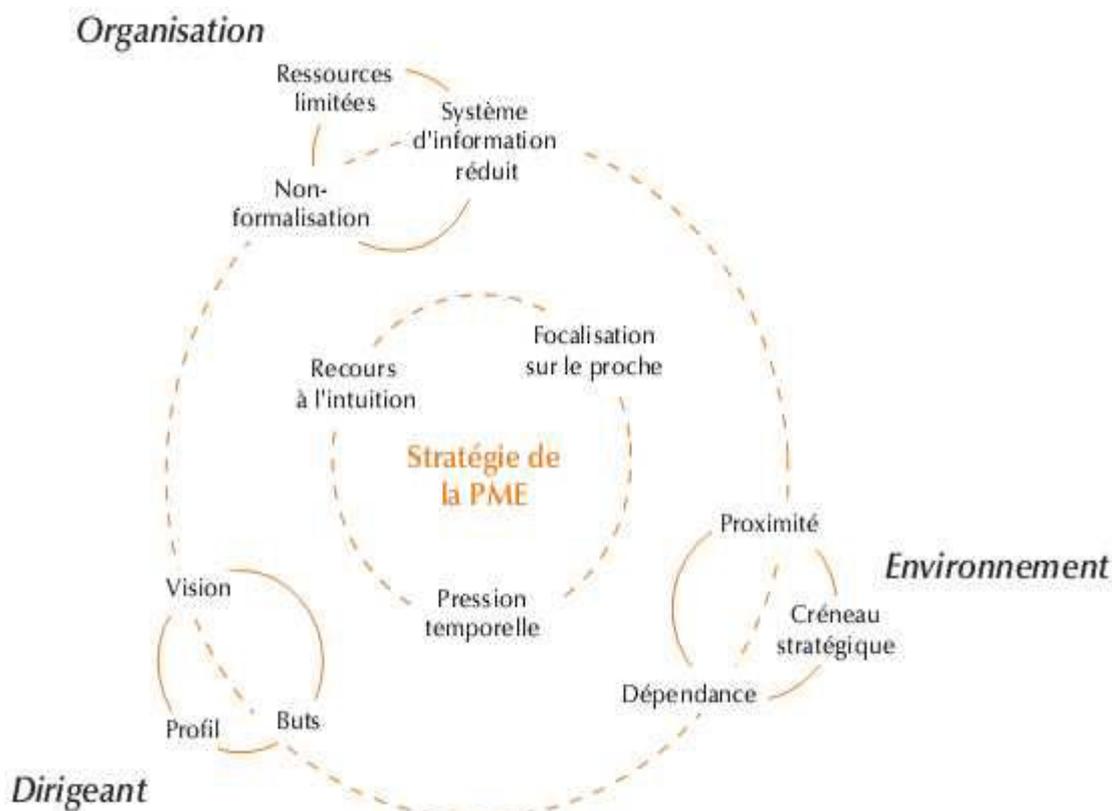
Gael Geguen, dans son article intitulé "PME et stratégie : quelles spécificités ?", identifie les principaux éléments qui influencent la stratégie des PME, notamment l'environnement, les caractéristiques organisationnelles et le rôle central du propriétaire-dirigeant.

Tableau N°06 : Comparaison des caractéristiques entre la grande entreprise et la PME.

	Grande entreprise	PME
Rôle du propriétaire	Rôle limité Peu de contact avec les employés	Propriétaire-gestionnaire (rôle dépassant les limites) Contact étroit avec les employés
Processus de gestion	Formel et impersonnel	Informel et personnel
Processus stratégique	Formel et structuré	Informel et fluide
Mentalité	Prévention (proactive)	Lutte contre le feu (réactive)
Orientation	Long terme	Court terme (survivre et joindre les deux bouts)
Structure organisationnelle	Grande et bureaucratique	Plate et flexible
Disponibilité des ressources	Marge de manœuvre organisationnelle	Limitations des ressources et contraintes de temps (par ex. finances, ressources humaines, etc.)

Source : Adapté de « THE BALANCED SCORECARD IN THE CONTEXT OF SMES : A LITERATURE REVIEW », par (Madsen, 2015) .

Figure N°01 : La stratégie de la PME



Source : Geguen. Gael, « PME et stratégie : quelles spécificités ? », économie et management N° 31, avril 2009. P 21

Ce segment se consacre à l'examen des diverses stratégies adoptées par les petites et moyennes entreprises (PME).

Section 2 : Les stratégies de la PME

Dans la présente section, Nous débiterons d'abord par l'analyse de la stratégie de financement, puis nous aborderons la stratégie de gouvernance. Enfin, nous conclurons en présentant la stratégie relative à l'organisation et à la structure des PME.

1. La stratégie de financement des PME

Les petites et moyennes entreprises (PME) jouent un rôle fondamental dans la sphère économique et sociale. Pour garantir leur pérennité, (PEFFER.S, 2010). Ces entités ont besoin d'accéder à des sources de financement fiables. En vue de pallier les lacunes de financement, les PME disposent de deux options à leur disposition : le recours à des ressources internes telles que le capital social et l'autofinancement, ou le financement externe, qui peut prendre la forme de crédits bancaires ou de l'accès aux marchés financiers. Nous examinerons également brièvement une nouvelle source de financement pour les PME, à savoir le crowdfunding.

1.1. Le financement interne

1.1.1. Le capital social : Le capital social, également désigné sous le nom de capital, se réfère aux ressources, qu'elles soient en numéraire ou en nature, mises à disposition de l'entreprise de manière permanente par ses propriétaires ou ses associés. Les apports au capital social ont lieu à deux moments clés :

- À la création de l'entreprise : c'est un élément fondamental de l'identité de la société et est mentionné sur tous ses documents administratifs et commerciaux.
- Au cours de la vie de l'entreprise : cela représente un moyen d'accroître les ressources stables de l'entreprise et, par conséquent, sa capacité d'endettement, sous forme d'une augmentation de capital. Le capital social remplit un double rôle : il constitue à la fois une source de financement pour les investissements et une garantie pour les prêteurs, car il ne peut être remboursé qu'en cas de dissolution de la société, généralement en cas de faillite. L'augmentation du capital social, réalisée en faisant appel aux associés ou aux actionnaires existants ou nouveaux, contribue à faciliter le développement de l'entreprise.

1.1.2. L'autofinancement : Conformément au Code Général de Normalisation Comptable (CGNC), l'autofinancement représente l'excédent monétaire généré par

l'entreprise et conservé pour financer ses activités. Il contribue au financement des entreprises en épargnant une partie ou la totalité de leurs bénéfices. (Bolusset.Carole, 2007). L'autofinancement résulte de la différence entre la capacité d'autofinancement et les dividendes distribués au cours de l'exercice. Pour la plupart des PME, cette source de financement revêt une importance cruciale et est souvent une condition de survie. L'autofinancement offre aux entreprises une marge de manœuvre pour choisir leurs investissements. Du point de vue financier, la réduction des charges financières liées à l'endettement peut améliorer la rentabilité de l'entreprise. Cependant, un niveau élevé d'autofinancement peut conduire à des investissements superflus, où les fonds pourraient être alloués à des activités plus rentables. D'un autre côté, il peut inciter l'entreprise à minimiser son recours à l'endettement tout en augmentant la rentabilité des fonds propres grâce à l'effet de levier.

1.1.2.1. Les Déterminants de l'autofinancement

L'autofinancement, tel que défini précédemment, constitue un élément essentiel de la capacité financière d'une entreprise. Plusieurs facteurs influent sur le montant de l'autofinancement, notamment :

1. **La rentabilité** : La rentabilité de l'entreprise est un facteur déterminant dans le calcul de l'autofinancement. Les entreprises générant des bénéfices annuels plus importants ont tendance à disposer d'une capacité d'autofinancement plus élevée. En d'autres termes, une entreprise rentable a une capacité plus grande à réinvestir ses bénéfices dans son développement.
2. **La politique de distribution des dividendes** : Les décisions relatives à la distribution des dividendes ont un impact direct sur l'autofinancement. Distribuer des dividendes aux actionnaires réduit la somme d'argent disponible pour l'autofinancement. Les entreprises familiales ou individuelles, qui ont parfois une politique de distribution plus modérée voire inexistante, peuvent avoir une capacité d'autofinancement égale à leur capacité d'autofinancement nette.
3. **Les amortissements** : Les dotations aux amortissements constituent un élément essentiel pour le calcul de l'autofinancement. Elles représentent une déduction comptable qui permet de libérer une partie des ressources de l'impôt sur les bénéfices, contribuant ainsi à l'augmentation des liquidités disponibles pour l'entreprise. Les amortissements sont un moyen d'allocation des coûts liés à l'utilisation d'actifs au fil du temps.
4. **D'autres facteurs influençant le résultat** : En plus des éléments mentionnés ci-dessus, d'autres facteurs entrent en jeu dans la formation du résultat de l'entreprise, tels

que les produits de cession d'actifs, la politique de ventes, etc. Ces éléments peuvent également avoir un impact sur la capacité d'autofinancement en modifiant les flux de trésorerie de l'entreprise.

1.1.2.2. Les Avantages et les Inconvénients :

Les avantages de l'autofinancement sont multiples. Tout d'abord, il met à la disposition de l'entreprise une quantité de capital excédentaire par rapport à ses besoins courants, favorisant ainsi des investissements dont le rendement est suffisant, ce qui augmente la rentabilité globale de l'entreprise. De plus, l'autofinancement est considéré comme une source de financement accessible et flexible pour l'entreprise, préservant ainsi son indépendance financière et sa capacité de gestion. En outre, il contribue à stimuler la croissance à long terme de l'entreprise et à accroître la rentabilité pour ses actionnaires.

Cependant, l'autofinancement présente également des inconvénients. En particulier, il limite la croissance et la capacité bénéficiaire des petites et moyennes entreprises (PME), car l'impôt réduit les résultats réalisés, diminuant ainsi le potentiel de financement interne. Cette situation peut être préjudiciable à l'investisseur et à la collectivité dans laquelle il opère, car le gaspillage des ressources peut contribuer à l'inflation, ce qui représente une menace pour le système productif et l'économie nationale. De plus, un choix inapproprié de projet d'investissement peut entraîner une augmentation des prix, ce qui pourrait également avoir un impact inflationniste.

En outre, l'augmentation des fonds propres est une autre méthode de financement interne après l'autofinancement, souvent utilisée par les PME et les entreprises familiales. Cette approche permet à l'entreprise de se financer sans recourir à des sources externes, que ce soit en obtenant de nouveaux apports des actionnaires existants ou du propriétaire, en incorporant les réserves existantes ou en utilisant les comptes courants des associés. (Serlooten, 1994).

1.1.3. L'augmentation des fonds propres

L'augmentation des capitaux est une autre source de financement interne après l'autofinancement, elle est très utilisée par les PME et la majorité des entreprises familiales. Cette modalité permet à l'entreprise de se doter de ressources sans recourir à des fonds externes, que ce soit par le biais de nouveaux investissements des actionnaires déjà présents ou du propriétaire, ou encore par l'incorporation des réserves ou l'utilisation des comptes courants des associés. (R, Jobard. P, Navatte. P, & Raimbourg, 2003).

1.1.3.1. Emission d'actions aux profits des actionnaires existants

Ce mode de financement est similaire au financement initial lors de la création de l'entreprise, car il implique l'émission d'actions exclusivement au profit des actionnaires existants. Ces

apports peuvent se faire sous forme de liquidités, contribuant ainsi à renforcer les fonds propres de l'entreprise, ou sous forme d'actifs, qu'ils soient corporels ou incorporels.

Ce type de financement présente des avantages similaires à l'autofinancement en termes de flexibilité, en particulier pour les entreprises individuelles. Cependant, pour les sociétés, la décision d'émettre de nouvelles actions doit être approuvée lors d'une réunion extraordinaire du conseil d'administration. De plus, cette forme de financement n'entraîne ni asymétrie d'information ni perte de contrôle, car les actions sont exclusivement destinées aux actionnaires existants.

1.1.3.2. L'incorporation des réserves

L'entreprise prend souvent la décision de ne pas réinvestir ou de ne pas distribuer la totalité de ses bénéfices. Une partie de ces bénéfices est conservée sous forme de réserves, dans le but de faire face à des situations complexes et imprévues. En cas de besoin, ces réserves peuvent être incorporées dans le capital social de l'entreprise pour renforcer ses fonds propres, notamment lorsque leur existence n'est pas justifiée ou lorsque la capacité d'autofinancement de l'entreprise est insuffisante.

Dans le cas des entreprises individuelles, la décision d'incorporer les réserves relève uniquement de la volonté du propriétaire-dirigeant. Cependant, pour les sociétés, cette décision doit être approuvée lors d'une réunion extraordinaire du conseil d'administration. Lors de cette incorporation, l'entreprise procède à la distribution d'actions gratuites aux associés, proportionnellement à leur participation au capital. (Cohen.Elie, 1998).

Il convient de noter que l'augmentation de capital par incorporation de réserves est qualifiée de "blanche" car elle n'entraîne pas l'augmentation des ressources financières disponibles pour l'entreprise. Il s'agit essentiellement d'un transfert comptable des fonds de réserve vers la catégorie de capital, ce qui libère les réserves pour financer les besoins de l'entreprise.

1.1.3.3. Les comptes courants d'associés

Les entreprises inscrivent généralement dans leurs bilans un compte désigné comme "comptes courants d'associés". Ce compte peut contenir des montants parfois considérables, disponibles sur de longues périodes. Bien que ces comptes courants d'associés soient inclus dans la section des capitaux propres du bilan de l'entreprise, ils sont considérés comme des obligations financières que l'entreprise peut transformer en fonds propres pour financer ses

opérations. Une fois intégrés dans les fonds propres, ces comptes courants sont assimilés à un prêt que les associés consentent à leurs propres entreprises.

Ce mode de financement est largement répandu au sein des SARL (Sociétés à Responsabilité Limitée) et des sociétés anonymes, offrant l'avantage de garantir une certaine indépendance financière tout en préservant le contrôle de l'entreprise. Cependant, il demeure limité dans le cas des très petites entreprises et des entreprises individuelles de taille moyenne, où ces comptes courants d'associés sont moins courants ou moins substantiels.

1.1.3.4. Cession des éléments d'actifs

Le financement par cession d'éléments d'actif consiste à vendre certains actifs immobilisés de l'entreprise afin de financer une activité ou un investissement particulier. Cette opération peut découler soit du renouvellement normal des actifs de l'entreprise, soit de la nécessité de mobiliser des capitaux, ou encore résulter d'une stratégie de recentrage qui implique l'abandon de certaines activités pour se concentrer sur une activité principale.

La cession d'actifs peut concerner divers types d'actifs détenus par l'entreprise, notamment des actifs corporels (tels que des équipements ou des biens immobiliers), des actifs incorporels (tels que des brevets ou des marques), ou même des actifs financiers détenus dans d'autres entreprises. Ces cessions peuvent parfois générer des montants significatifs, que l'entreprise peut réinvestir pour financer ses opérations courantes ou ses projets d'investissement.

1.2. Le financement par endettement

Les PME, en raison de l'insuffisance de leurs ressources internes et de leurs besoins croissants en financement, se voient contraintes de rechercher des sources de financement externes. L'endettement représente la première option de financement externe à laquelle font appel ces PME.

L'endettement peut prendre diverses formes, parmi lesquelles les plus couramment utilisées sont les prêts bancaires, l'émission d'obligations, et le crédit-bail.

1.2.1. Le financement bancaire :

Les petites et moyennes entreprises (PME) ont recours au financement externe, dont les institutions bancaires constituent une composante importante. En effet, l'obtention d'un emprunt bancaire dépend de la capacité de l'emprunteur à rembourser le prêt et de son niveau d'endettement, ce qui engendre un certain niveau de risque pour la banque.

Les banques offrent différents types de crédits, chacun se distinguant par sa durée, son mode de remboursement, son taux d'intérêt, ses garanties et ses modalités de remboursement. On peut notamment distinguer les crédits à court terme et les crédits à moyens et longs termes. Les premiers sont destinés à financer les besoins de trésorerie et le cycle d'exploitation de l'entreprise, tandis que les seconds sont principalement utilisés pour financer l'acquisition d'équipements et les projets d'investissement de l'entreprise.

1.2.1.1. Les crédits à court terme

Les crédits à court terme sont destinés à financer le cycle opérationnel des entreprises et à maintenir l'équilibre de leur trésorerie. Leur échéance s'étend généralement de quelques jours à un an. Ces crédits à court terme servent à couvrir les dépenses courantes de l'entreprise, à gérer les besoins liés au stockage ou aux délais de paiement accordés aux clients, et ainsi de suite.

En fonction de leurs objectifs, les crédits à court terme peuvent être classifiés en deux principales catégories :

A. Les crédits de trésorerie : comprenant la facilité de caisse, le découvert et le crédit de campagne.

a) Facilité de caisse : La facilité de caisse est un type de crédit à court terme à usage général. Elle est octroyée aux entreprises pour faire face à des variations ponctuelles de leur trésorerie à certaines périodes de l'année, notamment lors des échéances commerciales ou fiscales. (Site officiel de la Banque de France, 2022). La facilité de caisse permet aux entreprises de régler leurs fournisseurs, de s'acquitter de leurs obligations fiscales et de rémunérer leur personnel. Sa durée est généralement de quelques jours, et elle peut être renouvelée périodiquement avec l'accord préalable du banquier, qui peut y mettre fin sans formalités.

b) Découvert bancaire : Le découvert bancaire est un crédit accordé directement par la banque, autorisant le client à maintenir un solde débiteur sur son compte, c'est-à-dire à prélever des fonds au-delà de ses disponibilités. Le découvert sert à ajuster la trésorerie de l'entreprise et à combler les déficits de fonds de roulement. Sa durée est légèrement plus longue que celle de la facilité de caisse, allant de quelques semaines à quelques mois. Contrairement à la facilité de caisse, la banque doit respecter la durée convenue et ne peut mettre fin au contrat avant son échéance. Le découvert est souvent qualifié de "crédit blanc" et présente un risque plus élevé pour les banques, car il repose sur la confiance mutuelle entre le banquier et le client. (Rousselot.P & Verdié. J-F., 1999). Dans le cas des petites entreprises, il est généralement octroyé sous réserve de garanties, telles qu'une caution du propriétaire-dirigeant, par exemple.

c) Crédit de campagne : Le crédit de campagne est un type de crédit par caisse spécialisé, conçu pour financer les besoins de trésorerie liés au cycle opérationnel des entreprises ayant une activité saisonnière, comme les entreprises agricoles. Ce type de crédit concerne généralement des montants importants et a une durée de plus de neuf mois. Les crédits de campagne peuvent prendre différentes formes, notamment le crédit par caisse, le crédit par billet (escompte de billets financiers), et le warrantage (escompte de warrant), qui permet d'utiliser des marchandises comme garantie pour les avances accordées par la banque. Cependant, ce type de crédit expose la banque au risque d'échec de la campagne financée ou à des difficultés lors de l'écoulement des marchandises sur les marchés. Pour limiter ces risques, la banque peut exiger des garanties telles que des gages, des cautions ou des nantissements. (Banque de France -les crédits de trésorerie, 2022)

B. Les crédits de mobilisation de créances : comprenant l'escompte et l'affacturage.

a) Escompte : L'escompte commercial consiste en l'octroi par le banquier d'un montant correspondant à la valeur des effets commerciaux avant leur échéance, lesquels sont cédés en pleine propriété au banquier. Le remboursement de l'avance est normalement assuré par le recouvrement ultérieur des effets. L'escompte est un moyen de financement à faible risque pour les deux parties, banque et entreprise. Il est de plus en plus sollicité par les petites et moyennes entreprises en raison de sa rapidité d'octroi et de ses formalités simplifiées. (Rouyer.G & Choinel.G, 1996).

b) Affacturage : L'affacturage, également connu sous le nom de factoring, tire son origine du terme "factor" et trouve ses racines chez les commerçants du Moyen Âge à qui des marchandises étaient confiées en vue de leur vente. Au XV^{ème} siècle, la fonction des factors s'est développée, ces derniers devenant des dépositaires auxquels les fabricants confiaient leurs marchandises à vendre. Cette pratique s'est développée davantage au milieu des années 80, notamment avec la croissance des entreprises américaines, en particulier celles du secteur technologique.

Selon la Banque de France, l'affacturage est défini comme une opération dans laquelle les créances commerciales sont transférées de leur titulaire à un factor, chargé de leur recouvrement et garantissant leur paiement, même en cas de défaillance temporaire ou permanente du débiteur. Le factor peut également anticiper le paiement de tout ou partie du montant des créances transférées. (France, 2021).

1.2.1.2. Les crédits à moyen et à long terme

Les crédits à moyen et à long terme sont des instruments financiers conçus pour soutenir le financement des équipements et des investissements des entreprises. Ils sont octroyés par les

institutions bancaires dans le but de compléter le financement d'un projet, plutôt que de financer le projet dans son intégralité. En d'autres termes, lorsqu'une entreprise sollicite un crédit pour financer un équipement ou un investissement, elle doit contribuer en mobilisant une partie du coût du projet à partir de ses propres ressources. La banque accorde ensuite un crédit pour financer le solde restant.

a) Les crédits à moyen terme : Les crédits à moyen terme, également appelés crédits d'équipement, ont une durée comprise entre deux (2) et sept (7) ans. Ils sont principalement destinés à financer les actifs de production d'une petite ou moyenne entreprise (PME) ou les outils de travail de certains professionnels tels que les médecins, les avocats ou les pharmaciens. Le montant du crédit à moyen terme accordé par une banque ne dépasse généralement pas 70 % du coût total de l'équipement. Le reste, qui est appelé apport initial, est financé soit par les fonds propres de l'entreprise, soit par un autre établissement financier.

b) Les crédits à long terme : Les crédits à long terme ont une durée qui s'étend de sept (7) à vingt (20) ans et sont destinés à financer les projets d'investissement des entreprises. Généralement, ces crédits sont accordés par une banque en collaboration avec un établissement spécialisé, et ils peuvent couvrir jusqu'à 80 % du coût total de l'investissement.

A. L'emprunt obligataire

Contrairement à la dette bancaire, qui représente une forme de financement indirect, le financement par emprunt obligataire se présente comme une méthode de financement direct. Il offre à l'entreprise la possibilité de solliciter directement l'épargne du public. L'emprunt obligataire permet à l'entreprise de mobiliser des fonds pour ses activités à long terme. Ces liquidités générées grâce à l'emprunt obligataire peuvent être considérées comme des ressources internes de l'entreprise. C'est pourquoi l'emprunt obligataire est également qualifié de "quasi-fonds propres".

Toutefois, contrairement aux fonds propres, qui ne sont remboursés qu'en cas de liquidation de l'entreprise, les quasi-fonds propres sont détenus par l'entreprise émettrice d'emprunts obligataires pour une période préalablement déterminée.

a) Notions d'emprunt obligataire et de l'obligation

Les notions d'emprunt obligataire et d'obligation remontent à une pratique ancienne, largement utilisée par les États pour financer leurs dépenses budgétaires et leurs projets de grande envergure. Le tout premier emprunt obligataire a été réalisé au milieu du VI^e siècle à Venise, en Italie. La France a, quant à elle, émit son premier emprunt obligataire en 1522 pour financer sa guerre contre l'Italie. (Pichet.E, 2007). Au fil du temps, l'emprunt obligataire s'est développé, en particulier pendant la révolution industrielle, pour devenir un instrument de

financement essentiel dans l'économie, utilisé pour soutenir les investissements et les infrastructures de grande envergure par les États, les collectivités locales et les entreprises.

L'emprunt obligataire peut être défini comme un moyen de financement à long terme qui prend la forme de titres de créance, pouvant être émis sur le marché public et négociés. Ces emprunts sont souvent d'un montant substantiel et sont divisés en parts égales appelées obligations. (Corhay.A & Mbangala.M., 2008)

En ce qui concerne l'obligation elle-même, elle est généralement un titre négociable représentant une créance émise par une entité publique ou privée. L'émetteur de l'obligation s'engage à payer un intérêt périodique et à rembourser le capital selon des modalités précises. (Colmant.B & Et al, 2004).

b) Fonctionnement de l'emprunt obligataire

Le fonctionnement de l'emprunt obligataire repose sur un contrat qui lie l'emprunteur (l'émetteur de l'obligation) et le prêteur (souscripteur de l'obligation) et se matérialise sous forme d'obligations. Lors du lancement de l'emprunt, plusieurs termes et caractéristiques doivent être déterminés :

1. **La valeur nominale de l'obligation (également appelée "le pair")** : Elle résulte de la division entre le montant total de l'emprunt et le nombre de titres (obligations) émis. La valeur nominale représente la valeur faciale de chaque obligation.
2. **Le prix d'émission** : Le prix d'émission est le montant réellement payé par le souscripteur pour acquérir chaque obligation. En principe, il devrait correspondre à la valeur nominale de l'obligation. Toutefois, dans le but d'attirer les souscripteurs, l'émission peut être réalisée à un prix inférieur à la valeur nominale, avec une prime d'émission, c'est-à-dire un montant supplémentaire payé par l'investisseur.
3. **La prime d'émission** : La prime d'émission est la différence entre le prix d'émissions effectives et la valeur nominale de l'obligation. Elle représente un montant supplémentaire que l'investisseur paie pour acquérir l'obligation.
4. **Le taux d'intérêt nominal ou facial** : Il s'agit du taux d'intérêt fixé au moment de l'émission de l'obligation. Ce taux peut être soit fixe, restant constant pendant la durée de l'obligation, soit variable, pouvant évoluer en fonction de certains indices.
5. **Coupons** : Les coupons correspondent aux paiements d'intérêts annuels que l'emprunteur doit verser au porteur de l'obligation. Le montant d'un coupon est égal à la valeur nominale de l'obligation multipliée par le taux d'intérêt nominal.

6. **La durée de l'emprunt** : La durée d'un emprunt obligataire est généralement comprise entre cinq (5) et trente (30) ans. Cette durée est spécifiée dans le contrat d'émission et représente la période pendant laquelle l'obligation reste en circulation avant son remboursement final.
7. **La date de jouissance** : Il s'agit de la date à partir de laquelle les intérêts commencent à être générés. Cette date peut correspondre à la date de règlement, c'est-à-dire la date à laquelle les prêteurs versent les fonds prêtés pour acquérir les obligations.

c) **Les différents types d'obligations**

Diverses catégories d'obligations se présentent aux entreprises qui envisagent de recourir à un financement par le biais d'un emprunt obligataire. Le choix de la forme de cet emprunt revêt une importance cruciale. En effet, plusieurs types d'obligations sont disponibles, certaines étant réservées exclusivement à l'État, telles que les bons du Trésor et les Obligations Assimilables du Trésor (OAT). Les obligations destinées aux entreprises privées se différencient en fonction de plusieurs critères, notamment le taux de coupon, le mode de remboursement, et la présence ou l'absence d'une date d'échéance.

1. **Les obligations à taux fixe** : Il s'agit du type d'obligation le plus courant. Ces obligations accordent au détenteur le droit de recevoir un intérêt fixe tout au long de la période de l'emprunt. Le paiement des intérêts s'effectue de manière régulière, généralement chaque année, et le taux est établi au moment de l'émission de l'emprunt.
2. **Les obligations à taux variable** : Le taux d'intérêt des obligations à taux variable varie en fonction du taux du marché, conformément à un ratio défini lors de l'émission de l'emprunt.
3. **Les obligations à coupon zéro** : Ce type d'obligation ne génère pas d'intérêt annuel, contrairement aux obligations classiques. Les paiements des coupons sont effectués lors du remboursement à l'échéance de l'emprunt.
4. **Les obligations indexées** : Les coupons de ces obligations sont ajustés en fonction d'un indice, généralement le taux d'inflation. Ces obligations protègent les détenteurs contre l'inflation et garantissent un rendement réel.
5. **Les obligations convertibles** : Les détenteurs de ce type d'obligation ont la possibilité de les convertir en actions au lieu de les faire rembourser. Par conséquent, les taux d'intérêt et les rendements de ces obligations sont généralement plus faibles, car le prêteur paie en quelque sorte pour cette option de conversion.

6. **Les obligations échangeables :** Les détenteurs de ce type d'obligation ont la faculté de les échanger contre d'autres titres. Par exemple, ils peuvent convertir des obligations à taux fixe en obligations à taux variable.
7. **Les obligations perpétuelles :** Ces obligations ne comportent pas de date de maturité (remboursement) ou celle-ci n'est pas encore déterminée. En conséquence, le taux d'intérêt de ces obligations est généralement plus élevé que celui des obligations classiques.

B. Le financement par le crédit-bail

Le financement par le crédit-bail constitue un contrat qui octroie à une entreprise l'usage d'un bien, qu'il soit mobilier ou immobilier, sans la nécessité de verser la somme correspondant à son coût d'acquisition. Au lieu de cela, l'entreprise effectue des paiements périodiques appelés "loyers". En Algérie, le crédit-bail est défini comme "une opération commerciale et financière réalisée par les banques et établissements financiers, ou par une société de crédit-bail légalement habilitée et expressément agréée en cette qualité, avec des opérateurs économiques nationaux ou étrangers, personnes physiques ou personnes morales de droit public ou privé; ayant pour support un contrat de location pouvant comporter ou non une option d'achat au profit du locataire; et portant exclusivement sur des biens meubles ou immeubles à usage professionnel ou sur fonds de commerce ou sur établissements artisanaux". (finance, Art 01 de l'Ordonnance n° 96-09 du 19 Chaâbane 1416 correspondant au 10 janvier 1996 relative relative, 1996)

a).Mécanisme du crédit-bail

Plutôt que d'acquérir un actif essentiel à ses activités en obtenant un crédit correspondant ou en utilisant ses propres ressources, l'entreprise peut utiliser cet actif en concluant un contrat de crédit-bail avec une institution spécialisée. Le crédit-bail implique généralement trois parties prenantes :

- **Le crédit-bailleur :** Il s'agit du bailleur, tel qu'une banque ou une institution de crédit-bail, qui acquiert le bien et le loue à son client, le crédit-preneur.
- **Le crédit-preneur :** Il s'agit du locataire, également appelé le client, qui loue le bien avec la possibilité de l'acquérir à la fin du contrat.
- **Le fournisseur :** Ce partenaire peut être un producteur ou un vendeur du bien en question.

Typologie du crédit-bail

Plusieurs formes de crédit-bail existent, parmi lesquelles les plus courantes sont le crédit-bail mobilier et le crédit-bail immobilier.

- **Le crédit-bail immobilier** : Il concerne les opérations de crédit-bail dans lesquelles l'objet du contrat est un bien immobilier destiné à un usage industriel ou commercial, tel que des entrepôts, des locaux commerciaux ou des bureaux. Le crédit-bail immobilier est caractérisé par sa longue durée, allant de 15 à 25 ans.
- **Le crédit-bail mobilier** : Il s'agit d'une forme de crédit-bail à moyen terme, avec une période de deux (02) à sept (07) ans. Ce type de crédit-bail est utilisé pour les biens meubles, tels que des véhicules, des engins, des camions, des machines, des outils, et autres équipements similaires.

C. L'ouverture du capital et financement des PME

En sus des modalités traditionnelles de financement interne et de l'endettement, les entreprises ont la possibilité de recourir à diverses méthodes de financement en ouvrant leur capital, ce processus permettant l'incorporation de nouveaux actionnaires. Cette ouverture du capital peut être réalisée soit par l'émission d'actions, soit par la conversion de dettes, ou encore par le recours au financement par capital-investissement.

D. Le capital-investissement (private equity)

Le capital-investissement est une stratégie qui implique l'acquisition de parts du capital d'entreprises, en particulier des petites et moyennes entreprises non cotées en bourse. Cette participation au capital permet de fournir un financement pour diverses phases de la vie de l'entreprise, notamment son démarrage, son développement, sa transmission et même son redressement en cas de difficultés.

Contrairement à d'autres méthodes de financement, telles que le financement bancaire, qui exigent des garanties pour atténuer les risques, le capital-investissement se caractérise par un partage des risques entre les entreprises et les partenaires financiers, comme indiqué par l'assertion suivante : "le capital-investissement implique un partage de risque entre les entreprises et les partenaires financiers." (Bessis.J, 1988).

a) . Définition et origine du concept capital investissement

Le capital-investissement, également connu sous le nom de venture capital, a émergé aux États-Unis au milieu des années 1940 et a connu un développement significatif à partir de 1950. Cependant, son essor le plus marqué s'est produit au milieu des années 1970. À cette époque, l'activité de capital-investissement était principalement axée sur le financement de

nouvelles entreprises, en particulier dans le secteur technologique (High Tech). Étant donné le caractère très risqué de ces entreprises, elles étaient financées par la forme initiale du capital-investissement, connue sous le nom de capital-risque ou capital-amorçage, qui se concentre sur le financement de la création d'entreprises. Ce modèle de financement a connu une croissance exponentielle et a rapidement dépassé les frontières des États-Unis. Entre 1979 et 1983, le volume de capital-risque a été multiplié par six pour atteindre plus de 2 milliards de dollars, propageant ainsi ce modèle à l'échelle mondiale et établissant ce que l'on a appelé le "modèle américain." (Tabourin.F, 2007).

Les définitions du capital-investissement varient, mais selon Mike Wright, professeur en économie et membre de la British Private Equity and Venture Capital Association, le capital-investissement est "traditionnellement défini comme un investissement à long terme réalisé par des investisseurs professionnels dans les fonds propres des entreprises non cotées, en échange d'un gain en capital potentiel, complété par un rendement en dividendes aléatoire." (Right.M, 2002). En Algérie, en vertu de la loi n° 06-11 du 24 juin 2006 régissant cette activité, le capital-investissement est défini comme ayant pour objectif la participation au capital social des entreprises en création, en développement, en transmission ou en privatisation, ainsi que toute opération impliquant des injections de fonds propres ou de quasi-fonds propres. (Loi, 2006).

L'activité du capital-investissement peut être assimilée à une forme d'intermédiation financière, où les fonds sont collectés par des organismes de capital-investissement auprès d'investisseurs privés (banques privées, particuliers, etc.) ou publics (caisses de retraite, mutuelles, banques publiques, collectivités locales, etc.) pour être ensuite alloués aux entreprises ciblées.

b) Types de capital-investissement et cycle de vie de l'entreprise

Le capital-investissement se présente comme une stratégie financière adaptable à toutes les étapes du cycle de vie d'une entreprise, avec chaque phase bénéficiant d'un type de capital spécifique :

a) Le capital-risque : Ce type de capital est destiné aux jeunes entreprises novatrices, principalement en phase de création ou de démarrage. Les investisseurs en capital-risque portent leur intérêt sur des entreprises spécialisées dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ainsi que dans le domaine de la biotechnologie. Bien que ces activités soient particulièrement risquées, elles offrent un potentiel de croissance significatif.

b) Le capital-développement : Le capital-développement est utilisé pour financer la croissance et le développement d'entreprises ayant un fort potentiel de croissance. Il intervient à la deuxième phase du cycle de vie de l'entreprise pour couvrir les besoins en fonds de roulement résultant de la croissance des ventes. Il peut également être utilisé dans le cadre de l'« expansion capital », permettant à l'entreprise de réaliser de nouvelles extensions de sa capacité de production ou de son réseau commercial.

c) Le capital-transmission (LBO) : Le capital-transmission implique le rachat de la totalité ou de la majorité des actions d'une entreprise en utilisant un financement par endettement, suivi de la transmission de l'entreprise. Cette technique est couramment désignée sous le terme Leveraged Buy Out (LBO).

d) Le capital-retournement : Le capital-retournement vise à financer et à redresser une entreprise en difficulté. Les investisseurs en capital-retournement entreprennent une restructuration de l'entreprise en difficulté et mettent en place les mesures nécessaires pour en assurer la relance.

c) Avantages du capital-investissement

L'utilisation du capital-investissement présente des avantages considérables pour les petites et moyennes entreprises (PME) par rapport aux modes de financement traditionnels. En effet, l'intégration de fonds au sein du capital d'une PME agit comme un catalyseur de croissance en offrant un accès au réseau de professionnels associés à ces fonds. De plus, le capital-investissement offre plusieurs bénéfices, notamment :

- Renforcement de la structure financière de l'entreprise.
- Absence de coûts d'endettement et de nécessité de fournir des garanties.
- Amélioration de la rentabilité de l'entreprise.
- Accroissement de la capacité d'endettement de l'entreprise et renforcement de sa résilience face aux crises.
- Durée d'investissement prolongée, généralement supérieure à 7 ans.

E. Augmentation du capital (nouveaux actionnaires)

Nous avons précédemment constaté que les entreprises ont la possibilité d'accroître leur capital de plusieurs manières, notamment en incorporant leurs réserves, en utilisant les comptes courants des associés ou en réalisant des apports en numéraire et en nature de la part des actionnaires existants. Cette augmentation de capital n'affecte pas le statut de l'entreprise, car elle relève du financement interne. Cependant, il est également possible pour une entreprise d'augmenter son capital en faisant appel à de nouveaux actionnaires, ce processus

pouvant être effectué de deux manières : par l'émission de nouvelles actions ou par la conversion de dettes en capital.

F. Financement par émission d'actions

Contrairement aux méthodes de financement interne, telles que l'utilisation des comptes courants des associés, l'incorporation des réserves et les nouveaux apports, le financement par l'émission d'actions en faveur de nouveaux actionnaires constitue une forme de financement externe. Cette approche permet l'entrée de nouveaux actionnaires dans l'entreprise, ce qui peut potentiellement entraîner des modifications du statut de l'entreprise ainsi qu'un transfert du pouvoir décisionnel.

Ce mode de financement offre à l'entreprise la possibilité de financer ses investissements, car il s'agit d'une source de financement à long terme (les fonds propres étant considérés comme des capitaux permanents). De plus, il présente l'avantage d'être généralement gratuit, ne représentant que les frais engagés lors de l'émission des nouvelles actions, contrairement à l'emprunt qui entraîne des coûts d'intérêt.

Cependant, un inconvénient majeur de l'émission d'actions en faveur de nouveaux actionnaires est le risque de dispersion du capital de l'entreprise entre un plus grand nombre d'actionnaires. C'est pourquoi certaines entreprises recommandent à leurs actionnaires existants d'acquérir également de nouvelles actions. De plus, certaines entreprises optent pour l'émission de "certificats d'investissement" qui représentent des actions dépourvues de droit de vote, afin de mieux contrôler la répartition du pouvoir au sein de l'entreprise.

G. Financement par conversion des dettes

Le financement par conversion de dettes, également connu sous le nom de restructuration de la dette, implique l'annulation de la dette d'une entreprise en échange de la remise d'actions à un créancier. Cette méthode de financement est couramment utilisée par les entreprises ayant émis des obligations. Dans ce scénario, un détenteur d'obligations peut convertir ses obligations, à condition qu'elles soient convertibles, en un nombre spécifié d'actions de l'entreprise.

La conversion de dettes en actions est une option privilégiée par les entreprises en difficulté financière qui ont du mal à respecter leurs échéances de paiement. Ces entreprises peuvent négocier un accord avec leurs créanciers, généralement les fournisseurs, pour annuler la dette en échange d'actions. Toutefois, il convient de noter que les créanciers n'acceptent pas facilement la conversion, car une entreprise en difficulté de paiement est souvent perçue comme non rentable et peu performante. En effet, les créanciers ne considèrent la conversion que si elle présente une opportunité financière, stratégique, voire commerciale significative.

Ce mode de financement permet à l'entreprise d'augmenter ses capitaux propres tout en réduisant sa dette. Par conséquent, il contribue à améliorer la structure financière de l'entreprise et à accroître sa capacité d'endettement. (Dekel.A.V & Vandervelde.B, 2009).

1.3. Le financement par le crowdfunding :

Les PME peuvent aussi opter pour le financement participatif en cherchant des plateformes de Crowdfunding qui correspondent à leur besoin soit en don, en prêt, ou en action. Les plateformes spécialisées dans le financement par don et en prêt sont les plus actives et réussies, car elles ont l'habitude de collecter les fonds avant même le délai de la levée de fonds (BESSIÈRE & STEPHANY, F, 2014).

2. Les principaux obstacles au financement des PME

2.1. Insuffisance des ressources internes

La présente section examine les défis financiers auxquels les petites et moyennes entreprises (PME) sont confrontées, en mettant l'accent sur trois aspects clés.

Premièrement, il est à noter que les PME font face à une insuffisance de ressources internes, résultant en grande partie d'une concurrence accrue et d'une diminution de leur chiffre d'affaires. Une enquête menée en septembre 2013 par la Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises (CGPME) a révélé que 91% des dirigeants de PME rencontraient des difficultés financières, parmi lesquelles 48% éprouvaient des problèmes de financement liés à leurs opérations courantes et leur trésorerie. Cette insuffisance de ressources internes est principalement attribuable à une baisse de 54% du chiffre d'affaires, selon les résultats de la même enquête. Il convient de noter que cette situation prévaut également dans de nombreux autres pays, y compris le Canada, où 60,1% des PME ont sollicité un financement externe en 2011, selon une enquête de l'Institut de la Statistique du Québec. (Québec, 2011).

2.2. Difficultés d'accéder aux crédits

Deuxièmement, les PME sont confrontées à des difficultés pour accéder au crédit, en raison de conditions d'octroi de plus en plus strictes imposées par les institutions financières. L'enquête de la CGPME en 2013 indique que plus de 76% des dirigeants de PME ont signalé un durcissement de ces conditions. De plus, une enquête de la Banque de France révèle que 34% des demandes de crédit des PME sont refusées. (tribune, 2021)

2.3. Difficultés d'accéder aux marchés financiers

Troisièmement, malgré la création de marchés financiers alternatifs destinés spécifiquement aux PME, tel que le NASDAQ aux États-Unis, le Second et le Nouveau

Marché en France, l'Alternative Investment Market (AIM) à Londres, ainsi que le Marché Libre d'Euronext en Europe, les PME rencontrent des obstacles considérables pour y accéder. Les coûts associés à une telle démarche sont significatifs, notamment les frais de commissions, les honoraires de conseillers juridiques et financiers, ainsi que les frais d'introduction bancaire. De plus, l'introduction sur les marchés financiers expose les dirigeants de PME à des défis tels que la perte de confidentialité, des obligations de rendement et de distribution de dividendes, une perte de contrôle, et le risque de sous-évaluation de la valeur de l'entreprise (De Mourgues, 1993).

3. La stratégie de gouvernance dans une PME :

La gouvernance d'une petite et moyenne entreprise (PME) revêt une importance cruciale, bien que ce terme soit généralement associé aux grandes entreprises. Les PME constituent une part essentielle du tissu économique de la plupart des pays et sont reconnues pour leur efficacité. Cependant, il est essentiel de noter que les PME présentent des particularités distinctes qui les distinguent des grandes entreprises, notamment une structure organisationnelle simplifiée, des ressources limitées, une proximité accrue avec les marchés et les parties prenantes, ainsi qu'une fusion entre le pouvoir de gestion et la propriété.

En conséquence, il est nécessaire d'adapter la définition de la gouvernance aux spécificités des PME. Pour les PME, la gouvernance, ou gouvernance d'entreprise, peut être définie comme l'ensemble des procédures et des structures utilisées pour diriger et gérer les affaires internes et commerciales de l'entreprise. L'objectif premier de cette gouvernance est d'accroître la valeur à long terme pour les investisseurs tout en garantissant la viabilité financière de l'entreprise.

Bien que les termes tels que gouvernance, conseil d'administration et administrateurs soient traditionnellement associés aux grandes entreprises cotées en bourse, il est crucial de souligner que les PME et d'autres sociétés privées ont tout à gagner en adoptant des pratiques de gouvernance exemplaires. En effet, les entreprises cherchant à se développer, à croître, à s'implanter à l'étranger et à créer une valeur durable seront en mesure d'atteindre leurs objectifs de manière plus efficace au sein d'un cadre de gouvernance solide (Dancause, 2021).

3.1. Les avantages de la bonne gouvernance :

La gouvernance, dans le contexte des petites et moyennes entreprises (PME), ne vise pas à restreindre l'autonomie des gestionnaires par un contrôle excessif de leurs activités. Au contraire, son objectif principal est de renforcer l'autonomie des dirigeants, lesquels sont ainsi en mesure d'opérer de manière optimale au service de l'entreprise. Ils sont ainsi en mesure de prendre des décisions éclairées et nécessaires pour le bien de la PME, avec pour résultat une

augmentation de la valeur de l'entreprise et l'assurance de sa performance, tant sur le plan financier que non financier.

La mise en place de bonnes pratiques de gouvernance sert de fondation pour la croissance future de l'entreprise. Par conséquent, il est impératif de mettre en place une gouvernance solide et de s'engager à respecter des règles de gouvernance appropriées. Cette démarche inspire confiance aux prêteurs et aux investisseurs, ce qui facilite l'accès aux financements nécessaires. De plus, elle favorise le recrutement de dirigeants compétents et peut jouer un rôle clé en renforçant la confiance de l'acheteur lors de la cession potentielle de la PME. En somme, une gouvernance bien établie est un atout majeur pour la croissance, la pérennité et la valorisation d'une PME.

4. Les déterminants de la structure financière des PME

La structure financière des petites et moyennes entreprises (PME) est influencée par divers déterminants, parmi lesquels les facteurs suivants occupent une place prépondérante : le profil du propriétaire-dirigeant, la taille de la PME, son âge et sa rentabilité.

a) *Objectifs du propriétaire-dirigeant et attitude face au risque* : Il est généralement constaté que les propriétaires-dirigeants de PME ont pour priorité la préservation du contrôle et la protection de leur patrimoine personnel ou familial, plutôt que la croissance de leur entreprise. Toutefois, en cas de besoins de financement non satisfaits par des ressources internes, ils se tournent vers l'endettement bancaire. Les entrepreneurs évitent souvent de diluer leur capital en ouvrant leur entreprise au financement externe, et ils préfèrent généralement éviter les activités à haut risque. Ces préférences ont des répercussions significatives sur la structure financière des PME.

b) *Taille et âge de la PME* : La taille de l'entreprise exerce une influence majeure sur sa structure financière, conformément à la théorie du cycle de vie. Les PME ont tendance à avoir des activités moins diversifiées que les grandes entreprises, ce qui accroît leur probabilité de faillite et limite leur accès aux financements bancaires, notamment aux dettes à long terme. L'âge de la PME est également un facteur déterminant. Les entreprises plus anciennes bénéficient généralement de relations établies avec leurs fournisseurs, clients et banquiers, facilitant ainsi l'accès au financement. De plus, avec le temps, les entreprises accumulent des bénéfices leur permettant de s'autofinancer, réduisant ainsi leur besoin de s'endetter.

c) *Rentabilité* : La rentabilité joue un double rôle dans la structure financière d'une entreprise. D'une part, elle permet l'augmentation des fonds propres, ce qui favorise l'autofinancement et évite les coûts associés à la dette et à la dilution du capital. D'autre part, une rentabilité solide est rassurante pour les prêteurs de fonds et facilite l'accès aux crédits.

d) *Forme juridique de la PME* : La forme juridique de la PME, qu'il s'agisse d'une entreprise détenue par un seul propriétaire ou par plusieurs, influence la politique de distribution des dividendes et de réinvestissement. Cela peut avoir un impact sur la structure financière de l'entreprise, car la non-distribution de dividendes renforce généralement les fonds propres.

e) *Secteur d'activité* : La structure financière des PME varie d'un secteur d'activité à un autre. Les PME industrielles ont souvent besoin de financements importants pour leurs investissements, tandis que les entreprises technologiques présentent des besoins de financement plus élevés en raison de la recherche et de l'innovation. En revanche, les PME du secteur du commerce ont généralement des besoins d'investissement moindres et sont caractérisées par une prédominance des dettes à court terme, notamment les dettes fournisseurs.

5. La structure de la PME

Le succès et la prospérité d'une entreprise ne dépendent pas uniquement des compétences de son personnel ou de celles de son dirigeant. La structure organisationnelle joue également un rôle crucial au sein de l'organisation et constitue l'un des principaux facteurs de compétitivité pour les petites et moyennes entreprises (PME). Elle détermine les relations hiérarchiques et fonctionnelles entre les différents collaborateurs, répartit les responsabilités et définit les modes de communication internes au sein de l'entreprise. Cette structure permet à l'entreprise, en particulier à la PME, de coordonner efficacement ses activités et de simplifier ses processus.

Le choix de la structure organisationnelle est d'une importance capitale, car il est étroitement lié à la stratégie de l'entreprise. Cependant, ce choix est également influencé par l'environnement dans lequel l'entreprise évolue et le contexte de son activité. Deux types de structures organisationnelles prédominent : la structure organique, caractérisée par un faible degré de formalisation et des règles adaptées aux environnements instables, et la structure mécaniste, hautement formalisée et hiérarchisée, adaptée aux environnements stables.

Du fait que les PME opèrent généralement dans des environnements instables et utilisent des technologies simples, une organisation mécaniste peut s'avérer inefficace. Cependant, il n'existe pas de modèle unique ou idéal qui puisse être appliqué à toutes les PME (A & Lussealt, A, 2006). Les caractéristiques spécifiques des PME rendent certaines structures plus appropriées que d'autres.

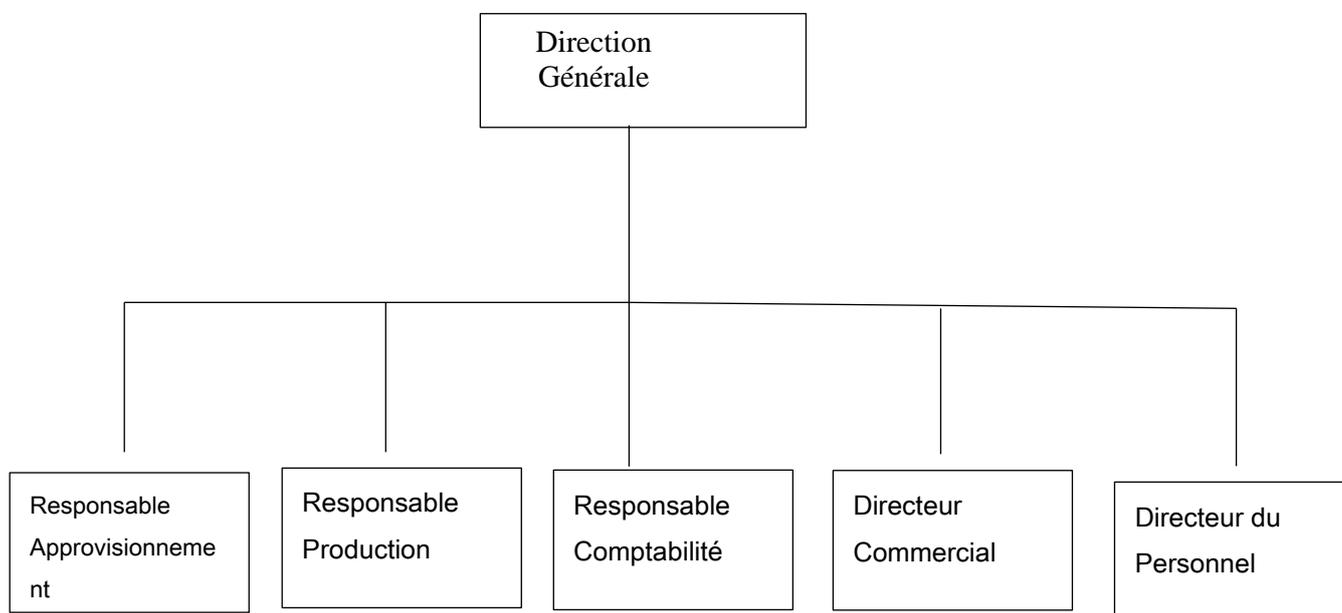
Deux types de structures organisationnelles peuvent être particulièrement adaptés aux spécificités des PME : la structure fonctionnelle et la structure entrepreneuriale.

A- La structure fonctionnelle : Cette structure, parfois appelée structure en "U," tire son nom du critère de découpage de l'entreprise en activités ou en unités distinctes, telles que la production, la commercialisation, la comptabilité, etc. Un exemple d'organigramme ci-dessous illustre la structure fonctionnelle.

Dans une structure fonctionnelle, les employés sont regroupés en fonction de leurs domaines de compétence ou de leurs responsabilités spécifiques. Cela favorise une spécialisation claire et une coordination efficace au sein de chaque département (Yves-Frédéric, 2005).

Cependant, cette structure peut parfois entraîner des problèmes de communication interdépartementale et de prise de décision, en particulier dans un environnement en constante évolution.

Figure N°02 : La structure fonctionnelle :



Au sein de cette forme organisationnelle, la haute direction est bien informée des opérations en cours au sein de l'entreprise en raison de la simplicité de son fonctionnement. De plus, cette structure convient aussi bien aux petites et moyennes entreprises qu'aux entreprises axées sur la production unique ou présentant une faible différenciation de leurs produits (Derray & Lusseault, A, 2006).

B- La structure entrepreneuriale :

La structure entrepreneuriale, également désignée sous le terme d'organisation personnalisée, se caractérise par sa simplicité et sa centralisation autour de la direction générale. Cette dernière occupe une position centrale au sein de l'entreprise et entretient des

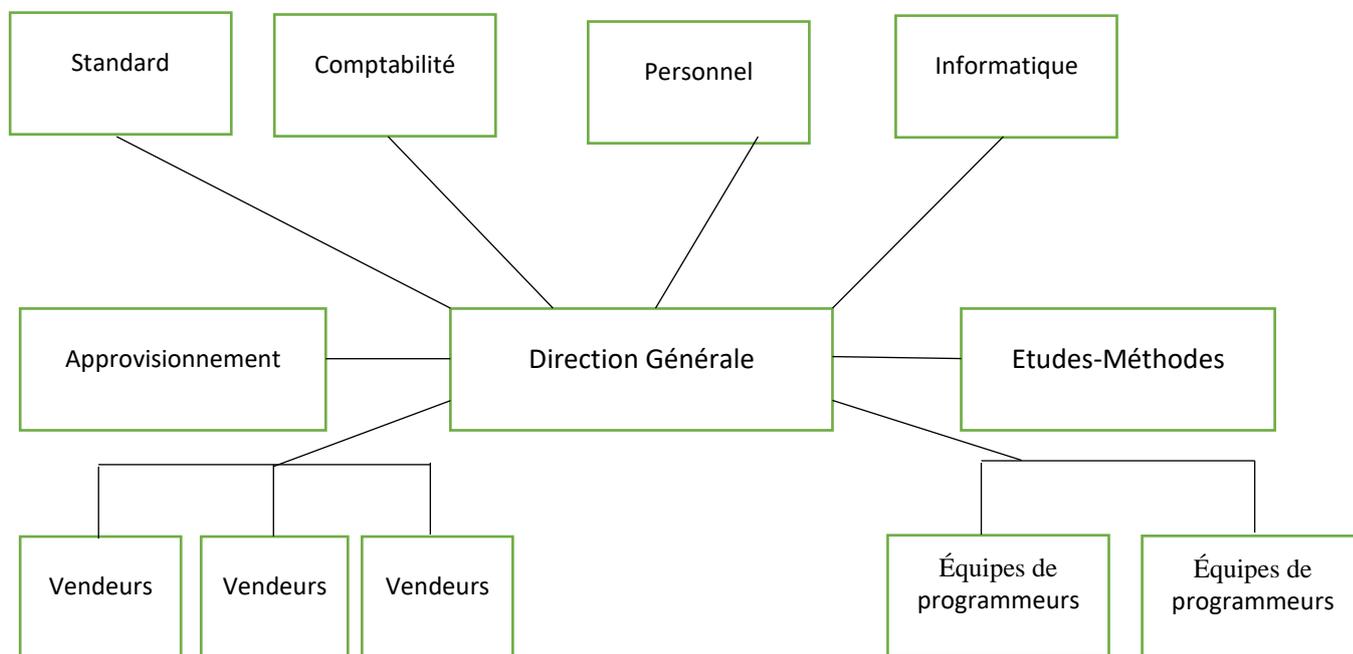
relations avec l'ensemble du personnel. Les procédures et les relations entre les différentes unités sont peu formalisées, et la coordination entre celles-ci n'est pas nécessaire, étant donné que les rôles des employés sont délibérément indéfinis. Dans ce contexte, les relations personnelles occupent une place prépondérante, favorisant la proximité entre le personnel et les dirigeants. Cette confiance mutuelle motive les employés.

Les problèmes qui surgissent au sein de l'entreprise sont résolus par le dirigeant lui-même, grâce à cette centralisation du pouvoir et au faible niveau de formalité. Cette approche confère à l'entreprise une grande souplesse et flexibilité, lui permettant de s'adapter aisément aux changements.

La gestion d'une telle entreprise repose principalement sur les qualités de leadership du dirigeant, qui doit superviser, contrôler et coordonner les différentes opérations. Cependant, dans de nombreux cas, le dirigeant-propriétaire peut avoir la tendance à vouloir tout gérer personnellement, ce qui peut entraîner des erreurs.

Ce type de structure est généralement observé dans des contextes tels que les magasins de détail, les cabinets de conseil, les start-ups et les petites et moyennes entreprises (PME). La figure ci-dessous illustre la manière dont cette structure se développe :

Figure N°03 : La structure entrepreneuriale



Source (Kalika, Helfer, & Orsoni, 2013)

En plus de bénéficier d'une grande flexibilité et réactivité, ainsi que de motiver le personnel, la structure entrepreneuriale présente également l'avantage d'être économiquement

efficace. Toutefois, elle comporte certaines limites, notamment une forte dépendance à l'égard du dirigeant et un manque de cadres compétents pour la spécification des activités.

Section 3 : Caractéristiques, rôle, défis, contraintes et perspectives de développement des PME algériennes

Dans cette section, nous verrons dans cette section les caractéristiques propres aux PME algériennes, ainsi la place et le rôle qu'elles occupent ces entreprises dans l'économie du pays. En outre, nous allons également discuter des contraintes auxquelles elles font face, puis conclure en présentant les perspectives de leur développement (Abdelmadjid, 2019).

1. Les caractéristiques des PME algériennes

Les caractéristiques des petites et moyennes entreprises (PME) en Algérie sont sujettes à une hétérogénéité notable, comme indiqué par Si Lekhal et ses collègues (2013), cette hétérogénéité étant tributaire du secteur d'activité concerné, de la taille de l'entreprise et de sa localisation géographique. L'Algérie présente une diversité d'entités allant des micro-entreprises familiales semi-informelles, indépendantes et souvent isolées les unes des autres, à des entreprises plus importantes, également familiales mais affichant une image plus moderne, et étroitement associées aux institutions locales et nationales (ASSALA, 2006).

Ainsi, selon (Si Lekhal, 2013), les caractéristiques des PME algériennes incluent notamment :

- Une structure financière souvent précaire, caractérisée par une prédominance du capital familial.
- Une concentration relative dans les secteurs de production de biens de consommation et de services.
- Une prévalence des micro-entreprises classées comme très petites entreprises (TPE), avec moins de 10 salariés.
- Des dirigeants de PME dont les compétences et qualifications professionnelles ne sont souvent pas dûment établis, témoignant d'une capacité managériale limitée.
- Un manque d'encadrement technique et une faible accumulation technologique.
- Une quasi-absence d'innovation et de créativité.
- Une faible activité de sous-traitance.
- Un déficit d'informations fiables, pertinentes et à jour.
- Une grande flexibilité structurelle et un manque de spécialisation.

Si Lekhal et al. (2013) soulignent que cette liste de caractéristiques est loin d'être exhaustive, mentionnant également des aspects tels que la prépondérance d'une culture orale dans le milieu professionnel et le manque de formalisation écrite des plans stratégiques et d'exécution, reflétant ainsi la prééminence de l'oralité dans la culture organisationnelle

nationale et régionale. En outre, le recrutement est souvent basé sur des liens de parenté ou de proximité familiale ou ethnique, au détriment de la compétence et de l'expertise, ce qui peut conduire à des décisions économiquement irrationnelles (ASSALA, 2006).

D'autre part, ASSALA (2006) mentionne que le capital des PME algériennes, souvent constitué de fonds propres et de prêts informels au sein de la famille, est considéré comme intransmissible et indivisible. La gestion patrimoniale est caractérisée par la prudence et la sécurité. Le recours aux capitaux étrangers, au partenariat ou à la fusion n'est pas courant, car l'association ou le partenariat pourrait diminuer leur pouvoir stratégique et perturber l'unité familiale.

(Bouazza, 2015) Ajoute également les éléments suivants :

- Le secteur des PME en Algérie est largement dominé par les entreprises privées. À la fin de 2012, 99,92 % de toutes les PME étaient privées. Ces chiffres illustrent que la création d'emplois et de richesses dans ce secteur repose essentiellement sur les PME privées.
- Il existe des disparités dans la répartition géographique des PME en Algérie, avec une concentration plus forte dans le nord, suivie des hauts plateaux, et enfin du grand sud.

2. La place et le rôle des PME algériennes dans le développement économique

Les PME occupent une place importante dans le tissu économique du pays, grâce à son rôle primordiale car elles participent à la création d'emplois et de richesse.

2-1. La place des PME algériens :

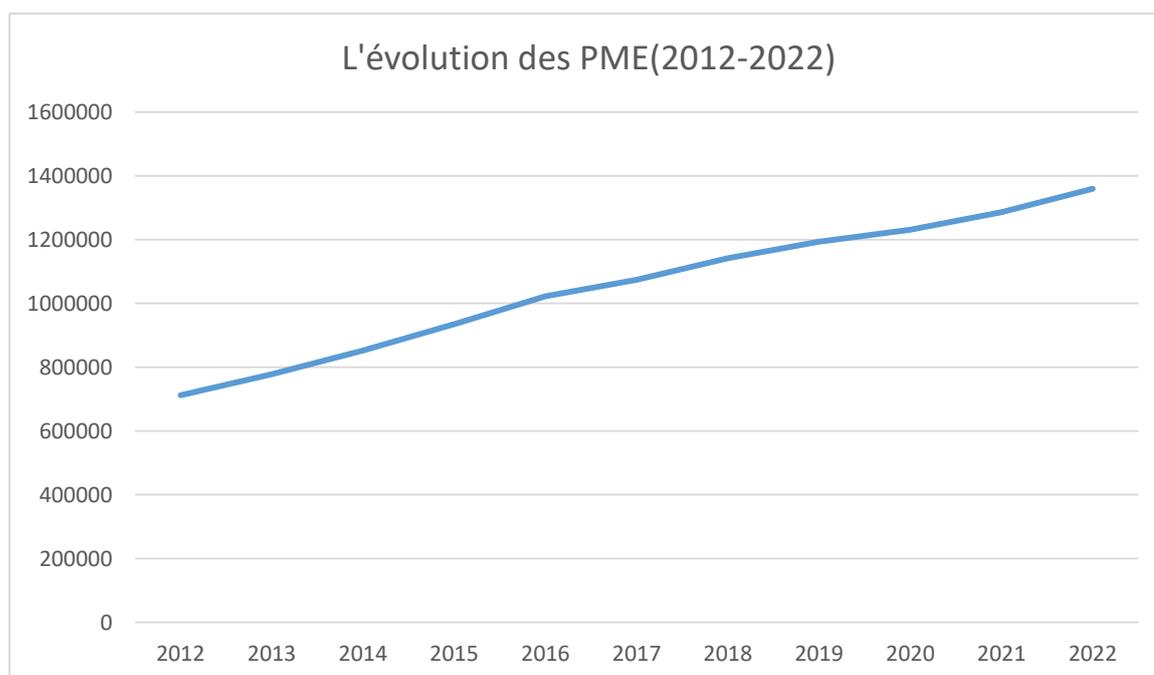
Le développement des petites et moyennes entreprises (PME) en Algérie a suivi diverses périodes clés au fil du temps :

1. La période de 1963 à 1969 a été marquée par une contribution de l'industrie algérienne à hauteur de 5 % de la production intérieure, atteignant ensuite 29 % en 1969.
2. Entre 1970 et 1973, l'industrie algérienne a représenté 35 % de la production intérieure.
3. Dans les années 80, les PME étaient considérées comme un complément au secteur public.
4. La période de 1982 à 1988 a été caractérisée par un accent accru sur le secteur privé, marqué par la mise en place de deux plans quinquennaux. Ces plans ont introduit plusieurs mesures, notamment :
 - Le droit de transfert pour l'acquisition d'équipements et, dans certains cas, de matières premières.

- Un système d'importation sans paiement.
 - L'accès aux autorisations globales d'importation.
 - Une limite de financement par les banques à 30 % du montant total de l'investissement.
 - Un plafond d'investissement de 30 millions de DA pour les SARL.
 - L'interdiction pour un seul entrepreneur de posséder plusieurs investissements.
5. À partir de 1988, l'économie algérienne s'est ouverte au marché, favorisant la création de nombreuses PME privées. Cette période a également vu l'autorisation des investissements étrangers, formalisée en 1990 par la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit, (loi90-10, 1990). et en 1991 par le décret n°91-37 portant libéralisation du commerce extérieur. (loi91-37, 1991).
6. En 1993, le Code de la promotion de l'investissement a été promulgué, favorisant :
- La promotion de l'investissement.
 - L'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers.
 - La réduction des délais d'études des dossiers.
 - Le remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour les investisseurs.
7. À partir de l'an 2000, le nombre de PME a considérablement augmenté, doublant quasiment. Les statistiques disponibles indiquent qu'entre 2001 et 2007, plus de la moitié des PME ont été créées, soit un total de 212 120 entreprises. À la fin de 2010, le nombre de PME privées a encore augmenté de manière significative, atteignant 398 788 entreprises, alors qu'en début de 2003, elles étaient au nombre de 207 949 entreprises. En revanche, le nombre de PME publiques a diminué de 228 au cours de ces sept années. Parallèlement, le nombre total d'artisans a augmenté de manière nette, passant de 79 850 entreprises en 2003 à 162 085 entreprises à la fin de 2009.

Avant d'analyser la contribution des PME au développement économique, on doit d'abord d'analyser, l'évolution de ces dernières dans le temps. (DRIDICHE, 2018)

Figure N°04 : Evolution des PME 2012-2022



Source : Ministère de l'industrie et des mines. <https://www.industrie.gov.dz/wp-content/uploads/documents/bis/BIS-2022-03-40.pdf>

Les données figurant dans le graphique mettent en évidence qu'entre 2012 et 2022, la population active en Algérie a connu une augmentation substantielle, évoluant de manière significative. Le nombre total de petites et moyennes entreprises (PME) est passé de 711 832 en 2012 à 1 359 803 en 2022.

2.2.Le rôle et l'importance des PME dans l'économie algérienne

Au cours des deux dernières décennies, il est manifeste que les Petites et Moyennes Entreprises (PME) ont consolidé leur position prédominante au sein du système économique et social. Elles revêtent un rôle d'une importance capitale, et leur réussite a des répercussions directes sur la santé de l'économie et de la société algérienne. En effet, elles se révèlent être le moteur de la création d'emplois, de la génération de valeur ajoutée et de la stimulation de la croissance économique, grâce à leur adaptabilité aux évolutions de l'environnement et à la flexibilité inhérente à leurs structures (Gharbi, 2011).

Il est notable que les PME ont enregistré des avancées significatives au cours des récentes années, comme en témoigne leur contribution croissante à des indicateurs économiques clés, tels que le Produit Intérieur Brut (PIB) et la création d'emplois (Amimer, 2022).

En Algérie, les PME sont encouragées à diversifier l'économie en contribuant davantage aux exportations hors hydrocarbures qui sont des moyens importants de croissance.

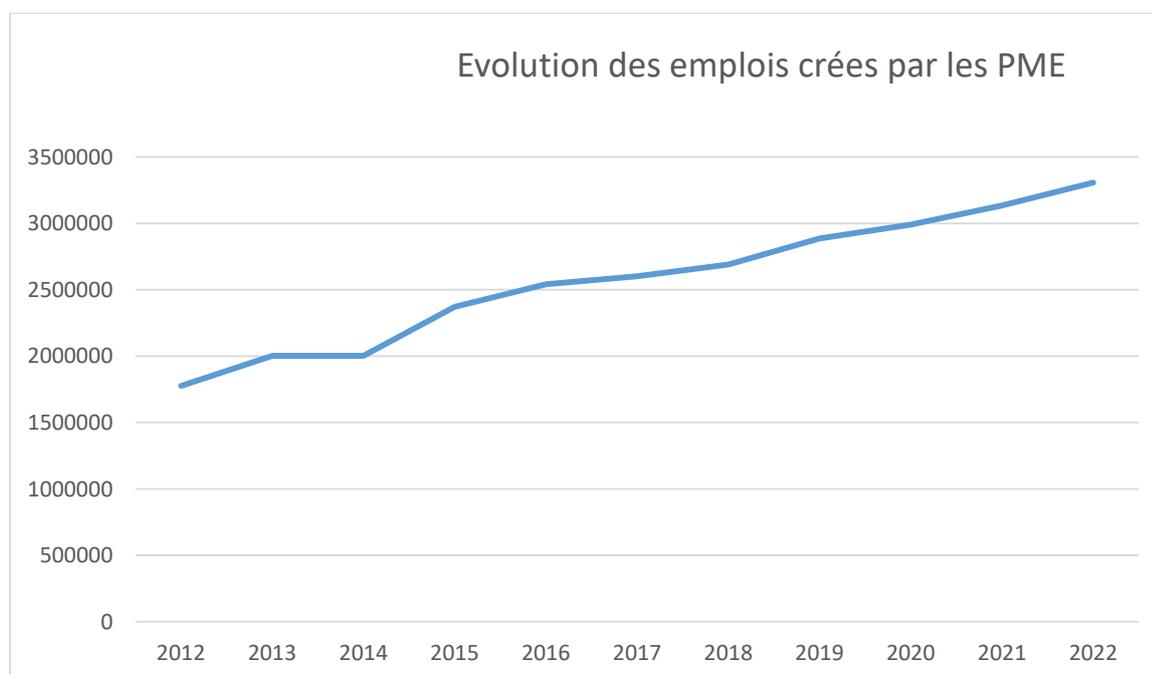
Les PME jouent un rôle important dans la promotion des exportations et ont un impact significatif sur le développement (Duarte, 2004).

Comme énoncé précédemment, les PME jouent un rôle prédominant dans la création de valeur ajoutée, laquelle quantifie la production générée et commercialisée par une entreprise donnée. À l'échelle nationale, cette valeur ajoutée est agrégée pour former le PIB algérien, représentant essentiellement la somme des valeurs ajoutées produites par l'ensemble des entreprises opérant dans divers secteurs sur le territoire national (Bouri, 2020).

Les petites et moyennes entreprises (PME) jouent un rôle significatif dans toutes les économies en contribuant de manière substantielle à la croissance et au développement économique. Elles apportent des avantages majeurs, notamment (BELOUARD & SEDER, S, 2009) :

2.2.1. Création d'emplois : Ces dernières années, une tendance notable de réduction du taux de chômage en Algérie a été observée, en grande partie grâce à la contribution du secteur des PME, notamment dans le secteur privé. L'impulsion économique est principalement due aux investissements dans des domaines tels que l'industrie. Afin de surmonter les difficultés économiques, il est judicieux de favoriser la création de petites filiales au sein des grandes entreprises. (Wtterwulghe. R, 1998)

Figure N°5 : L'évolution de l'emploi par les PME en Algérie de 2012 à 2022.



Source : bulletin d'information statistique du ministère de l'industrie et des mines de 2012 à 2022. <https://www.industrie.gov.dz/wp-content/uploads/documents/bis/BIS-2022-03-40.pdf>

Les données présentées dans la figure illustrent qu'au cours de la période allant de 2012 à 2022, la population active en Algérie a enregistré une croissance notable. De manière concomitante, l'emploi généré par les Petites et Moyennes Entreprises (PME) a également connu une évolution significative, passant d'un total de 1 776 461 emplois en 2012 à 3 307 821 emplois en 2022.

Cette situation s'explique principalement par l'évolution des emplois générés par les Petites et Moyennes Entreprises (PME) ainsi que par la croissance du nombre de PME créées au cours de cette période. Ces facteurs témoignent de manière significative de l'importance cruciale des PME dans le processus de création d'emplois en Algérie.

2.2.2. La contribution de la PME à la création de la richesse

Pour appréhender les performances des entreprises au sein d'une économie donnée, l'indicateur de la valeur ajoutée est couramment employé en vue d'évaluer la contribution de ces entreprises à la croissance du Produit Intérieur Brut (PIB). La valeur ajoutée, à l'échelle nationale, se trouve incarnée par le PIB. Il convient de noter que les petites et moyennes entreprises (PME) jouent un rôle substantiel dans la génération de cette valeur ajoutée, qui représente un critère de mesure de la production engendrée et commercialisée par une entité commerciale. (HASAINE & BADRI, A, 2021).

En Algérie, la valeur ajoutée, à l'exclusion des revenus tirés des hydrocarbures (qui est symbolisée par la valeur ajoutée produite par les petites et moyennes entreprises), a connu une croissance constante et significative de 2010 à 2019. Elle a augmenté de 5 509,21 milliards de dinars en 2010 à 11 540,6 milliards en 2019. Pendant cette période d'étude, la contribution au Produit Intérieur Brut (PIB) global du pays a varié entre 45% et 57%.(tableau N)

Tableau N°7 : Evolution de la contribution des PME au PIB

Année	VA Hors hydrocarbure des PME (En milliard de DA)	PIB Total (En milliards de DA)	Part des PME en % du PIB Total
2010	5509,21	11991,56	45,94
2011	6060,8	14588,97	41,54
2012	6606,4	16209,6	40,76
2013	7580,43	16647,92	45,53
2014	8526,58	17228,6	49,49
2015	9237,87	16712,67	55,27
2016	9943,92	17514,63	56,77
2017	10106,76	18876,17	53,54
2018	10886,62	20452,32	53,23
2019	11540,6	20428,34	56,49

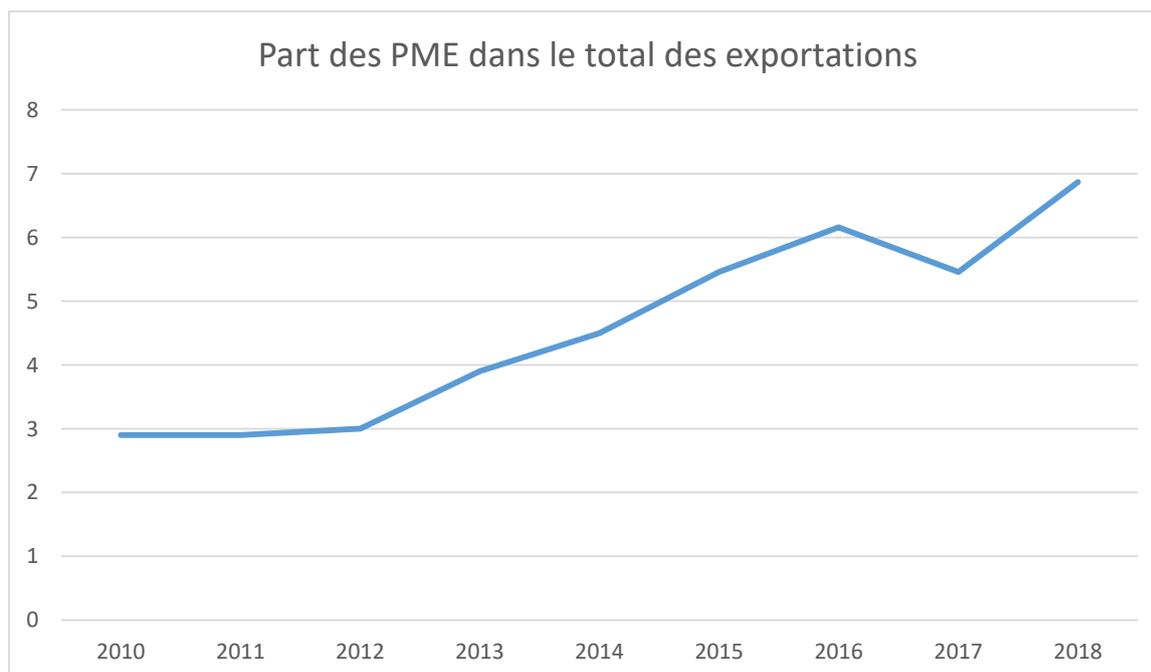
Source : 1 Bulletins statistiques du ministère de l'industrie et des mines 2002 à 2020. 2 (ONS, « Rétrospective des comptes économiques de 1963 à 2019 », collections statistiques n°221/2021, Série E, statistiques économiques n°108, Aout 2021)

Les données présentées dans le tableau indiquent clairement que la proportion de la valeur ajoutée engendrée par les petites et moyennes entreprises (PME) dans le Produit Intérieur Brut (PIB) revêt une importance significative. Cela témoigne de la position prépondérante des PME dans la génération de richesses au sein de l'économie.

2.2.3. La contribution des PME aux exportations hors hydrocarbures

L'exportation est largement reconnue comme un moyen substantiel de stimuler la croissance économique et constitue un indicateur fiable et essentiel de la compétitivité des entreprises. En effet, les petites et moyennes entreprises (PME) jouent un rôle significatif dans la promotion des exportations, et leur influence sur le développement global ne doit pas être sous-estimée. En Algérie, malgré les efforts déployés par le gouvernement pour soutenir les PME, la part des exportations hors hydrocarbures demeure limitée en raison de la nature rentière de l'économie algérienne. En effet, les exportations de produits pétroliers continuent de dominer l'ensemble des exportations, comme en témoigne le tableau présenté (Rahmani, 2020).

Figure N°06 : L'évolution de la part des PME algériennes aux exportations hors hydrocarbures.



Source : Adapté du tableau de « Evaluation de la contribution des Petites et Moyennes Entreprises au développement économique de l'Algérie : Etude statistique de la période 2002-2020 », par Amimer & Kezzar, (p. 785), 2022.

Le graphique illustre clairement que la part des petites et moyennes entreprises (PME) dans les exportations hors hydrocarbures a connu une augmentation continue à partir de l'année 2010, atteignant 6,87% en 2018. Cependant, selon Amimer et Kezzar (2022), malgré cette progression, elle demeure encore insatisfaisante.

3. Les contraintes de développement des PME en Algérie :

Les petites et moyennes entreprises (PME) en Algérie sont confrontées à une variété de contraintes, dont l'intensité peut varier. Une étude de la Banque mondiale datant de 2003 a identifié les obstacles auxquels sont confrontés les dirigeants de PME, classés ici par ordre de sévérité décroissante, reflétant ainsi le degré d'impact de chaque obstacle (Si lekhal, Korichi, Y, & Gaboussa, A, 2013) :

- ✓ La concurrence de l'économie informelle.
- ✓ L'accès au crédit.
- ✓ Le coût du crédit.
- ✓ Les taux d'imposition.
- ✓ L'incertitude liée à la politique économique.
- ✓ Les délais imposés par les institutions bancaires.
- ✓ La corruption.

- ✓ L'administration fiscale.
- ✓ L'accès aux terrains industriels.
- ✓ L'accès aux devises étrangères.
- ✓ Les régulations douanières.
- ✓ L'enregistrement de l'entreprise.
- ✓ La pénurie de main-d'œuvre qualifiée.
- ✓ Les services portuaires.
- ✓ L'accès aux services téléphoniques.
- ✓ La législation du travail.
- ✓ L'accès à l'énergie.

Il est important de noter que ces obstacles au développement des PME ne sont pas nécessairement perçus dans le même ordre par tous les dirigeants-propriétaires, et leur gravité peut varier en fonction de la nature spécifique des activités de chaque entreprise. Pour mieux comprendre ces contraintes et leur impact, nous allons nous pencher sur celles que nous considérons comme les plus cruciales, notamment les contraintes liées à l'économie informelle, aux questions financières, au marché du travail, à l'accès aux terrains industriels, aux aspects administratifs et judiciaires, entre autres (.Dris, 2022).

Les contraintes associées à l'économie informelle sont omniprésentes dans le contexte des petites et moyennes entreprises (PME), bien que la taille exacte de ce secteur demeure inconnue. Ce secteur non structuré peut être subdivisé en plusieurs catégories, notamment les formels, les formels non enregistrés, les formels-informels et les informels purs.

L'ampleur de l'économie informelle en Algérie n'est pas clairement établie, mais selon une enquête nationale auprès des ménages réalisée par l'Office National des Statistiques en 2007, environ les deux tiers des micro-entrepreneurs sont classés comme "informels" dans l'ensemble de l'activité économique. Ce chiffre témoigne de l'absence de frontière nette entre le formel et l'informel, où les activités spéculatives prévalent souvent sur les activités productives. Ainsi, l'environnement socioéconomique des PME en Algérie reste largement influencé par le secteur informel, ce qui se traduit par diverses manifestations, notamment :

- ✓ La sous-déclaration des ressources humaines, financières et technologiques.
- ✓ La fraude fiscale.
- ✓ La concurrence déloyale des importateurs qui parviennent à contourner les barrières tarifaires.
- ✓ La pratique de la non-facturation.

En outre, les contraintes financières représentent un autre défi majeur pour les PME en Algérie. L'accès au financement, en particulier à moyen et long terme, est identifié comme

l'un des principaux obstacles entravant leur développement et leurs investissements. Ce problème est particulièrement aigu pour les PME qui manquent de garanties suffisantes pour obtenir un crédit. Les défis financiers auxquels sont confrontées les PME algériennes comprennent (Carl, 2009):

- L'absence de partage du risque dans les institutions de financement.
- Le coût élevé du crédit et les garanties excessives exigées par les banques, ainsi que des délais de traitement des demandes de crédit longs.
- L'inefficacité de la réglementation des changes, qui n'est pas adaptée aux échanges de services.
- Un système de fiscalité lourd et dépourvu de vision stratégique pour le développement.
- Le manque d'adaptation des banques aux besoins de financement des PME, avec des procédures lourdes et inadaptées aux nouvelles réalités économiques.

Face à ces contraintes, de nombreux dirigeants de PME sont contraints de recourir aux ressources familiales (autofinancement) et aux réseaux de financement informel pour survivre, en attendant des améliorations dans le système de financement formel.

Par ailleurs, les contraintes liées au marché du travail en Algérie sont diverses, notamment le manque d'experts en gestion, de gestionnaires qualifiés, et de techniciens qualifiés. De plus, la gestion des ressources humaines, y compris les contrats et les coûts de licenciement, pose également des défis. Les programmes de formation ne sont pas toujours adaptés aux besoins réels des entreprises, en particulier en matière de gestion moderne et de marketing. Les compétences en langues étrangères des nouveaux diplômés sont souvent insuffisantes. En ce qui concerne le marché du foncier industriel, des problèmes tels que le manque de transparence dans le traitement des dossiers, les différences de prix entre le foncier public et privé, ainsi que l'inutilisation de nombreux terrains viabilisés, entravent le développement de projets et d'investissements.

Enfin, les contraintes administratives sont un défi supplémentaire. L'administration publique en Algérie est souvent perçue comme un obstacle majeur à l'émergence d'une économie de marché axée sur la concurrence libre et la promotion de l'investissement privé, en raison du manque de transparence, de la lourdeur des procédures, du manque de coordination entre les organismes et de l'absence de structures d'accueil et d'encadrement. (bouzar., 2010).

4. Les Perspectives de développement des PME algériennes :

Les perspectives de développement des PME en Algérie sont marquées par diverses considérations. Bien que des programmes et des efforts aient été déployés, les résultats

concrets ne sont pas toujours satisfaisants en raison du gaspillage d'énergie et de ressources. Pour garantir l'efficacité d'un tel dispositif, il est impératif d'adopter des règles strictes qui excluent ceux qui n'en ont pas besoin, afin de maximiser les ressources disponibles pour les projets et les PME qui en ont réellement besoin. Cependant, la multiplicité des acteurs institutionnels et l'absence de coordination entre ces organismes entravent le développement des PME en Algérie. Une politique de développement globale, dotée de programmes de soutien bien structurés, est nécessaire à moyen et long terme pour renforcer le secteur (Aitmedjber, 2017).

Pour consolider l'écosystème des PME, il est essentiel de créer des centres locaux d'assistance pour les procédures de création et de démarrage d'entreprises, tout en augmentant le nombre d'unités économiques et industrielles. L'objectif de parvenir à 1,5 million de PME, tel que préconisé par les experts, est crucial pour stimuler l'économie nationale. (Legima, 2014).

L'Algérie compte un nombre considérable de très petites entreprises (TPE), qui représentent 96,15 % des PME. Compte tenu de l'importance économique des PME, il est nécessaire de lever les contraintes et les handicaps structurels qui entravent leur développement. Pour ce faire, plusieurs mesures et actions sont recommandées, notamment :

- Mise en place d'un système national efficace de collecte, d'analyse et de diffusion d'informations économiques et financières, ainsi que la promotion de l'utilisation des nouvelles technologies de communication, notamment Internet.
- Renforcement de la capacité de financement des entreprises par la création d'une banque spécialisée dans le financement des PME, sur le modèle d'OSEO en France ou de la BFPME en Tunisie. Cette banque aurait pour mission d'accompagner le développement des PME à toutes les étapes de leur croissance et de faciliter leur accès aux financements.
- Réforme du système bancaire pour qu'il s'implique davantage dans le financement des petites entreprises, en développant des instruments adaptés à leurs besoins spécifiques et en décentralisant la décision d'octroi de crédit.
- Réforme de l'administration publique pour l'adapter aux exigences de l'économie de marché, réduire la bureaucratie et la corruption, et faciliter les procédures administratives.
- Formation des dirigeants de PME par le biais de séminaires sur la gestion, l'organisation du travail et l'utilisation des outils informatiques. La création d'un réseau de centres de formation pour les dirigeants de PME pourrait également être envisagée.

- Implication accrue des collectivités locales (communes et wilayas) dans la promotion des PME, en leur permettant de fournir des orientations et des aides techniques grâce à des budgets spécifiques.
- Développement du financement par le capital-risque et du microcrédit, afin de soutenir les individus qui n'ont pas les moyens financiers de créer leur entreprise et de stimuler la créativité.
- Facilitation de l'accès au foncier à des coûts raisonnables pour les porteurs de projets de création d'entreprise.
- Promotion de l'apprentissage des langues étrangères chez les chefs d'entreprise et les nouveaux diplômés, compte tenu de la prédominance de l'anglais sur Internet.
- Encouragement de la diversification des PME et des PMI par le biais de la sous-traitance et le soutien des activités artisanales, avec des incitations fiscales et financières appropriées.
- Création de dispositifs d'aide spécifiques pour les PME orientées vers les technologies de l'information et de la communication, afin de promouvoir l'innovation.
- Renforcement du rôle des pouvoirs publics pour améliorer la compétitivité des entreprises, stimuler l'innovation et accroître la taille des PME.
- Création d'organismes de soutien et d'accompagnement pour le développement international des PME algériennes.
- Vulgarisation des aides financières et des garanties existantes pour encourager l'utilisation des lignes de crédit ouvertes.
- Mise en place de mécanismes de contrôle pour minimiser les pratiques hasardeuses susceptibles de nuire aux mesures et aux programmes d'appui aux PME.

En résumé, le développement des PME en Algérie requiert une approche holistique et une série de mesures visant à lever les obstacles qui entravent leur croissance, afin de stimuler l'économie nationale et de favoriser la création d'emplois.

CONCLUSION DU CHAPITRE I

Il est admis que les petites et moyennes entreprises (PME) jouent un rôle crucial tant sur le plan social que sur le plan économique d'un pays. Pour assurer leur survie, elles dépendent non seulement d'un financement adéquat, mais également d'un accompagnement continu. Nous avons examiné les principales modalités de financement pour les PME, et il apparaît que le financement traditionnel a occupé une place prépondérante dans leur viabilité.

Cependant, en raison des diverses crises financières et des réglementations prudentielles en vigueur, les PME ne recherchent pas simplement un fournisseur de financement, mais également un partenaire capable de les accompagner, de les conseiller, et de prendre en charge et gérer une partie des risques.

Dans ce contexte, le financement participatif émerge comme une solution salvatrice pour les PME. Ce mode de financement offre une alternative attractive en fournissant non seulement des fonds, mais également un réseau de soutien, des conseils, et une répartition des risques.

CHAPITRE 2

LE FINANCEMENT

PARTICIPATIF :

CONCEPTUALISATION

ET FONCTIONNEMENT

INTRODUCTION DU CHAPITRE II

Dans le chapitre précédent, nous avons étudié les PME et parmi ses modes de financement on a constaté une nouvelle modalité de financement qui émerge sous la forme du financement participatif, également appelé Crowdfunding. Dans ce chapitre nous allons nous pencher sur ce nouveau mode de financement. Car cette ressource financière prend de plus en plus d'ampleur dans le monde. C'est pourquoi connaître ses notions est devenu primordial. Ce présent chapitre portera sur les concepts qui concernent le Crowdfunding. Il est subdivisé en trois sections.

La première section récapitule les concepts fondamentaux du financement participatif, ainsi que les objectifs et les attributs qui le caractérisent. La deuxième section aborde l'évolution historique de cette jeune industrie de financement. Ensuite, elle nous permettra une vue d'ensemble sur le Crowdfunding dans le monde et quelques réglementations de celui-ci.

La troisième section est consacrée au fonctionnement, types, et acteurs du financement participatif. Elle va aussi mettre accent d'un côté, sur les motivations des investisseurs à prendre part dans ce financement et les facteurs clés de succès d'une collecte de Crowdfunding. Et d'un autre côté, sur les avantages et les inconvénients de ce dernier. Et au final, en verra la relation entre les PME et le financement participatif et comment il peut être une solution alternative pour ces entreprises.

Section 1 : Concepts fondamentaux du Financement Participatif

Dans cette section, nous nous consacrerons entièrement à l'exploration du concept de financement participatif. Pour faciliter une compréhension plus approfondie, nous allons diviser cette exploration en trois points essentiels. Dans un premier temps, nous proposerons une définition du Crowdfunding, puis nous examinerons ses objectifs et caractéristiques. Enfin, nous plongerons dans l'origine de cette méthode de financement et les raisons qui ont conduit à son émergence.

1- Définitions du Financement Participatif :

Le " Financement Participatif," plus couramment désigné sous l'appellation de " Crowdfunding," constitue une méthode alternative de financement qui établit une connexion entre les investisseurs particuliers et ceux en quête de financement pour un projet spécifique. En termes littéraux, le crowdfunding implique de solliciter le soutien du grand public pour collecter des fonds, généralement sous forme de petites contributions, afin de financer un projet donné. (CSOEC, 2016).

La Commission européenne, quant à elle, définit le crowdfunding comme étant « an emerging alternative form of financing that connects those who can give, lend or invest money directly with those who need financing, for a specific project. It usually refers to public online calls to contribute finance to specific projects » (la Commission européenne, 2020).

Lambert et Schwienbacher définissent le Crowdfunding comme « An open call, essentially through the Internet, for the provision of financial resources either in form of donation or in exchange for some form of reward and/or voting rights in order to support initiatives for specific purposes» (Belleflame, Lambert, T, & Schwienbacher, A, 2010). Il s'agit donc d'une offre publique principalement réalisée via Internet, visant à obtenir des ressources financières, que ce soit sous forme de dons, en échange de récompenses, ou de droits de vote, dans le but de soutenir des initiatives liées à des projets spécifiques.

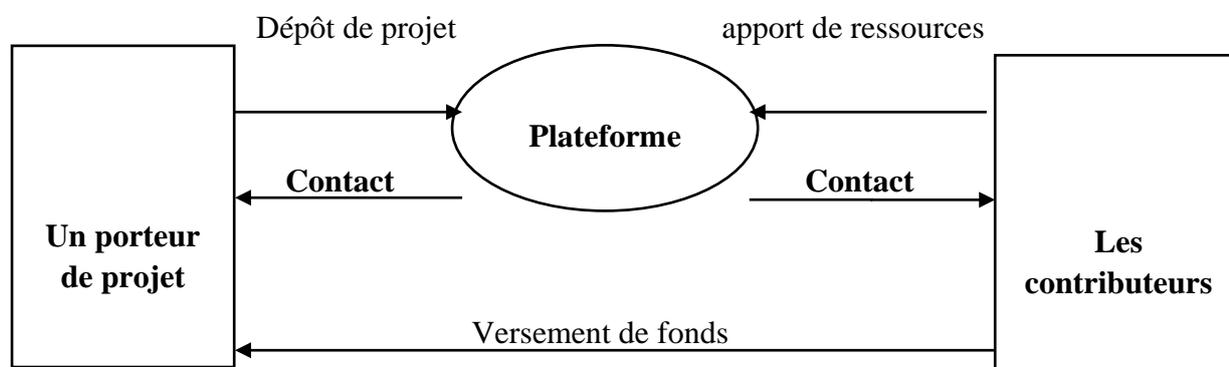
E. Mollick quant à lui, il a apporté une définition qui permet de couvrir l'ensemble des modèles existants. Dès lors, nous proposons une définition qui couvre l'ensemble du financement participatif à savoir le « Crowdfunding refers to the efforts by entrepreneurial individuals and groups cultural, social, and for profit to fund their ventures by drawing on relatively small contributions from a relatively large number of individuals using the Internet, without standard financial intermediaries. » qui signifie que le crowdfunding, désigne l'ensemble des opérations entreprises par les porteurs de projets, qu'ils soient des individus ou des groupes, dans les domaines culturels, sociaux ou entrepreneuriaux (Mollick, E, 2014). L'objectif de ces initiatives est de réunir les ressources financières indispensables à la réalisation de leurs projets. Pour ce faire, ils sollicitent des contributions de montants modestes provenant d'un vaste nombre d'individus par le biais d'Internet, tout en évitant le recours aux canaux financiers traditionnels tels que les institutions bancaires ou les investisseurs conventionnels.

Le Crowdfunding est défini aussi comme « un effort collectif de nombreux individus qui se mettent en réseau et réunissent leurs ressources pour soutenir des efforts entrepris par d'autres individus ou organisations (De Buysere, Gajda, O, Kleverlaan, R, & Marom, D, 2012). Ceci est généralement réalisé avec l'aide d'Internet. Des projets individuels et des entreprises sont financés par de petites contributions provenant d'un grand nombre d'individus, ce qui permet à des innovateurs, des entrepreneurs et des actionnaires d'utiliser leurs réseaux sociaux pour lever des capitaux. » (Dejong, 2015).

Le terme de crowdfunding peut donc être expliqué de différente façon (Valenciene & Jegeleviciute, S, 2013). Il peut être perçu comme un processus (Ramsey, 2012), une approche

(Bechter, Jentzsch, S, & Frey, M, 2011), une stratégie de formation du capital (Sigar, 2012), une méthode de lever de fond (Wheat, Wang, Y, Byrnes, J, & Ranganathan, J, 2012), ou un mécanisme financier (Powers, 2012).

Figure N°07 : Schéma du processus de financement participatif



Source : Schéma élaboré par nous-mêmes.

1-1- Les Objectifs et Attributs du Crowdfunding :

À ce stade, nous examinerons les objectifs fondamentaux qui sous-tendent l'existence du Crowdfunding, ainsi que les caractéristiques intrinsèques qui lui confèrent son identité distinctive.

1-1-1- Objectifs du Crowdfunding :

Le financement participatif vise à mobiliser des ressources financières auprès d'un large groupe de contributeurs, via des plateformes en ligne, dans le but de soutenir des projets, des entreprises, ou des initiatives diverses. Il est aussi considéré comme un moyen pour pallier les réticences et les difficultés des canaux traditionnels, ce qu'est important pour les PME ou des start-up de recourir à ce financement surtout en phase de création. . (FASSHAUER, 2016) .

Il permet aussi de rassembler une communauté de partisans et de créateurs autour d'un projet commun et diversifier les sources de financement c'est à dire Il offre la possibilité de diversifier les sources de financement en sollicitant de petites contributions de nombreux individus, plutôt que de dépendre d'un petit nombre d'investisseurs importants. Enfin il aide à tester le marché, Le crowdfunding peut servir de moyen pour évaluer la demande potentielle d'un produit ou d'un projet en obtenant un soutien financier préalable. Au final le but du financement participatif, n'est pas seulement de collecter des fonds et tirer ou procurer un profit de son investissement, mais de soutenir un innovateur ou un porteur de projets à concrétiser son idée et réaliser son projet (Rhabra & Guerguer, 2015).

1-1-2- Les attributs du Crowdfunding

Les attributs distinctifs du crowdfunding sont les suivantes :

-Le Crowdfunding est considéré comme un moyen alternatif et transparent de financement des projets par le public sur une plateforme

-Plateformes en ligne : Le crowdfunding est principalement réalisé via des plateformes en ligne dédiées, où les créateurs de projets présentent leurs initiatives et les contributeurs font des dons ou des investissements (Khodheir & Ouguenoune , 2021).

-Diversité des modèles : Il existe divers modèles de crowdfunding, notamment le don, le prêt, l'investissement en actions et le financement participatif par prêt (crowdlending), chacun ayant ses propres règles et mécanismes.

-Partage des risques et des récompenses : Les contributeurs peuvent recevoir des récompenses symboliques, des produits ou une participation aux bénéfices selon le modèle de financement, tout en acceptant un certain niveau de risque.

Accessibilité élargie : Le crowdfunding permet à des personnes du monde entier de soutenir des projets qui les intéressent, ce qui élargit l'accès aux opportunités de financement.

Transparence et communication : Les créateurs de projets sont tenus de communiquer régulièrement avec leurs contributeurs et de rendre compte de l'avancement de leurs initiatives.

Évolution réglementaire : Les réglementations entourant le crowdfunding varient d'un pays à l'autre et évoluent constamment pour s'adapter à ce mode de financement en constante expansion (Katarzyna, 2020).

-La campagne a toujours une durée courte allant de 20 à 90 jours maximum

-Le Crowdfunding se fait toujours par une démarche via internet. (SALIHA, 2018)

-Il utilise un circuit financier décentralisé et souple que le finance traditionnelle

-Le financement participatif offre aux projets des conditions attirantes pour démarrer le projet facilement.

De plus, il convient de noter que le financement participatif se distingue par la réduction des coûts associés. En effet, les coûts représentent un élément crucial à prendre en compte lorsqu'un porteur de projet cherche à recueillir des fonds. Les entreprises optent fréquemment

pour l'approche participative en raison de ses avantages en matière de réduction des coûts, ce qui leur permet de raccourcir le cycle de développement de nouveaux produits. De plus, il est pertinent de souligner que les taux de réussite varient entre les organisations à but lucratif et celles à but non lucratif lorsqu'il s'agit de collecter des fonds via le crowdfunding (Kleemann & G. Gunter Vob, 2008). En effet, selon les travaux de Schweinbacher et al. (2010), les organisations à but non lucratif semblent avoir une probabilité plus élevée de succès dans le domaine de la collecte de fonds grâce au crowdfunding (Zhang, 2010-2011).

Tableau N°08 : Comparaison entre le crowdfunding et les autres sources de financement

	Crowdfunding	Love money	Capital-risque	Business Angels	Prêt bancaire
Interaction directe avec les investisseurs	Oui	Oui	Non	Oui	Non
Retour direct des clients	Oui	Non	Non	Non	Non
Transparence dans le processus de financement	Oui	Oui	Oui	Oui	Non
Rassembler une communauté et l'engager	Oui	Non	Non	Non	Non

Source : (GERMON & MAALAOUI, Le crowdfunding, une nouvelle voie de financement pour les PME, 2015).

2- L'évolution historique du Crowdfunding

Cette partie va nous permettre de savoir d'où l'actuel financement participatif tire ses origines, ainsi que les facteurs qui ont aidé à l'expansion du Crowdfunding

2-1 Origines du Crowdfunding

En se basant sur le principe que la finance participative implique la collecte de fonds auprès de particuliers et de donateurs variés, en contournant l'intervention des intermédiaires

financiers traditionnels, il est possible d'affirmer que le terme "Crowdfunding" est relativement récent. Cependant, ses idéaux et son mode opératoire trouvent leurs racines dans une période historique antérieure, plus précisément aux XVII^e et XVIII^e siècles. Bien que le concept ne portait pas alors l'appellation de financement participatif, il embrassait les mêmes principes que ceux observés dans le crowdfunding contemporain, notamment l'engagement en faveur de la charité, de l'entraide et de la solidarité. Afin d'illustrer ces propos, la présente section mettra en exergue des exemples historiques qui attestent de la pratique du financement participatif à l'époque.

Le financement de la Statue de la Liberté est un exemple emblématique du recours au crowdfunding. En automne 1875, la campagne de collecte de fonds fut initiée. À l'époque, les méthodes de collecte de fonds comprenaient la publication d'articles dans la presse, l'organisation de banquets, de loteries, de levées de fonds par le biais de taxation publique, ainsi que la tenue de spectacles. Cependant, le financement provenait principalement de dons émanant de particuliers. À la fin de l'année 1875, la somme de 400 000 francs avait été réunie, et 100 000 souscripteurs s'étaient engagés. Face aux difficultés de collecter de nouveaux fonds en 1876, le bras portant la torche de la statue fut expédiée aux États-Unis pour être présenté à l'Exposition universelle de Philadelphie, où une loterie fut organisée dans le but de lever des fonds en vue de poursuivre les travaux. En 1878, le sculpteur Auguste Bartholdi présenta la tête de son œuvre à l'Exposition universelle de Paris, mais le financement demeurait un défi. Finalement, en 1880, la France prit en charge l'intégralité du financement, en réaction au refus du Congrès américain de soutenir la construction du socle de la statue. Joseph Pulitzer, le fondateur du journal "The New York World", sollicita financièrement les classes aisées pour contribuer au projet, qui nécessitait 800 000 dollars. Ainsi, cette statue mondialement célèbre fut financée grâce à la participation collective de nombreux individus (NEDMIC, 2020).

Un autre exemple pertinent de crowdfunding est illustré par l'initiative de John Cassavetes pour son film "Shadows" en 1959. Il utilisa l'expression "Financez un film qui vous ressemble" pour convaincre les auditeurs d'une émission de radio locale. Lors d'une émission de Jean Shepherd, intitulée "Night People", diffusée à 1h00 du matin, le jeune réalisateur avança l'idée qu'il était possible de réaliser son film si chaque auditeur de la radio lui envoyait un dollar. Un jour après cet appel, il avait recueilli 2001 dollars. C'est ainsi que la première version du film a pu voir le jour, bien que celle-ci ait rencontré des critiques mitigées. À la suite de cet insuccès initial, le producteur Papatakis a prêté 2 000 dollars, et des amis ont contribué à hauteur de 13 000 dollars pour permettre 10 jours de tournage supplémentaires (Cazemajour, 2013). Ces exemples illustrent comment le crowdfunding a été mis en œuvre

dans des projets artistiques et culturels, mobilisant la participation financière de la communauté pour concrétiser des œuvres créatives.

Le crowdfunding puise également ses origines dans le concept de la tontine, un mécanisme dans lequel des individus partageant des objectifs communs cotisent de manière collaborative et se répartissent les dividendes générés. Dans le cas où l'un des participants décède, sa part est redistribuée parmi les autres membres, jusqu'à ce que la totalité des parts repose entre les mains du dernier survivant parmi eux.

Un exemple remarquable de financement collaboratif à long terme est illustré par la construction de la Sagrada Família en Espagne, plus précisément à Barcelone. Ce projet a été soutenu par des dons depuis les années 1882, et cette collecte de fonds se poursuit jusqu'à nos jours. À partir de 1920, des activités religieuses telles que des célébrations, des pèlerinages, des processions et des messes ont été organisées pour mobiliser des ressources. La construction finale de la Sagrada Família est programmée pour l'année 2026, et son financement demeure principalement constitué de dons et des revenus générés par les visites effectuées au sein de l'église.

L'architecte de ce temple, Antoni Gaudí, exprimait sa vision de manière poignante en déclarant : "Je ne compléterai ni ne développerai le fragment de maquette des clochers de la façade principale. J'ai décidé de le laisser seulement programmée pour qu'une autre génération collabore au temple, comme on le voit de manière répétée dans l'histoire des cathédrales, dont les façades ne sont pas seulement l'œuvre d'autres auteurs sinon d'autres styles". (Albert Fargas Bepin, 2009). La Sagrada Família rassemble des individus du monde entier attirés par la magnificence de ce temple auquel Gaudí a consacré toute sa vie à réaliser. L'objectif est de témoigner de la volonté et de la détermination d'une communauté mondiale désireuse de contribuer à la concrétisation de la vision de Gaudí, à savoir faire de cette cathédrale un lieu d'accueil pour les démunis. (Hélène, 2012).

Le crowdfunding découle également de certains concepts qui, bien que non directement liés à ses origines historiques, sont enracinés dans les nouveaux besoins de financement émanant des acteurs économiques contemporains. Jeff Howe et Mark Robinson, rédacteurs du magazine Wired et inventeurs du terme "crowdsourcing," ont affirmé que le crowdfunding représente un sous-ensemble du système de crowdsourcing. Le crowdsourcing est un processus où une tâche est subdivisée en de multiples petites tâches pour la rendre accessible à un grand nombre de contributeurs (Markria Djelloule). Gobble prétend que c'est Michael Sullivan qui a inventé le mot « crowdfunding » en 2006 (Gobble, 2012).

L'économie collaborative est un concept récent qui repose sur le partage de biens, de services, d'espaces, d'outils, de connaissances et de compétences. Cette économie collaborative s'est développée rapidement grâce à l'essor de la technologie, de l'information, et des plateformes en ligne. Elle prend diverses formes, parmi lesquelles le financement participatif (La toupie, 2020):

- Le partage de biens ou de ressources, qui englobe des pratiques telles que la cohabitation, le prêt de matériel, et la location de véhicules entre particuliers.
- Le partage de services et de compétences, comprenant des activités comme les cours en ligne, le coworking, et l'échange de temps de travail.
- La finance collaborative, qui concerne le prêt d'argent entre particuliers, englobant ainsi le financement participatif (crowdfunding).
- La production contributive, qui englobe des activités telles que la fabrication numérique et l'utilisation d'imprimantes 3D.

2-2-Les motivations à l'origine du Crowdfunding :

Le crowdfunding, ou financement participatif, a émergé au cours des deux dernières décennies comme une modalité de collecte de fonds alternative qui a profondément modifié les paysages financier, entrepreneurial et créatif. Cette forme de financement a captivé l'attention des entrepreneurs, des artistes, des porteurs de projets et des investisseurs du monde entier. Pour mieux comprendre son apparition et son essor, il est essentiel d'analyser les facteurs sous-jacents qui ont motivé cette évolution.

Le crowdfunding trouve ses racines dans une combinaison de besoins non satisfaits et d'opportunités technologiques. Au cours de la dernière décennie du XXe siècle et au début du XXIe siècle, plusieurs facteurs ont contribué à son avènement

Deux raisons cruciales peuvent être identifiées pour expliquer l'avènement du crowdfunding. La première repose sur les obstacles auxquels les PME sont confrontées en ce qui concerne l'obtention de crédits bancaires. La deuxième raison réside dans le rôle fondamental joué par Internet et les avancées de l'informatique dans l'émergence du crowdfunding (Harvie, Narjoko, & Oum, S, 2013).

2.2.1. Réponse aux besoins de financement non satisfaits

Une des raisons majeures qui ont conduit à l'apparition du crowdfunding réside dans la réponse à des besoins de financement non satisfaits. Les petites et moyennes entreprises (PME), en particulier les micro-entreprises, ainsi que de nombreux projets créatifs et sociaux, se sont heurtés à des difficultés pour obtenir des financements auprès des sources de

financement traditionnelles. Les processus bureaucratiques, les critères stricts de prêt, et les exigences élevées en matière de garanties ont rendu le financement traditionnel inadéquat pour de nombreux entrepreneurs. Le crowdfunding est apparu comme une solution à cette problématique, offrant un moyen d'obtenir des fonds directement auprès du public, contournant ainsi les obstacles des institutions financières traditionnelles (Damodaran, 2008).

2.2.2. Connectivité internet

L'avènement d'Internet a grandement contribué à la popularité du crowdfunding. Les plateformes de crowdfunding en ligne ont créé un espace numérique où les porteurs de projets peuvent présenter leurs idées à un public mondial. Cette connectivité a permis d'atteindre un large éventail de contributeurs potentiels, facilitant ainsi la collecte de fonds. L'accès à Internet a également permis de rendre transparents les processus de financement, renforçant la confiance des contributeurs dans les projets qu'ils soutiennent.

2.2.3. Démocratisation de l'investissement

Le crowdfunding a favorisé la démocratisation de l'investissement. Il a ouvert la voie à un éventail diversifié de personnes, des petits investisseurs individuels aux particuliers passionnés par un projet, pour devenir des investisseurs. Cette démocratisation a supprimé les barrières traditionnelles à l'investissement et a permis aux individus de soutenir les projets qui les intéressent, tout en diversifiant leurs portefeuilles.

2.2.4. Innovation technologique

Les avancées technologiques, y compris les systèmes de paiement en ligne, les réseaux sociaux, et les analyses de données, ont contribué à rendre le crowdfunding plus efficace et convivial. Les plateformes de crowdfunding utilisent des technologies avancées pour faciliter les transactions, surveiller les campagnes, et permettre aux porteurs de projets de promouvoir leurs initiatives. La technologie a permis d'automatiser de nombreux aspects du crowdfunding, améliorant ainsi l'efficacité et la sécurité des transactions.

2.2.5. Engagement communautaire

Le crowdfunding a également favorisé l'engagement communautaire. Les campagnes de crowdfunding rassemblent souvent des communautés d'individus partageant des intérêts communs. Ces communautés se forment autour de projets, d'idées ou de causes, créant un sentiment d'appartenance et d'engagement. Cette dynamique renforce la vitalité des campagnes, encourageant un plus grand nombre de personnes à contribuer.

2.2.6. Flexibilité et diversité

Une caractéristique essentielle du crowdfunding est sa flexibilité. Les plateformes de crowdfunding offrent divers modèles, dont le don, le prêt, l'investissement en capital, et le préachat de produits. Cette diversité permet aux porteurs de projets de choisir le modèle de financement qui convient le mieux à leurs besoins et à leur public cible. Les contributeurs, de leur côté, peuvent sélectionner les projets qui correspondent à leurs préférences et objectifs financiers.

2.2.7. Réduction des risques

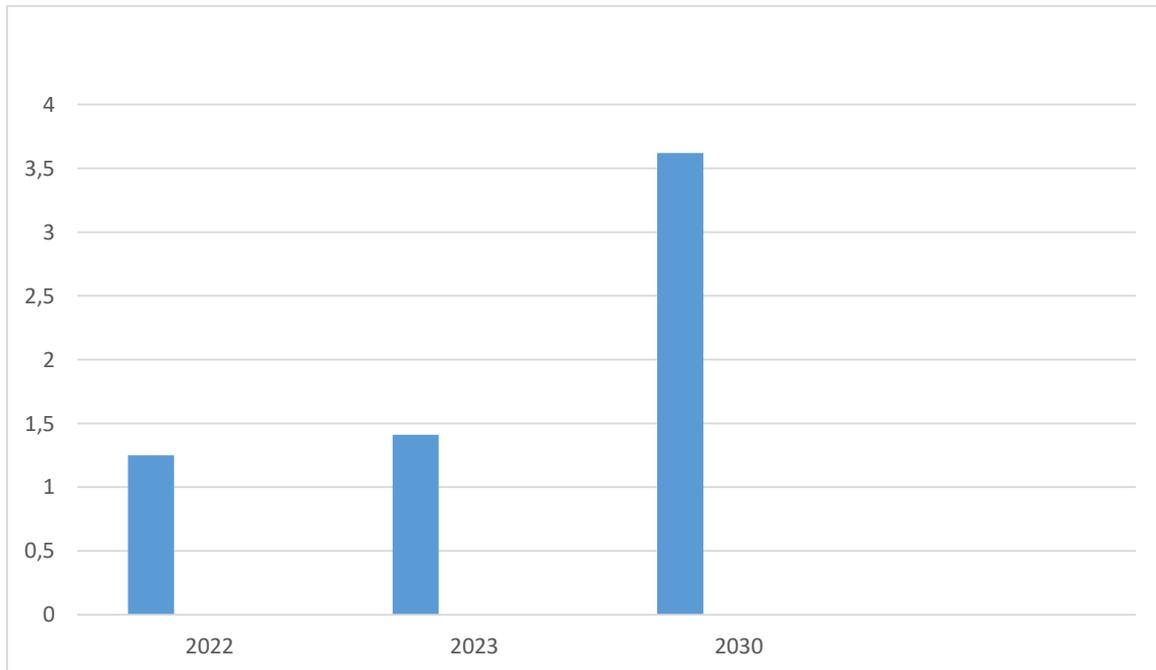
Le crowdfunding réduit certains risques pour les investisseurs et les prêteurs. En investissant de petites sommes dans de multiples projets, les risques sont répartis, ce qui permet de minimiser les pertes en cas d'échec d'un projet. De plus, les plateformes de crowdfunding fournissent des informations détaillées sur les projets, permettant ainsi aux investisseurs de prendre des décisions éclairées. La transparence des campagnes et les commentaires des contributeurs potentiels contribuent à évaluer les projets de manière plus informée.

Section 2 : Evolution et réglementation du Crowdfunding dans le monde

1. Un aperçu sur le Financement Participatif dans le monde :

Au sein de cette section, nous nous efforcerons d'explorer le domaine du crowdfunding en mettant en lumière certaines des figures de proue de ce secteur. Notre objectif consistera à présenter des données statistiques actuelles relatives à divers pays, débutant par l'Amérique du Nord, puis évoquant la situation au Royaume-Uni, puis en France, en Espagne, en Allemagne et enfin en Afrique. Par ailleurs, nous fournirons un aperçu succinct du paysage du crowdfunding dans les pays maghrébins (Maroc, Algérie, Tunisie) (Massolution, 2014 & 2015).

Figure N°08 : Taille du marché du financement participatif dans le monde en 2022 et 2023 avec une prévision pour 2030(en milliards de dollars américains)



Source : <https://www.statista.com/statistics/1078273/global-crowdfunding-market-size/>

En 2023, la taille du marché mondial du financement participatif était évaluée à 1,41 milliard de dollars américains et devrait plus que doubler d'ici 2030, avec une croissance annuelle composée (TCAC) de 14,5 %. L'une des plus grandes plateformes de financement participatif, Kickstarter, a lancé plus de 592 000 projets en mai 2023.

1.1. En Amérique du nord :

Depuis son origine, le crowdfunding a trouvé un solide ancrage aux États-Unis. Ce succès peut être attribué en partie à la sophistication du système bancaire et à l'essor du commerce en ligne, mais aussi à la nature entrepreneuriale de la culture américaine. Les États-Unis ont été pionniers dans le domaine du financement participatif et ont connu une croissance significative en termes d'investissements réalisés grâce à cette approche (Surowiecki, 2004).

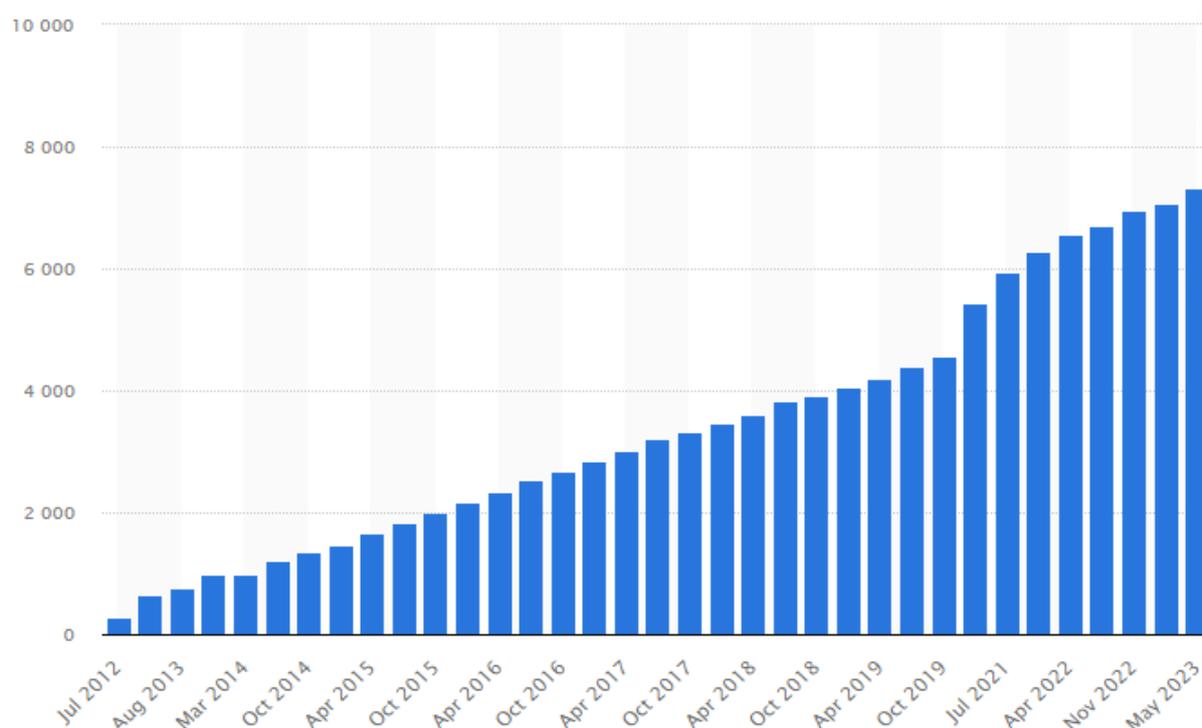
L'Amérique du Nord domine le marché du crowdfunding, abritant plus de 375 plateformes de financement participatif. En mai 2023, le montant total des promesses de financement avait franchi la barre des 7,31 milliards de dollars américains.

Une avancée majeure dans le domaine du crowdfunding est la possibilité d'acquérir des actions via ces plateformes, grâce à la "loi Jumpstart Our Business Startups (JOBS)" aux États-Unis. Cette loi a conféré au crowdfunding un statut équivalent à celui des institutions

financières traditionnelles, renforçant ainsi sa position en tant que principal moyen de financement pour les petites et moyennes entreprises. De plus, cette législation a établi un précédent qui pourrait inciter d'autres pays à suivre l'exemple des États-Unis en la matière.

Parmi les plateformes de financement participatif les plus couramment utilisées aux États-Unis figurent Kickstarter et Indiegogo. Les fonds collectés ont largement servi à soutenir des entreprises et des initiatives entrepreneuriales, représentant près de la moitié de l'ensemble des fonds levés. Parallèlement, la popularité du crowdfunding dans le secteur immobilier continue de croître de manière significative (Bayus & Kuppuswamy, 2014).

Figure N°09 : Montant cumulé du financement promis aux projets Kickstarter de juillet 2012 à mai 2023(en millions de dollars américains)



Source : <https://www.statista.com/statistics/310218/total-kickstarter-funding/>.

Entre juillet 2012 et mai 2023, l'accumulation des fonds engagés pour soutenir des projets sur Kickstarter dans le monde entier a connu une croissance constante. En mai 2023, le montant total des promesses de financement avait franchi la barre des 7,31 milliards de dollars américains. Le projet le plus notable en termes de succès financier a été « Surprise ! Quatre romans secrets de Brandon Sanderson », qui a réussi à rassembler une somme impressionnante de plus de 40 millions de dollars américains en 2022.

1.2. En France :

Le marché français du financement participatif occupe une place de premier plan en Europe, ce qui explique la prolifération de nombreuses plateformes de financement participatif en France. Ces plateformes offrent aux investisseurs une variété d'opportunités, allant de l'investissement immobilier aux startups, couvrant ainsi un large éventail d'entreprises et d'industries. Cette diversification des opportunités permet aux investisseurs de constituer un portefeuille diversifié et de générer des revenus passifs. Cela témoigne de l'importance et de la croissance continue du secteur du financement participatif en France, offrant aux investisseurs des options de placement variées pour répondre à leurs objectifs financiers (Arraou, 2016).

La France compte actuellement un total de 103 plateformes de financement participatif, chacune se spécialisant dans différents types de financement, tels que les actions, la dette, les prêts, les récompenses, les dons, et les mini-obligations. Ces plateformes ouvrent des opportunités d'investissement aux investisseurs, qu'ils soient particuliers ou accrédités, et couvrent un large éventail de secteurs d'activité, notamment l'immobilier, les startups, les PME, le développement durable, l'énergie verte, la santé et la science, les prêts personnels, l'art, les causes sociales, l'éducation, l'agriculture et le sport.

Le montant minimum requis pour investir varie en fonction du type de plateforme de financement participatif et du secteur d'activité. Parmi ces plateformes, certaines proposent des opportunités d'investissement à partir de 1.07 US dollars, tandis que d'autres ont un montant maximal d'investissement plafonné à 107071 US dollars.

Parmi le nombre de plateformes de financement participatif cité ci-dessus, la plus ancienne a été fondée en 1972 et la plus jeune en 2023.

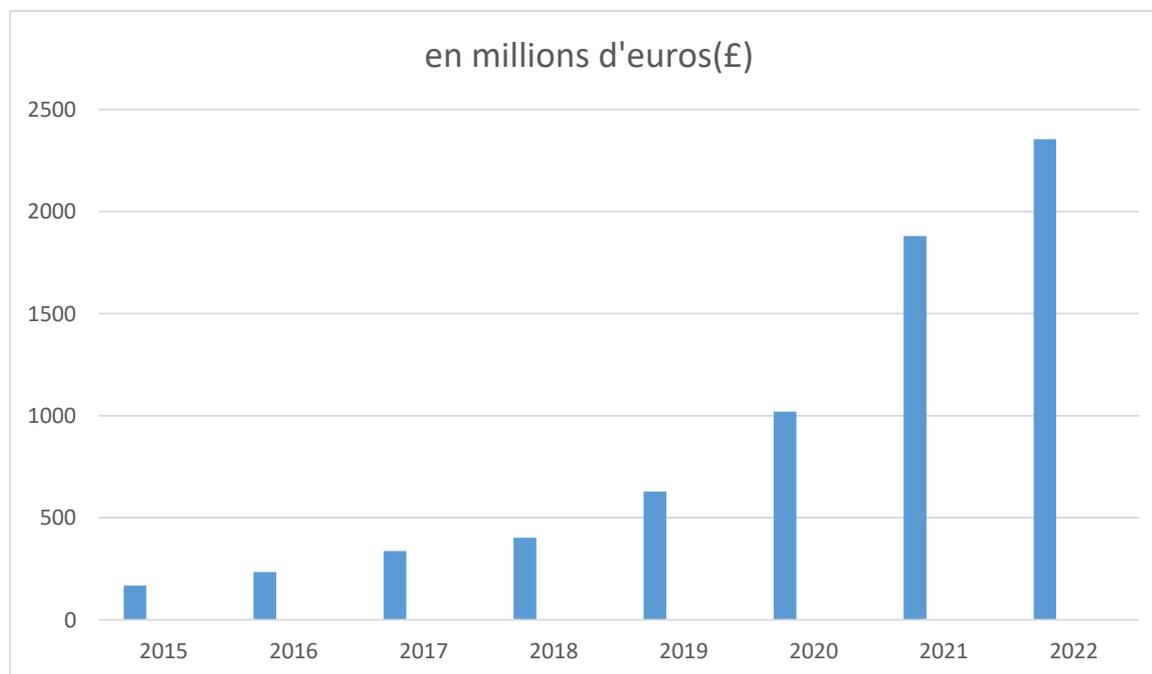
Les plateformes de financement participatif en France fonctionnent conformément à des réglementations spécifiques, en fonction de la nature de leurs activités. En général, tous les prestataires de financement participatif en France relèvent soit de la réglementation liée à l'Exempt Activities and Services Order (ESCP) s'ils sont soumis à l'autorité française de régulation, soit de la législation locale si cela est applicable.

Le marché du financement participatif en France offre une variété d'opportunités aux investisseurs ainsi qu'aux particuliers à la recherche de capitaux pour financer leur entreprise ou à la recherche de moyens pour contribuer à des dons pour des causes caritatives (Européenne, 17 Avril 2017).

La réglementation et la supervision de l'industrie visent à garantir la transparence, la sécurité et la conformité des plateformes, tout en encourageant l'innovation et la croissance du

secteur du financement participatif en France. Dans le graphe ci-dessous on va voir l'évolution du crowdfunding en France entre la période 2005 et 2022.

Figure N°10 : Le financement participatif Les fonds collectés en France (en millions d'euros)



Source : élaboré par l'auteur à partir des données du baromètre du crowdfunding en France 2022

Le crowdfunding continue de croître, malgré les perturbations macro-économiques, géopolitiques, sanitaires, et autres. En 2022, il a enregistré une augmentation de 25 %, ce qui témoigne de sa résilience en tant que solution d'épargne de plus en plus courante pour les Français. De plus, il est de plus en plus utilisé pour financer des projets porteurs de sens.

Depuis 2015, les chiffres du crowdfunding en France ont été multipliés par 14, atteignant ainsi un cumul de 7,5 milliards de dollars de financement, englobant tous les types de modèles transactionnels, que ce soit les dons, les prêts ou les investissements. Cette croissance significative reflète l'attrait croissant des Français pour le financement participatif en tant que moyen de financer des projets innovants, caritatifs et porteurs de valeurs, et souligne la place croissante du crowdfunding dans l'écosystème financier français.

1.3. Au Royaume-Uni :

Le marché britannique du financement participatif revêt une importance singulière en tant que l'un des plus anciens et emblématiques dans ce domaine. Les initiatives et les dispositions mises en place pour encadrer ce secteur ont incité d'autres nations à suivre cet exemple

régulateur. Il existe diverses illustrations de réussites notables parmi les plateformes de financement participatif au Royaume-Uni, offrant ainsi des opportunités d'investissement diversifiées. Ces opportunités englobent une gamme variée de domaines, allant de l'immobilier et des jeunes entreprises aux investissements axés sur l'impact social et le soutien à des causes philanthropiques (Chervyakov & Rocholl, 2019).

Toutefois, il convient de souligner l'importance de mener une diligence raisonnable, particulièrement dans un marché de grande envergure, étant donné que cela peut entraîner des défis potentiels et des risques financiers. Pour s'engager dans des activités d'investissement ou de levée de capitaux via des plateformes de financement participatif au Royaume-Uni, il est vivement recommandé de choisir des entités qui sont vérifiées, réglementées ou bien établies. Cette approche offre la garantie de perspectives positives en matière de rendement financier et de sécurité pour les investisseurs.

Au Royaume-Uni, on dénombre actuellement 92 plateformes de financement participatif, chacune se spécialisant dans divers instruments financiers tels que les actions, la dette, les prêts P2P, les récompenses, les dons, l'achat pour la location, et les mini-obligations. Ces plateformes ouvrent des opportunités d'investissement aux investisseurs particuliers et accrédités dans une variété de secteurs d'activité, y compris l'immobilier, les startups, les PME, le développement durable, les litiges, l'énergie verte, la santé et la science, les prêts personnels, l'art, les hypothèques, les causes sociales, l'éducation, le sport, et le secteur maritime.

Le montant minimal pour contribuer dépend du type de plateforme de financement participatif et du secteur d'activité. Parmi ces plateformes, certaines proposent des opportunités d'investissement à partir de 1 euro, alors que d'autres ont un montant maximal d'investissement plafonné à 107.000 US dollars.

Parmi le nombre de plateformes de financement participatif répertoriées, la plus ancienne a été fondée en 1985 et la plus récente en 2022.

Les plateformes de financement participatif au Royaume-Uni fonctionnent conformément à des réglementations et lois spécifiques qui dépendent de la nature de leurs activités. En général, les prestataires de financement participatif sont soumis à la réglementation de la Financial Conduct Authority (FCA) en vertu du régime d'Exempt Activities and Services Order (ESCP), ou ils se conforment aux législations locales qui peuvent être en vigueur.

L'ensemble du marché du financement participatif au Royaume-Uni offre un large éventail d'opportunités aux investisseurs ainsi qu'aux particuliers cherchant à lever des fonds

pour financer leur entreprise ou pour soutenir des initiatives caritatives. Ces opportunités englobent des modèles de financement variés, y compris le financement par actions, la dette, les prêts, les récompenses, les dons etc. En tant qu'investisseur ou porteur de projet, vous avez la possibilité de choisir la plateforme qui correspond le mieux à vos besoins et à vos objectifs financiers.

La réglementation et les pratiques de l'industrie visent à garantir la sécurité des investisseurs et la transparence des opérations, tout en encourageant l'innovation dans le secteur du financement participatif. Cela permet de créer un environnement favorable aux transactions de financement participatif au Royaume-Uni, offrant ainsi un moyen alternatif de collecte de fonds et d'investissement pour les particuliers et les entreprises.

1.4. En Allemagne :

L'Allemagne propose une vaste gamme de marchés de financement participatif, qui mettent à la disposition des investisseurs, qu'ils soient particuliers ou avertis, des opportunités d'investissement privé. Les plateformes allemandes de financement participatif se caractérisent par un haut degré de réglementation, néanmoins, il est toujours recommandé de mener vos propres recherches. Les sites web de financement participatif en Allemagne proposent des possibilités d'investissement aux petites et moyennes entreprises ainsi que dans le secteur de l'immobilier. Ils permettent aux investisseurs de créer de la richesse grâce au financement participatif. Cette approche offre une alternative attrayante pour les investisseurs en quête de diversification de leur portefeuille et de possibilités d'investissement dans des secteurs variés.

L'Allemagne compte actuellement un total de 129 plateformes de financement participatif, chacune se spécialisant dans une variété de types de financement, notamment les actions, les dettes, les prêts, les récompenses, les dons et les mini-obligations. Ces plateformes offrent des opportunités d'investissement aux investisseurs, qu'ils soient particuliers ou accrédités, dans un large éventail de secteurs d'activité. Ces secteurs comprennent l'immobilier, les startups, les PME, le développement durable, l'énergie verte, la santé et la science, la logistique, les prêts personnels, l'art, les causes sociales, l'éducation, l'agriculture, le sport, et le secteur maritime.

Le montant minimum d'investissement varie en fonction du type de plateforme de financement participatif et du secteur d'activité. Parmi ces plateformes, certaines proposent des opportunités d'investissement à partir de 1 euro, tandis que d'autres ont un montant maximal d'investissement plafonné à 53.500 US dollars.

Parmi toutes les plateformes de financement participatif répertoriées ici, la plus ancienne a été fondée en 2004 et la plus jeune en 2021.

En Allemagne, tous les prestataires de financement participatif sont régis soit par la réglementation liée à l'Exempt Activities and Services Order (ESCP) s'ils sont soumis à l'autorité de régulation allemande, soit par la législation locale applicable à leur **activité**.

Dans son ensemble, le marché du financement participatif en Allemagne offre une gamme variée d'opportunités aux investisseurs ainsi qu'aux particuliers à la recherche de fonds pour financer leur entreprise ou désireux de faire des dons à des causes caritatives.

La réglementation et les normes du secteur sont conçues pour assurer la transparence, la sécurité et la conformité des plateformes de financement participatif, tout en favorisant l'innovation et la croissance du secteur. Ainsi, le marché du financement participatif en Allemagne demeure un moyen attrayant de collecter des fonds pour les projets entrepreneuriaux, tout en donnant aux particuliers la possibilité de contribuer à des causes caritatives et sociales qui leur tiennent à cœur.

1.5. En Espagne :

Le marché espagnol du financement participatif est souvent cité parmi les marchés en développement les plus prometteurs, caractérisé par des réglementations claires. En conséquence, il offre un potentiel considérable tant pour les investisseurs que pour les entreprises à la recherche de capitaux. Nous avons compilé une liste des meilleures plateformes de financement participatif en Espagne, vous permettant ainsi d'explorer des opportunités d'investissement ou de solliciter des fonds pour vos projets. Cette offre variée témoigne de la croissance et du dynamisme du secteur du financement participatif en Espagne, ouvrant des possibilités tant pour les investisseurs que pour les entrepreneurs à la recherche de financement (Lopez-Gracia & Sogorb-Mira, 2008).

En Espagne, il existe actuellement un total de 42 plateformes de financement participatif, dont la plus ancienne a été fondée en 2009 et la plus récente en 2022 ; chacune se spécialisant dans différentes catégories de financement ; notamment les actions, la dette, les prêts, l'achat-location, et les mini-obligations. Ces plateformes offrent des opportunités d'investissement aux investisseurs, qu'ils soient particuliers ou accrédités, dans un éventail diversifié de secteurs d'activité. Ces secteurs incluent l'immobilier, les startups, les PME, le développement durable, l'énergie verte, la santé et la science, les prêts personnels, les causes sociales, et l'agriculture (Fondevila-Gascón, 2015).

Pour investir le montant dépend des types de plateforme de financement participatif et du secteur d'activité. Certaines plateformes proposent des opportunités d'investissement à partir de 1,07 US dollars, alors que d'autres ont un montant maximal d'investissement plafonné à 10.700 US dollars.

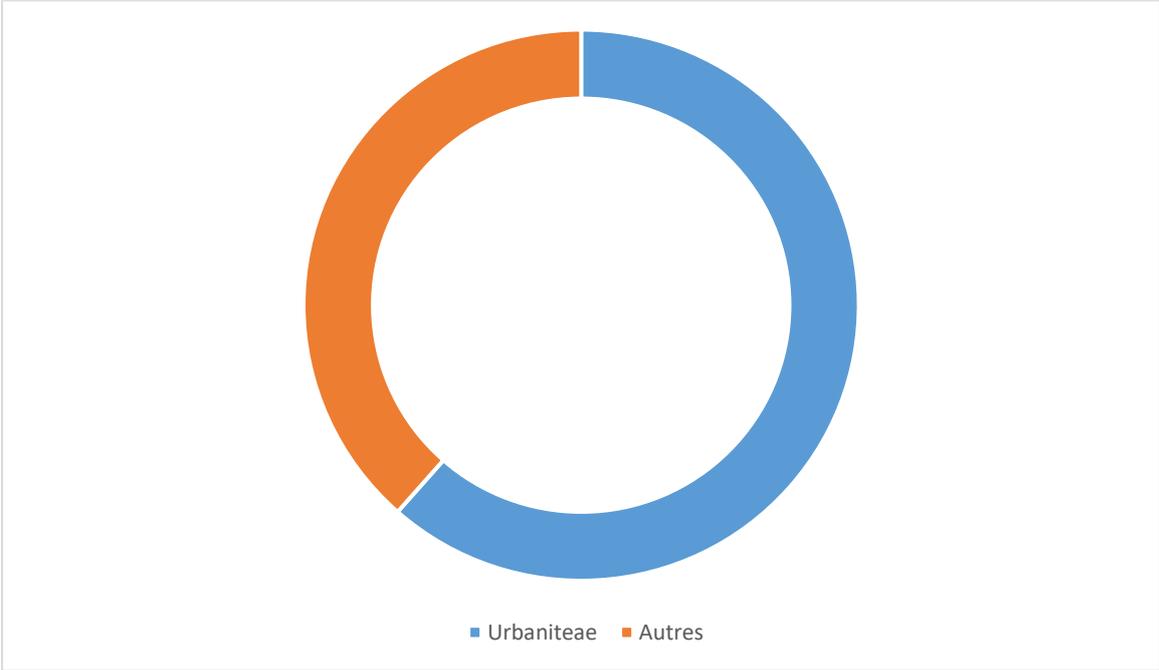
Cette diversité de plateformes et de secteurs d'activité témoigne de la vitalité du marché du financement participatif en Espagne, offrant ainsi une multitude d'opportunités d'investissement pour les particuliers et les investisseurs cherchant à diversifier leur portefeuille ou à soutenir des projets dans des domaines variés.

Les plateformes de financement participatif en Espagne fonctionnent conformément à des réglementations spécifiques, en fonction de la nature de leurs activités. En général, tous les prestataires de financement participatif en Espagne relèvent soit de la réglementation liée à l'Exempt Activities and Services Order (ESCP) s'ils sont soumis à l'autorité espagnole de régulation, soit de la législation locale si cela est applicable.

Dans son ensemble, le marché du financement participatif en Espagne offre une variété d'opportunités aux investisseurs ainsi qu'aux particuliers à la recherche de capitaux pour financer leur entreprise ou à la recherche de moyens pour contribuer à des dons pour des causes caritatives.

La réglementation et la supervision de l'industrie visent à garantir la transparence, la sécurité et la conformité des plateformes de financement participatif, tout en favorisant l'innovation et la croissance du secteur.

Figure N°11 : Financement cumulé depuis 2022 en Espagne



Source : Élaboration par nous-même à partir des données publiques des principales plateformes. <https://urbanitae.com/fr/statistiques>

Cette figure ci-dessus nous donne l'ensemble de projets en immobilier collectés depuis 2022 et qui atteint 323.162.106 US dollars dont 198.714.332 US dollars qui présente 61,5% était récoltés pas la plateforme urbanitae ; et 124458979 US dollars qui représentent 38,5% par d'autres plateformes.

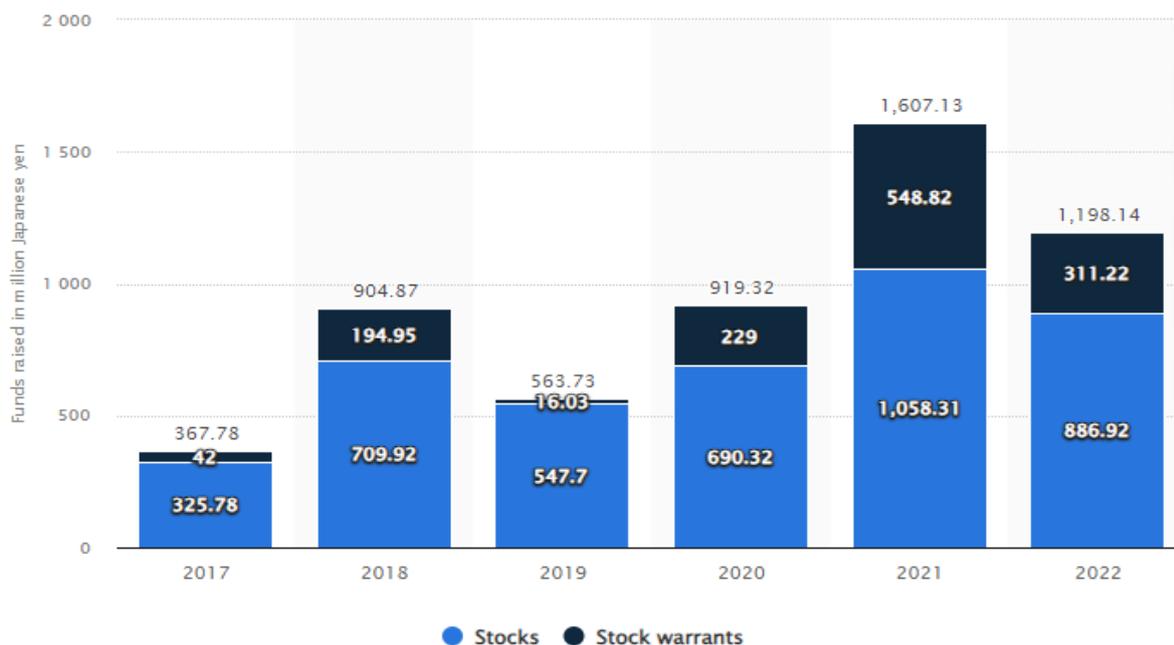
1.6. Au Japan :

Le crowdfunding au Japon, également appelé "Koofundingu" en japonais, est devenu de plus en plus populaire au cours des dernières années. Il s'agit d'une méthode de financement participatif où des particuliers ou des entreprises financent un projet ou une entreprise en contribuant de petites sommes d'argent via des plateformes en ligne. Le marché du crowdfunding a commencé à gagner en popularité au Japon vers le milieu des années 2010. Les premières plateformes de crowdfunding ont été créées, et elles ont contribué à sensibiliser le public et les entrepreneurs aux avantages de cette méthode de financement. Voici les noms de deux plateformes les plus populaires pour les pme et startup au japon : J-Pledge, et Crowdris.

La figure ci-dessous montre les montants des fonds collectés en millions de yens japonais via le financement participatif en actions au Japon durant la période 2017-2022.

En 2022, la valeur des opérations de financement participatif en actions conclues au Japon s'élevait à 7,5 millions en US dollars. Les fonds levés en échange d'actions se sont élevés à environ 5,55 millions en US dollars. Les chiffres ont culminé en 2021, lorsque le total du financement participatif en actions a atteint plus de 10.017.142 en US dollars. Le financement participatif en actions est un type de collecte de fonds alternative. Grâce à des plateformes en ligne, il permet aux entreprises de lever des fonds auprès d'un grand nombre d'investisseurs en échange d'actions non cotées.

Figure N° 12 : Montant des fonds collectés via le financement participatif en actions au Japon de 2017 à 2022, par type(en millions de yens japonais)



Source : <https://www.statista.com/statistics/1303599/japan-equity-crowdfunding-funds-raised-by-type/>

1.7. En Afrique :

La notion de financement participatif demeure largement méconnue dans de nombreux pays en développement, y compris de nombreux pays africains. Il est à noter que la collecte de fonds au sein de la communauté a toujours été ancrée dans les cultures et les traditions africaines. En Afrique, que ce soit au niveau des villages, des tribus, des communautés, des familles, des entreprises ou des particuliers, il est courant de créer des associations appelées "groupes d'entraide" pour mutualiser leurs ressources en vue de financer et de soutenir diverses causes à caractère social et économique. Ces groupes sont désignés sous différents noms, tels que "Harambees" au Kenya ou "Tontines" dans certaines régions d'Afrique de l'Ouest (FIATOPE, 2022).

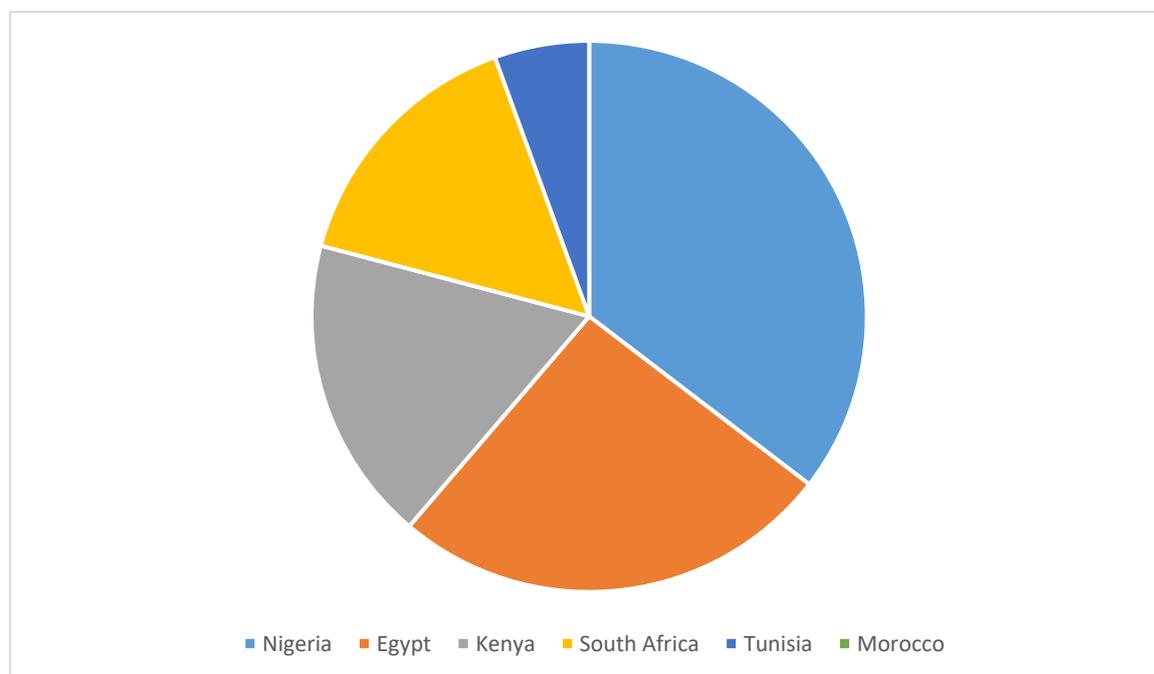
Le concept de collecte de fonds et de financement d'initiatives est donc bien ancré en Afrique. Ce qui est nouveau, c'est la possibilité d'effectuer ces opérations en ligne, ce que l'on appelle le financement participatif en ligne, accessible via Internet ou les téléphones portables (par SMS) (ZHANG, et al., 2017).

Le financement participatif en Afrique se trouve encore à un stade préliminaire de développement. Sa progression en tant qu'alternative de financement en ligne est entravée par la méconnaissance d'Internet et des réseaux sociaux, ainsi que par des limitations dans les options de transfert de fonds, comme les cartes de paiement, par exemple.

Un autre obstacle significatif pour les plateformes de Crowdfunding réside dans l'absence d'un cadre juridique adéquat en Afrique. Il est nécessaire d'établir un cadre juridique et réglementaire qui définisse les règles du financement participatif dans l'ensemble des pays africains. En outre, afin de rendre le Crowdfunding plus visible et accessible aux financements publics et privés, il est nécessaire de sensibiliser un maximum de personnes pour assurer une diffusion efficace de l'information. Cela contribuera à simplifier l'utilisation du financement participatif.

Malgré ces défis, il est important de noter que les ambiguïtés peuvent être surmontées. Les plateformes de financement participatif commencent à émerger en Afrique et cherchent à orienter le financement de projets et les pratiques vers une culture de collecte de fonds en ligne. La figure ci-dessous illustre la relation entre les fonds collectés par différentes start-ups dans les pays d'Afrique.

Figure N°13 : Nombre des startups financées et le fonds total levé en Afrique par pays en 2022



Source : The African Tech Startup Funding Report 2022.

D'après la figure ci-dessus, on remarque que le Nigeria a pris une part importante dans le marché du financement participatif avec 180 projets de startup financé en 2022. Suivi par

l’Egypte en 2^{ème} position avec 131 startups lancées. On trouve en 3^{ème} et 4^{ème} position la Kenya et l’Afrique du sud avec un nombre de 91 et 78 projets. Et enfin on a deux pays maghrébins qui sont la Tunisie et le Maroc avec un nombre presque semblable de 28 et 27 projets de startups financés qui reste un peu faible par rapport au pays cités ci-dessous. On remarque que l’Algérie est absente car aucune start-up n’a pas encore été financée par le Crowdfunding.

1.7.1. Au Maroc :

L'émergence du crowdfunding au Maroc a vu la naissance de nombreuses plateformes dédiées au financement de projets marocains, en particulier pour soutenir les jeunes start-ups et les PME. Au début, le financement participatif a connu une croissance relativement modeste, mais grâce à l'évolution du cadre réglementaire, la situation a radicalement changé. Le secteur du crowdfunding est actuellement en pleine expansion et enregistre des progrès significatifs (Drissi & Angade, 2020).

Les collectes ont connu une évolution remarquable lorsqu'on compare les deux baromètres du crowdfunding marocain, à savoir celui de 2014 couvrant la période de 2010 à 2014 et celui de 2021 couvrant la période de 2019 à 2021. On observe une augmentation d'un peu plus de 151.105 Us dollars collectés, passant de 221.622 Us dollars à 372.732 US dollars. De plus, selon le baromètre du crowdfunding marocain de 2021, le montant maximum collecté par campagne a atteint 32.020 US dollars, tandis que le nombre maximal de contributeurs par campagne a atteint 1 198 personnes. Cette croissance témoigne de l'essor du crowdfunding au Maroc au cours de cette période (Liouaeddine & Naji, 2018).

En ce moment, les plates-formes de crowdfunding dont peuvent bénéficier les entrepreneurs Marocains sont au nombre de six (06), à savoir

- **Smal & Co** : Lancée en France en juin 2004, cette plateforme est la première du genre à se consacrer aux projets marocains et africains, notamment dans les domaines sociaux, environnementaux, artistiques, etc. Elle utilise le modèle de don avec contrepartie.
- **Atadamone** : Également lancée en France en 2004 par des Marocains résidant en France, cette plateforme est dédiée au Maroc, à l'Afrique francophone et aux Marocains résidents à l'étranger. Elle se concentre sur le don pour aider divers projets innovants à se concrétiser.
- **Cotizi** : Créée en 2014 au Maroc, Cotizi est la première plateforme de crowdfunding et de pétition en ligne exclusivement marocaine. Elle se consacre

à la collecte de dons pour des associations ayant l'autorisation du Secrétariat Général du Gouvernement, en mettant l'accent sur des projets à caractère social, environnemental, éducatif et culturel.

- **Afineety** : Également créée en 2014 au Maroc, Afineety se distingue en tant que première plateforme de financement collaboratif en capital (Equity Funding) pour le continent africain. Elle connecte les entrepreneurs africains avec des investisseurs du reste du monde pour le développement de leurs projets.
- **Wuluj** : Lancée en 2018 au Maroc, cette plateforme, cofondée par Happy Smala et Moroccan CISE, permet aux porteurs de projets de collecter des fonds auprès de particuliers grâce à des campagnes de prévente, où les projets sont précommandés
- **zoomaal.com** : une plateforme de Le prêt participatif (Lending-based crowdfunding), Dédiée aux projets créatifs dans le monde arabe.

1.7.2. En Tunisie :

Jusqu'à l'année 2014, la Tunisie avait connu une absence de plateforme de financement participatif dédiée, malgré la présence de projets tunisiens sur des plateformes internationales. Cependant, en 2014, le crowdfunding a fait son apparition en Tunisie avec la création de deux plateformes spécifiques, à savoir Cofundy et Afrikwity. Ces plateformes ont introduit le concept du financement participatif dans le pays, offrant ainsi aux entrepreneurs et aux porteurs de projets locaux une nouvelle modalité de collecte de fonds, qu'il s'agisse de contributions sous forme de dons ou d'autres mécanismes de financement collaboratif. Cette avancée a contribué de manière significative à la stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat en Tunisie (Behi, Nivedita Agarwal, Alexander , & Brem, 2020).

En ce moment, les plates-formes de crowdfunding dont peut bénéficier les entrepreneurs tunisiens sont au nombre de trois plateformes, à savoir

- **KissKissBankBank** : c'est une plateforme de Donation-based crowdfunding, Dédié à la créativité et l'innovation, elle est basée en France
- **Zoomaal** : c'est une plateforme de Donation-based crowdfunding, elle est édiée aux projets de la région MENA.
- **Chabaka** : lancée le 2mai 2020, c'est une plateforme tunisienne dédié à l'économie sociale et solidaire.

1.7.3. En Algérie :

Le financement participatif est une nouvelle forme de prêt disponible auprès d'investisseurs privés algériens pour répondre à la demande de financement d'emprunteurs privés algériens. Ce crowdfunding peut être une excellente solution de crédit pour ceux qui ne veulent pas passer par une banque pour financer un projet en tant que création d'entreprise (Bentayeb & Sirine, 2021).

En Algérie, plusieurs plateformes de financement participatif ont vu le jour pour répondre aux besoins spécifiques du marché local. Voici un aperçu de quelques-unes de ces plateformes :

- **Chriky** : fondée en 2013, c'est une plateforme de crowdfunding adaptée au marché, à la réglementation et à la culture entrepreneuriale en Algérie. Elle vise à répondre à la demande croissante de financement pour l'investissement et la création d'entreprises en Algérie, offrant ainsi une alternative aux banques et aux organismes de financement traditionnels. Chriky facilite également les petits investissements, permettant ainsi aux Algériens moyens d'investir dans des projets porteurs et responsables, tout en faisant fructifier leur argent (Chriki, 2020).
- **Twiza** : Fondée en juillet 2013 par Karim Mansoura et Nadir Allam, Twiza est la première plateforme de crowdfunding en Algérie. Elle offre aux entreprises émergentes, notamment celles qui sont innovantes, la possibilité de financer des activités artistiques, solidaires, sportives, entrepreneuriales et environnementales. L'objectif de Twiza est de soutenir des projets algériens qui ne trouvent pas de financement par les canaux traditionnels, ouvrant ainsi des opportunités à un grand nombre de créateurs (Twiza, 2020).
- **NINVESTI** : Lancée le 10 mai 2020 par de jeunes entrepreneurs franco-algériens, la plateforme de financement participatif NINVESTI a pour objectif de soutenir les jeunes créateurs d'entreprises en les mettant en relation avec des investisseurs, principalement issus de la diaspora algérienne. Cette initiative vise à résoudre les problèmes rencontrés par les jeunes porteurs de projets en Algérie en contournant les contraintes du système de financement classique, en particulier dans le contexte de la pandémie de COVID-19 (NINVESTI, 2020).
- **Kheyma** : Implantée des deux côtés de la méditerranée, la start-up Kheyma est une plateforme algérienne d'Equity Crowdfunding née en 2019 et développée pour

permettre à la diaspora d'investir dans les start-ups et les projets de leur pays d'origine

2. Quelques réglementations du crowdfunding à travers le monde :

La réglementation du crowdfunding dans le monde peut varier considérablement d'un pays à l'autre, car chaque pays peut avoir ses propres lois et réglementations en matière de marchés financiers et de levées de fonds (Raes, 2013). Cependant, dans cette partie on va voir un aperçu général de la situation du crowdfunding dans certaines régions dans le monde (CRUZ, 2017).

2.1. Aux États-Unis :

En vertu du JOBS Act, la réglementation du crowdfunding est principalement définie par les règles de la Securities and Exchange Commission (SEC). Le principal règlement est la "Regulation Crowdfunding" (Reg CF), qui régit le financement participatif en actions.

Aux États-Unis, il existe essentiellement trois types de réglementations distinctes pour le financement participatif, selon qu'il s'agisse de financement en capital, de prêt, ou de don (European Crowdfunding , 2012).

Financement Participatif en Capital :

Le financement participatif en investissement en capital, également appelé financement en fonds propres, a été ouvert à un développement rapide grâce au JOBS Act (Jumpstart Our Business Startups Act) de 2012. Ce dernier comprenait un titre III spécialement dédié au financement participatif. Le 25 mars 2015, la Securities Exchange Commission (SEC), l'organe américain de régulation des marchés financiers, a annoncé la mise en vigueur de la loi "Regulation A+", qui fait partie du Titre IV du JOBS Act de 2012 (Lynn, 2012). Cette réglementation permet aux entreprises américaines de lever jusqu'à 50 millions de dollars auprès d'investisseurs individuels non accrédités par le biais de plateformes de "crowdinvesting". Quelques exemples de ces plateformes sont SeedInvest et Crowdfunder (Neslund, 2014).

Modèle de Prêt :

Aux États-Unis, il existe actuellement des sites opérant sous les modèles peer-to-business (P2B) et peer-to-peer (P2P) pour les prêts. Cependant, ces établissements sont soumis à des réglementations différentes, en fonction de si les prêts sont

rémunérés ou non, par rapport au financement participatif décrit dans le titre III du JOBS Act.

Modèle de Don :

Le modèle de don est une forme de financement participatif qui existe depuis de nombreuses années aux États-Unis. Contrairement aux deux autres modèles, il n'est pas soumis à une réglementation spécifique aux États-Unis.

2.2. Au Royaume-Uni :

Au Royaume-Uni, la réglementation est supervisée par la Financial Conduct Authority (FCA). Le "Financial Services and Markets Act 2000 (FSMA)" est l'un des textes de loi pertinents.

Au cours des deux dernières années, le financement participatif, qu'il s'agisse de prêts ou d'investissements, est devenu un sujet central pour la Financial Conduct Authority (FCA) et le gouvernement britannique, qui ont procédé à des évolutions législatives significatives. Le régime qui en a résulté est généralement considéré comme un compromis équilibré entre la promotion du crowdfunding en tant que méthode de financement alternative pour les particuliers et les entreprises, tout en assurant un niveau approprié de protection des investisseurs.

Le succès du crowdfunding au Royaume-Uni est en partie attribuable aux taux d'intérêt élevés pratiqués sur le marché bancaire traditionnel, ainsi qu'à une réglementation relativement souple avant 2014. Par exemple, les plateformes de prêt et d'investissement n'étaient pas tenues d'obtenir une autorisation de la Financial Conduct Authority (FCA) du Royaume-Uni, mais depuis avril 2014, la réglementation a été renforcée pour mieux protéger les investisseurs.

On peut distinguer trois principales catégories de législation en matière de financement participatif, en fonction du modèle utilisé (don, prêt ou investissement).

Financement Participatif en Capital : Les plateformes de financement participatif en capital doivent désormais obtenir l'autorisation de la Financial Conduct Authority (FCA) du Royaume-Uni depuis avril 2014. La FCA, de manière similaire à l'AMF en France, a pour mission de garantir un équilibre adéquat entre la protection de l'investisseur et la transparence de l'information présentée.

Financement Participatif en Prêt : Bien que la plupart des plateformes de prêt ne soient actuellement pas réglementées en tant que fournisseurs de services financiers, le Royaume-Uni a publié une proposition visant à réglementer les opérations des systèmes électroniques liés aux prêts. Depuis avril 2014, ces plateformes doivent obtenir l'autorisation de la Financial Conduct Authority (FCA) du Royaume-Uni.

Modèle de Dons : Le modèle de dons n'est pas soumis à la réglementation de la Financial Conduct Authority, car il repose sur un principe philanthropique ne comportant pas de retour financier, contrairement aux modèles de financement participatif par don ou investissement.

2.3. Au Canada :

Au Canada, chaque province a ses propres réglementations concernant le crowdfunding. Par exemple, en Ontario, la réglementation est définie par l'Autorité des marchés financiers de l'Ontario (AMF) et la "Securities Act".

2.4. En Australie :

L'Australian Securities and Investments Commission (ASIC) réglemente le crowdfunding en Australie en vertu de la "Corporations Act 2001".

2.5. En France :

En France, l'Autorité des marchés financiers (AMF) supervise le crowdfunding en vertu de la loi "Article L548-1 du Code monétaire et financier".

En France, l'ordonnance de Mai 2014, connue sous le nom d'ordonnance "Fleur Pellerin" sur le développement du financement participatif, est entrée en vigueur en octobre 2014. Cette ordonnance a précisé et créé des statuts visant à réglementer les acteurs du secteur du financement participatif, dans le but de protéger à la fois les porteurs de projets et les investisseurs.

Elle a introduit plusieurs statuts, dont :

Le statut "d'Intermédiaire en Financement Participatif" (IFP) pour les plateformes opérant dans les domaines des prêts et des dons.

Le statut de "Conseiller en Investissements Participatifs" (CIP) pour les plateformes axées sur le capital, également connues sous le nom de "crowdinvesting."

Le statut de "Prestataire de Services d'Investissement" (PSI) pour les plateformes de crowdinvesting.

Les agréments pour ces statuts sont délivrés par des organismes de réglementation spécifiques, à savoir l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) pour les statuts IFP et PSI, et l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) pour le statut CIP. Ces agréments visent à garantir le respect des normes de protection des investisseurs et à superviser les activités des plateformes de financement participatif en France.

LE STATUT D'INTERMEDIAIRE EN FINANCEMENT PARTICIPATIF (IFP)

Le statut d'Intermédiaire en Financement Participatif (IFP) est réservé aux entités juridiques, ce qui signifie que seules les personnes morales peuvent en bénéficier. Les IFP ne sont pas autorisés à pratiquer le démarchage, ce qui inclut la prospection téléphonique, l'envoi d'e-mails ou de courriers à des fins commerciales.

De plus, le dirigeant de l'IFP doit satisfaire à des critères d'honorabilité, de compétences professionnelles et, d'ici le 1er juillet 2016, il doit souscrire une assurance couvrant sa responsabilité civile professionnelle pour faire face aux éventuelles conséquences financières de sa responsabilité dans le cadre de ses activités en tant qu'IFP. Ces mesures visent à assurer un niveau de professionnalisme et de responsabilité adéquat dans le secteur du financement participatif en France.

LE STATUT DE CONSEILLER EN INVESTISSEMENTS PARTICIPATIFS (CIP)

Le Conseiller en Investissements Participatifs (CIP) doit obligatoirement être immatriculé auprès de l'ORIAS (Organisme pour le Registre des Intermédiaires en Assurance, Banque et Finance). Ce statut concerne les plateformes de financement participatif en equity, c'est-à-dire celles qui proposent du financement sous forme d'actions d'entreprises. Le rôle du CIP consiste à fournir des conseils à deux principales catégories d'acteurs :

1. **Les Investisseurs :** Le CIP est habilité à prodiguer des conseils en investissements relatifs à des projets entrepreneuriaux. Cela signifie qu'il peut offrir des recommandations et des informations aux investisseurs potentiels concernant les opportunités d'investissement dans des entreprises en quête de financement participatif en equity.
2. **Les Entreprises :** Les CIP peuvent également conseiller les entreprises cherchant à lever des fonds. Ils offrent des conseils relatifs au haut de bilan, ce qui peut inclure des recommandations sur la structure du capital de l'entreprise et la gestion des bulletins de souscription, qui sont des documents liés à la collecte de fonds auprès d'investisseurs.

LE STATUT DE PRESTATAIRE DE SERVICES D'INVESTISSEMENT (PSI)

Le statut de Prestataire de Services d'Investissement (PSI) est octroyé par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) en France. Ce statut permet à la plateforme de fournir des services de conseil en investissement au sein de l'Espace Économique Européen (EEE). Pour accéder au statut de PSI, certaines exigences de capital minimum doivent être respectées :

- Un capital minimum de 50 000 € est requis si la plateforme ne détient pas de fonds ou de titres appartenant à sa clientèle.
- Un capital minimum de 125 000 € est nécessaire si la plateforme détient des fonds ou des titres appartenant à sa clientèle.

Ces exigences de capital visent à garantir la solidité financière des plateformes de financement participatif qui fournissent des services de conseil en investissement au sein de l'EEE, assurant ainsi un niveau approprié de protection pour les investisseurs et les clients (RAGUET & LE TENO, 2017).

2.6. En Allemagne :

La réglementation du crowdfunding est gérée par la Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) en Allemagne. Les textes de loi pertinents incluent la "VermAnlG" et la "KWG" (Röthler & Wenzlaf, 2011).

2.7. Au Japon :

Au Japon, la Japan Financial Services Agency (FSA) supervise le crowdfunding en vertu de la "Financial Instruments and Exchange Act" et d'autres textes de loi connexes (Faster, 2024).

2.8. En Afrique du Sud :

L'Afrique du Sud est l'un des pays d'Afrique qui a développé une réglementation plus avancée pour le crowdfunding. La réglementation sud-africaine couvre le crowdfunding en actions, en prêts et en dons. Le régulateur financier du pays, la Financial Sector Conduct Authority (FSCA), supervise le secteur.

2.9. Au Nigeria :

En 2019, la Securities and Exchange Commission (SEC) du Nigeria a publié un projet de réglementation pour le crowdfunding en actions et en prêts. Cette réglementation vise à fournir un cadre légal pour le financement participatif dans le pays.

2.10. Au Kenya :

Le Kenya a vu émerger plusieurs plateformes de crowdfunding. Cependant, la réglementation est encore en cours de développement. Les autorités de régulation financière examinent les implications de la réglementation du crowdfunding dans le pays.

2.11. En Tunisie :

Après la publication de la loi n°2020-37 du 6 août 2020 instaurant le Crowdfunding en Tunisie, les décrets d'application tant attendus ont enfin été publiés au Journal officiel (JORT du 21 octobre 2022). Ces décrets portent sur l'investissement en valeurs mobilières, l'activité de prêts, ainsi que les dons et les libéralités.

L'article premier de la loi n°2020-37 du 6 août 2020 précise que l'objectif de l'organisation du "Crowdfunding" est de fournir le financement nécessaire aux projets et aux sociétés en vue de promouvoir l'investissement, l'entrepreneuriat, la créativité et l'innovation.

Voici les décrets d'application associés à cette loi :

1. **Décret n° 2022-765 du 19 octobre 2022** : Il porte sur la réglementation de l'activité de "Crowdfunding" en investissement dans des valeurs mobilières.
2. **Décret n° 2022-766 du 19 octobre 2022** : Ce décret organise l'activité de "Crowdfunding" en prêts.
3. **Décret n° 2022-767 du 19 octobre 2022** : Il concerne l'organisation de l'activité de "Crowdfunding" en dons et libéralités.

Ces décrets et lois constituent un cadre réglementaire pour le développement du financement participatif en Tunisie, couvrant différentes modalités de financement, y compris l'investissement en valeurs mobilières, les prêts, et les dons. Ils visent à promouvoir l'investissement, l'entrepreneuriat, et l'innovation dans le pays.

2.12. Au Maroc :

Le Maroc a récemment rejoint la liste des pays ayant réglementé le crowdfunding grâce à la promulgation de la Loi 15-18 par le dahir n° 1-21-24, le 22 février 2021. Ce processus a commencé en mars 2018 lorsque le Maroc a entrepris l'élaboration d'un projet de loi sur le crowdfunding (EL ASRI, 2024). Ce projet a été adopté par le gouvernement en août 2019 et a été approuvé à l'unanimité par la Chambre des Représentants en deuxième lecture le 10 février 2020. La loi a finalement été publiée au bulletin officiel le 9 mars 2021 (Sanae & Moutahaddib, 2021).

Cette nouvelle loi vise à établir un cadre juridique régissant les activités de financement collaboratif sous ses trois formes, à savoir les prêts, les investissements en capital et les dons. Les objectifs principaux de cette loi sont les suivants :

- Définir le cadre réglementaire et légal pour les acteurs du crowdfunding.
- Établir les règles de financement des différentes formes de crowdfunding par le public.
- Organiser le processus d'agrément des sociétés de financement collaboratif.
- Encadrer les activités liées au crowdfunding sous forme de dons, de prêts et d'investissements, sous la supervision conjointe de Bank Al-Maghrib et de l'Autorité marocaine des marchés des capitaux.

En complément de la Loi 15-18 publiée en 2021, neuf circulaires de Bank Al-Maghrib (BAM) ont récemment été émises pour compléter le dispositif de réglementation mis en place pour le financement collaboratif au Maroc. Ces circulaires, adoptées lors de la réunion du comité des établissements de crédit le 16 mai 2022 et publiées par Bank Al-Maghreb le 19 mai 2022, traitent des modalités et des conditions que les gestionnaires de plateformes, les porteurs de projets et les contributeurs doivent suivre pour les opérations de financement par prêts et dons. Cela vise à garantir un fonctionnement réglementé et transparent de ces activités de financement collaboratif au Maroc.

2.13. En Algérie :

En Algérie, le projet Crowdfunding est toujours en développement, et des conditions et règles d'agrément sont en train d'être établies. La loi de finance complémentaire de l'année 2020, dans son article n°45 du 4 juin 2020, a introduit la création d'un statut de Conseiller en Investissement Participatif (CIP). Ce statut est chargé de la création et de la gestion de plateformes de conseil en investissement participatif, ainsi que de la collecte de fonds auprès du grand public pour des projets d'investissement participatif.

La Commission d'organisation et de surveillance des opérations de Bourse (COSOB) a été désignée par la même loi pour élaborer et définir les conditions, les règlements et les procédures nécessaires pour obtenir l'agrément de CIP.

Selon cet article, le statut de Conseiller en Investissement Participatif (CIP) est principalement attribué à trois types d'entités disposant de la personnalité morale, à savoir :

- Les sociétés commerciales créées spécifiquement pour cette activité.
- Les Intermédiaires en opération de Bourse (IOB).
- Les Sociétés de Gestion de Fonds d'Investissement (SGFI).

Le président de la COSOB a récemment déclaré que le projet d'élaboration des procédures et du règlement encadrant le dispositif du crowdfunding est en cours de réalisation. Selon les termes de ce règlement, le statut de CIP sera attribué après un examen de la COSOB, sur la base d'un dossier comprenant des informations :

- Une présentation de l'activité prévue, y compris le modèle d'investissement.
- La fourchette prévisionnelle des montants de levée de fonds.
- La procédure de sélection de projets et les diligences à réaliser.
- La procédure de valorisation.
- La politique de suivi de l'activité des émetteurs.
- Les modalités de rémunération du CIP.

La loi de finance correspondant au 25 octobre 2023 a aussi parlé du crowdfunding plus précisément investissement participatif (equity crowdfunding). L'arrêté du 18 Safar 1445 correspondant au 4 septembre 2023 portant approbation du règlement de la commission d'organisation et de surveillance des opérations de bourse n° 23-01 du 21 Ramadhan 1444 correspondant au 12 avril 2023 fixant les conditions d'agrément, d'exercice et de contrôle des conseillers en investissement participatif (finance, 2023).

Arrête :

Article 1er. — Est approuvé, le règlement de la commission d'organisation et de surveillance des opérations de bourse n° 23-01 du 21 Ramadhan 1444 correspondant au 12 avril 2023 fixant les conditions d'agrément, d'exercice et de contrôle des conseillers en investissement participatif, annexé au présent arrêté.

Edicte le règlement dont la teneur suit :

Article 1er. — En application des dispositions de l'article 45 de la loi n° 20-07 du 12 Chaoual 1441 correspondant au 4 juin 2020 susvisée, le présent règlement a pour objet de fixer les conditions d'agrément, d'exercice et de contrôle des conseillers en investissement participatif.

Art. 2. — Au sens du présent règlement, il est entendu par :

- projet d'investissement participatif : tout projet financé par le grand public, visant à concrétiser toute initiative, ayant un impact économique, social, environnemental ou culturel ;
- participant : toute personne physique ou morale, résidant en Algérie, ayant placé des fonds dans des projets d'investissement participatif réalisés en Algérie ;
- porteur de projet d'investissement participatif : toute personne physique ou morale souhaitant lever des fonds via une plate-forme de conseil en investissement participatif.

Art. 3. — Le conseiller en investissement participatif, dénommé ci-après « CIP », a pour activité principale la création et la gestion, sur internet, de plate-formes de conseil en investissement participatif et de placement de fonds du grand public, dans des projets d'investissement participatif.

Les fonds placés dans un projet d'investissement participatif revêtent la forme de souscription à une émission de valeurs mobilières ou de produits financiers, réalisée par le porteur du projet d'investissement participatif.

L'arrêté a été détaillé dans trois chapitres dont ces derniers se divisent en sections contenant des lois sur l'investissement participatif.

Ces développements visent à mettre en place un cadre réglementaire pour le crowdfunding en Algérie, en régissant les activités de conseil en investissement participatif et de collecte de fonds dans le but de promouvoir l'investissement participatif et l'entrepreneuriat dans le pays.

Section03 : Fonctionnement des plateformes du Financement participatif

Dans cette partie, nous examinerons de manière exhaustive les différentes phases qui composent une campagne de financement participatif (crowdfunding). La première étape implique la recherche d'une plateforme appropriée pour héberger la campagne. Ensuite, il convient de chercher des individus désireux de soutenir le projet, et enfin, la phase de post-financement doit être gérée.

Le crowdfunding débute généralement lorsque qu'un individu ou une entreprise ayant un projet particulier estime que la méthode la plus adéquate pour le financer est de lancer une campagne de crowdfunding (Saliha, 2018). L'objectif sous-jacent est de mobiliser des contributions provenant de plusieurs personnes en vue de concrétiser ce projet. Bien que le financement demeure souvent la principale motivation derrière le recours au crowdfunding,

l'entrepreneur peut avoir divers autres motifs, parfois très variés, qui seront examinés ultérieurement dans cette thèse, précisément dans la section intitulée "acteurs du crowdfunding" (Arnaud & Beryl, 2016).

1. Le fonctionnement du Financement Participatif :

Le crowdfunding fonctionne selon plusieurs étapes que les porteurs de projet doivent suivre afin de réussir sa campagne de financement participatif, ces étapes vont être détaillées comme suit :

1.1. Préparation de la campagne de financement :

Bien que chaque plateforme de crowdfunding présente ses propres particularités, le processus de financement demeure, dans l'ensemble, relativement constant. Pour un entrepreneur ou une petite et moyenne entreprise (PME), il est impératif d'allouer du temps à la sélection de la plateforme la mieux adaptée à ses besoins, ainsi qu'à la préparation d'un dossier de financement en adéquation avec les critères et les spécificités de la plateforme choisie. Cela est essentiel pour garantir le succès de la collecte de fonds (Meyskens & Bird, L., 2015).

1.1.1 La recherche d'une plateforme adéquate :

Le choix judicieux d'une plateforme de crowdfunding demeure un facteur décisif dans la réussite d'une campagne de financement participatif. Face à la diversité de plateformes, tant au niveau national, continental, qu'international, il peut parfois s'avérer ardu pour un entrepreneur ou une PME de déterminer la plateforme la plus adaptée à ses besoins de financement. Néanmoins, certains critères peuvent guider un porteur de projet dans sa quête de la plateforme de financement participatif idéale. Ces critères comprennent :

- La catégorisation du projet : L'entrepreneur doit être capable de positionner son projet dans l'une des formes de crowdfunding, notamment les dons (avec ou sans contreparties), les prêts (avec ou sans intérêts) et les prises de participations (investissements). Les détails concernant la typologie seront exposés dans les titres suivants. L'entrepreneur doit donc déterminer les besoins réels de son projet et les besoins réalisables afin de mieux comprendre le modèle de crowdfunding à adopter.
- Il est nécessaire de définir la cible à laquelle s'adresser. Cette audience cible peut varier en fonction de la portée nationale ou internationale que l'entrepreneur envisage pour son projet, de la nature du projet en question, et du secteur dans lequel il prévoit d'opérer (qu'il s'agisse d'un projet immobilier,

d'un projet agricole, d'un projet culturel, d'un projet lié aux bandes dessinées, etc.).

- Il est nécessaire de vérifier la légalité des plateformes : Le crowdfunding n'est pas une activité exempte de risques, c'est pourquoi il est préconisé de s'assurer que la plateforme choisie est certifiée, dans le but de garantir la sécurité tant des entrepreneurs que des futurs contributeurs. Cette mesure vise à prévenir d'éventuelles surprises désagréables à l'avenir.

a-Importance de la vérification Légale : Le crowdfunding est une activité financière qui implique des transactions monétaires et des engagements. Il est essentiel de s'assurer que la plateforme de crowdfunding que l'entrepreneur choisit est en conformité avec les lois et réglementations en vigueur. Cela garantit la protection tant des porteurs de projet que des contributeurs potentiels.

b-Certification de la plateforme : Avant de s'engager avec une plateforme, l'entrepreneur devrait s'assurer que celle-ci est dûment certifiée et réglementée par les autorités compétentes. Les plateformes de crowdfunding légitimes sont tenues de respecter certaines règles pour opérer légalement. La certification indique que la plateforme est sérieuse et qu'elle offre un environnement fiable pour la collecte de fonds.

c-Sécurité des contributions : La vérification légale de la plateforme vise à protéger les contributeurs potentiels, car ils peuvent être vulnérables aux fraudes ou aux plateformes non fiables. Les contributeurs doivent avoir confiance dans le fait que leurs fonds seront utilisés conformément aux engagements pris par le porteur de projet. La légalité de la plateforme contribue à cette confiance.

d-Éviter des problèmes futurs : En choisissant une plateforme légale et certifiée, l'entrepreneur minimise le risque de problèmes juridiques ou réglementaires ultérieurs. Cela prévient les litiges et les sanctions potentielles qui pourraient découler de l'utilisation d'une plateforme non conforme à la loi.

- Réaliser une évaluation comparative de son projet par rapport à des initiatives similaires, qu'il s'agisse de la nature du projet, du secteur d'activité ou de l'objectif financier visé, représente une étape incontournable. Cette analyse vise à identifier les plateformes sur lesquelles des projets partageant des similitudes ont déjà obtenu du financement avec succès. L'objectif sous-jacent est de fournir au porteur de projet des indices concrets pour orienter son choix vers les plateformes les plus appropriées à la réalisation de son propre projet.

- L'entrepreneur est encouragé à entreprendre une analyse méticuleuse des caractéristiques techniques et des fonctionnalités offertes par les diverses plateformes de crowdfunding. À cet égard, il est impératif de recueillir des informations cruciales, notamment le seuil minimum de financement pouvant être atteint au cours de la campagne de collecte de fonds, ainsi que le plafond maximal des investissements autorisés sur ces plateformes. Cette évaluation approfondie s'avère essentielle pour une prise de décision éclairée en vue de sélectionner la plateforme la plus adaptée aux besoins spécifiques du projet entrepreneurial.

Le processus de sélection de la plateforme de crowdfunding appropriée implique également l'évaluation de certains paramètres importants. Il convient de considérer la renommée ou la notoriété de la plateforme, laquelle peut influencer la visibilité du projet. De plus, l'expérience passée de la plateforme en matière de campagnes de financement participatif est un facteur déterminant, car elle reflète sa capacité à accompagner efficacement les porteurs de projets. Par ailleurs, il est crucial de prendre en compte la commission prélevée par la plateforme, qui se situe généralement entre 5 % et 8 % de la somme totale collectée lors de la campagne. Enfin, il est nécessaire de se pencher sur les spécificités et les exigences relatives à la mise en place de la campagne, car celles-ci varient d'une plateforme à l'autre et impactent directement la préparation et le succès de la collecte de fonds. Cette évaluation méticuleuse de ces critères contribue à la prise de décision éclairée dans le choix de la plateforme la mieux adaptée au projet entrepreneurial envisagé.

Les modalités relatives aux cagnottes revêtent une importance significative, notamment en ce qui concerne la distinction entre les campagnes "all or nothing" et "keep it all". Dans le cadre d'une campagne "all or nothing", le porteur de projet ne percevra aucun fonds si l'objectif prédéfini n'est pas atteint. En revanche, lors d'une campagne "keep it all", même si l'objectif de financement n'est pas entièrement atteint, le porteur de projet aura accès aux fonds collectés, bien que cela puisse engendrer des frais supplémentaires exigés par la plateforme. Il convient de noter que ces deux approches présentent des avantages et des inconvénients, nécessitant une réflexion approfondie de la part de l'entrepreneur afin de faire un choix judicieux et adapté à sa situation particulière.

1.1.2. La présentation du projet sur la plateforme :

Une fois la plateforme sélectionnée, l'entrepreneur doit se consacrer à la préparation d'un dossier de projet, en adéquation avec les critères et les exigences spécifiques de la plateforme

de financement. Il s'agit là d'un processus également courant dans les financements traditionnels. Ce dossier revêt la forme d'un business plan, un instrument essentiel qui atteste de la préparation du projet à être présenté aux investisseurs. Le business plan est un document incontournable souvent requis par les investisseurs avant de prendre leur décision d'investissement. Sa longueur n'est pas le facteur déterminant, mais plutôt la concision qui lui permet de capter l'attention des investisseurs, notamment les business angels, en suscitant leur propre série de questions. Ce document doit comporter des projections financières, validées au moyen d'hypothèses de croissance réalistes, et démontrer la stabilité du modèle utilisé.

Le porteur de projet se doit d'accorder une attention minutieuse à la création et à la préparation du business plan, qui représente le premier lien établi entre l'entrepreneur et les investisseurs. L'élément primordial consiste à mettre en avant les compétences, les qualités, et les aptitudes de l'équipe dirigeante, garantes de la gestion durable du projet. Étant donné le volume élevé de dossiers reçus par les plateformes chaque mois, il est nécessaire que l'entreprise saisisse cette opportunité pour non seulement impressionner les investisseurs potentiels, mais également gagner l'approbation du comité d'évaluation des projets au sein de la plateforme. Le business plan doit permettre, de manière rapide et transparente, au lecteur de saisir le projet dans son ensemble, y compris sa vision à long terme.

Le contenu d'un business plan revêt une importance capitale, étant donné que les investisseurs ne disposent pas toujours du temps nécessaire pour une lecture exhaustive de ce document (Philippe, 2015).

- a- **La synthèse exécutive** : Cette section doit présenter une vision globale du projet de manière attrayante, réaliste et solide. Pour atteindre cet objectif, plusieurs éléments essentiels doivent être inclus :
 - Concept et Innovation : Il est impératif de fournir une brève présentation de l'activité entrepreneuriale et de mettre en évidence les aspects novateurs qui la distinguent des autres projets concurrents.
 - Traction : Il convient d'exposer l'évolution de la performance de l'entreprise, qu'il s'agisse du chiffre d'affaires, du nombre de ventes, du nombre d'utilisateurs inscrits, des pages vues sur le site web, etc. Cette trajectoire de succès démontre la dynamique positive du projet.
 - Équipe : La présentation de l'équipe dirigeante est cruciale, mettant en avant la complémentarité des compétences au sein de l'équipe et les expériences professionnelles précédentes de ses membres.

-Actionnaires Principaux : La mention des investisseurs précédents renforce la crédibilité du projet, démontrant que le concept a déjà convaincu des investisseurs antérieurs. De même, les récompenses reçues viennent attester de la valeur du projet.

Aspects Financiers : Cette section prévoit la projection d'un tableau synthétique prévisionnel couvrant une période de 3 à 5 exercices à venir. Cela permet à l'investisseur de réaliser une évaluation des risques et des opportunités, en comprenant le modèle économique, les dépenses mensuelles, la trésorerie, les besoins financiers, et le seuil de rentabilité (LEBOEUF, 2016).

b-Produit/service/innovation :

Dans ce business plan, il convient de mettre en exergue les caractéristiques du produit de manière à démontrer aux investisseurs que le projet présente des atouts favorables plus marqués que ceux de ses concurrents. L'attention est portée sur les éléments suivants :

- Une proposition claire et succincte grâce au modèle de génération. Ce dernier permet d'identifier les composantes essentielles susceptibles de favoriser la concrétisation d'un projet entrepreneurial d'envergure. L'objectif principal réside dans l'assistance apportée aux entreprises pour élaborer une stratégie solide en mettant l'accent sur tous les facteurs qui déterminent le succès ou l'échec des entreprises dans le contexte actuel.
- L'innovation (qu'elle soit d'usage, de produit, de service, de technologie ou de modèle économique).

La protection de la propriété intellectuelle (par le biais de brevets, de marques ou de modèles).

- Les opportunités d'élargissement de la gamme de produits ou services.

c-Finances et objectifs :

Même si les entreprises sont récentes et donc susceptibles de présenter des prévisions à moyen terme sur une période de 3 à 4 ans, il demeure impératif qu'elles fournissent des données et des projections dans ce domaine.

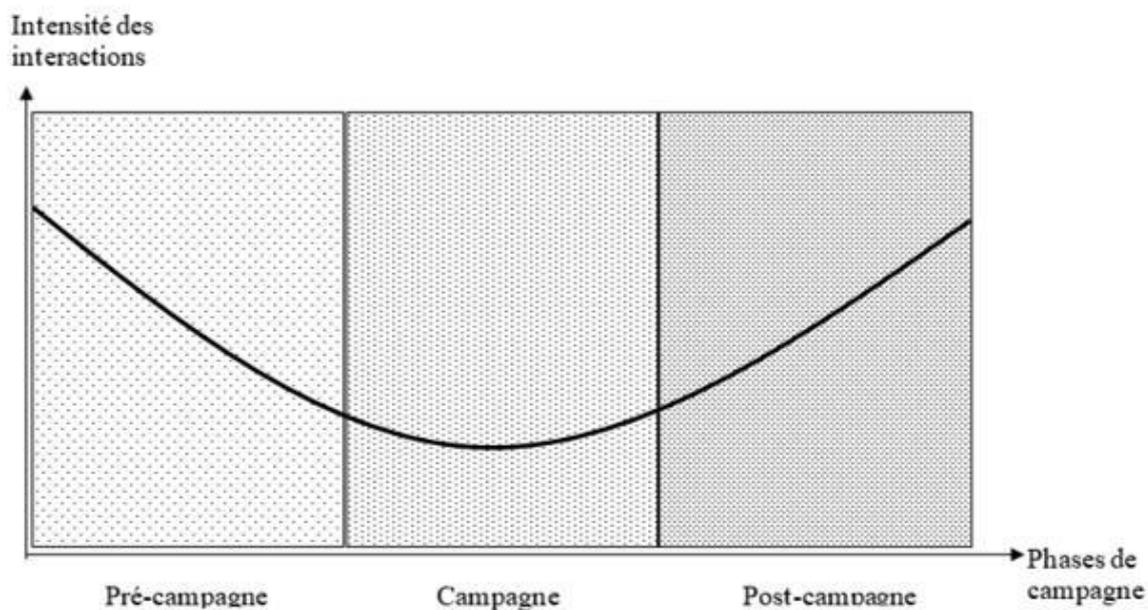
d-Pitch entrepreneur :

Un pitch pour un entrepreneur est une présentation orale de 1 à 3 minutes concise et percutante de son entreprise ou de son idée de projet à un public, que ce soit des investisseurs potentiels, des partenaires commerciaux, ou d'autres parties prenantes.

Un pitch efficace doit captiver l'audience, expliquer clairement le concept, et susciter

de l'intérêt. Il est essentiel de l'adapter à l'auditoire spécifique, car le pitch pour un client varie de celui destiné à un investisseur potentiel (Siroker, 2009).

Figure N°14 : Intensité des interactions avec la communauté en fonction de la phase de campagne



Source : (Bessière & Stéphan, E, 2014).

La politique de communication, conformément à l'analyse de Bessière et Stéphan en 2014, se déploie autour de trois axes fondamentaux.

Tout d'abord, l'ajustement du rythme de la communication en fonction de la durée de la campagne de levée de fonds s'avère essentiel. En règle générale, ces campagnes suivent une trajectoire en forme de courbe en U, caractérisée par une intensification des interactions au début et à la fin de la campagne, avec une période de moindre activité au milieu. Cette dynamique est illustrée en détail dans la figure présentée ci-dessus. La communication cible s'articule en trois catégories distinctes : le cercle familial et les amis, les relais de communication, ainsi que le public en général. Deuxièmement, les relais de communication jouent un rôle crucial dans ce contexte, incluant des plateformes telles que Twitter, Facebook, ou encore YouTube, par lesquelles les porteurs de projets doivent diffuser leur message pour accroître la vitalité de leur campagne (Matharel, 2013).

Selon les observations de Bessière et Stéphan en 2014, les entrepreneurs ont la possibilité de bénéficier d'un encadrement de la part de la plateforme de financement participatif. Cette assistance comprend des conseils relatifs à leur stratégie de

financement, à leur démarche de communication, ainsi qu'à la présentation de leur projet et à la conception des éventuelles contreparties.

1.2. Dépôt du dossier sur la plateforme de crowdfunding :

Cette phase du financement participatif s'inscrit dans le contexte de la préparation préalable à la campagne, au cours de laquelle l'entrepreneur est tenu de soumettre son dossier ou business plan à la plateforme en question. La plateforme procède alors à la réception du dossier, dont l'objectif est d'effectuer une évaluation et une analyse de l'opportunité d'investissement. Pour établir ce contact initial avec la plateforme, un formulaire en ligne est souvent mis à la disposition du porteur de projet, qui est tenu de le remplir pour permettre la transmission de son dossier. Il convient de noter que toutes les plateformes garantissent la confidentialité du business plan déposé.

Suite à la soumission du dossier à la plateforme, un comité de sélection interne est chargé d'évaluer les projets. Ce comité est composé de diverses personnalités reconnues, lesquelles jouent un rôle majeur dans la facilitation de l'évaluation des projets. De plus, certains membres du comité s'engagent à maintenir la confidentialité du dossier. La réception du dossier d'investissement ainsi que sa validation font l'objet d'un accusé de réception, et dans un délai de deux semaines, la plateforme rendra son verdict. Enfin, si le projet répond aux critères préalablement définis par la plateforme, il sera présélectionné en vue d'une éventuelle campagne de financement participatif (CSOEC, 2016).

1.3. Lancement de la Campagne de financement :

Après avoir passé avec succès l'analyse de la plateforme, le projet est choisi pour lancer la campagne de financement. Cette phase de campagne de financement est ouverte pour une période maximale de 90 jours. Les investisseurs potentiels entrent en action, tandis que les équipes de la plateforme fournissent un accompagnement tout au long du processus pour garantir le succès de la collecte de fonds.

Il est d'une importance cruciale pour la plateforme, et plus particulièrement pour la PME, de sélectionner soigneusement la période de lancement de la campagne de financement. Cela est dû au fait que les contributeurs, qu'ils soient amis, amis des amis, ou membres du grand public, doivent être en mesure de financer le projet. Il est recommandé d'éviter de démarrer la campagne de collecte de fonds lors de grandes festivités telles que Noël ou le Ramadan, par exemple, car à ces moments, les investisseurs ont tendance à consacrer leurs ressources à leurs propres besoins financiers. Il est donc essentiel de planifier attentivement le calendrier de la campagne pour maximiser ses chances de réussite (SANSARI & CHEURFA, 2020).

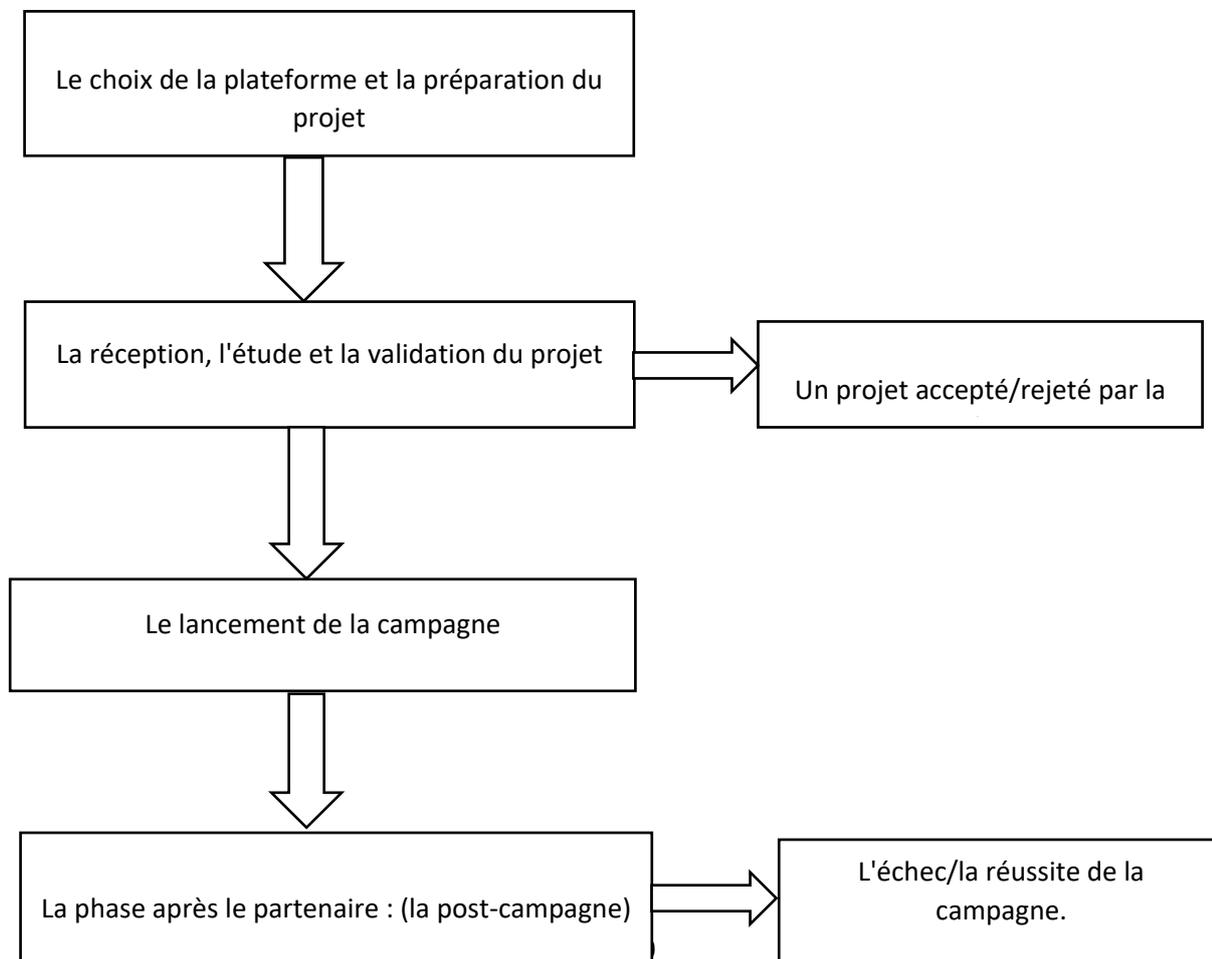
1.4. Période Après financement :

L'échec ou la réussite de la campagne repose principalement sur l'atteinte des objectifs définis par le porteur de projet en ce qui concerne les fonds récoltés. En cas de réussite la plateforme prélève une marge du montant global de la campagne (Kuppuswamy, V; Mollick, E, 2014).

Le mode de collecte de fonds peut se faire de deux manières, soit par " tout ou rien ", soit par " garder tout " (Bottiglia, 2016).

Après la clôture de la campagne de financement, le crowdfunding se poursuit. L'emprunteur, qui est le porteur du projet, a l'obligation de rendre des comptes aux financeurs, quel que soit le type de crowdfunding (don, prêt, etc.) utilisé (Gabison G. , 2014). Cette transparence de l'information est essentielle, car les contributeurs souhaitent savoir comment leurs participations ou contributions sont concrètement utilisées. La diffusion et la transparence de l'information après la campagne témoignent de l'importance de la somme totale collectée dans le développement du projet. De plus, elles sont une manière de remercier et d'honorer les financeurs qui ont fait confiance à l'entrepreneur et à son projet (Cumming, Leboeuf, & Schwienbacher, 2014).

Figure N°15 : Schéma des démarches d'un projet en financement participatif



Source: élaboré par l'auteur.

2. Type et acteur du crowdfunding :

Pour mieux comprendre le crowdfunding, on a décidé de détailler les types de financement offerts aux contributeurs, ainsi les acteurs qui peuvent participer à celui-ci.

2.1. Différents types de Crowdfunding

Il existe plusieurs types de crowdfunding (Vukovic, Mariana, & Laredo, 2009), chacun ayant ses propres caractéristiques et objectifs (Pelzer, Wenzlaff, & Einfeld-Reschke, 2012). Nous allons explorer les quatre principaux types de crowdfunding (Bourouba, 2018), du don à l'investissement en passant par le prêt, pour vous aider à comprendre les différentes possibilités offertes par cette méthode de financement innovante. Chacun de ces types de crowdfunding répond à des besoins spécifiques (Kshertri, 2015).

2.1.1. Les dons :

Les plateformes de crowdfunding offrent deux types de dons : dons simples et dons avec contrepartie (CLARENS, 2019).

2.1.1.1. Le don simple :

Ce type de financement convient à tout type d'entreprise. Il est considéré comme un acte altruiste où le porteur de projet reçoit des fonds de la part de contributeurs sans contrepartie (Dushnitsky, 2013). La moyenne de ce mode de financement en Europe est d'environ 500 euros par projet (De Buysere, Gajda, O, Kleverlaan, R, & Marom, D, 2012).

Il est plus développé dans les pays Anglo-Saxons où la moyenne de financement est plus importante.

On constate que le financement par le crowdfunding réussit mieux qu'une collecte de fonds traditionnelle pour une ONG, car le premier soutien d'un projet en particulier. Selon (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2013), une collecte de fonds pour financer des organisations à but non lucratif peut facilement atteindre son objectif de financement car ceci est pour le bien de la société ; contrairement à une organisation à but lucratif qui cherche son intérêt financier avant toutes choses (GERMON & Adnane MAALAOUI, Le crowdfunding, une nouvelle voie de financement pour les PME, 2015).

Le seul risque lié à ce modèle de financement est de ne pas utiliser (investir) l'argent comme prévu et annoncé au début. Ce risque est présent, même, pour le reste de financement participatif ; ainsi que pour les formules traditionnelles de dons (Burtch, Ghose, A, & Wattal, S, 2013).

2.1.1.2. Le don avec contrepartie (*reward – based*) :

Ce modèle de financement appelé aussi «le don contre don» est le plus développé et le plus utilisé (Valanciene & Jegeleviciute, S, 2013). Il est basé sur les récompenses en nature

(Agrawal, Catalini, C., & Goldfarb, A., 2015). Il existe depuis les années 2008/2009 aux Etats-Unis, avec la création des deux plateformes Kick Start et Indiegogo.

Le principe de ce modèle est qu'un porteur de projet dépose son projet avec le montant à collecter et les récompenses offertes. Une fois le projet lancé, les contributeurs commencent à verser des sommes d'argent et chacun reçoit sa récompense selon le montant versé (Bernard, A., & Gazel, 2017).

Les projets tels que artistiques, culturels, éducatifs et même des idées de nouveaux produits sont souvent les plus financés par ces plateformes que des projets d'entrepreneuriat (Cecere, Le Guel, F., & Rochelandet, F., 2017). La forme de récompense dépendra, à la fois, du montant versé et de la nature du projet. Généralement, cette récompense peut être un remerciement par une dédicace, un CD, un autographe ou un petit cadeau (Boudreau, Jeppesen, L.B, Reichstein, T., & Rullani, F., 2017). Ces récompenses ont une valeur symbolique inférieure aux dons collectés. Parfois même, il existe des récompenses importantes telles que : des billets VIP offerts à un contributeur pour assister à un concert d'un artiste préféré ou à un show (Colombo M. G.-L., 2015).

Il est préférable que ces types de projets et ses plateformes s'orientent vers les réseaux sociaux afin de mieux réussir car ces derniers sont des facteurs clés pour toucher le maximum de personnes (Tekfi, 2015).

2.1.2. Le prêt rémunéré (crowdlending) :

Le prêt appelé aussi crowdlending. Dans ce modèle de crowdfunding, les contributeurs prêtent leur argent à des porteurs de projets (Baeck, Collins, L., & Zhang, B., 2014). Ces derniers sont, le plus souvent, des entrepreneurs ou des start-up qui comptent financer des différents projets à des taux d'intérêt plus faible que ceux déterminés par les banques (Pierrakis & Collins, L., 2013). Donc ici, l'investisseur attend des rendements qui sont : les intérêts. Il existe, aussi, un autre cas où l'investisseur épargne son argent sous forme de prêt ; mais ce dernier est sans intérêt. Ici, le contributeur a une motivation plus sociétale que financière : prêts sociaux (Bruton, Khavul, S, Siegel, D, & Wright, M, 2015).

On trouve plusieurs modes de fonctionnement pour les plateformes de prêt avec intérêt. Il y a celles qui jouent un rôle d'intermédiaire ; c'est-à-dire, l'argent est collecté pour le porteur de projet et à la fin du prêt, les investisseurs sont remboursés. Dans le cas contraire, une rencontre est programmée entre les investisseurs et les porteurs de projets sans que l'opération de collecte s'effectue (De Buysere, Gajda, O, Kleverlaan, R, & Marom, D, 2012).

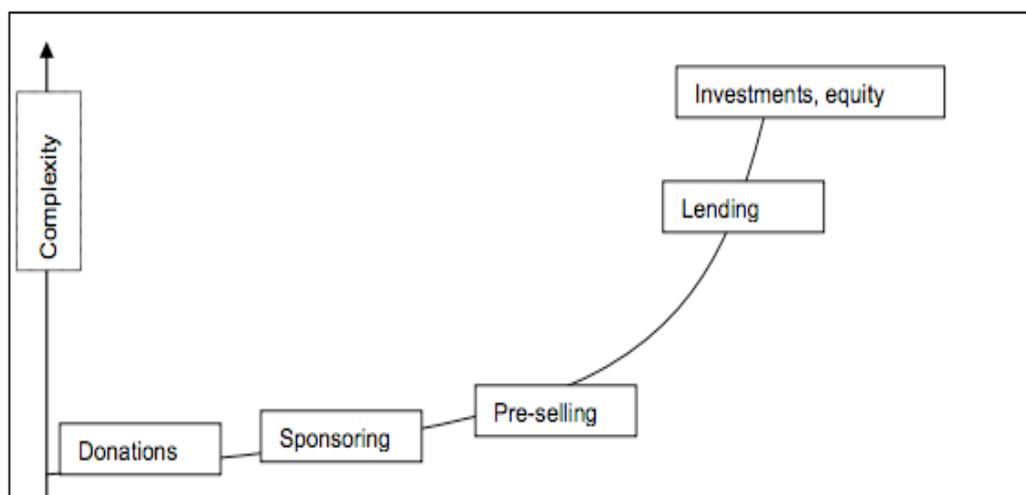
Le problème majeur qui peut se poser pour cette plateforme de crowdfunding est celui lié à la solvabilité des emprunteurs, car cette plateforme ne peut se substituer à une banque afin de donner des garanties. Mais, malgré cette ambiguïté, les campagnes de crowdfunding avec

prêt sont estimées à un taux de 44% alloués au financement participatif dans le monde (Onnée & Renault,S, 2013).

2.1.3. L'investissement en capital (Equity crowdfunding) :

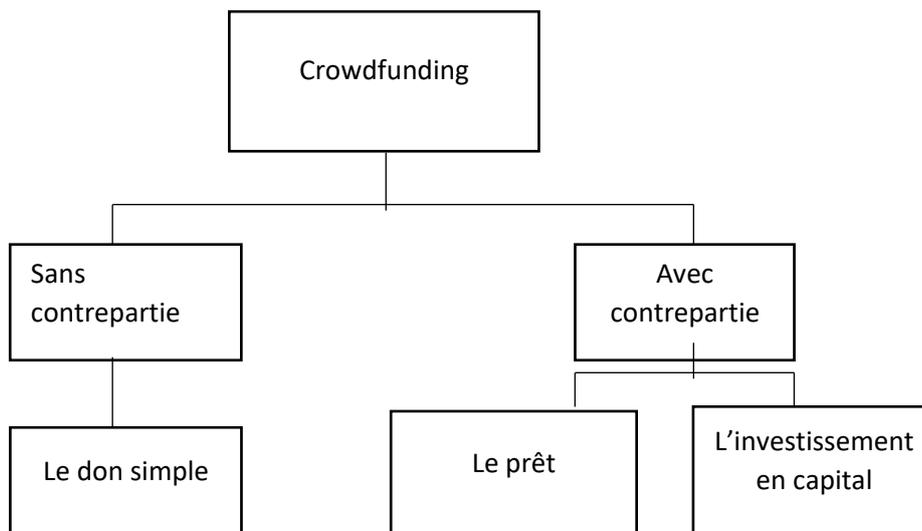
Ce modèle de financement est appelé aussi Equity crowdfunding. Les recherches sur l'ECF se concentrent sur sa croissance (Hornuff & Schwienchebacher, 2014); les déterminants du succès de la levée de fonds (Ahlers, Cumming, D, Günther, C, & Schweizer, D., 2015); la persévérance de la foule à contribuer dans l'ECF (Hervé, Manthé, E, Sannajust, A, & Schwienbacher, A, 2016); ainsi que la gouvernance des entités financées par ECF (Bessière & Stéphan, E, 2014). Dans ce cas, il s'agit de permettre aux investisseurs de rentrer dans le capital d'une entreprise par le biais d'une participation en contre partie de leur contribution. Ils reçoivent des parts de l'entreprise, des actions ou des obligations. Cela veut dire qu'ils auront droit aux dividendes et/ou au droit de vote. Cela dépend du contrat entre l'investisseur et l'emprunteur de fonds (Gerber, Hui, & Kuo, 2012). Ce financement a une forte ressemblance avec le business Angel. On peut dire que les campagnes d'equity crowdfunding récoltent le plus d'argent par projet (environ cinquante mille euros en moyenne).Mai malgré cela, elles restent faibles car il s'agit d'investissement à risque et qui demande plus de démarches administratives. Que ce soit pour les investisseurs ou les plateformes, il est évidemment complexe et le risque est toujours élevé. Il est important que la plateforme examine l'éventualité de développement du projet en faisant une évaluation bien détaillée (Hornuf & Schwienbacher,A, 2018). Cette forme de crowdfunding est la plus rentable si la plateforme arrive à mettre en confiance les investisseurs potentiels.

Figure N°16 : la complexité du crowdfunding en fonction du business model.



Source : (Hemer, 2011).

Figure N°17: Les modèles de Financement Participatif.



Source: élaboré par nous-mêmes.

2.2. Acteurs du crowdfunding :

Le financement participatif est composé de trois acteurs (TEKFI, 2015), qui sont : les entrepreneurs, les investisseurs et les plateformes qui, elles, vont jouer le rôle intermédiaire. Dans cette partie nous allons voir le rôle et motivations propres de chacun (Boyer, Chevalier, A, Léger, J.-Y, & Sannajust, A, 2016).

2.2.1. Les entrepreneurs / les start-up :

Les entrepreneurs et les start-ups ont de plus en plus recours au crowdfunding comme alternative pour obtenir du financement, compte tenu des défis croissants liés à l'obtention de fonds traditionnels. La principale motivation derrière cette démarche est de financer leurs projets (Calmé, 2016). Cependant, le crowdfunding offre bien plus que cela. Il sert également de moyen efficace pour présenter une idée ou un projet à un public large, parfois international, principalement grâce à l'utilisation des réseaux sociaux et du bouche-à-oreille, deux méthodes économiques. Les investisseurs, devenant souvent de fervents défenseurs de la marque, contribuent à sensibiliser leur entourage aux projets qu'ils soutiennent, ce qui est gratifiant pour les entrepreneurs (Kavitha, Kumar, & Baag, 2018).

De plus, le crowdfunding suscite un intérêt considérable des médias, qu'il s'agisse de presse écrite ou audiovisuelle, pour les projets qui se distinguent. L'obtention d'une reconnaissance publique permet aux entrepreneurs d'accroître leur confiance en eux. Par ailleurs, en fonction du nombre d'investisseurs et du montant des fonds collectés, il est possible d'évaluer le potentiel d'un projet. Les avantages du crowdfunding comprennent sa

flexibilité et sa rapidité dans la collecte de fonds, les conditions de financement attrayantes et la réduction de la dépendance par rapport aux sources de financement traditionnelles, telles que les investisseurs en capital-risque (VC) ou les Business Angels.

Les motivations des entrepreneurs ne se limitent pas à la recherche de financement, elles incluent également le désir de susciter l'intérêt du public et d'obtenir des commentaires sur leur produit ou service. Il appartient à l'entrepreneur de choisir le modèle de crowdfunding et la plateforme les plus adaptés à son projet. Les modèles de prévente et d'equity crowdfunding sont pertinents dans des contextes différents, en fonction des besoins de financement, avec la prévente convenant à des levées de fonds de moindre envergure, tandis que l'equity crowdfunding est plus approprié pour des exigences de capital plus élevées.

2.2.2. Plateformes / intermédiaires :

Les plateformes de crowdfunding se multiplient à l'échelle mondiale, profitant clairement de la croissance du marché du crowdfunding et des revenus qui en découlent. En effet, ces plateformes perçoivent des commissions sur le montant total collecté, parfois également lorsque l'objectif de financement est atteint. Les taux de ces commissions varient d'une plateforme à l'autre, dépendant de leurs modèles opérationnels, et vont de 2% à 25% (Massolution en 2013).

- **Le rôle des plateformes**

Les motivations des plateformes de crowdfunding dépassent les considérations financières. Elles jouent un rôle essentiel en facilitant la transaction entre les porteurs de projet et les investisseurs grâce à leur expérience et leur expertise antérieures. En outre, elles sont perçues comme des catalyseurs de l'innovation, fournissant les moyens nécessaires pour concrétiser le crowdfunding (Gerber & Hui, J, 2013). L'efficacité des plateformes est cruciale, tout en nécessitant une grande flexibilité. Elles doivent agir en tant que support et soutien plutôt que de contrôler le processus de financement. La capacité d'accepter des projets modernes est un aspect important, tout en maintenant l'accessibilité du crowdfunding à tous. De plus, les plateformes doivent faciliter la circulation des idées et des solutions en favorisant la communication entre les porteurs de projet et les investisseurs (Anne, 2014).

Le rôle et le niveau d'implication des plateformes varient en fonction du type de crowdfunding. Certaines plateformes se limitent à mettre en relation les créateurs de projet et les investisseurs via leur site web, adoptant une position neutre. En revanche, d'autres plateformes, en particulier celles qui opèrent dans le domaine de l'equity crowdfunding, jouent un rôle beaucoup plus actif dans le processus de financement. Cela s'explique par la complexité de ce modèle, étant donné que les petits investisseurs n'ont pas toujours les compétences nécessaires pour évaluer les start-ups. Dans ce contexte, le rôle de la plateforme

est d'apporter une meilleure évaluation des start-ups et de présenter clairement le projet des entrepreneurs.

Cinq critères ont été identifiés pour évaluer la fiabilité des plateformes.

Tout d'abord, elles doivent garantir une transparence opérationnelle et financière, ainsi que la sécurité des transactions financières. De plus, elles doivent assurer la fonctionnalité de la plateforme et protéger les investisseurs pour gagner leur confiance. Enfin, elles doivent mettre en place des procédures opérationnelles solides pour garantir un fonctionnement fiable.

2.2.3. Les investisseurs :

Il n'y a pas de type spécifique de crowdfunders dans le crowdfunding car il existe plusieurs types d'investisseurs. Ils font partie de toutes les catégories socio-professionnelles. Les investisseurs peuvent avoir des motivations différentes.

- **Les motivations des investisseurs (AdoctA, 2013) :**

L'idée de financement participatif est fondée sur le fait que des personnes souhaitent soutenir des projets qu'ils aiment et qui leur sont proches d'un point de vue émotionnel, familial, communautaire ou géographique (Khelladi I. C., 2018). Certaines personnes aiment soutenir des projets parce qu'elles partagent les mêmes valeurs ou pour la création d'emploi. D'autres personnes préfèrent les récompenses qu'elles recevront en échange de leur contribution (Gerber E. M., 2012). Même si ces récompenses ont une valeur monétaire inférieure aux contributions, elles peuvent être sentimentales pour les investisseurs ; telles que rencontrer le créateur du projet (cela peut être un artiste, par exemple) ou bénéficier de récompenses uniques (Corbel, 2018). Certaines personnes veulent faire partie d'une communauté avec des personnes qui partagent les mêmes valeurs (Touitou, 2015). Certaines aiment bien entretenir leur identité sociale, donc elles adhèrent au financement participatif en espérant que les réseaux sociaux vont considérer leur participation comme un geste «parfait» qui découle du fait de soutenir des idées populaires d'artistes non encore reconnus. Certaines entreprises aiment soutenir des projets car elles ont une vraie connaissance du marché et veulent bien participer avec leurs fonds et apporter leur expérience afin que le projet prenne la bonne voie (Danmayr, 2013).

Une catégorie de personnes est intéressée par les rendements financiers et considère le financement participatif comme un bon investissement. Le choix de ces personnes tombe généralement sur l'equity crowdfunding ou le crowdfunding avec emprunt.

La diversité des projets les modèles de crowdfunding donne la chance à toutes les personnes ; quel que soit leur origine ou leur niveau intellectuel, de trouver le modèle qui leur convient le mieux (Dardour, 2018). Il est évident qu'il existe d'autres motivations qui attirent les gens pour participer au crowdfunding. C'est la raison pour laquelle le financement

participatif ne cesse de se développer et désormais prend place dans le monde entier (Abdennadher & Khemakhem, 2024).

- **Les rôles des investisseurs :**

Les investisseurs jouent un rôle central dans le crowdfunding. Leur participation est essentielle pour le succès de cette méthode de financement participatif et que l'objectif de financement soit atteint dans les délais impartis. Aussi, ils peuvent aider et orienter les entrepreneurs par leur expérience et leur savoir-faire. Voici les principaux rôles et contributions des investisseurs dans le crowdfunding :

- **Fournir des fonds :** Le rôle principal des investisseurs est de contribuer financièrement aux projets ou à l'entreprise présentée sur les plateformes de crowdfunding. Leur argent permet aux porteurs de projet de réaliser leurs idées et de collecter les fonds nécessaires pour concrétiser leurs objectifs.
- **Diversifier les portefeuilles :** Les investisseurs ont la possibilité de diversifier leurs investissements en soutenant un large éventail de projets. Cette diversification peut réduire les risques, car un échec dans un projet peut être compensé par le succès dans d'autres.
- **Soutenir des projets innovants :** Les investisseurs jouent un rôle crucial en finançant des projets innovants et des start-ups qui pourraient avoir du mal à obtenir un financement traditionnel. Ils contribuent ainsi à stimuler l'innovation et à favoriser le développement de nouvelles idées et de nouvelles entreprises.
- **Influencer la réussite des projets :** Les investisseurs peuvent aider à influencer la réussite des projets en partageant leurs connaissances, en offrant des retours d'expérience et en faisant la promotion des projets auprès de leur réseau. Leur engagement peut contribuer à la notoriété et à la visibilité d'un projet.
- **S'impliquer dans la communauté :** Les investisseurs deviennent souvent une partie intégrante de la communauté de supporters d'un projet ou d'une plateforme de crowdfunding. Leur implication peut renforcer les liens sociaux et créer un sentiment d'appartenance à une cause ou à une entreprise (Bayus & Kuppuswamy, V, 2013).
- **Recevoir des récompenses ou des rendements financiers :** En fonction du type de crowdfunding, les investisseurs peuvent recevoir des récompenses non financières (dans le cas du crowdfunding de récompenses) ou des rendements financiers (dans le cas de l'equity crowdfunding ou du crowdfunding de prêts) en échange de leur contribution financière.

- **Assumer un rôle de surveillance :** Dans le cas de l'equity crowdfunding, les investisseurs deviennent souvent des actionnaires et peuvent jouer un rôle actif dans la surveillance et la gouvernance de l'entreprise financée.
- **Promouvoir la confiance :** Les investisseurs qui ont une expérience positive avec le crowdfunding peuvent devenir des défenseurs du modèle et contribuer à renforcer la confiance dans cette méthode de financement, attirant ainsi davantage de porteurs de projet et d'investisseurs.

En somme, les investisseurs dans le crowdfunding ne se limitent pas à apporter des fonds, mais ils jouent également un rôle essentiel dans la promotion de projets, l'encouragement de l'innovation et la construction de communautés de soutien. Leur engagement et leur participation sont au cœur de l'écosystème du crowdfunding.

3. Les motivations des internautes à prendre part au crowdfunding

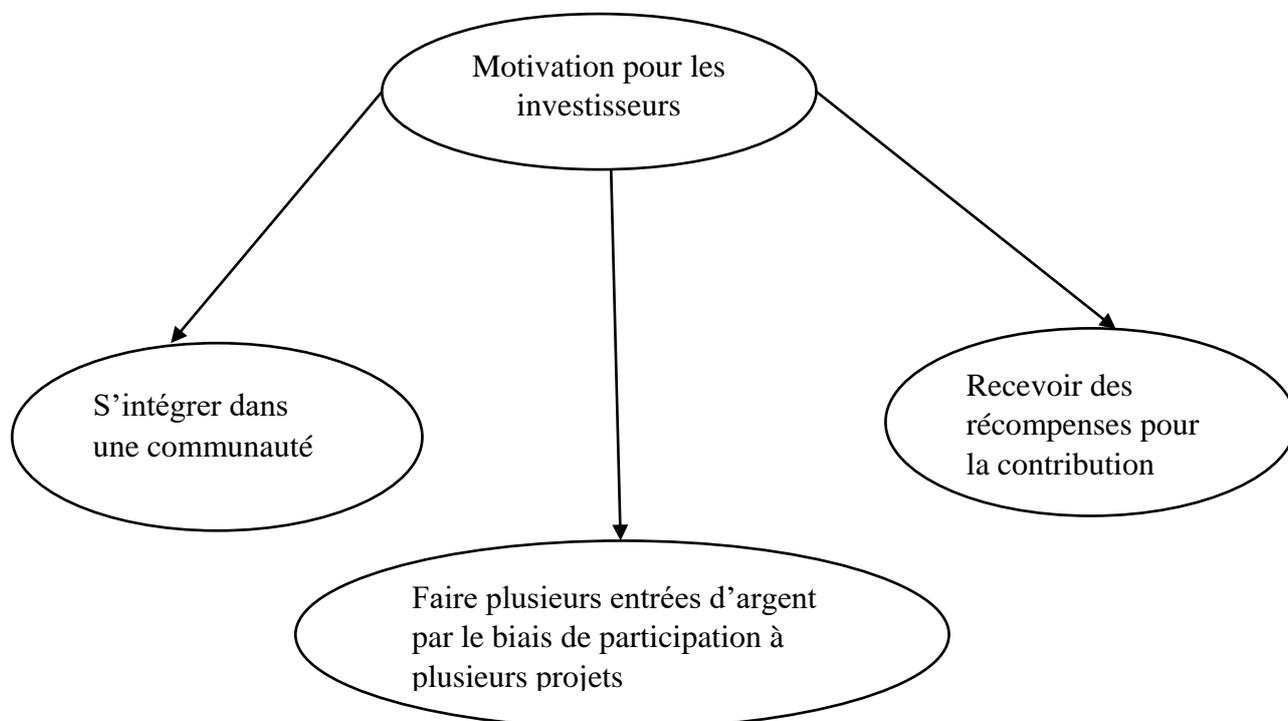
La littérature spécialisée a identifié quatre principaux types de motivations pour les individus qui participent au crowdfunding (Lee, Lee, & Shin, 2015). Tout d'abord, les motivations altruistes, où la philanthropie et le désir d'apporter une aide à leurs pairs restent des sources primordiales de motivation. Les individus soutiennent des projets qu'ils souhaitent sincèrement voir réussir, et la contribution à une bonne cause joue un rôle déterminant dans ce processus. Ensuite, on trouve les motivations opportunistes, où la participation au crowdfunding peut être motivée par la perspective de récompenses symboliques ou matérielles. Selon certaines études, ces récompenses peuvent avoir un impact significatif sur les montants des dons (A, Miceli L, Pizzetti M, & Parasuraman A, 2011).

Un autre type de motivation est communautaire, où l'adhésion à une communauté et le désir de faire partie d'un projet significatif sont des facteurs déterminants. Enfin, il y a les motivations liées à l'innovation, où certains individus sont motivés par le désir d'adopter des comportements innovants, que ce soit en termes de communication ou de consommation. L'originalité même du concept de crowdfunding peut également jouer un rôle décisif dans la participation (Onnée & Renault, 2013).

En outre, il est possible de distinguer les motivations intrinsèques à l'individu, telles que le désir d'aider, le sentiment de faire partie intégrante de la réalisation d'un projet, la contribution à une cause louable ou même le simple fait d'être un fan du projet. D'un autre côté, il existe des facteurs extrinsèques qui influencent positivement la décision de participer au crowdfunding, tels que la confiance envers les fondateurs du projet.

Des études ont également révélé que les premiers contributeurs sont généralement des proches, motivés davantage par le désir d'aider le porteur de projet que par l'intérêt pour le projet lui-même. En outre, la présence de contributeurs dès le début de la collecte est un signe de qualité qui renforce la confiance des contributeurs potentiels (TRESPEUCH & ROBINOT, 2014).

Figure N°18 : Les motivations des internautes à prendre part au crowdfunding



Source : Elaboré par l'auteur.

4. Les facteurs clés de succès d'une collecte de crowdfunding

L'identification des facteurs qui expliquent le succès ou l'échec d'une collecte de crowdfunding est un sujet clé dans la littérature. Le taux d'échec des campagnes demeure encore élevé (Mollick, 2014). Nous examinons plus en détail les facteurs liés au projet lui-même, à sa présentation, ainsi qu'aux porteurs de projet (Khelladi, Castellano, S, & Bertaud, A, 2018).

- **Facteurs intrinsèques au projet :** La littérature s'accorde sur l'existence de corrélations entre (1) la durée, le montant et la nature des contributions, et (2) le succès d'une collecte. Par exemple, Boeuf et al. (2014) ont montré que la durée d'une campagne a un effet non linéaire : les montants donnés augmentent au cours des 68 premiers jours, puis la tendance s'inverse et les montants diminuent (BERGLIN & STRANDBERG, C, 2013). De plus, une collecte trop longue peut dissiper les avantages du bouche-à-oreille et envoyer un signal

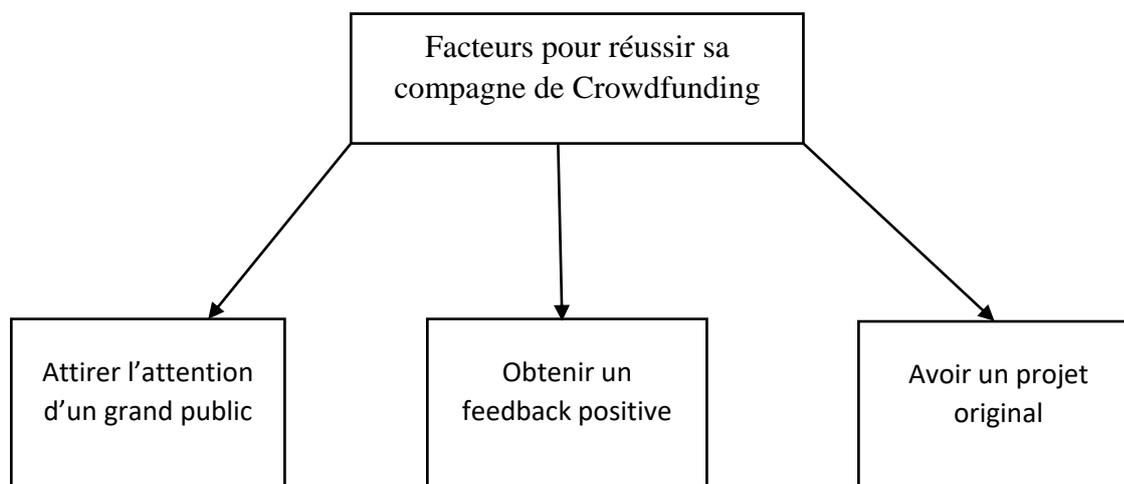
négalif. Plusieurs études, notamment Agrawal et al. (2011), Belleflamme et al. (2014), Balboni et al. (2014), et Mollick (2014), ont démontré qu'il existe une corrélation négative entre le montant demandé et les chances de réussite. Enfin, la nature des récompenses offertes aux contributeurs est un facteur déterminant dans le succès d'une campagne. Boeuf et al. (2014) ont affirmé qu'un projet proposant des rétributions symboliques a plus de chances de réussir qu'un projet proposant des rétributions matérielles (Boeuf, Darveau, & Legoux, 2014). Il a également été constaté que des incitations immatérielles augmentent la valeur perçue du projet et attirent de nouveaux contributeurs (Hardy, 2013).

- ***Facteurs liés à la présentation du projet*** : La qualité d'un projet est souvent difficile à discerner sur les plateformes de crowdfunding en raison des asymétries d'informations entre le porteur de projet et les donateurs (Mollick, 2014). Pour compenser cela, le créateur du projet doit émettre des signaux de qualité et il doit se focaliser sur la transparence (FRANCOU & KAPLAN, D, 2011) et avoir une bonne gestion (ASSADI & ASHTA, A, 2008). La présence de visuels tels que des vidéos et des photos (Mollick, 2014), la qualité du langage utilisé (fautes d'orthographe, termes et expressions) (Mitra, Gilbert, 2014), ainsi que des mises à jour fréquentes sur les réseaux sociaux et des interactions avec la communauté (Kuppuswamy, Bayus, 2015) influencent la réussite du projet.
- ***Facteurs intrinsèques au porteur de projet*** : Pour maximiser les chances de succès de son projet, le créateur doit mobiliser une communauté de donateurs suffisamment importante avec laquelle il doit entretenir un dialogue. Des études ont montré que la taille du réseau social du créateur (par exemple, ses amis sur Facebook) a un impact significatif sur le résultat de la collecte (Mollick, 2014 ; Mitra et Gilbert, 2014). Les premiers contributeurs, souvent des proches (amis et famille), jouent un rôle essentiel dans l'attraction des premiers contributeurs, qui sont des indicateurs précoces du succès de la collecte (Colombo, Franzoni, & Rossi Lamastra, 2015). Ces premiers contributeurs contribuent également à inspirer confiance chez les futurs donateurs (GEFEN, 2000). Pour accroître la visibilité et la notoriété de son projet, le porteur de projet doit être actif sur les réseaux sociaux et sur la plateforme de crowdfunding (RENAULT, 2018). L'issue de la collecte est donc étroitement corrélée au comportement du porteur de projet, qui ne doit

pas négliger son capital social. Cependant, il convient d'être prudent, car l'effet de pairs peut produire des résultats divergents (Kuppuswamy & Bayus, 2015). En outre, la multiplication des collectes par un même porteur de projet peut s'avérer contre-productive, générant un effet d'usure au sein de la communauté (Boeuf, Darveau, & Legoux, 2014). Enfin, la forme juridique de l'activité, par exemple, une association ou une entreprise à but non lucratif, semble influencer la décision des individus de contribuer (Belleflamme, Lambert, & Scwienbacher, 2014).



Figure N°19 : Les facteurs clés de succès d'une collecte de crowdfunding



Source : Elaboré par l'auteur.

5. Avantages du Crowdfunding :

Dans ce passage, nous allons voir les avantages du crowdfunding pour les différentes parties prenantes : économie, entrepreneurs et investisseurs.

- ✓ **Financement Accessible :** Le crowdfunding offre un accès plus large au financement, permettant aux porteurs de projet, en particulier aux petites entreprises et aux start-ups, de collecter des fonds sans avoir à dépendre des canaux de financement traditionnels, tels que les banques ou les investisseurs providentiels (Sirine & Bentayeb, 2021).
- ✓ **Diversification des Sources de Financement :** Les porteurs de projet peuvent diversifier leurs sources de financement en s'appuyant sur un grand nombre d'investisseurs individuels, ce qui réduit leur dépendance envers un seul investisseur ou une seule institution.

- ✓ Validation de la Demande : Le crowdfunding permet aux porteurs de projet de tester la demande pour leur produit ou service. Si une campagne échoue, cela peut indiquer un manque d'intérêt du marché, ce qui peut éviter des investissements inutiles.
- ✓ Engagement de la Communauté : Le crowdfunding peut engager une communauté de supporters autour du projet, créant une base de clients ou d'ambassadeurs dévoués.
- ✓ Réduction des Risques : Les investisseurs individuels répartissent les risques entre eux, ce qui peut réduire la pression sur un seul investisseur en cas d'échec du projet.
- ✓ Facilité de Collecte de Fonds : Les plateformes de crowdfunding simplifient la collecte de fonds en fournissant des outils et une infrastructure pour promouvoir et gérer les campagnes.
- ✓ Diversité des Modèles : Il existe différents modèles de crowdfunding, tels que le financement participatif par dons, les prêts participatifs, le crowdfunding de récompenses et l'equity crowdfunding, offrant ainsi une variété d'options pour les porteurs de projet.

5.1. Avantages pour l'Économie :

- Stimule l'Innovation : Le crowdfunding favorise l'innovation en permettant aux projets créatifs et novateurs de trouver un financement, ce qui stimule la croissance économique.
- Création d'Emplois : Les projets financés via le crowdfunding ont le potentiel de créer de nouveaux emplois et de soutenir l'emploi existant, contribuant ainsi à la réduction du chômage.
- Dynamise l'Entrepreneuriat : Le crowdfunding facilite la création de nouvelles entreprises et encourage les entrepreneurs à transformer leurs idées en réalité, renforçant ainsi le tissu entrepreneurial.
- Accès au Marché : Les plateformes de crowdfunding peuvent fournir une plateforme de lancement pour les produits et services, permettant aux entreprises de gagner en visibilité et d'accéder plus facilement au marché.
- Augmente l'Investissement Local : Le crowdfunding peut stimuler l'investissement local, car de nombreux investisseurs sont susceptibles de soutenir des projets de leur région (Ramos & Gonzalez, B, 2013).

5.2. Avantages pour le Porteur de Projet :

- Financement Rapide : Les porteurs de projet peuvent collecter des fonds plus rapidement que par des moyens traditionnels, ce qui est essentiel pour les projets nécessitant un financement rapide.

- Validation de l'Idée : Une campagne réussie confirme l'intérêt du public pour l'idée du projet, ce qui peut renforcer la confiance des porteurs de projet.
- Interaction avec les Supporters : Les porteurs de projet peuvent interagir directement avec leurs supporters, recevoir des commentaires précieux et développer des relations à long terme.
- Possibilité de Prévente : Les plateformes de crowdfunding de récompenses permettent aux porteurs de projet de pré-vendre leurs produits ou services, générant ainsi des revenus avant même le lancement officiel.
- Moins de Dette : Le crowdfunding peut réduire la dépendance à l'égard de prêts bancaires ou d'investisseurs traditionnels, réduisant ainsi la dette potentielle (Evans, 2011).

5.3. Avantages pour l'Investisseur :

- Diversification : Les investisseurs peuvent diversifier leur portefeuille en participant à plusieurs projets à travers différentes plateformes, répartissant ainsi les risques.
- Accès aux Nouveaux Marchés : Le crowdfunding offre aux investisseurs l'accès à de nouveaux marchés et à des opportunités d'investissement qu'ils n'auraient peut-être pas autrement considérées.
- Possibilité de Soutenir des Projets Innovants : Les investisseurs peuvent soutenir des projets innovants qui correspondent à leurs intérêts ou à leurs convictions personnelles.
- Engagement et Satisfaction Personnelle : Participer au crowdfunding peut offrir aux investisseurs une satisfaction personnelle en contribuant à des projets qui leur apparaissent intéressants (Moon & Hwang, 2018).

6. Inconvénients du Crowdfunding :

Recourir au financement participatif, ne signifie pas toujours la réussite immédiate de la campagne. Car plusieurs entrepreneurs n'ont pas atteint leurs sommes et n'ont pas pu démarrer leurs projets. Dans ce qui suit on détaillera les inconvénients de ce mode de financement.

Risque de Perte Totale : Les investisseurs encourent le risque de perdre la totalité de leur investissement si un projet échoue, sans garantie de remboursement (Gabison A. d., 2015).

Manque de Régulation (Turan, 2015) : Le crowdfunding est moins réglementé que d'autres formes d'investissement, ce qui peut exposer les investisseurs à des pratiques frauduleuses ou à des projets mal gérés (MOUSSAVOU & BRANELLEC, G, 2018).

Manque de Transparence : Les informations fournies par les porteurs de projet peuvent être limitées, rendant l'évaluation du risque difficile pour les investisseurs (Calic & Mosakowski, E, 2016).

Concurrence (Sigar, 2012) : Le nombre croissant de projets sur les plateformes de crowdfunding peut entraîner une concurrence féroce pour attirer les investisseurs, ce qui peut rendre difficile la réussite de certaines campagnes (Sangani, 2014).

Frais et Commissions : Les plateformes de crowdfunding facturent généralement des frais et des commissions, réduisant ainsi le rendement des investisseurs.

Risque de Non-Réalisation : Les porteurs de projet ne sont pas tenus de réaliser leurs promesses envers les investisseurs, ce qui peut entraîner des déceptions si le projet ne se déroule pas comme prévu (Renault, 2013).

Gestion des Opérations : Les porteurs de projet peuvent être submergés par la gestion des aspects opérationnels de la collecte de fonds, y compris la distribution des récompenses ou le suivi des engagements envers les investisseurs.

Le risque de plagiat du projet :

Les projets lancés sur les plateformes de crowdfunding sont souvent exposés au risque de plagiat. Les créateurs de projets originaux peuvent trouver que leurs idées, concepts ou prototypes sont vulnérables à être copiés ou imités par des tiers malintentionnés (Mancuso & Stuth, K, 2014). Cela peut résulter en une concurrence déloyale, où les copieurs peuvent capitaliser sur le travail et les idées des créateurs originaux sans consentement ni rétribution appropriés (CORNELL, 2014).

7. Le financement participatif comme une solution alternative pour les pme :

Le financement participatif (crowdfunding) est souvent considéré comme une solution alternative pour les PME pour plusieurs raisons. En premier lieu, on détaillera les difficultés de financement chez les pme. Et en second lieu, on verra l'importance du financement participatif pour les PME.

7.1. Les difficultés de financement chez les pme :

Les PME, en tant que nouvelles entreprises innovantes, se caractérisent par leurs idées originales souvent en lien avec la technologie (Marina, Jelena,H, & Maja,L, 2014). Tout au long de leur cycle de vie, ces startups sont confrontées à divers défis, le plus important étant la question du financement, que ce soit lors de leur création ou de leur développement.

Les PME ont deux options de financement. La première consiste en l'autofinancement, c'est-à-dire utiliser leurs propres ressources. Cependant, les PME rencontrent souvent des difficultés pour s'autofinancer, car leurs marges de profit sont

généralement limitées, ne leur permettant pas d'investir. La deuxième source de financement pour ces entreprises est de faire appel à des crédits bancaires ou aux marchés financiers, par le biais de l'émission d'actions ou d'obligations, ce qu'on appelle le financement externe (Dietsch & Mahieux, 2014).

La capacité d'une PME à répondre à ses besoins de financement, que ce soit grâce à ses propres ressources ou par des moyens externes, dépend souvent de sa taille. Les PME, en particulier au stade pre-entreprise et de lancement, rencontrent les plus grandes difficultés pour trouver un financement externe (Lehner, 2013).

L'un des principaux obstacles pour les PME lors de leur quête de financement est la levée de capitaux. De nombreux entrepreneurs qui cherchent à créer leur entreprise se retrouvent sans soutien financier extérieur, car les banques exigent généralement des garanties, ce qui limite l'accès au financement par crédit bancaire pour de nombreuses PME.

Les marchés financiers offrent des opportunités de développement et de croissance aux PME. Cependant, l'introduction en bourse n'est pas une tâche aisée et comporte des coûts significatifs. Les caractéristiques propres aux PME, telles que leur petite taille, leur manque d'expérience et leur nombre d'années d'existence, rendent l'accès à cette source de financement difficile (Tunguz, 2013).

7.2. L'importance du financement participatif pour les PME :

Le financement participatif, également connu sous le nom de crowdfunding, se révèle être un mécanisme de financement précieux pour les jeunes entreprises émergentes qui ont fréquemment besoin de capitaux pour donner vie à des idées pratiques (Stemler, 2013), créant ainsi de nouvelles entreprises et des opportunités d'emploi. Les avantages offerts par le financement participatif aux PME sont nombreux (بللعمّا, 2020).

Tout d'abord, les plateformes de financement participatif permettent aux PME de toucher un grand nombre d'investisseurs prêts à soutenir leurs projets, contrairement aux banques qui imposent souvent des critères de solvabilité restrictifs (SIERADZKA, 2020). De plus, le financement participatif offre aux PME la possibilité de choisir parmi une variété de produits de prêt flexibles, contrairement aux sources de financement traditionnelles.

En outre, les PME trouvent souvent le financement participatif plus simple en termes de procédures que les sources de financement traditionnelles, car il n'implique généralement pas de garanties. De plus, le financement participatif permet de

promouvoir les idées des startups à l'échelle mondiale via Internet, offrant un avantage considérable en termes de rapidité (شبياد, 2019).

De plus, les financements participatifs sont généralement débloqués en quelques semaines, comparés aux mois nécessaires pour un financement bancaire. Les campagnes de financement participatif durent généralement de 20 à 90 jours maximum.

Convaincre un large public de soutenir un produit ou un service signifie que les investisseurs deviennent les premiers clients fidèles, ce qui encourage le projet. En outre, les porteurs de projet ont un contact direct avec le grand public, leur permettant d'obtenir des commentaires et des conseils précieux avant le lancement officiel du projet (Cumming D. , 2012).

La possibilité de diversifier les sources de financement aide à réduire la vulnérabilité face à l'éventuel désengagement des banques. De plus, le financement participatif permet la création de petites et moyennes entreprises sans dépendre directement de l'État, contrairement aux aides à la création d'entreprise qui sont généralement gouvernementales.

Enfin, le recours au financement participatif encourage l'entrepreneuriat, car c'est un pilier du développement économique durable, en incitant les jeunes entrepreneurs à concrétiser leurs projets en créant des PME. Le financement participatif favorise ainsi l'apparition de PME, en contribuant ainsi à la vitalité de l'économie nationale. Le financement participatif offre ainsi de nombreuses opportunités aux PME pour surmonter les défis financiers et poursuivre leur croissance (Ricarda, Malvine Komorek, & Sascha Kraus, Crowdfunding: The Current State Of Research, 2015).

8. Perspectives du Crowdfunding :

Le crowdfunding, ou financement participatif, a connu une croissance significative ces dernières années et présente de nombreuses perspectives prometteuses pour l'avenir :
Diversification des plateformes : Il existe de plus en plus de plateformes spécialisées dans différents domaines, tels que les startups technologiques, les projets créatifs, les causes sociales et les investissements immobiliers. Cette diversification permet de répondre à des besoins spécifiques et d'attirer des contributeurs ayant des intérêts variés.

Accès facilité au capital : Pour les entrepreneurs et les créateurs, le crowdfunding représente une alternative attrayante aux financements traditionnels comme les prêts bancaires ou les investissements en capital-risque. Il permet de lever des fonds directement auprès du public, souvent de manière plus rapide et moins contraignante.

Communauté et engagement : Le crowdfunding permet de créer une communauté de supporters autour d'un projet. Les contributeurs deviennent souvent des ambassadeurs de la marque ou du produit, ce qui peut renforcer le soutien et la visibilité du projet. Cette dynamique communautaire est particulièrement bénéfique pour les projets créatifs et innovants (Olivier & Trabelsi, 2018).

Évolution des modèles de financement : Les modèles de crowdfunding évoluent et incluent désormais des options telles que le financement par actions (equity crowdfunding), où les investisseurs reçoivent des parts de la société ; le prêt participatif (peer-to-peer lending), où les contributeurs prêtent de l'argent et reçoivent des intérêts en retour ; et le financement par récompense (reward-based crowdfunding), où les contributeurs reçoivent des produits ou des services en échange de leur soutien.

Réglementations et protection des investisseurs : Les gouvernements mettent en place des régulations pour protéger les investisseurs et encadrer les pratiques de crowdfunding. Ces mesures peuvent renforcer la confiance du public et encourager davantage d'investissements.

Technologies émergentes : L'utilisation de technologies et les contrats intelligents peuvent apporter plus de transparence et de sécurité dans les transactions de crowdfunding. Ces innovations peuvent également réduire les coûts et les délais de traitement des transactions.

Impact social et environnemental : Le crowdfunding devient un outil important pour financer des projets à impact social ou environnemental.

CONCLUSION DU CHAPITRE II

En guise de conclusion, il est primordial de rappeler que le Crowdfunding est une alternative très intéressante au PME qui trouvent des difficultés à obtenir du financement à partir des canaux traditionnels qui sont les banques et les institutions financières que ce soit dans la phase d'amorçage ou la phase de développement , Toutefois, grâce à ce nouveau mode de financement et ses différents types les besoin de financement de ces entreprises peut être résolu. Ainsi le Crowdfunding correspond des spécifiés aux PME car la taille, la structure, la stratégie, l'organisation, et les caractéristiques de ces entreprises conviennent aux objectifs de celui-ci.

De plus le Crowdfunding offre également une opportunité à tout type de projet, surtout pour les investisseurs créatifs. Il aide à l'émergence des projets audacieux, d'idées originales qui n'auraient peut-être pas percé autrement. Ainsi, il stimule les projets culturels ou environnementaux. Et consolide le secteur de l'économie.

On peut constater que cette jeune industrie est en plein expansion dans le monde. Afin d'exploiter pleinement ses avantages, il est nécessaire de réduire les inconvénients et les risques liées à chaque type ; par un cadre réglementaire qui accompagne et couvre le processus de financement durant toute la campagne de collecte des fonds.

CHAPITRE 3 :

**POSITIONNEMENTS
EPISTEMOLOGIQUE ET
METHODOLOGIQUES,
RESULTATS ET
DISSCUSION DE LA
RECHERCHE**

Introduction du chapitre III

Dans ce chapitre, nous allons définir le cadre théorique relatif à notre problématique de recherche et formuler les éléments théoriques en hypothèses autour du concept de financement participatif. Ensuite, nous préciserons notre positionnement épistémologique et méthodologique ainsi que notre démarche de recherche. Nous proposerons une étude empirique portant sur l'apport du financement participatif aux PME, visant à tester les hypothèses précédemment énoncées.

Notre troisième chapitre sera consacré à l'analyse des résultats obtenus de cette étude empirique et sera structuré en trois sections principales. La première section traitera du positionnement épistémologique de notre travail doctoral. Ce chapitre vise à clarifier le cheminement du chercheur (doctorant) en explorant les différentes conceptions de l'épistémologie et ses principales approches, avant de définir la méthodologie de recherche et l'attitude épistémologique la plus représentative de notre thèse.

La deuxième section présentera le cadre conceptuel et méthodologique de notre étude de terrain, incluant les méthodes, outils et démarches de collecte et d'interprétation des données. Il est important de souligner que notre recherche s'inscrit clairement dans le champ disciplinaire des sciences sociales.

Enfin, dans la troisième section, nous analyserons les résultats des analyses descriptives obtenues à l'aide du logiciel d'analyse statistique SmartPLS 2, en se concentrant sur la modélisation par équations structurelles avec l'approche PLS (Partial Least Squares) pour tester nos hypothèses. Cette section présentera les résultats en trois étapes conformément aux recommandations de la technique PLS.

En premier lieu, l'évaluation et validation du modèle de mesure : Nous exposerons les résultats relatifs à la qualité de la mesure des variables en utilisant des procédures de validation adaptées au type de variables du modèle. Les résultats seront présentés en quatre étapes principales : fiabilité des construits (α de Cronbach et fiabilité composite), fiabilité des indicateurs, validité convergente, et validité discriminante.

En deuxième lieu, la qualité d'ajustement du modèle : Nous évaluerons la qualité d'ajustement du modèle à l'aide de trois indices principaux : le coefficient de détermination R^2 , la taille de l'effet (f^2), et l'indice de prédiction (Q^2). En troisième lieu on a le test des hypothèses. Nous testerons les hypothèses de notre modèle en utilisant le calcul Bootstrapping (t-Student) et l'algorithme PLS du logiciel SmartPLS.

Section 1 : Le positionnement épistémologique de nos recherches doctorales

Bien que cette thèse ne soit pas spécifiquement axée sur les questions épistémologiques, il est important de contextualiser ce travail par rapport aux paradigmes épistémologiques qui existent, car le choix de positionnement a influencé les décisions prises quant aux orientations suivies pour mener à bien cette recherche ; cette section abordera donc : le positionnement épistémologique

1 .Positionnement épistémologique de la recherche

1.1. L'épistémologie : une vision du monde

Étymologiquement, le terme « épistémologie » trouve son origine dans deux mots grecs : « épistémè », signifiant connaissance, science, savoir, et « logos », signifiant discours, langage, jugement. Par conséquent, l'épistémologie se définit soit comme l'étude de la science, soit comme l'étude de la connaissance. Selon Soler (2000, p. 14), contrairement aux anglophones pour qui l'épistémologie est synonyme de « théorie de la connaissance », les francophones ont une acception plus restreinte du terme, le définissant comme une « réflexion sur la connaissance spécifiquement scientifique ». Ainsi, la réflexion épistémologique porte sur la nature et la valeur des principes, des concepts, des méthodes et des résultats des sciences.

"Tout travail de recherche est fondamentalement ancré dans une certaine conception du monde." Les présupposés épistémologiques fournissent un cadre pour guider la méthodologie de recherche, renforçant ainsi la validité des connaissances produites et favorisant leur accumulation (M. & Perret , 1999). En effet, dans la pratique quotidienne du chercheur, ce positionnement épistémologique est essentiel pour légitimer la question de recherche. Il permet au chercheur de justifier ses actions et de communiquer les résultats de ses travaux. Comme l'exprime Wacheux (Wacheux, 1996), « L'épistémologie est une autorisation de parler et de se faire entendre». Ainsi la prise en considération des questions épistémologiques nous permet de s'assurer que les connaissances que nous produisons sont solides (Bell, 2019).

En sciences sociales, deux grandes familles de paradigmes épistémologiques distinctes orientent les recherches : le positivisme et le constructivisme.

Les paradigmes sont des systèmes de croyance qui encadrent la perception du monde par l'individu (Denzin & Lincoln, 1994). En sciences de gestion, deux paradigmes principaux se distinguent : le positivisme et le constructivisme (Le Moigne, 1990). Traditionnellement

dominant dans ce domaine, le paradigme positiviste qui est né au 19^{ème} siècle continue de jouir d'une influence prépondérante (Girod-Séville et Perret, 1999). Le courant positiviste s'engage dans l'exploration de la réalité en cherchant à découvrir la vérité et à la présenter à travers des méthodes empiriques (HENNING, 2004).

Le positivisme conceptualise le comportement humain comme étant passif, soumis à un contrôle et déterminé par l'influence de l'environnement externe. Néanmoins, la démarche positiviste en matière de connaissance repose sur l'étude des phénomènes naturels, de leurs caractéristiques et de leurs relations, interprétées à travers la logique et des observations raisonnées. Les chercheurs positivistes adoptent la méthode scientifique comme principale voie de génération de connaissances.

D'après Besnier (2005), le constructivisme fait référence en premier lieu à la théorie émanant d'Emmanuel Kant, selon laquelle la connaissance des phénomènes découle d'une construction opérée par le sujet (BESNIER, 2005). Piaget (1967) est communément désigné comme le père du paradigme philosophique du constructivisme, en grande partie en raison de son rôle dans la formalisation de la théorie constructiviste et dans l'explication remarquable des mécanismes par lesquels les individus intègrent les connaissances pour construire leur savoir (Piaget, 1967).

Pour Le Moigne (1995), l'épistémologie constructiviste repose sur l'interaction sujet-objet (LE MOIGNE, 1995). Selon le constructivisme, l'image que nous avons de la réalité est construite à travers l'interaction de l'individu avec cette réalité, et non pas intrinsèquement la réalité elle-même, comme le souligne David (2000) (DAVID, 2000).

Comme l'ont noté Girod-Séville et Perret (1999), un troisième paradigme, l'interprétativisme, peut également être envisagé (GIROD-SEVILLE, 1999). Certains auteurs préfèrent distinguer deux variantes de constructivisme : une radicale et une modérée (approche interprétativiste), ainsi que deux formes de réalisme : le réalisme dogmatique (pure positivisme) et le réalisme critique (Kwan & Tsang, K, 2001). Guba et Lincoln (1994) vont jusqu'à identifier une troisième catégorie de réalisme : le réalisme historique. En outre, le constructivisme reconnaît la réalité comme étant une construction de l'esprit humain. Donc, la réalité est appréhendée comme étant subjective et expérientielle (Guba & Lincoln, Y.S, 1994).

Le tableau ci-dessous synthétise les principaux éléments caractérisant ces deux paradigmes :

Tableau N°09 : Principes épistémologiques des deux paradigmes principaux

Traditions philosophiques	Le positivisme	Le constructivisme
Statut de la connaissance	Hypothèse ontologique	Hypothèse phénoménologique
Structure du monde	Lois éternelles (Univers câblé)	Construction et invention du monde (Univers construit)
Relation objet/sujet	Indépendance	Dépendance
Vision du monde social	Hypothèse déterministe	Hypothèse intentionnaliste
Objectif de la recherche	Expliquer la réalité	Comprendre voire construire la réalité
Chemin de la connaissance	Déduction	Induction, abduction, ruse (David, 1999)...
Nature de la connaissance produite	Objective et acontextuelle	Subjective et contextuelle
Critères de validité	Vérifiabilité- confirmabilité – réfutabilité	Adéquation – enseignabilité – (Le Moigne, 1995a)

Source : (GIROD-SEVILLE, 1999).

Dans le cadre de cette thèse, notre intention d'observer et de comprendre le financement participatif et son impact sur les PME, tout en adoptant une position extérieure au phénomène observé, nous conduit à adopter un positionnement épistémologique positiviste (PEP). Ce dernier repose sur le principe de l'objectivité et considère la connaissance comme une réalité externe imposée à laquelle le chercheur n'intervient pas. Selon cette perspective, l'observation de l'objet réel par l'observateur ne modifie ni l'objet ni l'observateur (Brachet P. , 1998). En d'autres termes, comme le souligne Bertacchini (2015), les principales assertions du positivisme épistémologique se concentrent sur la nécessité de se limiter strictement aux faits tels qu'ils sont énoncés (Bertacchini, *Traité d'Initiation épistémologie-méthodologie* Dans GRANGER, G ; «Positivisme », l'Encyclopédie Universalis, 1995. E.S.P.E « Sciences de l'Ingénieur & développement Durable », 2015).

2. La démarche de recherche

La démarche de recherche examine la relation entre la théorie et la recherche dans l'approche du sujet d'étude. Selon Saunders et ses collègues (2019), le degré auquel une recherche tend à vérifier ou à développer une théorie soulève une question essentielle concernant la conception d'un projet de recherche (Saunders, 2019). Cette question est souvent définie à travers deux approches de raisonnement opposées : déductive ou inductive. En outre, le raisonnement peut également être abductif.

Le raisonnement est considéré comme déductif lorsque la conclusion découle logiquement d'un ensemble de prémisses tirées de la théorie, la conclusion étant vraie lorsque toutes les prémisses le sont (Ketokivi & Mantere, 2010). Par conséquent, l'approche déductive est appropriée lorsque la recherche se concentre sur le développement de la théorie et des hypothèses, en concevant une stratégie de recherche pour les tester (Saunders, 2019). Elle contribue ainsi à renforcer ou à réviser la théorie à travers de nouvelles découvertes.

En revanche, le raisonnement inductif présente un écart dans la logique entre la conclusion et les prémisses observées, la conclusion devant être étayée par les observations effectuées (Ketokivi & Mantere, 2010). Par conséquent, l'approche inductive est appropriée lors de la construction d'une théorie à partir des résultats de l'analyse des données (Saunders, 2019).

Le raisonnement abductif débute par l'observation d'un "fait surprenant", la conclusion étant considérée comme une prémisse plutôt qu'une conclusion. Sur cette base, un ensemble de prémisses possibles est identifié, jugé suffisant ou presque suffisant pour expliquer la conclusion. Par conséquent, l'approche abductive est appropriée lors de la collecte de données pour explorer un phénomène, identifier des thèmes et expliquer des modèles, en vue de générer une nouvelle théorie ou de modifier une théorie existante, qui sera ensuite testée par la collecte de données supplémentaires (Saunders, 2019). Le tableau suivant présente une comparaison entre ces trois approches et leurs implications pour la recherche.

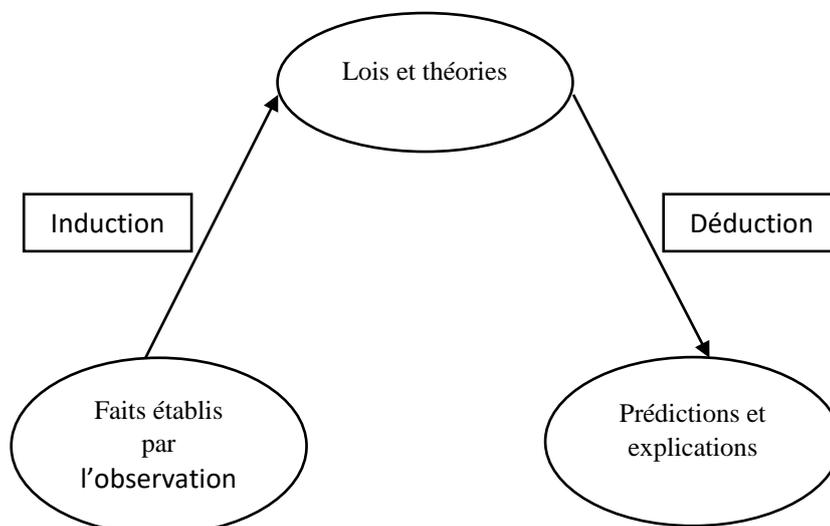
Tableau N°10 : Les trois dimensions d'influence sur la recherche dans le couple positiviste/ constructiviste

statut philosophique	raisonnement déductif : logique de valeur libre ; indépendance du chercheur ; le monde est extérieur à l'individuel ; objectivité.	Raisonnement inductif : logique de la valeur chargée ; chercheur est inclut au sein de l'organisation ; subjectivité
Objectif de la recherche	insistance sur les faits ; relations causales ; explication par accompagnement des lois ; réductionnisme ; tests de la théorie, hypothèses.	Insistance sur la signification ; concerné par la compréhension ; explication de la signification subjective ; vision de la totalité de la situation ; développement des idées, concepts théoriques.
Aspects techniques	méthodologie de recherche contrôlée ou structurée ; méthodes et données quantitatives ; échantillon large ; opérationnalisation des concepts pour achever la mesurabilité.	structure minimum, accès au cadrage naturel ; méthodes multiples pour contraster et comparer les perspectives ; données et méthodes qualitatives : petit échantillon en profondeur.

Source : (CROOM, 1999)

Selon Le Goff (Le Goff, 2002), déduire signifie "tirer de l'hypothèse explicative universelle une conclusion nécessaire à un énoncé singulier", tandis qu'induire consiste à "remonter d'une accumulation d'énoncés singuliers à une loi universelle".

Figure 20 : Raisonnement déductif vs raisonnement inductif



à l'expérience, et vise à en tirer des leçons plus générales, des constats universels (Martin, 2012).

2.1.3. Le raisonnement abductif

Le raisonnement abductif débute généralement avec un ensemble d'observations incomplet et aboutit à l'explication la plus probable du groupe d'observations. Ainsi, l'abduction consiste à formuler des conjectures à partir de l'observation, conjectures qui seront ensuite soumises à des tests et à la discussion. Ce type de raisonnement confère à une inférence un statut explicatif ou compréhensif qui, pour **Source** : (Chalmers, 1987).

2.1. Les différents modes de raisonnement : Entre approche de recherche induction et déduction

Toute recherche repose sur un cadre de compréhension qui intègre l'épistémologie, les théories et les méthodes, alignées de manière cohérente avec la question de recherche posée. Le chercheur sélectionne une approche déductive, inductive ou abductive en fonction de la nature de la problématique étudiée et de l'objet de la recherche.

2.1.1. Le raisonnement déductif et hypothético-déductif

Le raisonnement déductif est un processus logique qui va du général au particulier. Il repose sur l'utilisation d'une affirmation générale ou d'une hypothèse considérée comme vraie pour parvenir à une conclusion spécifique et logique. En termes méthodologiques, une approche déductive implique la formulation d'une ou plusieurs hypothèses sur la base d'une théorie existante, puis la mise en œuvre d'une méthodologie appropriée et la conception d'un plan de recherche pour tester ces hypothèses (Dehbi, 2019). Selon (THIETART & al, 2003) la démarche (hypothético-déductive) comprend quatre étapes : « *la détermination de concepts pertinents pour la question de recherche, la constatation que les théories existantes ne rendent pas compte de la réalité, la proposition de nouveaux modèles, théories ou hypothèses, la phase de test pour réfuter ou valider les hypothèses, modèles ou théories.* » (Thietart, 2003).

2.1.2. Le raisonnement inductif

Le raisonnement inductif se distingue du raisonnement déductif en ce qu'il permet de généraliser à partir d'observations spécifiques. En d'autres termes, ce processus permet de passer du particulier (faits observés, cas singuliers, données expérimentales, situations) au général (une loi, une théorie, une connaissance générale). Selon Martin (2012), la posture inductive accorde la primauté à l'enquête, à l'observation, voire être considéré comme une loi, nécessite des tests. Fondé sur la formulation et le test d'hypothèses en utilisant les meilleures

informations disponibles, le raisonnement abductif est particulièrement utile dans les situations où les données sont limitées ou ambiguës.

Le tableau et figure suivants décrivent les différentes approches et modes de raisonnement de recherche.

TableauN°11 : Les différentes approches de recherche

Raisonnement	Description
Déduction	Processus de construction de connaissance où la théorisation <i>a priori</i> doit trouver une vérification par l'expérience dans le réel.
Hypothético-déductif	Une démarche hypothético-déductive consiste à créer un lien entre les faits établis par l'observation et les lois et théories (hypothèses) et opérer une déduction (mise en relation entre les lois et théories et les explications et prédictions).
Induction	Processus de production de connaissances qui part des réalités empiriques pour formuler des représentations. Les récurrences significatives des observations permettent de construire l'explication.
Abduction	L'abduction consiste à tirer de l'observation des conjectures qu'il convient ensuite de tester et discuter.

Source : « Approches de recherche d'après (Wacheux, 1996)» (Demaria, 2008)

Notre approche méthodologique s'inscrit dans ce que l'on appelle la démarche hypothético-déductive, où les lois résultent d'hypothèses testées et validées. À la suite de plusieurs lectures de la revue de la littérature abordant le financement participatif comme une solution alternative pour les PME, nous avons tenté d'analyser si cette réalité s'applique dans le contexte des PME algériennes. Sur cette base, Nous avons formulé des hypothèses ; notre réflexion a suivi un cheminement permettant de déterminer si nos hypothèses étaient confirmées ou infirmées.

3. Le méthodologie de recherche

La majorité des chercheurs en sciences de gestion ont recours à la collecte de données primaires afin de répondre à leurs questions de recherche. Une fois qu'un chercheur a déterminé la nécessité de collecter des informations et/ou des données, il doit sélectionner la méthode appropriée de collecte et d'analyse des données (Ghauri, Grønhaug, K, & Strange, R, 2020). Toutefois, une gamme variée de méthodes de recherche est disponible pour les

chercheurs dans leurs travaux. Les approches quantitatives, qualitatives et mixtes sont les trois principales méthodes utilisées pour mener une recherche.

3.1. Méthodes quantitatives

Selon Saunders et al. (2019), la recherche quantitative est définie comme une méthode visant à examiner les relations entre des variables mesurées numériquement, et ce à travers l'utilisation d'une série de techniques statistiques et graphiques. Cette approche intègre souvent des contrôles pour assurer la validité des données, et elle recourt généralement à des techniques d'échantillonnage probabiliste afin de garantir la généralisation des résultats.

Dans cette perspective, la méthode quantitative se divise en deux catégories distinctes : l'étude quantitative monométhode et l'étude quantitative multiméthode. L'étude quantitative monométhode implique l'utilisation d'une seule technique de collecte de données, telle qu'un questionnaire, couplée à une procédure d'analyse quantitative correspondante. En revanche, l'étude quantitative multiméthode permet le recours à plusieurs techniques de collecte de données quantitatives, chacune accompagnée de sa propre procédure analytique (Saunders, 2019).

D'un point de vue épistémologique, les modèles de recherche quantitative sont souvent associés au positivisme, notamment lorsqu'ils sont utilisés avec des techniques de collecte de données préétablies et hautement structurées. Sur le plan de la démarche de recherche, la recherche quantitative est généralement liée à une approche déductive, dans laquelle les données sont collectées et analysées afin de tester une théorie. Cependant, elle peut également adopter une approche inductive, où les données sont utilisées pour élaborer une théorie (Saunders, 2019).

3.2. Méthodes qualitatives

La recherche qualitative est une approche de recherche qui accorde une préférence aux mots et aux images plutôt qu'aux chiffres dans la collecte et l'analyse des données (Bell, 2019). Étant donné que les mots et les images peuvent avoir des significations multiples ou peu claires, il est souvent nécessaire de les explorer et de les clarifier avec les participants. Les méthodes utilisées sont non structurées ou semi-structurées, ce qui permet aux questions, aux procédures et à l'orientation de changer ou d'émerger au cours d'un processus de recherche qui est à la fois naturaliste et interactif. Il est probable que la recherche qualitative fasse usage de techniques d'échantillonnage non probabilistes (Saunders, 2019).

De manière similaire à la méthode quantitative, la méthode qualitative se divise en deux sous-catégories : l'étude qualitative mono méthode et l'étude qualitative multi méthodes.

L'étude qualitative mono méthode est un modèle de recherche qualitative qui autorise l'utilisation d'une seule technique de collecte de données, telle que les entretiens semi-structurés, accompagnée de la procédure d'analyse qualitative correspondante. L'étude qualitative multi méthodes, quant à elle, est un modèle de recherche qualitative qui permet l'utilisation de plusieurs techniques de collecte de données qualitatives, ainsi que de la procédure analytique correspondante.

La recherche qualitative est souvent associée à une philosophie interprétative (Denzin et Lincoln, 2018, cité dans Saunders et al. 2019). Du point de vue de la démarche de recherche, elle est généralement liée à une approche inductive (Bell, 2019). Cependant, certaines recherches qualitatives débutent avec une approche déductive afin de tester une théorie existante en utilisant des procédures qualitatives (Yin, 2018, cité dans Saunders et al. 2019).

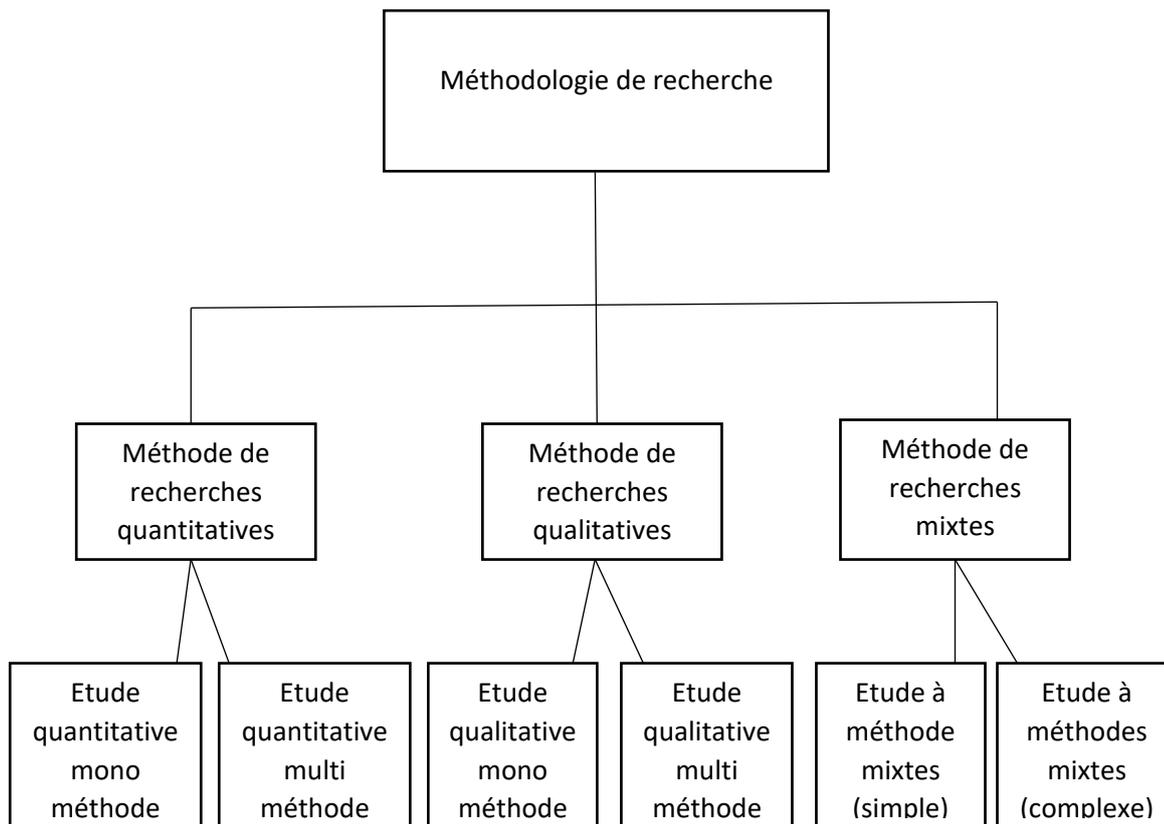
3.3. Méthodes mixtes

La recherche par méthodes mixtes capitalise sur les particularités de la recherche quantitative et qualitative. Elle implique la combinaison de techniques quantitatives et qualitatives de diverses manières, allant de formes simples et simultanées à des formes plus complexes et séquentielles (Saunders, 2019). La figure, présentée par les auteurs, illustre les différentes variantes de la recherche par méthodes mixtes.

Dans le cadre de notre étude, nous avons décidé d'adopter une approche quantitative en raison de sa conformité avec la méthode scientifique de confirmation, qui est la méthodologie privilégiée dans notre recherche. Cette approche est caractérisée par son accent mis sur le test des hypothèses et la validation théorique. Cette démarche reconnaît l'importance cruciale de formuler des hypothèses claires et précises, suivies de leur vérification à l'aide de données empiriques afin de confirmer ou d'infirmer leur validité. Notre choix en faveur de cette méthode repose également sur la diversité des outils et des techniques qu'elle offre, ce qui permet d'aborder efficacement les objectifs de notre étude, comme le souligne (MAURAND-VALET, 2011), « cette méthode est riche d'outils, tels que les statistiques classiques basées sur la loi binomiale et la loi normale s'est en effet rajoutée toute une série de tests s'appliquant aux distributions ne respectant pas ces lois. Parallèlement l'évolution de l'analyse de données et, entre autres, l'analyse factorielle de correspondance, ont permis le traitement de données qualitatives. Tous ces développements contribuent à augmenter la place de l'approche quantitative en sciences de gestion » (MAURAND-VALET, 2011).

La figure ci-dessous regroupe les différentes méthodologies de recherche qu'un chercheur peut utiliser dans ses travaux.

FigureN°21 : Les différentes méthodologies de recherche.



Source: Adapté de « Research methods for business students », par Saunders et al. 2019, p. 176, Pearson.

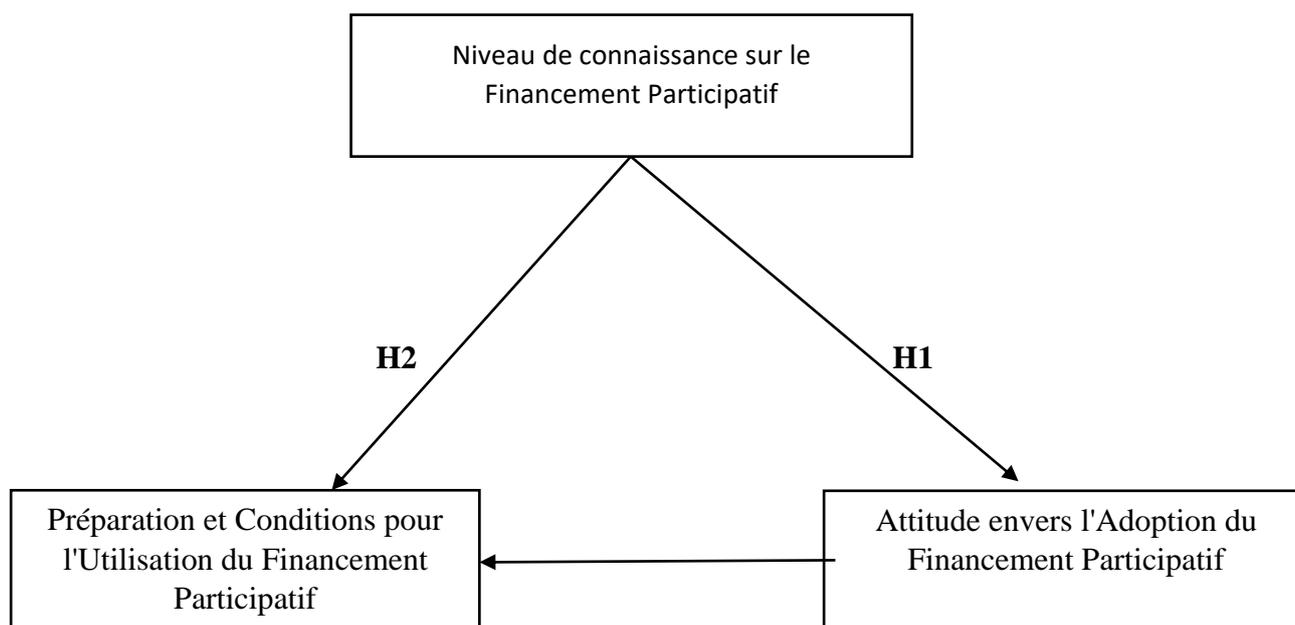
Section 2 : Déroulement et méthodologie de l'étude

Dans cette section, nous présenterons d'abord notre cadre conceptuel et expliquerons, en justifiant le choix, nos principales variables sélectionnées en relation avec nos hypothèses. Ensuite, nous exposerons notre modèle de recherche et justifierons sa pertinence. Nous présenterons également la démarche méthodologique adoptée pour cette étude. Nous commencerons par expliquer nos choix méthodologiques de notre enquête. Cela inclut la description du champ de l'étude, ainsi que le terrain de l'enquête. Nous détaillerons la méthode d'échantillonnage et de collecte des données, qui reposera sur l'élaboration d'un questionnaire. Par ailleurs, nous décrirons le déroulement de l'enquête et la méthode d'analyse des données, en utilisant la méthode des équations structurelles avec l'approche Partial Least Squares (PLS). Cette approche comprend les modèles de mesure et les modèles structurels.

Nous utiliserons des techniques statistiques spécifiques, appliquées à l'aide du logiciel d'analyse statistique SmartPLS 2, pour vérifier nos propositions et hypothèses de recherche. Ces étapes permettront de fournir une compréhension approfondie de notre cadre conceptuel et méthodologique, ainsi que de la validité et de la fiabilité de notre étude.

1. Cadre conceptuel, le modèle, choix de variables et les hypothèses

Figure N°22 : Cadre conceptuel de l'étude



Source : élaboré par nous- même.

Dans cette partie nous allons expliquer chaque variable choisies pour analyser l'apport du financement participatif aux PME. A partir de la figure ci-dessus nous allons détailler chaque hypothèse dégagée de ce schéma. Comme suit :

Pour notre étude nous avons choisi « Le niveau de connaissance sur le financement participatif » comme une variable indépendante pour mesurer le niveau de sensibilisation des répondants à connaître ce nouveau mode de financement. Ensuite, il y'a la variable dépendante « Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif » qui mesure le degré de préparation et conditions dans lesquels peut se dérouler une campagne de financement participatif. Enfin, la variable « Attitude envers l'adoption du financement participatif » comme une variable médiatrice qui va expliquer la relation entre la variable indépendante « Le niveau de connaissance sur le financement participatif » et la variable dépendante « Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif ».

Dans cette étude trois effets (direct, indirect, et total) seront détaillés dans l'analyse de Smart PLS.

H1 : Le niveau de connaissance sur le financement participatif est une variable indépendante qui peut influencer l'attitude envers l'adoption financement participatif.

H2 : Le niveau de connaissance sur le financement participatif est une variable indépendante qui peut influencer la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif.

H3 : L'attitude envers l'adoption du financement participatif est une variable indépendante qui peut influencer la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif.

H4 : Le niveau de connaissance sur le financement participatif peut influencer la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif en présence de l'attitude envers l'adoption financement participatif.

2. Construction du questionnaire et collecte des données :

Nous avons utilisé quatre types de questions : des questions échelle nominale pour les variables sociodémographiques, des questions sous forme d'échelle de Likert en 5.

Notre questionnaire comporte deux parties essentielles :

2.1. Le préambule : qui sert à présenter :

- ❖ Notre qualité et affiliation : doctorante chercheuse dans la faculté des sciences financières et comptabilités de l'Université d'Oran2 Mohamed Ben Ahmed ;
- ❖ La durée maximum consacrée pour répondre au questionnaire, qui ne dépasse pas une dizaine de minutes ;
- ❖ Le but de ce questionnaire :

Nous avons assuré aux répondants la confidentialité totale des informations rencontrées qui feront l'objet d'une étude strictement académique. Cependant, nous avons trouvé de grandes réserves et des craintes de la part de nombreuses entreprises qui refusent de répondre au nom du « secret professionnel & confidentialité ».

Le questionnaire a visé spécifiquement les PME algériennes. On n'a pas exigé un type précis de répondants.

2.2. Le corps du questionnaire : le questionnaire final (annexe n°1) comprend trois axes principaux et questions

▪ **Partie 01 :**

Présentation de l'échantillon « de la première question à la cinquième question » :
Cet axe concerne les informations générales de l'entreprise et des répondants, il vise à donner une description détaillée de l'échantillon de recherche.

▪ **Partie 02 :**

1^{er} axe : Connaissance et Perception du Financement Participatif « de la première question à la treizième question » :

Cet axe du questionnaire vise à obtenir une image détaillée de la connaissance et des perceptions des répondants concernant le financement participatif. Ces informations sont

essentielles pour comprendre cette méthode de financement, ses avantages et ses inconvénients.

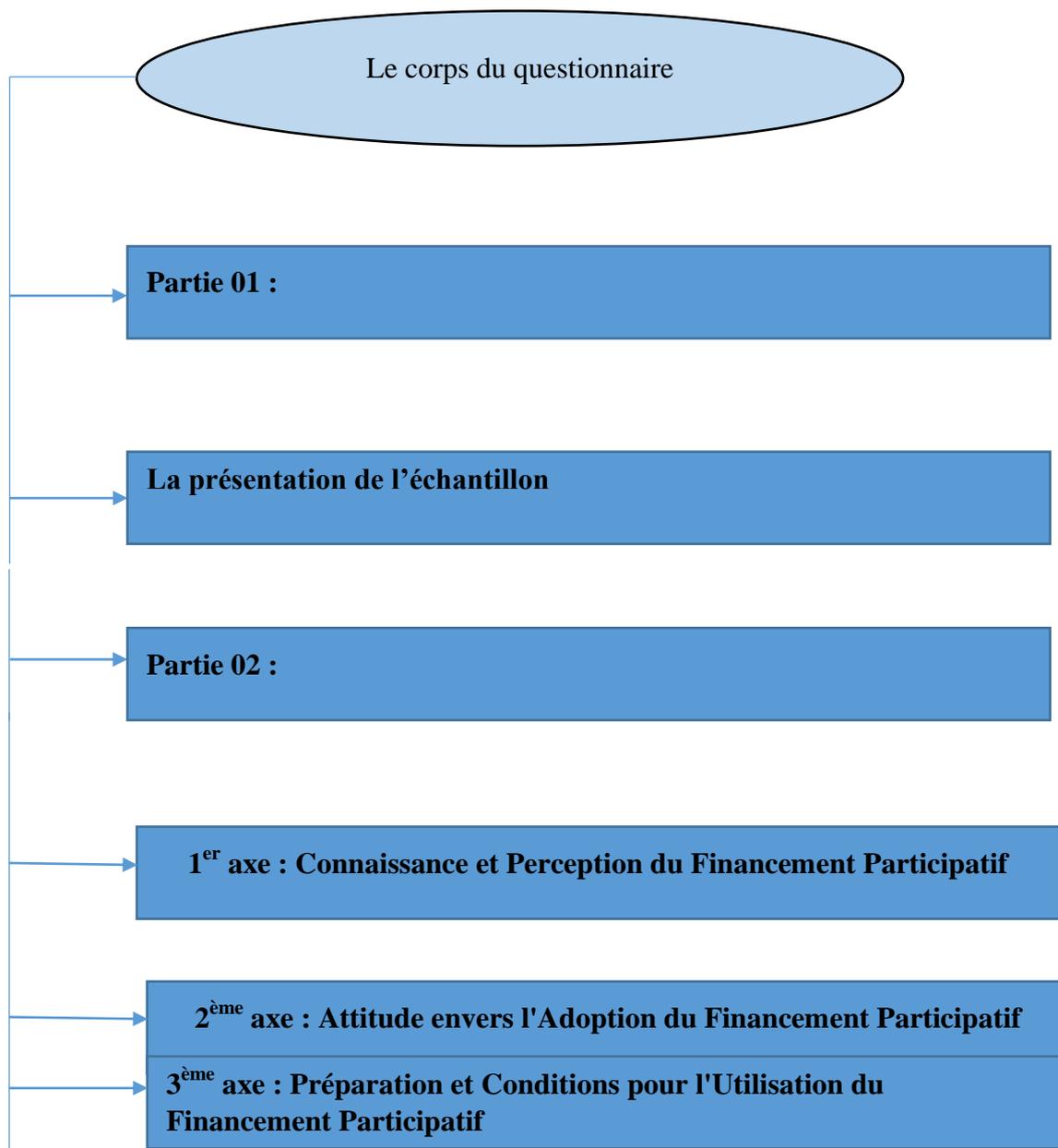
2^{ème} axe : Attitude envers l'Adoption du Financement Participatif «de la première question à la onzième question » :

Cet axe vise à évaluer les attitudes des répondants envers l'adoption du financement participatif. Il explore les facteurs qui influencent leur disposition à adopter cette méthode de financement pour leurs propres projets ou à soutenir ceux des autres.

3^{ème} axe : Préparation et Conditions pour l'Utilisation du Financement Participatif «de la première question à la douzième question » :

Cet axe vise à identifier les besoins en matière de préparation et les conditions jugées nécessaires pour l'utilisation du financement participatif. En explorant ces aspects, nous pouvons mieux comprendre les facteurs de succès et les obstacles potentiels, fournissant ainsi des recommandations pour améliorer l'efficacité des campagnes de financement participatif. La figure ci-dessous illustre la schématisation du corps de notre questionnaire :

Figure N°23 : la schématisation du corps du questionnaire



Source : élaboré par nous-même.

Les questionnaires récupérés (90 questionnaires) ont été saisis et exploités par le logiciel "Partial Least Squares" PLS.

Nous avons attribué un code à chacun des items de notre questionnaire. La codification du questionnaire facilite la saisie des données collectées et permet de construire un fichier de données directement utilisable pour les analyses statistiques.

En outre ce questionnaire a pour objectif de tester les hypothèses suivantes :

1ère hypothèse H1 :

Le financement participatif, émerge comme une nouvelle source de financement pour les PME. En effet, l'évolution du financement offre une alternative aux entreprises qui se trouvent exclues des financements classiques, tout en répondant aux attentes des investisseurs en matière de transparence et de proximité.

2ème hypothèse H2

Le renforcement du financement participatif en Algérie représente une initiative propice stimulant la création et le développement des PME, qui occupent une place particulière dans le tissu économique du pays.

3. Déroulement de l'enquête :

Après la présentation théorique consacrée aux PME et au financement participatif, une étude sur le terrain s'impose afin de connaître la convergence ou la divergence entre la théorie et la pratique.

Comme nous l'avons mentionné précédemment, nous n'avons sélectionné que les PME algériennes.

En ces perspectives, il nous fallait, de prime abord, un tracé méthodologique rigoureux pour en cerner le contenu. Ainsi, après la constitution de notre questionnaire d'enquête et la détermination de la taille de notre échantillonnage, l'impératif de célérité a requis notre descente sur le terrain, à la rencontre de notre cible.

Concernant le temps imparti à l'enquête et l'administration du présent questionnaire, il a été d'environ neuf mois réparti en deux étapes :

3.1. Test pilote et procédures de recueil des données :

Un essai préliminaire a été conduit afin de repérer les questions ambiguës. Ce prétest a été exécuté auprès de 30 participants, permettant ainsi d'obtenir des retours concernant la qualité du questionnaire, notamment son contenu et sa forme. Par la suite, des analyses statistiques telles que l'alpha de Cronbach ont été réalisées sur les données recueillies afin d'évaluer la fiabilité des éléments du questionnaire. Grâce à cet essai pilote, plusieurs imperfections ont été identifiées, principalement liées à la mise en forme des échelles Likert et des échelles différentielles sémantiques utilisées comme instruments de mesure. Par conséquent, des ajustements ont été apportés afin d'améliorer la fiabilité de ces échelles.

La collecte des données a été effectuée tout au long de la période entre le 21 Avril 2023 et le 21 Juillet de la même année. Nous avons administré le questionnaire en version papier et version électronique via « Google-Forms » à l'aide des réseaux sociaux à s'avoir : (Facebook, LinkedIn, E-mail).

3.2. Enquête principale

Après la modification du questionnaire suite à l'enquête préliminaire, nous avons procédé à une enquête finale du **03 Aout 2023 au 03 février 2024** avec un choix d'échantillon de type aléatoire simple "EAS" et selon la technique probabiliste. Sur 1421 questionnaires distribués à l'aide de la plateforme "mouchir" et de l'agence "Fgar"d'oran, 108 questionnaires ont été récupérés. 18 questionnaires furent refusés pour cause de réponses incomplètes. Au final, 90 questionnaires ont été retenus pour l'analyse.

3.3. Le pourquoi du choix de la population et de l'échantillon d'enquête

L'objet général de notre recherche porte sur l'apport du financement participatif au financement des PME algériennes. Le choix s'est porté sur les PME car elles sont de plus en plus attirées par ce nouveau mode de financement par rapport à ce qu'il peut offrir ce dernier à ces entreprises.

3.4. La présentation du logiciel utilisé SMART PLS :

Le logiciel SMART PLS est un outil avancé de traitement statistique, d'analyse de données et de modélisation structurelle. Il s'agit d'un logiciel utilisant une interface graphique pour la modélisation d'équations structurelles basée sur la variance (PLS). Il est utilisé pour réaliser des analyses factorielles confirmatoires (modèle de mesure) et tester les différentes relations entre les variables (modèle structurel). L'estimation des modèles peut être effectuée en utilisant divers algorithmes. De plus, ce logiciel permet de mesurer les relations causales entre plusieurs variables latentes, endogènes et exogènes, et d'évaluer la validité et la fiabilité des construits latents, élaborés à partir de la combinaison de plusieurs items d'un questionnaire.

3.5. Les instruments de mesure :

Pour notre étude, nous avons opté pour l'utilisation de l'échelle de Likert pentagonale afin de procéder à l'analyse des données recueillies. Cette méthode, largement répandue dans les enquêtes et les questionnaires, a été conçue par le psychologue américain Rensis Likert. Elle constitue une approche fréquemment adoptée dans le domaine statistique, reposant sur des réponses exprimant le degré d'adhésion ou de désaccord à des énoncés donnés. L'échelle de Likert représente un outil psychométrique essentiel pour évaluer les attitudes individuelles. Sa

conception remonte à 1932, date à laquelle elle a été introduite par le psychologue (Brown, 2011). Structurée autour d'une série de modalités généralement échelonnées de 3 à 7, formulées de manière à couvrir une gamme d'opinions allant de "Tout à fait d'accord" à "Tout à fait en désaccord", cette échelle assigne à chaque modalité une valeur numérique permettant de quantifier l'attitude des participants.

Tableau N°12 : Description relative à chaque intervalle Likert

Echelle de Likert	Intervalle de la moyenne	Interprétation
1	1-1,80	Tout à fait d'accord
2	1,81-2,60	D'accord
3	2,61-3,40	Neutre
4	3,41-4,20	Pas d'accord
5	4,21-5,0	Pas du tout d'accord

Source : Pimentel (2019)

Avant de procéder à l'analyse des données collectées, il est recommandé d'évaluer la fiabilité interne à l'aide du coefficient alpha de Cronbach. Ce dernier mesure la cohérence des réponses fournies aux multiples questions des enquêtes utilisant l'échelle de Likert (Demeuse). Développé par Lee Cronbach en 1951, le coefficient alpha de Cronbach, noté α , est calculé selon la formule suivante :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Où :

k est le nombre d'items ;
 σ_X^2 Est la variance du score total ;
 $\sigma_{Y_i}^2$ Est la variance de l'item.

L'alpha de Cronbach est une mesure couramment utilisée pour évaluer la fiabilité d'un instrument en comparant la covariance entre les éléments qui le composent à la variance globale. L'idée sous-jacente est que dans un instrument fiable, la covariance entre les éléments devrait être grande par rapport à la variance. L'alpha de Cronbach peut être interprété comme la moyenne de toutes les fiabilités fractionnées possibles (Cronbach, 1951). La plupart des logiciels statistiques populaires aujourd'hui incluent des fonctions permettant de calculer l'alpha de Cronbach.

Il est souvent instructif d'analyser comment l'alpha de Cronbach évolue après la suppression d'un élément spécifique. Si l'alpha de Cronbach augmente de manière

significative après la suppression d'un élément, cela suggère que cet élément pourrait ne pas être approprié pour la mesure (Collins, 2007).

Tableau N°13 : La cohérence interne sur un intervalle donné du coefficient alpha de Cronbach

Alpha de Cronbach	La cohérence interne
$\alpha \geq 0.9$	Excellente
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	Bien
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	Acceptable
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	Discutable
$0.6 > \alpha \geq 0.5$	Pauvre
$0.5 > \alpha$	Inacceptable

Source : (Cronbach, 1951).

4. Méthode d'analyse des données : Méthode d'équations structurelle(PLS)

Les recherches empiriques reposant sur la collecte et l'analyse statistique des données à travers des méthodes quantitatives dominant largement à l'échelle internationale dans le domaine des sciences de gestion. L'agrégation de divers indicateurs permet de développer des outils de mesure pour évaluer différentes variables. Les méthodes d'équations structurelles, couramment utilisées dans la recherche quantitative, facilitent la construction de modèles intégrant un grand nombre de variables. Ces méthodes permettent de tester simultanément l'existence de relations causales entre plusieurs variables et d'évaluer la validité et la fiabilité des construits élaborés à partir de la combinaison de plusieurs items.

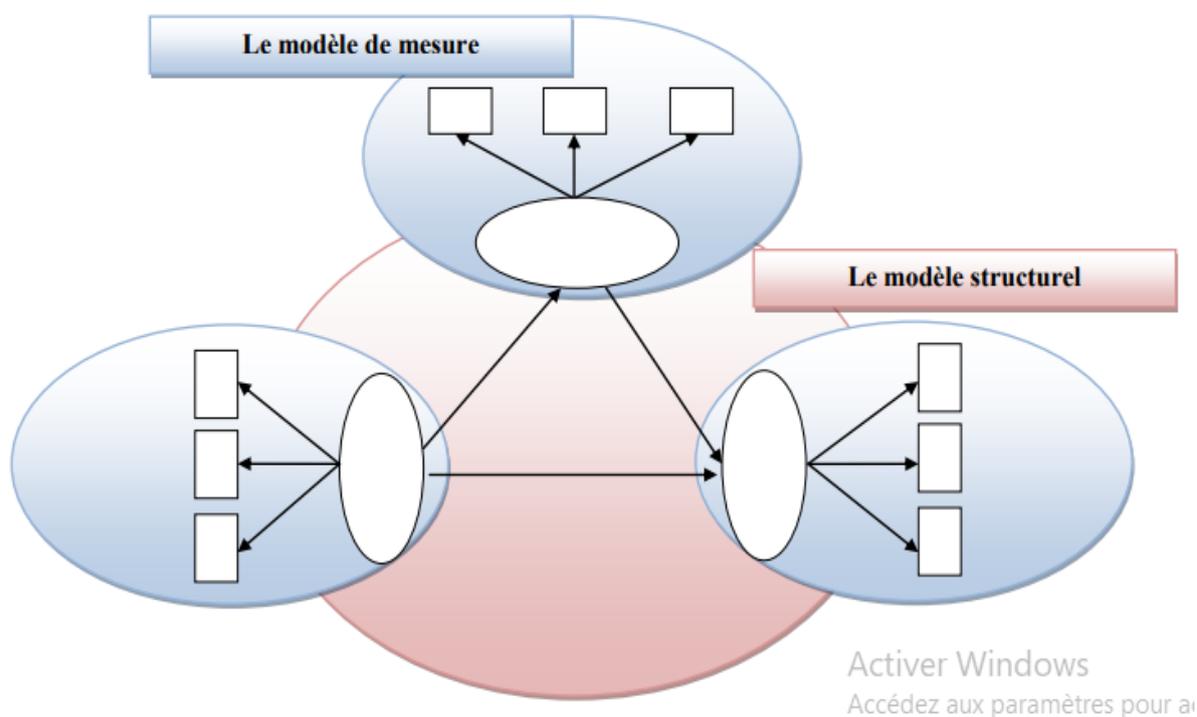
Pour cette étude empirique, qui vise à examiner l'apport du financement participatif sur le financement des PME, nous avons choisi d'utiliser l'approche "Partial Least Squares" (PLS). Cette méthode d'estimation des modèles structurels est fondée sur la variance. Le traitement et l'analyse des données recueillies au cours de l'enquête ont duré un peu plus de vingt-cinq jours. Ils ont été réalisés à l'aide du logiciel SMART PLS 2, utilisé pour l'analyse des données et la modélisation structurelle selon l'approche PLS. Ce logiciel est employé pour les analyses factorielles confirmatoires (modèle de mesure) et pour tester les différentes relations entre les variables (modèle structurel).

4.1. Présentation de la méthode de l'équation structurelle

La méthode des équations structurelles est utilisée pour valider le cadre conceptuel en traitant statistiquement des relations de causalité hypothétiques multiples. Cette approche a été développée par Joreskog, qui a amorcé l'étude des analyses factorielles au milieu des années 1960. Il a ensuite créé l'approche LISREL (Linear Structural Relations) en 1970, également connue sous le nom de méthode par analyse de la structure de covariance, dans le but de traiter statistiquement des variables non observables. Les modèles d'équations structurelles sont conçus pour tester les effets linéaires entre un ensemble de variables non directement observables, appelées variables latentes, qui sont estimées à partir de variables observables, ou manifestes.

D'après Kaplan (2004), les modèles d'équations structurelles peuvent être caractérisés comme une catégorie de méthodologies visant à exprimer certaines hypothèses concernant les moyennes, les variances et les covariances des données observées, en utilisant un nombre limité de paramètres structurels définis par un modèle théorique sous-jacent. Un modèle d'équations structurelles est constitué de deux composantes principales : le modèle de mesure et le modèle structurel, comme présenté ci-dessous :

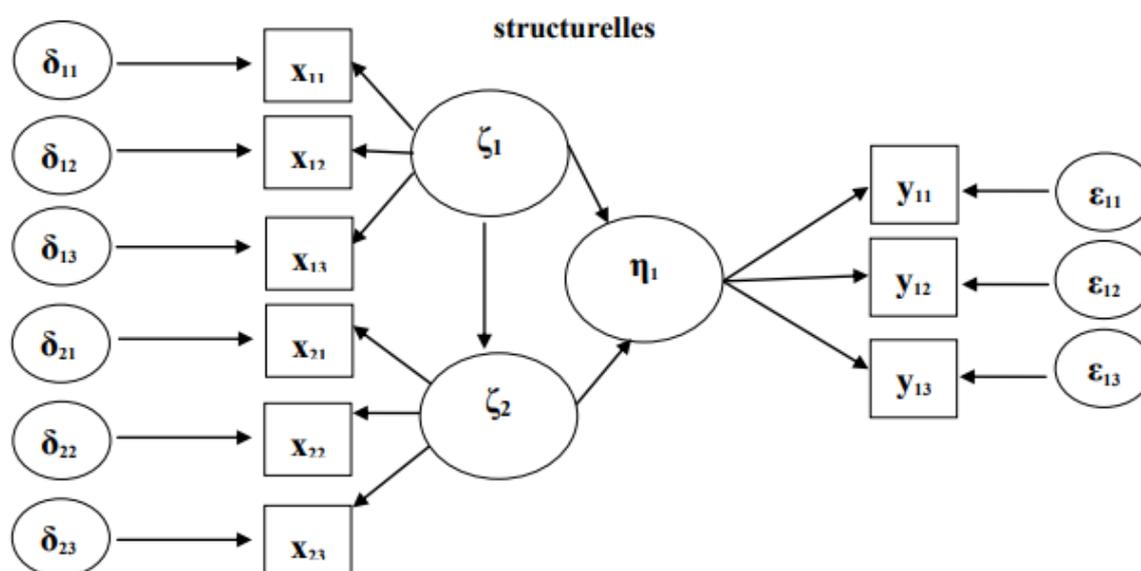
Figure N°24 : Modèle d'équation structurelle



Source : (KAPLAN, 2004, p. 15)

Le modèle de mesure englobe l'ensemble des relations entre les variables latentes et manifestes, tandis que le modèle structurel englobe l'ensemble des relations entre les construits latents. Initialement développées pour examiner les multiples relations causales, les méthodes d'équations structurelles se sont ensuite étendues à l'analyse de la validité des construits latents, aux analyses multi-groupes (El Akremi, 2005), et aux études longitudinales (Campoy & Dumas, 2005). Dans le cadre de l'estimation des modèles relationnels, ces méthodes permettent une estimation simultanée de plusieurs relations de dépendance. Jöreskog & Sorbom (1996) résument les règles de présentation et de notation des variables et des relations comme suit :

Figure N°25 : Notations des variables et des relations d'un modèle d'équations structurelles



Source : (JÖRESKOG & SORBORM, 1996, p. 21)

ζ (X_i) : Désigne les variables latentes explicatives ; η (Eta) : Représente les variables latentes à expliquer ; x et y : Correspondent aux variables mesurées qui sont respectivement des indicateurs des variables latentes explicatives et des variables latentes à expliquer, leurs résidus sont respectivement notés δ et ϵ ; λ : Représente le poids, interprété comme le coefficient de régression entre une variable latente et un indicateur ; γ (Gamma) : Désigne les relations entre les variables latentes explicatives et les variables latentes à expliquer ; ϕ (Phi) : Utilisé pour dénommer les relations symétriques entre les variables latentes explicatives.

4.2. Approches relatives aux méthodes d'équations structurelles

L'estimation des modèles peut se réaliser en recourant à plusieurs types d'algorithmes. Deux procédures principales sont couramment utilisées dans le domaine des sciences de gestion (Chin, 1995).

4.2.1. Méthode LISREL

La méthode des équations structurelles de type LISREL est la plus répandue. Elle est fondée sur l'analyse des covariances et utilise la technique du maximum de vraisemblance (maximum likelihood). Cette méthode tire son nom du principal logiciel développé sur cette base (Jöreskog & Sörbom, 1996).

4.2.2. Méthode PLS

L'approche PLS (Partial Least Squares) est une technique d'analyse statistique utilisée dans le cadre des modèles d'équations structurelles. Elle repose sur l'analyse de la variance et vise à optimiser le pouvoir explicatif des indicateurs. La méthode PLS applique des techniques et algorithmes de régression en moindres carrés partiels à l'estimation des modèles d'équations structurelles. Cette technique, également appelée PLS-PM (PLS Path Modeling) ou "modélisation douce", a été développée à partir des travaux de Wold (cité par Chin, Wynne W. en 1998), et est basée sur des procédures itératives utilisant des estimations de type "Least Square" pour des modèles à composants uniques et multiples, ainsi que pour la corrélation canonique (Tenenhaus, 2008).

L'objectif principal de la méthode PLS est de décrire les relations entre des groupes de variables indépendantes et dépendantes dans des systèmes de type "entrée-sortie" comprenant de nombreuses variables. Selon Fornell et Bookstein (1982, p. 144), cette technique permet "l'estimation des variables comme des combinaisons linéaires de leurs indicateurs empiriques" grâce à un "algorithme itératif qui traite en premier les blocs du modèle de mesure, pour estimer ensuite les coefficients de chemin dans le modèle structurel, afin d'expliquer au mieux la variance résiduelle dans n'importe quelle régression du modèle" (Sposito, Trinchera, & Amato, 2010, p. 48). En d'autres termes, une fois la spécification du modèle théorique achevée, l'estimation est réalisée de manière itérative. Dans le modèle de mesure, les variables sont estimées par des combinaisons linéaires de leurs indicateurs pondérés, tandis que dans le modèle structurel, les liens entre variables (coefficients de régression linéaires) sont estimés par des régressions multiples.

L'approche PLS cherche à maximiser la variance expliquée des variables dépendantes par les variables indépendantes, c'est-à-dire la maximisation de la covariance entre les variables

explicatives et les variables expliquées (Sosik, Kahai, & Piovoso, 2009). Cette méthode est couramment appliquée dans les sciences humaines et sociales, en particulier en économétrie, et est de plus en plus utilisée en sciences de gestion. En effet, de nombreuses études dans des domaines tels que le marketing (Bruhn, Georgi, & Hadwich, 2008), le management stratégique (Helm, 2005), et les systèmes d'information (Yi & Davis, 2003) utilisent des modèles estimés par analyse PLS.

La spécificité de l'approche PLS réside dans son fort pouvoir prédictif, qui permet aux chercheurs "de travailler avec un modèle explicatif basé sur la théorie, facilitant le développement, l'évaluation et le choix de la théorie" (Evermann & Tate, 2016, p. 5). Cette méthode est donc plus orientée vers l'exploration que vers la confirmation des modèles théoriques (Sposito, Trinchera, & Amato, 2010, p. 48). Par ailleurs, la méthode PLS est reconnue pour être plus souple et moins restrictive pour les chercheurs, car elle s'adapte aux "deux types de relations, réflexives et formatives, peut être appliquée à des échantillons de petite taille ($N \geq 30$), tolère une distribution non paramétrique" (Olya, 2017, p. 7) et "n'implique aucune hypothèse sur la population et les échelles de mesure" (Fornell & Bookstein, 1982, p. 443), ce qui la rend compatible avec différents types de variables : nominales, ordinales et d'intervalle (Haenlein & Kaplan, 2004, p. 291).

L'utilisation de la méthode PLS est apparue comme la plus adaptée aux caractéristiques et à la problématique de cette recherche, ainsi que la plus appropriée à notre modèle de recherche. En effet, comme le soulignent Sosik et al. (2009), la méthode PLS fonctionne mieux en pratique, car les données issues du terrain utilisées dans la modélisation ne sont jamais parfaites et sont souvent fortement corrélées.

4.2.2.1. Modèle de mesure et Modèle Structurel de l'approche PLS

L'approche PLS se compose de deux principales étapes : l'évaluation du modèle de mesure, et le test des liens structurels

a- Le modèle de mesure

Le modèle de mesure représente le cadre qui relie les variables latentes à leurs variables manifestes. Ainsi, la première étape de la technique PLS consiste à garantir la fiabilité et la validité des mesures utilisées pour estimer les variables latentes. Cette vérification implique trois types de tests :

- **Test de fiabilité :**

Ce test vise à évaluer le degré de cohésion entre le construit et l'ensemble des indicateurs censés le mesurer. En d'autres termes, il s'agit de s'assurer que chaque item utilisé mesure de

manière cohérente son construit respectif. On commence par évaluer la fiabilité des construits avant d'aborder la fiabilité des indicateurs.

- **Fiabilité des construits :**

Les construits sont considérés comme fiables si chacun de leurs indicateurs assure une estimation exhaustive. Deux paramètres principaux permettent d'évaluer le degré de fiabilité des mesures : la composite reliability et l'alpha de Cronbach. Selon Hair, Ringle et Sarstedt (2011), la composite reliability (CR) doit dépasser le seuil de 0,7 pour être considérée comme satisfaisante (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011). Quant à l'alpha de Cronbach, une valeur supérieure ou égale à 0,8 est jugée bonne, 0,7 est considérée acceptable, et 0,6 est adéquat pour les échelles exploratoires. Il est cependant noté que l'alpha de Cronbach est peu adapté aux équations structurelles, étant considéré comme une mesure conservatrice qui a tendance à sous-estimer la fiabilité (Garson, 2016).

- **La fiabilité des indicateurs**

La fiabilité des indicateurs évalue la part de variance de l'item expliquée par le construit. Selon les recommandations de Garson (2016), une fiabilité optimale est signalée lorsque les chargements (loadings) dépassent 0,70 et sont statistiquement significatifs. Les valeurs inférieures à ce seuil doivent être rejetées.

- **La validité convergente**

La validité convergente fait référence au degré de corrélation entre les indicateurs d'un même construit. L'Average Variance Extracted (AVE), également connu sous le nom de variance moyenne partagée, permet d'estimer la proportion de variance que le construit capture de ses indicateurs par rapport à la somme des erreurs de mesure (Fornell & Larcker, 1981, cité par Bäuml, 2014). Selon Chin (1998), cité par Garson (2016), un AVE supérieur à 0,5 indique que les construits doivent expliquer au moins la moitié de la variance de leurs indicateurs respectifs. Le calcul de l'AVE peut être effectué à l'aide de la formule suivante (Fornell & Larcker, 1981) :

$$AVE = \frac{\sum_i \lambda_i^2}{\sum_i \lambda_i^2 + \sum_i var(\epsilon_i)}$$

- **La validité discriminante**

La validité discriminante est un indicateur permettant d'évaluer dans quelle mesure les items de mesure d'un construit particulier sont distincts des items relatifs à d'autres construits. Fornell et Larcker (1981) ont proposé une méthode pour évaluer cette validité en calculant la

racine carrée de la variance extraite moyenne (AVE) pour chaque variable latente. La discrimination est confirmée si cette valeur est supérieure aux corrélations entre les variables. Cette procédure est formalisée par la formule suivante, telle que présentée par Bäuml (2014).

$$\sqrt{AVE_m} - \max_{l=1, \dots, L} (corr_{ml}) > 0 \quad \forall m \neq l (l = 1, \dots, L, m = 1, \dots, M),$$

Dans la phase subséquente de l'approche PLS, le modèle structurel est élaboré. Cela implique l'estimation des coefficients de régression qui relient les variables explicatives aux variables expliquées. Cette étape vise à évaluer la validité de nos hypothèses de recherche en confirmant ou en rejetant les relations postulées. Après avoir obtenu les coefficients de régression (Path coefficients) par la méthode Bootstrap, nous nous appuyerons sur les mesures de qualité telles que les dimensions R², f² et Q² pour évaluer la pertinence globale de notre modèle.

- **Le coefficient de détermination (R²)**

Le coefficient R², appelé aussi coefficient de détermination, est une mesure qui évalue la proportion de la variance de la variable dépendante (expliquée) qui est expliquée par les variables indépendantes (explicatives) dans un modèle de régression. Plus précisément, il indique la proportion de la variance totale de la variable dépendante qui est expliquée par le modèle.

- **Taille de l'effet F²**

Le coefficient F² est une mesure qui évalue l'effet de chaque variable indépendante sur la variable dépendante, en tenant compte de l'ensemble des variables indépendantes dans le modèle. Il est calculé en comparant le R² du modèle complet (avec toutes les variables indépendantes) au R² du modèle réduit (avec seulement les variables indépendantes pertinentes). Un F² élevé indique un effet substantiel de la variable indépendante sur la variable dépendante.

- **Coefficient F² :** Le coefficient F² est calculé en comparant le R² du modèle complet (R² complet) au R² du modèle réduit (R² réduit) en utilisant la formule suivante :

$$F^2 = \frac{R_{complet}^2 - R_{reduit}^2}{1 - R_{complet}^2}$$

Où :

1. *R_{complet}²* est le coefficient de détermination du modèle complet avec toutes les variables indépendantes.

2. R^2 est le coefficient de détermination du modèle réduit avec seulement les variables indépendantes pertinentes.

Coefficient de prédiction Q^2

Le coefficient Q^2 est une mesure qui évalue la qualité prédictive du modèle. Il est calculé en utilisant la différence entre la somme des carrés des résidus dans le modèle réduit et la somme des carrés des résidus dans le modèle complet, divisée par la somme des carrés des résidus dans le modèle complet. Un Q^2 élevé indique une bonne capacité du modèle à prédire les valeurs observées de la variable dépendante. La formule de calcul est la suivante :

$$Q^2 = 1 - \frac{SSR_{\text{reduit}}}{SSR_{\text{complet}}} \quad Q^2 = 1 - \frac{SSR_{\text{complet}}}{SSR_{\text{reduit}}}$$

Où :

- SSR_{reduit} est la somme des carrés des résidus dans le modèle réduit.
- SSR_{complet} est la somme des carrés des résidus dans le modèle complet.

Section 3 : analyses descriptives et discussion des résultats

1. Les résultats de l'analyse statistique descriptive

Nous allons détailler l'analyse des réponses collectées des différents axes du questionnaire à savoir :

1.1- Les données sociodémographiques

- **1er Axe :** Présentation de l'échantillon concernant les informations générales de l'échantillon d'étude à savoir :

-La dimension genre (sexe)

Tableau n° 14 : Genre

Genre

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Homme	51	56,7	56,7	56,7
	Femme	39	43,3	43,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Les résultats de l'analyse, montre que parmi les répondants les hommes représentent la plus grande part au sein de notre échantillon. En effet, sur 90 personnes enquêtées, 51 sont des hommes, soit **56,7%** de la population enquêtée contre 39 femmes soit **43,3%** de la population enquêtée.

-La dimension âge

Tableau N°15 : Age

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Entre 26-29	18	20,0	20,0	20,0
	Entre 30-39	37	41,1	41,1	61,1
	40 et plus	35	38,9	38,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

D'après ces résultats, on remarque que la tranche d'âge (**30-40**) a taux élevé de **41,1%**. Ensuite vient la tranches (**40et plus**) qui représente un taux de **38,9%** de la population enquêtée, contre un taux de **20%** pour la tranche d'âge (**26-29**) de cette population enquêtée. Cela signifie que la plus grande majorité de notre échantillon est (**30 et plus**). Cela est assez logique car les répondants sont généralement des cadres.

-La dimension fonction (type de répondant)

Tableau N°16 : Fonction

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Comptable	22	24,4	24,4	24,4
	Dirigeant	8	8,9	8,9	33,3
	Directeur des finances	27	30	30	63,3
	Financier	23	25,6	25,6	88,9
	Gérant	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

D'après notre analyse de ces résultats, on constate que **30%** des participants à l'enquête de notre recherche sont des directeurs financiers, **25,6%** sont des financiers, et **24,4%** sont des comptables. Et enfin on trouve les gérants avec les dirigeants avec un taux de **11,1%** et **8,9%** successivement.

-La dimension des années d'expérience professionnelle

Tableau N°17 : Les années d'expérience professionnelle

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Entre 1-4	26	28,9	28,9	28,9
	Entre 6-9	30	33,3	33,3	62,2
	10ans et plus	34	37,8	37,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Dans ce tableau, nous pouvons constater une légère majorité (**37,8%**) de notre population enquêtée, ont une expérience de **10ans et plus**, ensuite on a la tranche (**6ans-9ans**) avec un taux de **33,3%**, et la tranche de (**1an-4ans**) avec un taux de **28,9%** de notre échantillon.

-Qui a contribué à financer cette PME lors de sa création ?

Tableau N°18 : Le financement de la PME lors de sa création

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Familles /ami(E) s	27	30,0	30,0	30,0
	Connaissance	5	5,5	5,5	35,5
	Institution financière	26	28,9	28,9	64,4
	Associé	32	35,6	35,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Dans cette figure, nous pouvons clairement voir que la majorité (**35,6%**) de notre population enquêtée a répondu par « Associé», Ensuite **30%** de notre échantillon ont financé leurs PME à travers leurs familles et amis et **28,9%** ont choisi les institutions financières. Et enfin **5,5%** des projets ont été financé par des connaissances. Cette analyse reflète la réalité du financement des PME à trouver leur financement.

1.2. L'analyse descriptive des variables

➤ Axe 1 : Connaissance et Perception du Financement Participatif

Q1- Etes-vous d'accord le concept du financement participatif est familier en Algérie ?

Tableau N°19 : Le niveau de connaissance du financement participatif en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	34	37,8	37,8	37,8
	D'accord	25	27,8	27,8	65,6
	Neutre	17	18,9	18,9	84,4
	Pas du tout d'accord	14	15,6	15,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Ce tableau représente le niveau de connaissance du financement participatif en Algérie. On observe que la majorité des répondants **37,8%** sont « **Tout à fait d'accord** », et trouvent que le concept « **financement participatif** » est familier en Algérie. **27, 8%** de cette population de cette population sont d'accord, et **18,9%** ont un avis neutre sur le financement participatif. Et enfin 15,6% de la population enquêtée n'ont pas une idée sur le financement participatif.

Q2- Selon vous, le financement participatif est-il utile pour les PME en Algérie ?

Tableau N°20 : L'utilité du financement participatif en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	50	55,6	55,6	55,6
	D'accord	4	4,4	4,4	60,0
	Neutre	26	28,9	28,9	88,9
	Pas d'accord	6	6,7	6,7	95,6
	Pas du tout d'accord	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

50 entreprises soit un pourcentage de **55,6%**, trouve le financement participatif utile pour les PME algériennes, **26** entreprises ont gardé un avis neutre, **6** entreprises qui ne sont pas d'accord et **4** autres entreprises qui ne se pas du tout d'accord avec l'idée que le financement participatif soit utile pour les PME.

Q3- Dans quelle mesure êtes-vous d'accord que les différents types de financement participatif disponibles sont familiers en Algérie (crowdfunding, crowdlending, crowdinvesting, etc.) ?

Tableau N°21 : Le niveau de connaissance des types de financement participatif en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	63	70,0	70,0	70,0
	D'accord	6	6,7	6,7	76,7
	Neutre	6	6,7	6,7	83,3
	Pas du tout d'accord	15	16,7	16,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Ce tableau représente le niveau de connaissance des types de financement participatif en Algérie. On constate que **70%** de notre échantillon connaissent les différents types de financement participatif. Alors que **16,7%** n'ont aucune idée sur le financement participatif.

Q4- Dans quelle mesure êtes-vous d'accord que les différentes plateformes de financement participatif sont familières en Algérie ?

Tableau N°22 : Le niveau de connaissance des plateformes de financement participatif en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	66	73,3	73,3	73,3
	D'accord	11	12,2	12,2	85,6
	Neutre	3	3,3	3,3	88,9
	Pas du tout d'accord	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

73,3% des entreprises connaissent des plateformes algériennes de financement participatif, contre un pourcentage de 11,1% des entreprises qui ne connaissent pas ces plateformes.

Q5- Trouvez-vous que la diversification des sources de financement soit l'un des avantages du financement participatif ?

Tableau N°23 : Diversification des sources de financement

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	41	45,6	45,6	45,6
	D'accord	17	18,9	18,9	64,4
	Neutre	15	16,7	16,7	81,1
	Pas d'accord	4	4,4	4,4	85,6
	Pas du tout d'accord	13	14,4	14,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

On observe que la majorité avec un taux de 45,6% est tout à fait d'accord que la diversification des sources de financement soit l'un des avantages qu'offre le financement participatif au PME.

Q6-Trouvez-vous que l'accès à un réseau d'investisseurs potentiels soit l'un des avantages du financement participatif ?

Tableau N°24 : Accès à un réseau d'investisseurs potentiels

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	56	62,2	62,2	62,2
	D'accord	20	22,2	22,2	84,4
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	92,2
	Pas du tout d'accord	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Quant à la 6^{ème} question, la majorité des entreprises, soit un taux de **62,2%** trouvent que le financement participatif donne l'accès à un réseau d'investisseurs potentiels. Contre une minorité avec un taux de **7,8%** qui a un avis opposé.

Q7- Trouvez-vous que la facilité d'utilisation des plateformes de crowdfunding soit l'un des avantages du financement participatif ?

Tableau N°25 : Facilité d'utilisation des plateformes de crowdfunding

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	37	41,1	41,1	41,1
	D'accord	25	27,8	27,8	68,9
	Neutre	13	14,4	14,4	83,3
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	91,1
	Pas du tout d'accord	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Dans ce tableau, on observe que **41,1%** de la population interrogée apprécie que le financement participatif offre une facilité d'utilisation des plateformes de Crowdfunding, **14,4%** des répondants ont gardé un avis neutre, et une minorité de **8,9%** répondants trouve que l'utilisation des plateformes de financement participatif n'est pas du tout facile.

Q8- Trouvez-vous que la transparence du processus soit l'un des avantages du financement participatif ?

Tableau N°26 : Transparence du processus

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	37	41,1	41,1	41,1
	D'accord	26	28,9	28,9	70,0
	Neutre	16	17,8	17,8	87,8
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	95,6
	Pas du tout d'accord	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Dans ce tableau, on observe que **41,1%** de la population interrogée apprécie que le financement participatif offre une transparence du processus quant à l'utilisation des plateformes de financement participatif, **17,8%** de cette population a exprimé un avis neutre. Et une minorité de **4,4%** ont un avis opposé.

Q9- Trouvez-vous que le risque de non-atteinte de la campagne prévue soit l'un des inconvénients du financement participatif ?

Tableau N°27 : Risque de non-atteinte de la campagne prévue

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	20	22,2	22,2	22,2
	D'accord	21	23,3	23,3	45,6
	Neutre	34	37,8	37,8	83,3
	Pas d'accord	11	12,2	12,2	95,6
	Pas du tout d'accord	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Dans ce présent tableau, on a **34** des entreprises qui ont exprimé un avis neutre, et **41** entreprises qui trouvent que le financement participatif a un risque de non-atteinte de la campagne prévue, et enfin **15** des entreprises qui ne sont pas d'accord et ne trouve pas ce dernier comme un inconvénient pour utiliser le financement participatif.

Q10- Trouvez-vous que les frais et taux de commissions élevés sur les fonds collectés soit 'un des inconvénients du financement participatif ?

Tableau N°28 : Commissions élevées sur les fonds collectés

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	28	31,1	31,1	31,1
	D'accord	27	30,0	30,0	61,1
	Neutre	21	23,3	23,3	84,4
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	92,2
	Pas du tout d'accord	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Dans ce tableau, la majorité des répondants estime que les commissions élevées sur les fonds collectés représentent un inconvénient quant à l'utilisation du financement participatif.

Q11- Trouvez-vous que l'absence de réglementation et de protection des investisseurs soit l'un des inconvénients du financement participatif ?

Tableau N°29 : Absence de réglementation et de protection des investisseurs

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Val ide	Tout à fait d'accord	31	34,4	34,4	34,4
	D'accord	18	20,0	20,0	54,4
	Neutre	15	16,7	16,7	71,1
	Pas d'accord	19	21,1	21,1	92,2
	Pas du tout d'accord	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

On constate que la majorité des entreprises avec un taux de **54,4%**, pense que l'absence de réglementation est un inconvénient majeur quant à l'utilisation du financement participatif.

Q12- Trouvez-vous qu'informé (e) sur les différentes étapes du processus de financement participatif ?

Tableau N°30 : Le niveau de connaissance des étapes du processus de financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	55	61,1	61,1	61,1
	D'accord	10	11,1	11,1	72,2
	Neutre	8	8,9	8,9	81,1
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	88,9
	Pas du tout d'accord	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Dans ce tableau, **61,1%** de notre échantillon connaît le processus de financement participatif, contre **11,1%** de répondants qui n'ont pas d'idée sur les étapes du processus.

Q13- Pensez-vous que le financement participatif peut contribuer à réduire les obstacles traditionnels à l'accès au financement pour les PME en Algérie ?

Tableau N° 31 : La participation du financement participatif a réduire les obstacles de la PME

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	41	45,6	45,6	45,6
	D'accord	21	23,3	23,3	68,9
	Neutre	14	15,6	15,6	84,4
	Pas d'accord	3	3,3	3,3	87,8
	Pas du tout d'accord	11	12,2	12,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

La majorité de la population interrogée (**45,6%**) est tout à fait d'accord sur le fait que le financement participatif soit une solution pour réduire les obstacles traditionnels à l'accès au financement pour les PME en Algérie.

➤ **Axe 2 : Attitude envers l'Adoption du Financement Participatif**

Q1- Êtes-vous d'accord à l'idée d'utiliser le financement participatif comme source de financement pour les PME en Algérie ?

Tableau N°32 : Le financement participatif comme source de financement pour les PME en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	34	37,8	37,8	37,8
	D'accord	25	27,8	27,8	65,6
	Neutre	17	18,9	18,9	84,4
	Pas d'accord	6	6,7	6,7	91,1
	Pas du tout d'accord	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

37,8% des entreprises pensent que le financement participatif peut-être une source de financement pour les PME algériennes.

Q2- Trouvez-vous que la simplicité du processus soit parmi les principaux facteurs qui influenceraient votre décision d'adopter le financement participatif pour votre entreprise ?

Tableau N°33 : La simplicité du processus

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	51	56,7	56,7	56,7
	D'accord	4	4,4	4,4	61,1
	Neutre	25	27,8	27,8	88,9
	Pas d'accord	6	6,7	6,7	95,6
	Pas du tout d'accord	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

51 entreprises soit un taux de **56,7%**, pensent que la simplicité du processus du financement participatif est l'un des facteurs qui poussent les PME à l'utiliser.

Q3- Trouvez-vous que l'accessibilité du processus soit parmi les principaux facteurs qui influenceraient votre décision d'adopter le financement participatif pour votre entreprise ?

Tableau N° 34 : L'accessibilité du processus

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	63	70,0	70,0	70,0
	D'accord	6	6,7	6,7	76,7
	Neutre	6	6,7	6,7	83,3
	Pas du tout d'accord	15	16,7	16,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

La majorité des répondants avec un taux de **70%**, trouve que l'accessibilité du processus de financement participatif est l'un des facteurs qui poussent les PME à l'utiliser.

Q4- Trouvez-vous que la flexibilité du processus soit parmi les principaux facteurs qui influenceraient votre décision d'adopter le financement participatif pour votre entreprise ?

Tableau N°35 : La flexibilité du processus

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	66	73,3	73,3	73,3
	D'accord	11	12,2	12,2	85,6
	Neutre	3	3,3	3,3	88,9
	Pas du tout d'accord	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

73,3% de notre échantillon, trouvent que la flexibilité du processus du financement participatif est l'un des facteurs qui poussent les PME à l'utiliser.

Q5- Trouvez-vous que la rapidité du processus soit parmi les principaux facteurs qui influenceraient votre décision d'adopter le financement participatif pour votre entreprise ?

Tableau N°36 : La rapidité du processus

Valide	Tout à fait d'accord	41	45,6	45,6	45,6
	D'accord	17	18,9	18,9	64,4
	Neutre	15	16,7	16,7	81,1
	Pas d'accord	4	4,4	4,4	85,6
	Pas du tout d'accord	13	14,4	14,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

45,6 % des répondants trouvent que la rapidité du processus du financement participatif est parmi les facteurs qui influenceraient la décision d'adopter le financement participatif par une entreprise.

Q6- Etes-vous d'accord avec l'importance du soutien gouvernemental dans la promotion et le développement du financement participatif en Algérie ?

Tableau N°37 : L'importance du soutien des pouvoirs publics dans le développement du financement participatif en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	56	62,2	62,2	62,2
	D'accord	20	22,2	22,2	84,4
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	92,2
	Pas du tout d'accord	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

La majorité des répondants sont "tout à fait d'accord" qu'il est important que les pouvoirs publics interviennent pour stimuler le développement du financement participatif avec un taux de **62,2%**.

Q7-Êtes-vous préoccupé(e) par les aspects de confidentialité et de sécurité liés à l'utilisation du financement participatif pour votre entreprise ?

Tableau N°38 : Les aspects de confidentialité et de sécurité liés à l'utilisation du financement participatif par une entreprise

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	37	41,1	41,1	41,1
	D'accord	25	27,8	27,8	68,9
	Neutre	13	14,4	14,4	83,3
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	91,1
	Pas du tout d'accord	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Dans ce présent tableau, on observe que la plupart des répondants sont tout à fait d'accord et préoccupés par les aspects de confidentialité et de sécurité liés à l'utilisation du financement participatif par une PME avec un pourcentage de **41,1%**, et **14,4%** de notre échantillon expriment un autre avis neutre, et enfin **8,9%** des répondants ont un avis opposé.

Q8- Êtes-vous d'accord que le financement participatif peut contribuer au développement économique des PME en Algérie ?

Tableau N°39 : La contribution du financement participatif au financement des PME en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	37	41,1	41,1	41,1
	D'accord	26	28,9	28,9	70,0
	Neutre	16	17,8	17,8	87,8
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	95,6
	Pas du tout d'accord	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

41,1% des entreprises sont "tout à fait d'accord «que le financement participatif aide à contribuer au financement des PME en Algérie. Ensuite on a 16 entreprises avec des avis neutre, et 4 répondants et ne voit pas que le Crowdfunding contribue au financement des PME.

Q9- Êtes-vous prêt(e) à partager les bénéfices de votre entreprise avec les investisseurs qui soutiennent votre projet via le financement participatif ?

Tableau N°40 : Le partage les bénéfices d'une entreprise avec les investisseurs via le financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	20	22,2	22,2	22,2
	D'accord	21	23,3	23,3	45,6
	Neutre	34	37,8	37,8	83,3
	Pas d'accord	11	12,2	12,2	95,6
	Pas du tout d'accord	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

On remarque que la majorité des répondants avait un avis neutre concernant cette question **37,8%** exprime un avis neutre, et **22,2%** des entreprises était tout à fait d'accord avec le partage des bénéfices avec l'entreprise, et **4%** était contre cette idée.

Q10- Etes-vous d'accord que le financement participatif pourrait aider votre entreprise à atteindre ses objectifs de croissance à court terme ?

Tableau N°41 : Le financement participatif pourrait aider une entreprise à atteindre ses objectifs de croissance à court terme

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	28	31,1	31,1	31,1
	D'accord	27	30,0	30,0	61,1
	Neutre	21	23,3	23,3	84,4
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	92,2
	Pas du tout d'accord	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Dans ce tableau la majorité de notre échantillon pense que le financement participatif pourrait aider votre entreprise à atteindre ses objectifs de croissance à court terme avec un pourcentage de **61,1%**.

Q11- Seriez-vous prêt(e) à divulguer des informations financières et commerciales confidentielles de votre entreprise aux investisseurs potentiels dans le cadre du financement participatif ?

Tableau N°42 : Divulguer des informations financières et commerciales confidentielles de votre entreprise aux investisseurs potentiels dans le cadre du financement participatif.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	31	34,4	34,4	34,4
	D'accord	18	20,0	20,0	54,4
	Neutre	15	16,7	16,7	71,1
	Pas d'accord	19	21,1	21,1	92,2
	Pas du tout d'accord	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

49 entreprises sont prêtes à divulguer des informations financières et commerciales confidentielles de leurs entreprises aux investisseurs potentiels dans le cadre du financement participatif.

➤ **Axe 3 : Préparation et Conditions pour l'Utilisation du Financement Participatif**

Q1- Pensez-vous que votre entreprise soit prête à utiliser le financement participatif comme source de financement ?

Tableau N°43 : Le niveau de préparation des entreprises à utiliser le financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	55	61,1	61,1	61,1
	D'accord	10	11,1	11,1	72,2
	Neutre	8	8,9	8,9	81,1
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	88,9
	Pas du tout d'accord	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

D'après ce tableau, on constate que **55** entreprises soit un pourcentage de **61,1%** sont prêtes à utiliser le financement participatif comme une nouvelle source de financement, contre une minorité d'entreprises qui ne sont pas prêtes et **8** entreprises qui restent sans opinion.

Q2-Trouvez-vous que le manque de confiance des investisseurs soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif ?

Tableau N°44 : Le manque de confiance comme obstacle aux PME pour utiliser le financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	41	45,6	45,6	45,6
	D'accord	21	23,3	23,3	68,9
	Neutre	14	15,6	15,6	84,4
	Pas d'accord	3	3,3	3,3	87,8
	Pas du tout d'accord	11	12,2	12,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

On constate d'après ce tableau que **45,6%** des répondants estiment que le manque de confiance des investisseurs est l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif.

Q3- Trouvez-vous que la complexité des plateformes de financement participatif soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif ?

Tableau N°45 : La complexité des plateformes comme obstacle aux PME pour utiliser le financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	34	37,8	37,8	37,8
	D'accord	25	27,8	27,8	65,6
	Neutre	17	18,9	18,9	84,4
	Pas d'accord	6	6,7	6,7	91,1
	Pas du tout d'accord	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

On observe à partir de ce tableau que la majorité des répondants **37,8%** trouvent que la complexité des plateformes de financement participatif soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif.

Q4-Trouvez-vous qu'un cadre réglementaire peu favorable soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif ?

Tableau N°46 : Un cadre réglementaire peu favorable comme obstacle aux PME pour utiliser le financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	51	56,7	56,7	56,7
	D'accord	4	4,4	4,4	61,1
	Neutre	25	27,8	27,8	88,9
	Pas d'accord	6	6,7	6,7	95,6
	Pas du tout d'accord	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

La majorité de notre échantillon **56,7%** trouve qu'un cadre réglementaire peu favorable soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif.

Q5-Trouvez-vous que le manque de sensibilisation et de compréhension sur le concept soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif ?

Tableau N°47 : Le manque de sensibilisation et de compréhension sur le concept comme obstacle aux PME à utiliser le financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	63	70,0	70,0	70,0
	D'accord	6	6,7	6,7	76,7
	Neutre	6	6,7	6,7	83,3
	Pas du tout d'accord	15	16,7	16,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Dans ce présent tableau, la majorité **70%** des entreprises trouvent que le manque de sensibilisation et de compréhension sur le concept soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif.

Q6- Etes-vous d'accord d'investir du temps et des ressources pour préparer votre entreprise à utiliser le financement participatif ?

Tableau N°48 : La préparation des PME à utiliser le financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	66	73,3	73,3	73,3
	D'accord	11	12,2	12,2	85,6
	Neutre	3	3,3	3,3	88,9
	Pas du tout d'accord	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Une large majorité des PME enquêtées **73,3%** sont prêtes à investir du temps et des ressources pour préparer leurs entreprises à utiliser le financement participatif.

Q7- Etes-vous d'accord que les types de financement participatif doivent être plafonnés pour mieux organiser les campagnes de crowdfunding

Tableau N°49 : Les types de financement participatif plafonnés pour mieux organiser les campagnes de financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'abord	41	45,6	45,6	45,6
	D'accord	17	18,9	18,9	64,4
	Neutre	15	16,7	16,7	81,1
	Pas d'accord	4	4,4	4,4	85,6
	Pas du tout d'accord	13	14,4	14,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

Dans ce présent tableau, on constate que **45,6%** des répondants sont tout à fait d'accord avec l'idée que les types de financement participatif doivent être plafonnés pour mieux organiser les campagnes de crowdfunding, **16,7%** des répondants gardent un avis neutre, et **14,4%** ne sont pas d'accord avec l'idée.

Q8- Etes-vous d'accord qu'il faut fixer un taux d'investissement selon les revenus annuels pour aider ceux qui ne savent pas investir

Tableau N°50 : La fixation d'un taux d'investissement selon les revenus annuels pour aider les investisseurs

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'abord	56	62,2	62,2	62,2
	D'accord	20	22,2	22,2	84,4
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	92,2
	Pas du tout d'accord	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

La majorité des répondants **62,2%** sont tout à fait d'accord avec le fait de fixer un taux d'investissement en fonction des revenus annuels va stimuler les investisseurs à contribuer dans une campagne de crowdfunding.

Q9- Etes –vous d'accord avec le niveau actuel de sensibilisation et d'éducation sur le financement participatif au sein de la communauté entrepreneuriale en Algérie ?

Tableau N°51 : Le niveau actuel de sensibilisation et d'éducation sur le financement participatif en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'abord	37	41,1	41,1	41,1
	D'accord	25	27,8	27,8	68,9
	Neutre	13	14,4	14,4	83,3
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	91,1
	Pas du tout d'accord	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

La plupart des répondants **41,1%** est d'accord avec le niveau actuel de sensibilisation et d'éducation sur le financement participatif au sein de la communauté entrepreneuriale en Algérie.

Q10- Pensez-vous que le soutien financier des pouvoirs publics soit nécessaire pour encourager l'adoption du financement participatif par les PME en Algérie ?

Tableau N°52 : La nécessité des pouvoirs publics d'encourager l'adoption du financement participatif par les PME en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'abord	37	41,1	41,1	41,1
	D'accord	26	28,9	28,9	70,0
	Neutre	16	17,8	17,8	87,8
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	95,6
	Pas du tout d'accord	4	4,4	4,4	100,0
	Total		90	100,0	100,0

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

La majorité des entreprises **41,1%** trouvent que le soutien financier des pouvoirs publics est nécessaire pour encourager l'adoption du financement participatif par les PME en Algérie.

Q11- Estimez-vous que votre entreprise dispose actuellement des compétences et des ressources nécessaires pour gérer efficacement une campagne de financement participatif ?

Tableau N°53 : Les compétences et les ressources des entreprises pour gérer une campagne de financement participatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'abord	20	22,2	22,2	22,2
	D'accord	21	23,3	23,3	45,6
	Neutre	34	37,8	37,8	83,3
	Pas d'accord	11	12,2	12,2	95,6
	Pas du tout d'accord	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

21 entreprises soit un pourcentage de **23,3%** des répondants trouvent que les PME ont des compétences et des ressources nécessaires pour gérer efficacement une campagne de financement participatif, **37,8%** ont un avis neutre, et **12,2%** ne sont pas d'accord avec l'idée.

Q12- Seriez-vous prêt(e) à participer à des ateliers ou des séminaires sur le financement participatif pour améliorer vos connaissances et compétences dans ce domaine ?

Tableau N°54 : La participation à des ateliers ou des séminaires sur le financement participatif pour améliorer les connaissances et compétences dans ce domaine

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'abord	28	31,1	31,1	31,1
	D'accord	27	30,0	30,0	61,1
	Neutre	21	23,3	23,3	84,4
	Pas d'accord	7	7,8	7,8	92,2
	Pas du tout d'accord	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

31,1% de notre échantillon est d'accord avec l'idée de participer à des ateliers ou des séminaires sur le financement participatif pour améliorer les connaissances et compétences dans ce domaine, **23,3%** des répondants restent sans opinion, et enfin **7,8%** des répondants sont contre cette idée.

1.3. L'analyse descriptive globale : Analyse et mesure de la direction générale vers la quelle converge les questions posées

Le tableau ci-dessous présente l'ensemble des questions formulées sous forme d'échelle dans notre questionnaire. Nous avons employé une échelle de Likert composée de cinq niveaux, allant de "Tout à fait d'accord" à "Pas du tout d'accord," chaque niveau recevant un score prédéfini (par exemple : 1 pour "Tout à fait d'accord" et 5 pour "Pas du tout d'accord").

Ensuite, nous avons effectué une analyse des moyennes de chaque item du tableau afin de mesurer les attitudes représentées par ces items. Autrement dit, cette analyse vise à déterminer la direction générale vers laquelle tend la question posée. Les résultats de cette analyse seront classés selon les variables étudiées au préalable, à savoir la qualité et l'employabilité. Les résultats obtenus sont les suivants :

Tableau N°55 : Statistiques descriptives globale de l'ensemble des items des questions établies sous forme d'échelle de Likert

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
Etes-vous familier avec le concept du financement participatif	90	1	5	2,28	1,382
Selon vous, le financement participatif est-il utile pour les PME en Algérie ?	90	1	5	2,00	1,236
Dans quelle mesure êtes-vous familier avec les différents types de financement participatif disponibles (crowdfunding, crowdlending, crowdinvesting, etc.) ?	90	1	5	1,87	1,508
Dans quelle mesure êtes-vous familier avec les différentes plateformes de financement participatif en Algérie	90	1	5	1,63	1,285
Diversification des sources de financement	90	1	5	2,23	1,438
Accès à un réseau d'investisseurs potentiels	90	1	5	1,77	1,264
Facilité d'utilisation des plateformes de crowdfunding	90	1	5	2,16	1,289
Transparence du processus	90	1	5	2,06	1,145

Risque de non-atteinte de la campagne prévue	90	1	5	2,53	1,104
commissions élevées sur les fonds collectés	90	1	5	2,31	1,215
Absence de réglementation et de protection des investisseurs	90	1	5	2,48	1,359
Dans quelle mesure vous sentez-vous informé(e) sur les différentes étapes du processus de financement participatif ?	90	1	5	1,97	1,426
Pensez-vous que le financement participatif peut contribuer à réduire les obstacles traditionnels à l'accès au financement pour les PME en Algérie ?	90	1	5	2,13	1,359
Êtes-vous d'accord à l'idée d'utiliser le financement participatif comme source de financement pour les PME en Algérie ?	90	1	5	2,21	1,268
-La simplicité du processus	90	1	5	1,98	1,236
L'accessibilité du processus	90	1	5	1,87	1,508
-La flexibilité du processus	90	1	5	1,63	1,285

-La rapidité du processus	90	1	5	2,23	1,438
Comment évalueriez-vous l'importance du soutien gouvernemental dans la promotion et le développement du financement participatif en Algérie ?	90	1	5	1,77	1,264
Êtes-vous préoccupé(e) par les aspects de confidentialité et de sécurité liés à l'utilisation du financement participatif pour votre entreprise ?	90	1	5	2,16	1,289
Etes-vous convaincu(e) que le financement participatif peut contribuer au développement économique des PME en Algérie ?	90	1	5	2,06	1,145
Êtes-vous prêt(e) à partager les bénéfices de votre entreprise avec les investisseurs qui soutiennent votre projet via le financement participatif ?	90	1	5	2,53	1,104

Dans quelle mesure pensez-vous que le financement participatif pourrait aider votre entreprise à atteindre ses objectifs de croissance à court terme ?	90	1	5	2,31	1,215
Seriez-vous prêt(e) à divulguer des informations financières et commerciales confidentielles de votre entreprise aux investisseurs potentiels dans le cadre du financement participatif ?	90	1	5	2,48	1,359
Pensez-vous que votre entreprise soit prête à utiliser le financement participatif comme source de financement ?	90	1	5	1,97	1,426
-Manque de confiance des investisseurs	90	1	5	2,13	1,359
-Complexité des plateformes de financement participatif	90	1	5	2,21	1,268
Cadre réglementaire peu favorable	90	1	5	1,98	1,236
Manque de sensibilisation et de compréhension sur le concept	90	1	5	1,87	1,508

Dans quelle mesure seriez-vous prêt(e) à investir du temps et des ressources pour préparer votre entreprise à utiliser le financement participatif ?	90	1	5	1,63	1,285
Les types de financement participatif doivent être plafonnés pour mieux organiser les compagnes de crowdfunding	90	1	5	2,23	1,438
Il faut fixer un taux d'investissement selon les revenus annuels pour aider ceux qui ne savent pas investir	90	1	5	1,77	1,264
Etes –vous d'accord avec le niveau actuel de sensibilisation et d'éducation sur le financement participatif au sein de la communauté entrepreneuriale en Algérie ?	90	1	5	2,16	1,289
Pensez-vous que le soutien financier du gouvernement soit nécessaire pour encourager l'adoption du financement participatif par les PME en Algérie ?	90	1	5	2,06	1,145

Estimez-vous que votre entreprise dispose actuellement des compétences et des ressources nécessaires pour gérer efficacement une campagne de financement participatif ?	90	1	5	2,53	1,104
Seriez-vous prêt(e) à participer à des ateliers ou des séminaires sur le financement participatif pour améliorer vos connaissances et compétences dans ce domaine ?	90	1	5	2,31	1,215
N valide (liste)	90				

Source : résultats de notre enquête

Commentaire :

- Dans le 1^{er} axe pour la variable : Connaissance et perception du financement participatif. Nous remarquons en analysant les moyennes des réponses obtenus dans ce tableau que les items (items1, items2, item3, item5, item7, item8, item9, item10, item11, item12, item13) de la première variable, que l'attitude générale de ces items tend vers le niveau « **D'accord** », et les items (item4, item6) tendent vers le niveau « **Tout à fait d'accord** », autrement dit le niveau de connaissance et de perception du financement participatif en Algérie est en bonne voie.
- Dans le 2^{ème} axe pour la variable : Attitude envers l'Adoption du financement participatif. Nous constatons en analysant les moyennes des réponses obtenus dans ce tableau que les items (item1, item2, item3, item5, item7, item8, item9, item10, item11) de la deuxième variable, que l'attitude générale de ces items tend vers le niveau « **D'accord** », et les items (item4, item6) tendent vers le niveau « **Tout à fait d'accord** ». Autrement dit, l'attitude envers l'adoption du financement participatif est

en bonne voie et que les PME algériennes sont prêtes à accueillir ce nouveau mode de financement.

- Dans le 3^{ème} axe pour la variable : Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif. Nous observons en analysant les moyennes des réponses obtenus dans ce tableau que les items (item1, item2, item3, item4, item5, item7, item9, item10, item11, item12) de la deuxième variable, que l'attitude générale de ces items tend vers le niveau « **D'accord** ». et les items (item6, item8) tendent vers le niveau « **Tout à fait d'accord** ». Autrement dit : la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif est prise en considération et elle est en bonne voie en Algérie ; les PME sont optimistes et souhaitent que ce nouveau mode de financement va démarrer dans les meilleures conditions, et veulent que les pouvoirs publics intervient pour stimuler plus ce financement pour protéger les investisseurs.

1.4. Analyse des résultats et discussions

L'évaluation empirique du modèle a été effectuée selon l'approche PLS, en utilisant le logiciel statistique Smart PLS 2.0. Le choix de ce logiciel a été motivé par la convivialité de son interface ainsi que par sa capacité à générer des représentations graphiques des modèles estimés. Les résultats seront présentés en trois étapes, conformément aux recommandations de la méthode PLS.

-Tout d'abord, il convient de présenter les résultats relatifs à l'évaluation et à la validation du modèle de mesure, en utilisant des procédures de validation adaptées au type de variables du modèle. Cette évaluation sera exposée en quatre étapes principales : la fiabilité des construits, la fiabilité des indicateurs, la validité convergente et la validité discriminante.

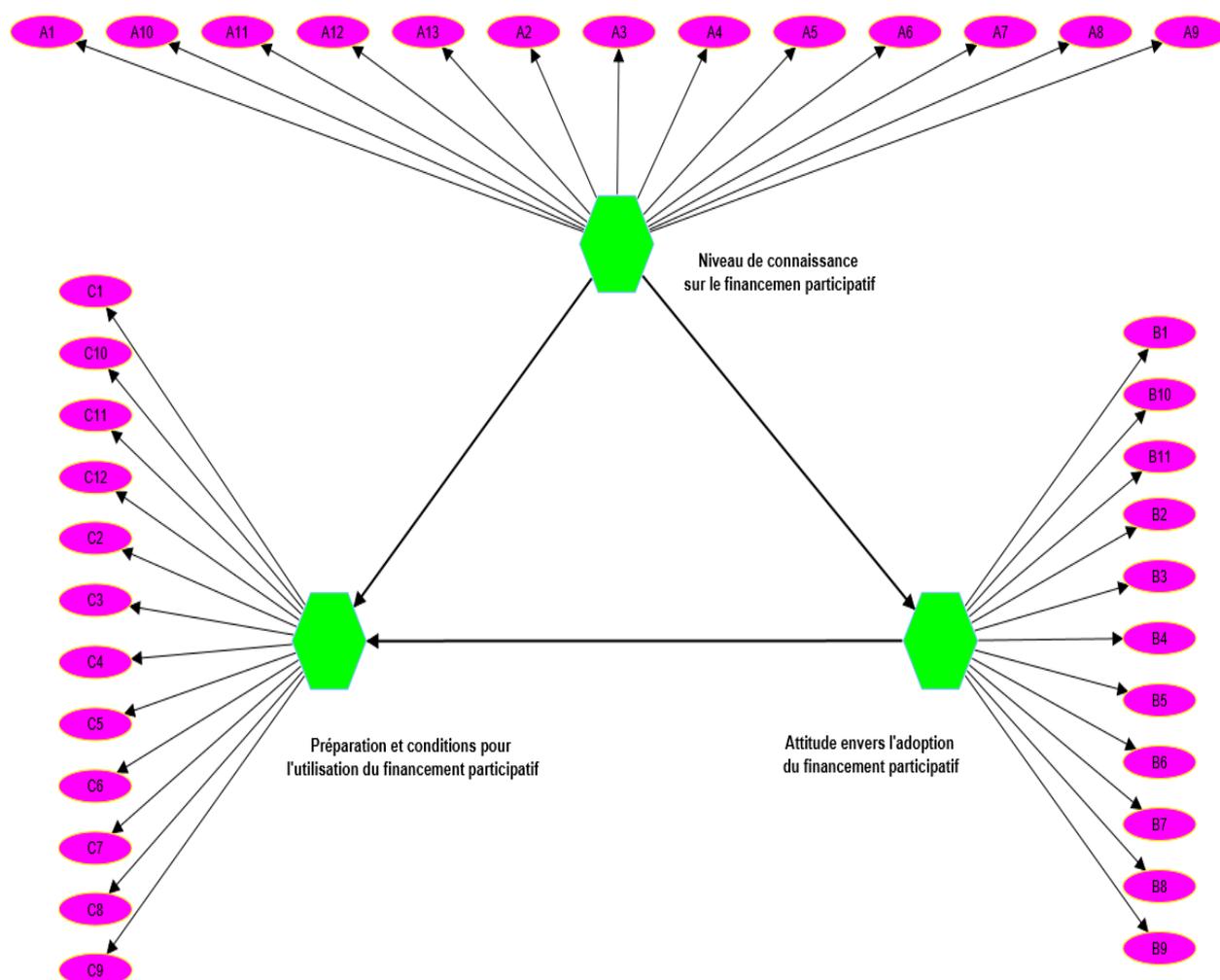
-Ensuite, nous aborderons la qualité d'ajustement du modèle. Celle-ci sera estimée à l'aide de trois principaux indices : le coefficient de détermination R^2 , la taille de l'effet F^2 et le coefficient de prédiction Q^2 .

Enfin, nous testerons les hypothèses formulées. Les résultats relatifs au modèle structurel seront analysés en fonction des tests des hypothèses. Nous pourrions tester les hypothèses de notre modèle en utilisant le calcul de bootstrapping (t-student) et l'algorithme PLS du logiciel Smart PLS.

2. Evaluation et validation du modèle de mesure

Comme mentionné précédemment dans la section (2), le modèle de mesure représente les différents rapports liants les variables. Nous disposons donc et selon cette présentation d'un total de trois (3) variables (indépendante, médiatrice, et dépendante) :

Figure N° 26 : Modèle de mesure et structurel avant l'application de l'algorithme de l'approche PLS



Source : élaboré par nous-même.

Le modèle de référence pour l'application de l'approche PLS est illustré dans la figure ci-dessus. Chaque variable est mesurée par un ensemble d'items selon un mode réflexif et est associée au construit correspondant conformément aux hypothèses principales énoncées. L'évaluation du modèle de mesure vise principalement à purifier les items identifiés pour chaque construit du modèle, afin de garantir l'utilisation de la meilleure combinaison d'items en termes de fiabilité et de validité. Nous présenterons ci-après les résultats de l'évaluation du modèle de mesure en quatre étapes principales, à savoir :

- 1) les résultats relatifs à la fiabilité des construits,
- 2) la fiabilité des indicateurs,
- 3) la validité convergente,
- 4) la validité discriminante.

Ces résultats sont obtenus à l'aide du logiciel SMART PLS 22.1. **La fiabilité des construits**

Deux paramètres sont pris en compte pour évaluer la fiabilité des construits : l'alpha de Cronbach et la fiabilité composite. Les valeurs respectives de ces deux indicateurs doivent être supérieures à 0,7. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau ci-dessous :

Tableau N°56 : Fiabilité des mesures (l'α de Cronbach, et la Composite reliability)

CONSTRUITS	ALPHA DE CRONBACH	C.R
Niveau de connaissance sur le financement participatif	0,928	0,947
Attitude envers l'adoption du financement participatif	0,954	0,962
Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif	0,945	0,956

Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

La fiabilité composite et l'alpha de cronbach de l'ensemble des variables s'avèrent être supérieure au seuil proposé. Cependant, la fiabilité des mesures est confirmée, car l'alpha de Cronbach est jugé excellent.

2.2. La fiabilité des indicateurs

La condition de fiabilité peut également être vérifiée par l'observation des "loadings" associés à chaque item de mesure par rapport à leur construit. Les valeurs des "loadings" doivent être supérieures à 0,7. Dans le cas où les valeurs des "loadings" soient inférieures à 0,7 on élimine les valeurs indésirables pour augmenter la valeur des deux indicateurs (CR et AVE) (Hair, Sarstedt, Hopkins, & Kuppelwieser, 2014:106-121) . Dans ce qui suit, nous visualiserons l'indicateur "loadings" pour chacune des variables du modèle, ce qui nous permettra d'identifier les variables manifestes les plus représentatives de chaque construit et d'éliminer celles dont les valeurs ne correspondent pas aux normes établies.

Tableau N°57 : Fiabilité des indicateurs (loadings des items)

INDICATEURS/ITEMS DE MESURE		LOADING
Connaissance et Perception du Financement Participatif	Item1	éliminé
	Item2	0,269
	Item3	0,745
	Item4	0,835
	Item5	0,774
	Item6	0,909
	Item7	0,651
	Item8	0,667
	Item9	0,807
	Item10	0,914
	Item11	0,693
	Item12	0,813
	Item13	0,826
Attitude envers l'Adoption du Financement Participatif	Item1	0,811
	Item2	0,903
	Item3	0,837
	Item4	0,882
	Item5	0,897
	Item6	0,879
	Item7	0,734
	Item8	0,616
	Item9	0,707
	Item10	0,919
	Item11	0,922
Préparation et Conditions pour l'Utilisation du Financement Participatif	Item1	0,796
	Item2	0,907
	Item3	0,885
	Item4	0,539
	Item5	0,546
	Item6	0,813
	Item7	0,861
	Item8	0,898
	Item9	0,907

	Item10	0,742
	Item11	0,764
	Item12	0,813

Source : Élaboré par le doctorant sur la base des résultats de l'analyse PLS.

Le tableau ci-dessus regroupe l'ensemble des items de notre questionnaire, répartis selon les variables étudiées. Ainsi, nous avons retenu, sur le plan statistique, les variables manifestes les plus représentatives de chaque construit et éliminé celles dont les valeurs sont inférieures aux normes établies ($< 0,7$). Tous les "loadings" retenus sont statistiquement significatifs, ce qui indique une représentation optimale des construits.

2.3. La validité convergente

Comme indiqué précédemment, la validité convergente fait référence au niveau de corrélation existant entre les indicateurs d'un même construit. En d'autres termes, elle vise à vérifier que les items provenant d'une échelle et destinés à mesurer un construit particulier sont suffisamment corrélés entre eux, ainsi qu'avec le construit lui-même. Cette validité est évaluée par l'estimation de la variance moyenne extraite (AVE). Un seuil critique supérieur ou égal à 0,5 est considéré comme indicatif d'une validité convergente satisfaisante. Les résultats observés seront présentés dans le tableau ci-dessous.

Tableau N°58 : Évaluation de la Validité Convergente "Convergent Validity"

CONSTRUITS	AVERAGE VARIANCE EXTRACTED(AVE)
Niveau de connaissance sur le financement participatif	0,577
Attitude envers l'adoption du financement participatif	0,695
Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif	0,638

Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

Nous observons, d'après les résultats présentés dans le tableau, que la totalité des AVE (Average Variance Extracted ou moyenne de la variance expliquée) est supérieure au seuil

critique de **0,5**, à savoir ; **0,577** pour la variable Niveau de connaissance sur le financement participatif, **0,695** pour la variable Attitude envers l'adoption du financement participatif, et **0,638** pour la variable Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif. C'est ainsi que la validité convergente du modèle est jugée satisfaisante.

2.4. La validité discriminante

La validité discriminante évalue le degré d'indépendance entre les items de mesure d'un construit spécifique et ceux associés à d'autres construits. Ainsi, nous avons calculé la racine carrée de l'AVE pour chaque variable. La validité discriminante est confirmée si cette valeur est plus élevée que les coefficients de corrélation des autres variables. En d'autres termes, il s'agit de comparer la racine carrée de l'AVE (Average Variance Extracted) de chaque construit aux coefficients de corrélation de ce construit avec les autres construits. Dans le tableau suivant, qui présente l'ensemble des mesures de la validité discriminante, nous constatons que toutes les racines carrées des AVE sont supérieures aux différentes corrélations correspondantes, ce qui confirme la validité discriminante.

Tableau N°59 : Évaluation de la Validité Discriminante

	Attitude envers l'adoption du financement participatif	Niveau de connaissance sur le financement participatif	Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif
Attitude envers l'adoption du financement participatif	0,834		
Niveau de connaissance sur le financement participatif	0,760	0,928	
Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif	0,799	0,938	0,970

Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

Concernant les résultats dans ce tableau, on relève que :

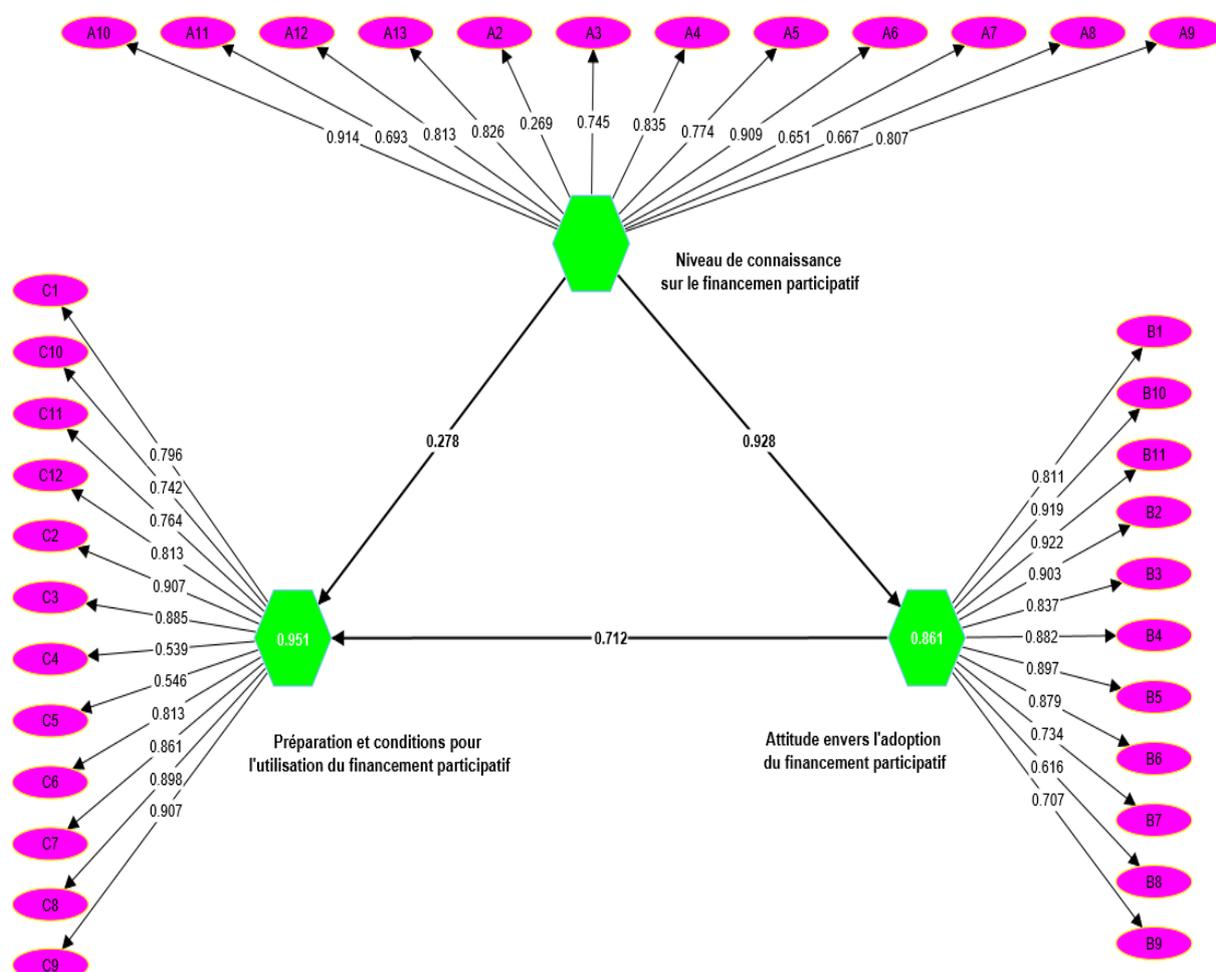
3. La qualité d'ajustement du modèle et le teste d'hypothèses

La confirmation de la fiabilité et de la validité de nos échelles de mesure nous permet de progresser vers l'étape suivante prévue par la méthode PLS, qui concerne le test du modèle structurel. Dans cette phase, nous allons d'abord évaluer la qualité d'ajustement du modèle structurel, ensuite nous procéderons au test de nos deux principales propositions de recherche.

3.1. La qualité d'ajustement du modèle structurel

La figure ci-dessous présente le modèle de mesure et structurel après l'application de l'algorithme de l'approche PLS, illustrant l'ensemble des coefficients de corrélation reliant les différentes variables du modèle.

Figure N° 27 : Modèle de mesure et structurel après l'application de l'algorithme PLS



Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

La qualité d'ajustement du modèle s'estimera par trois principaux indices, à savoir : le coefficient de détermination R^2 , taille de l'effet F^2 , et l'indicateur de prédiction Q^2 .

3.1.1. Le coefficient de détermination R^2

Les R^2 des deux variables "Attitude envers l'adoption du financement participatif et "Préparation et conditions pour_ l'utilisation du financement participatif" sont respectivement de 0,861, 0,951 .Elles sont donc supérieures à 0,1 ce qui implique une bonne contribution des variables explicatives dans la prévision des variables comme le montre le tableau ci-dessous :

Tableau N°60 : Le coefficient de détermination R^2

	R-square	R-square adjusted
Attitude envers l'adoption _du financement participatif	0,861	0,859
Préparation et conditions pour_ l'utilisation du financement participatif	0,951	0,950

Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

3.1.2. Taille de l'effet F^2

L'indicateur f^2 mesure l'effet de chaque variable exogène sur une variable endogène particulière. C'est un complément à R^2 qui permet de comprendre l'importance relative de chaque variable indépendante.

- $0.02 < f^2 \leq 0.15$: Petit effet
- $0.15 < f^2 \leq 0.35$: Effet moyen
- $f^2 > 0.35$: Grand effet

Tableau N°61 : Taille de l'effet F^2

	F^2
Attitude envers l'adoption _du financement participatif -> Préparation et conditions pour_ l'utilisation du financement participatif	1,440
Niveau de connaissance_ sur le financement participatif -> Attitude envers l'adoption _du financement participatif	6,193
Niveau de connaissance_ sur le financement participatif -> Préparation et conditions pour_ l'utilisation du financement participatif	0,220

Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

D'après ce tableau, on remarque que la taille de l'effet est supérieure à 0,35. Ce qui signifie qu'il y'a un grand effet direct entre les variable : Niveau de connaissance_ sur le financement participatif -> Attitude envers l'adoption _du financement participatif et Attitude envers l'adoption _du financement participatif -> Préparation et conditions pour_ l'utilisation du financement participatif. De ce fait, la taille de l'effet du modèle est satisfaisante.

3.1.3. L'indicateur de prédiction Q^2

L'indicateur Q^2 évalue la capacité prédictive du modèle via la procédure de rééchantillonnage croisé (cross-validation). Il indique dans quelle mesure les valeurs observées sont reconstruites par les valeurs prédictives du modèle.

Un Q^2 supérieur à zéro pour une variable endogène suggère que le modèle a une pertinence prédictive pour cette variable.

Tableau N°62 : L'indicateur de prédiction Q^2

	Q^2predict	RMSE	MAE
Attitude envers l'adoption _du financement participatif	0,691	0,388	0,252
Préparation et conditions pour_ l'utilisation du financement participatif	0,660	0,422	0,285

Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

Pour évaluer la validité prédictive de notre modèle, nous observons, d'après les résultats du tableau, que l'indicateur prédictif est positif (> 0) pour l'ensemble des variables. Par conséquent, la validité prédictive du modèle est jugée satisfaisante.

4. Les résultats du modèle structurel : le test des hypothèses

Toutes les hypothèses de notre recherche ont été testées à l'aide d'un modèle à équations structurelles. La validation des hypothèses repose sur l'importance et la significativité des relations structurelles. Pour ce faire, nous avons utilisé le calcul de Bootstrapping et l'algorithme PLS du logiciel Smart PLS pour tester les hypothèses de notre modèle. La significativité des liens structurels reliant les variables déterminera la validation ou non des hypothèses.

Il est essentiel d'examiner la direction des coefficients de causalité (« Path coefficients ») de l'échantillon original. Nous avons vérifié les résultats à l'aide de la méthode Bootstrap via SmartPLS 4, une méthode de rééchantillonnage permettant d'obtenir la meilleure estimation

des variables. Dans notre cas, 5000 échantillons recomposés ont été réalisés. Les résultats sont illustrés dans la figure suivante.

4.1. L'application de la méthode Bootstrap

❖ T-Student et Path coefficient

Tableau N°63 : Résultats du test des hypothèses : T-Student et Path coefficient

Hypothèses de recherches	Échantillon initial (originale)	Moyenne de l'échantillon	Écart type	Valeur-T (t-student)	Valeur-P (p-value)
Attitude envers l'adoption du financement participatif -> Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif	0,712	0,711	0,064	11,168	0,000
Niveau de connaissance sur le financement participatif -> Attitude envers l'adoption du financement participatif	0,928	0,927	0,017	54,069	0,000
Niveau de connaissance sur le financement participatif -> Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif	0,278	0,279	0,067	4,146	0,000

Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

Les valeurs du t de Student indiquées sur l'ensemble des liens existants entre variables dépendantes/indépendantes (tableau) témoignent clairement de la significativité de l'ensemble des relations :

- Une relation significative au niveau 0,05 est alors constatée entre le niveau de connaissance sur le financement participatif et l'attitude envers l'adoption du financement participatif, avec un t de 54,069 qui est supérieur à 1,96 (Valeurs Prob = 0 ,00).

- Une relation significative au niveau 0,05 est alors constatée entre l'attitude envers l'adoption du financement participatif et préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif avec un t de 11,168 qui est supérieur à 1,96 (Valeurs Prob = 0 ,00)

- Une relation significative au niveau 0,05 est alors constatée entre le niveau de connaissance sur le financement participatif et préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif avec un t de 4,146 qui est supérieur à 1,96 (Valeurs Prob = 0 ,00)

❖ **Effet indirect**

L'hypothèse **H4** selon laquelle il y'a une relation significative entre le niveau de connaissance sur le financement participatif et la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif en présence de l'attitude envers l'adoption financement participatif qui est une variable médiateur au niveau 0,05.

Tableau N°64 : Effet indirect

Hypothèses de recherches	Échantillon initial (originale)	Moyenne de l'échantillon	Écart type	Valeur-T (t-student)	Valeur-P (p-value)
Niveau de connaissance sur le financement participatif -> Attitude envers l'adoption du financement participatif -> Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif	0,660	0,660	0,062	10,612	0,000

Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

A partir de ces résultats, on remarque dans l'hypothèse H4 qu'il y'a une relation significative entre les variables, avec un t de 10,612 qui est supérieur à 1,96 (Valeurs Prob = 0 ,00) qui est inférieur à 5%.

❖ Effet totale

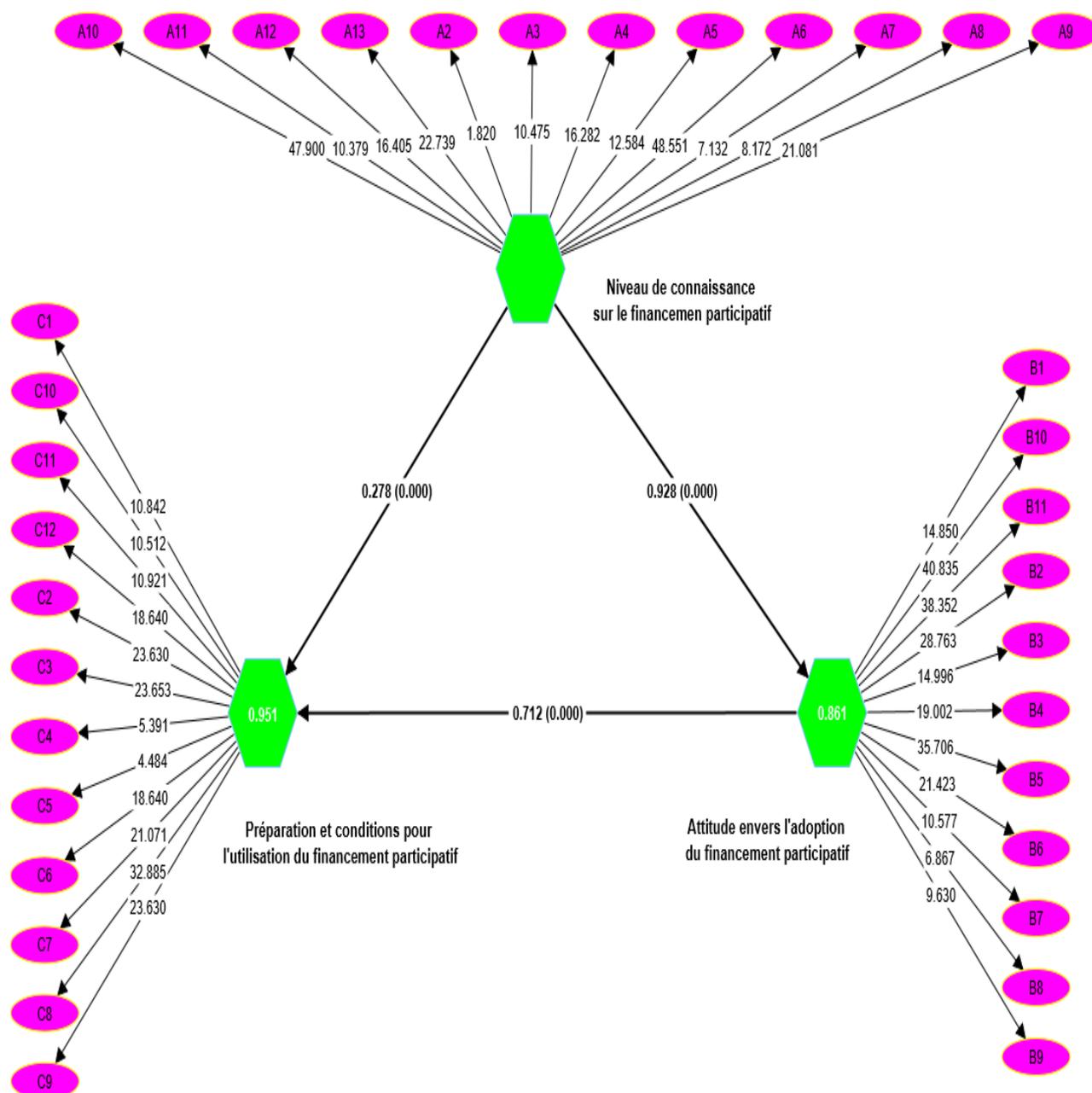
Tableau N° 65 : Effet total

Hypothèses de recherches	Échantillon initial (originale)	Moyenne de l'échantillon	Écart type	Valeur-T (t-student)	Valeur-P (p-value)
Niveau de connaissance_ sur le financement participatif -> Préparation et conditions pour_ l'utilisation du financement participatif	0,938	0,939	0,014	65,132	0,000

Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS.

A partir du tableau ci-dessus, on remarque que (Valeurs Prob = 0 ,00) qui est inférieur à 5%, avec un t de 65,132 qui est supérieur à 1,96. On peut dire que l'effet total est significatif, que ce soit la nature de l'effet direct ou indirect. Le niveau de connaissance du financement participatif influence positivement la préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif. Le figure qui suit nous montrent le modèle de mesure et structurel après l'application de l'algorithme PLS.

Figure N° 28 : Modèle de mesure et structurel après l'application de l'algorithme PLS.



Source : Élaboré par la doctorante sur la base des résultats de l'analyse PLS

5. Récapitulatif des résultats

La méthode recommandée pour mesurer la cohérence interne (également appelée homogénéité ou consistance) des échelles de mesure est généralement le calcul du coefficient Alpha de Cronbach (Cronbach, 1951). Dans le cadre de la méthode PLS, l'homogénéité des échelles est évaluée par plusieurs indicateurs : l'Alpha de Cronbach et l'indicateur de fiabilité composite, dont le calcul est similaire au coefficient rhô de Jöreskog (Chin, 2000).

Conformément aux règles utilisées dans l'analyse factorielle pour les modèles d'équations structurelles, les contributions doivent être élevées ($> 0,5$) et significatives. Dans notre étude, l'Alpha de Cronbach pour notre modèle associé aux variables est supérieur à 0,5, avec une valeur de 0,928, ce qui indique une cohérence interne satisfaisante.

Pour évaluer la qualité du modèle, on peut utiliser le coefficient de détermination R^2 des deux variables «Attitude envers l'adoption du financement participatif" et "Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif», qui sont respectivement de 0,861, 0,951 Ils sont donc supérieurs à 0,1 ce qui implique une bonne contribution des variables explicatives dans la prévision des variables.

Ces coefficients concernant la taille de l'effet, nous avons remarqué que la taille de l'effet est supérieure à 0,35. Cela signifie qu'il y'a un grand effet direct entre les variable : Niveau de connaissance_ sur le financement participatif -> Attitude envers l'adoption _du financement participatif et Attitude envers l'adoption _du financement participatif -> Préparation et conditions pour_ l'utilisation du financement participatif. De ce fait, la taille de l'effet du modèle est satisfaisante.

Pour évaluer la validité prédictive de notre modèle, nous avons observé, d'après les résultats, que l'indicateur prédictif est positif (> 0) pour l'ensemble des variables. Par conséquent, la validité prédictive du modèle est jugée satisfaisante.

Pour l'AVE (Average Variance Explained ou moyenne de la variance expliquée), nous avons constaté suite aux résultats que la totalité des AVE sont supérieurs au seuil critique (0,5) à savoir **0,577** pour la variable Niveau de connaissance sur le financement participatif, **0,695** pour la variable Attitude envers l'adoption du financement participatif, et **0,638** pour la variable Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif. C'est ainsi que la validité convergente du modèle est jugée satisfaisante.

Toutes les hypothèses de notre recherche ont été testées à l'aide d'un modèle à équations structurelles. La validation de ces hypothèses repose sur l'importance et la significativité des relations structurelles. Pour ce faire, nous avons utilisé le calcul de Bootstrapping et l'algorithme PLS du logiciel SmartPLS pour tester les hypothèses de notre modèle. La significativité des liens structurels reliant les variables latentes déterminera la validation des hypothèses.

Nous avons examiné la direction des coefficients de causalité (« Path coefficients ») de l'échantillon original, ainsi que le niveau de signification des relations causales (T-Student > 1.96). Les valeurs du t-Student ont été estimées par l'application de la méthode Bootstrap, une

méthode de rééchantillonnage permettant d'obtenir la meilleure estimation des variables. Dans notre cas, 5000 échantillons recomposés ont été réalisés. Ainsi, nous avons vérifié les résultats par la méthode Bootstrap. Selon les coefficients de régression indiquant les liens entre les variables indépendantes et dépendantes, les rapports suivants ont été constatés :

▪ **T-Student et Path coefficient**

- Une relation significative au niveau 0,05 est alors constatée entre le niveau de connaissance sur le financement participatif et l'attitude envers l'adoption du financement participatif, avec un t de 54,069 qui est supérieur à 1,96 (Valeurs Prob = 0 ,00).

- Une relation significative au niveau 0,05 est alors constatée entre l'attitude envers l'adoption du financement participatif et préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif avec un t de 11,168 qui est supérieur à 1,96 (Valeurs Prob = 0 ,00)

- Une relation significative au niveau 0,05 est alors constatée entre le niveau de connaissance sur le financement participatif et préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif avec un t de 4,146 qui est supérieur à 1,96 (Valeurs Prob = 0 ,00)

▪ **Effet indirect**

A partir des résultats, on remarque que **H4** selon laquelle il y'a une relation significative entre le niveau de connaissance sur le financement participatif et la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif en présence de l'attitude envers l'adoption financement participatif qui est une variable médiateur au niveau 0,05 est significative, avec un t de 10,612 supérieur à 1,96 (Valeurs Prob = 0 ,00) qui est inférieur à 5%.

▪ **Effet totale**

A partir des résultats, on remarque que (Valeurs Prob = 0 ,00) est inférieur à 5%, avec un t de 65,132 supérieur à 1,96. On peut dire que l'effet total est significatif, que ce soit la nature de l'effet direct ou indirect. Le niveau de connaissance du financement participatif influence positivement la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif.

Conclusion du chapitre III

Ce chapitre s'est focalisé sur l'interprétation et l'analyse des résultats de notre étude empirique. Les analyses requises devaient répondre à l'interrogation fondamentale de notre recherche :

« Quel est l'apport du financement participatif au financement des PME algériennes ? »

Teste des hypothèses de recherche :

Examinons à présent en détail le test de chaque hypothèse établie :

Test de la 1^{ère} hypothèse H1 :

« Le financement participatif, émerge comme une nouvelle source de financement pour les PME. En effet, l'évolution du financement offre une alternative aux entreprises qui se trouvent exclues des financements classiques , tout en répondant aux attentes des investisseurs en matière de transparence et de proximité ».

- **Décision** : L'apparition du web 2.0 a mis en place plusieurs applications financières et économiques, dont la venue du financement participatif qui a aidé les PME à trouver du financement d'une façon plus simple et souple que les canaux traditionnels.

La 1^{ère} hypothèse H1

« Le financement participatif, émerge comme une nouvelle source de financement pour les PME. En effet, l'évolution du financement offre une alternative aux entreprises qui se trouvent exclues des financement classiques , tout en répondant aux attentes des investisseurs en matière de transparence et de proximité » est vrai

Teste de la 2^{ème} hypothèse H2 :

« Le renforcement du financement participatif en Algérie représente une initiative propice stimulant la création et le développement des PME, qui occupent une place particulière dans le tissu économique du pays ».

- **Décision** : le financement participatif peut constituer une source viable pour les PME algériennes, sous réserve que les diverses contraintes, notamment celles d'ordre réglementaire soient résolues.

La 2^{ème} hypothèse H2

« Le renforcement du financement participatif en Algérie représente une initiative propice stimulant la création et le développement des PME, qui occupent une place particulière dans le tissu économique du pays » est vrai

Tableau N°66 : un récapitulatif des hypothèses

<u>Hypothèse H1</u>	Vrai positif
<u>Hypothèse H2</u>	Vrai positif

Source : élaboré par nous-même.

CONCLUSION GÉNÉRALE

CONCLUSION GENERALE :

Élargir les options de financement disponibles et accessibles aux PME constitue un défi majeur pour les pouvoirs publics cherchant à favoriser le développement de ces entreprises dynamiques dans un environnement marqué par des contraintes de crédit. C'est également un enjeu à long terme pour améliorer la structure du capital et la capacité d'investissement des PME en réduisant leur dépendance excessive et leur vulnérabilité aux canaux de prêt traditionnels. Les PME jouent un rôle crucial dans le développement des économies, en particulier dans les pays en développement. Cette étude a tenté de mettre en lumière le rôle crucial que peut jouer le financement participatif dans le développement des petites et moyennes entreprises (PME) en Algérie, qui ne cessent de croître.

La flexibilité, la diversité et la transparence caractérisent le crowdfunding. En effet, ce dernier permet de financer une multitude de projets (notamment des PME) et assure aux investisseurs la possibilité de suivre de près les projets qu'ils soutiennent. Cela correspond parfaitement aux stratégies de financement des PME, surtout pour les projets innovants. Contrairement aux grandes entreprises qui nécessitent des financements importants et disposent d'un accès plus facile aux sources de financement traditionnelles, les PME ont des besoins financiers plus modestes et trouvent dans le financement participatif une solution plus adaptée.

Ce travail de recherche avait pour ambition première d'analyser l'apport du financement participatif au financement des PME, puisqu'il s'agissait d'interroger les liens entre le financement participatif et son adéquation avec les PME. Cette thèse a voulu, plus généralement, apporter sa contribution aux recherches portant sur le financement participatif (sa conception, sa réalisation, ses formes, ses enjeux et les acteurs qui le structurent). En outre, cette thèse avait pour objectif de déterminer l'apport du financement participatif sur les PME algériennes, à travers une étude empirique portant sur 90 entreprises de divers secteurs.

La structure de ce travail est organisée en trois chapitres. Les deux premiers chapitres sont consacrés à la spécification du cadre conceptuel de la recherche, visant à définir les concepts clés tels que le financement participatif et les PME, et à mettre en lumière leurs relations. Le troisième chapitre est dédié à l'étude empirique et à l'exploration des relations entre les variables sélectionnées, notamment le niveau de connaissance du financement participatif, l'attitude envers son adoption, ainsi que la préparation et les conditions pour son utilisation.

Une enquête quantitative a été menée grâce à l'envoi d'un questionnaire à plus de 1421 entreprises algériennes réparties dans plusieurs wilayas et couvrant tous les secteurs d'activité. Nous avons obtenu 90 réponses conformes aux conditions d'étude. Notons également qu'au cours de cette recherche, nous avons rencontré plusieurs difficultés, notamment un accès limité aux données nécessaires pour notre investigation.

Pour le choix des variables de cette étude, trois ont été choisies comme suit :

1. Niveau de connaissance sur le financement participatif.
2. Attitude envers l'adoption du financement participatif.
3. Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif.

Quatre hypothèses ont été testées à l'aide d'un modèle à équations structurelles par le calcul de Bootstrapping et l'algorithme PLS. Ces hypothèses sont les suivantes :

H1 : Le niveau de connaissance sur le financement participatif est une variable indépendante qui peut influencer l'attitude envers l'adoption du financement participatif.

H2 : Le niveau de connaissance sur le financement participatif est une variable indépendante qui peut influencer la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif.

H3 : L'attitude envers l'adoption financement participatif est une variable indépendante qui peut influencer la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif.

H4 : Le niveau de connaissance sur le financement participatif peut influencer la préparation et les conditions pour l'utilisation du financement participatif en présence de l'attitude envers l'adoption financement participatif.

En premier lieu, il a été question de cohérence interne. Dans le cadre de la méthode PLS, elle est mesurée par l'Alpha de Cronbach et la fiabilité composite. Les contributions doivent être élevées ($> 0,5$) et significatives. Dans notre étude, l'Alpha de Cronbach est de 0,928, indiquant une cohérence interne satisfaisante.

Le coefficient de détermination R^2 pour les variables « Attitude envers l'adoption du financement participatif » et « Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif » sont respectivement de 0,861 et 0,951, montrant une bonne contribution des variables explicatives.

La taille de l'effet est supérieure à 0,35, indiquant un grand effet direct entre les variables "Niveau de connaissance sur le financement participatif" et "Attitude envers l'adoption du

financement participatif", ainsi qu'entre "Attitude envers l'adoption du financement participatif" et "Préparation et conditions pour l'utilisation du financement participatif".

L'indicateur prédictif est positif (> 0) pour toutes les variables, démontrant une validité prédictive satisfaisante du modèle. Les AVE (moyenne de la variance expliquée) sont toutes supérieures à 0,5, confirmant la validité convergente du modèle.

Toutes les hypothèses ont été testées à l'aide d'un modèle à équations structurelles, validées par le calcul de Bootstrapping et l'algorithme PLS. Les relations structurelles sont significatives avec des valeurs de T-Student $> 1,96$. Les relations directes et indirectes entre les variables ont été significatives, confirmant que le niveau de connaissance du financement participatif influence positivement la préparation et les conditions pour son utilisation.

Toute cette démarche a été suivie pour répondre aux questionnements de notre thèse et afin de tester les deux hypothèses principales qui ont été validées :

1ère hypothèse H1 :

Le financement participatif, émerge comme une nouvelle source de financement pour les PME. En effet, l'évolution du financement offre une alternative aux entreprises qui se trouvent exclues des financements classiques, tout en répondant aux attentes des investisseurs en matière de transparence et de proximité.

- **Décision :** L'apparition du web 2.0 a mis en place plusieurs applications financières et économiques, dont le financement participatif qui a aidé les PME à trouver du financement d'une façon plus simple et souple par rapport aux canaux traditionnels.

2ème hypothèse H2

Le renforcement du financement participatif en Algérie représente une initiative propice stimulant la création et le développement des PME, qui occupent une place particulière dans le tissu économique du pays.

- **Décision :** le financement participatif peut constituer une source viable pour les PME algériennes, sous réserve que les diverses contraintes, notamment celles d'ordre réglementaire soient résolues.

L'influence du financement participatif sur les PME algériennes est positive. Depuis son introduction dans le pays, le financement participatif a permis de concrétiser des plateformes pour des projets qui, sans lui, n'auraient pas pu voir le jour. Cependant, nos recherches montrent que ce mode de financement est encore balbutiant en Algérie, où sa croissance reste lente comparée à d'autres pays du monde. L'Algérie dispose d'un bon potentiel de croissance

pour le crowdfunding, mais le manque de sensibilisation, d'informations et d'initiatives de la part des autorités compétentes freine son développement. Ainsi, nous pouvons affirmer notre deuxième hypothèse selon laquelle le renforcement du financement participatif en Algérie représente une initiative propice stimulant la création et le développement des PME, qui occupent une place particulière dans le tissu économique du pays.

En conclusion, le financement participatif représente une opportunité significative pour les PME algériennes de diversifier leurs sources de financement et de bénéficier d'une nouvelle dynamique économique. Pour cela, il est essentiel de développer des initiatives visant à améliorer la compréhension et l'acceptation de ce mécanisme parmi les entrepreneurs, tout en adaptant le cadre réglementaire dans le but de garantir un environnement propice à son développement. Ainsi, le financement participatif pourrait devenir un levier majeur pour la croissance et l'innovation des PME en Algérie, contribuant de manière substantielle à la diversification et à la résilience de l'économie nationale.

Limites de la recherche

Comme toute étude empirique, cette recherche présente un certain nombre de limites. D'une part, la portée géographique limitée à certaines régions d'Algérie peut restreindre la généralisation des résultats à l'ensemble du pays. De plus, la taille de l'échantillon, bien que représentative, pourrait être augmentée pour obtenir des conclusions plus robustes. D'autre part, le manque de données empêche de mesurer l'impact à long terme du financement participatif sur les PME. Enfin, les réponses au questionnaire peuvent être biaisées par les perceptions subjectives des répondants et ne pas refléter entièrement la réalité du terrain.

Perspectives pour les recherches futures

Ces limitations suggèrent les orientations suivantes pour les recherches futures :

- Il serait pertinent d'étendre l'étude à un plus grand nombre de PME et à diverses régions de l'Algérie pour obtenir une vision plus globale et représentative.
- Des études longitudinales seraient également bénéfiques pour analyser l'impact du financement participatif sur la croissance et la durabilité des PME sur le long terme.
- Aussi, une analyse spécifique centrée sur les plateformes de financement participatif en Algérie permettrait une vision plus globale du sujet.
- En outre, une analyse comparative avec d'autres pays en développement pourrait fournir des connaissances précieuses et des bonnes pratiques applicables à l'Algérie.

- Enfin, l'exploration de nouveaux modèles de financement participatif adaptés au contexte algérien, ainsi que l'impact des réformes réglementaires sur l'adoption de ces mécanismes, constitueront des axes de recherche prometteurs.

Références bibliographiques

Références

- .Dris, Y. A. (2022). Sme In Algeria And business environment challenges. 699-717.
- A, D., & Lussealt. A. (2006). *Les structures d'entreprise*. Paris: Ellipses.
- A, O., Miceli L, Pizzetti M, & Parasuraman A. (2011). Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of service management*, 22(4), 443-470.
- Abdelmadjid, B. B. (2019). Empirical analysis on the contribution of Algerian SMEs in regional development -Study territory « West Algeria ». *Les Cahiers Du Mecas*, 34-44.
- Abdelmalek. (2012). la place de finance islamique dans la finance des PME en Algérie. *communication à un séminaire à l'université de Tlemcen*, (p. 12).
- Abdennadher, I., & Khemakhem, R. (2024). VERS UN MODELE INTEGRE DE L'INTENTION D'UTILISATION DU CROWDFUNDING ENTREPRENEURIAL. *Revue des études multidisciplinaires en sciences économique et sociales*, 9(2).
- AdoctA. (2013). Etude de marché à propos du Crowdfunding. Récupéré sur www.adocta.com
- Agrawal, A., Catalini, C, & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions. *Journal of Economics and Management Strategy*, 253-274.
- Ahlers, G., Cumming, D, Günther, C, & Schweizer, D. (2015). Signaling in equity crowdfunding. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(4), 955-980. doi://doi.org/10.1111/etap
- Aitmedjber, T. (2017). Perspectives de développement des PME et des PMI dans le cadre du nouveau model économique algérien. *Revue d'économie et de statistique appliquée*, 324-335.
- Albert Fargas Bepin, P. V. (2009). *Symbology of the Temple of the Sagrada Familia* (éd. 1). (S. Triangle Postals, Éd.) BARCELONE.
- Algérienne, L. J. (2017, 01 11).
- Amimer, A. &. (2022). Evaluation de la contribution des Petites et Moyennes Entreprises au développement économique de l'Algérie : Etude statistique de la période 2002-2020. *الاقتصاد الصناعي*, 770-790.
- Ana, C. (2011). *les réseaux de PME dans les districts industriels au Japon*. France: l'Harmattan.
- Anne. (2014). Crowdfunding : Se lancer sans passer par la case Banque. Récupéré sur <http://www.vivabee.com/>
- Arnaud, P., & Beryl, B. (2016). *LE FINANCEMENT PARTICIPATIF Un nouvel outil pour les entreprises*. EYROLLES.
- Arraou, P. (2016). *Tout savoir sur le financement participatif*. France: 2016.
- Assadi, D. (2015). *Strategic Approaches to Successful Crowdfunding*. IGI Global, Hershey, PA.
- ASSADI, D., & ASHTA, A. (2008). Do Social Cause and Social Technology Meet? Impact of web 2.0 Technologies on Peer-to-Peer Lending Transactions. *Cahiers du CEREN*, 2-17.
- ASSALA, K. (2006). PME en Algérie : De la création à la mondialisation. L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales,. Récupéré sur https://airepme.org/images/File/2006/042_PMEenAlgerie.pdf

- Baeck, P., Collins, L., & Zhang, B. (2014). Understanding Alternative Finance - the UK Alternative Finance Industry Report. *Nesta*.
- Banque de France - les crédits de trésorerie. (2022, 02 02). Récupéré sur http://www.banquefrance.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/La_Banque_de_France/pdf/Fich
- Bayus, B., & Kuppuswamy, V. (2014). . Crowdfunding creative ideas: The dynamics of project backers in Kickstarter.
- Bayus, B., & Kuppuswamy, V. (2013). Crowdfunding creative ideas: The dynamics of project backers in Kickstarter.
- Bechter, C., Jentzsch, S., & Frey, M. (2011). From wisdom of crowd to crowdfunding. *Journal of Communication and Computer*, 951-957.
- Behi, K., Nivedita Agarwal, Alexander, & Brem. (2020). An Analysis of a Crowdfunding System in North Africa Based on the Actor-Network Theory. *International Journal of Global Business and Competitiveness*. Récupéré sur <https://doi.org/10.1007/s42943-020-00007-3>
- Bell, E. B. (2019). Business research methods. Récupéré sur <http://www.vlebooks.com/vleweb/product/openreader?id=none&isbn=9780192545909>
- Belleflame, P., Lambert, T., & Schwenbacher, A. (2010, June 10). Crowdfunding: An Industrial Organization Perspective. 1.
- Belleflamme, Lambert, & Schwenbacher. (2013). Individual crowdfunding practices. *Venture Capital*, 15(4), 313–333.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwenbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right Crowd. *Journal of Business Venturing*, 5(29), 585-609.
- BELOUARD, A., & SEDER, S. (2009, Octobre). Structure du capital et de la performance des PME algériennes. (9), 8.
- Bentayeb, H., & Sirine, S. (2021). Le crowdfunding : un outil de financement pour les startups en Algérie. *Etudes Economiques*, 21(2).
- Bergeron, Pierrette. (2000). *veille stratégique et pme: comparaison des politiques gouvernementales de*. QUEBEC: presse de l'université du Québec CANADA.
- BERGLIN, H., & STRANDBERG, C. (2013). Leveraging Customers as Investors: The Driving Forces behind Crowdfunding. *Working Paper*, 1-33.
- Bernard, A., & Gazel. (2017). Backers' pro-social motives to crowdfund artistic projects: experimental evidence. *Working Paper*.
- Bertacchini, Y. (2015). *Traité d'Initiation épistémologie-méthodologie Dans GRANGER, G ; « Positivismisme »*. . E.S.P.E « Sciences de l'Ingénieur & développement Durable »: l'Encyclopédie Universalis, 1995.
- Bertacchini, Y. (2015). *Traité d'Initiation épistémologie-méthodologie Dans GRANGER, G ; « Positivismisme »*, l'Encyclopédie Universalis, 1995. E.S.P.E « Sciences de l'Ingénieur & développement Durable ». 32.
- BESNIER, J.-M. (2005). Les théories de la connaissance.

- Bessière, V., & Stéphany, E. (2014). Le financement par crowdfunding Quelles spécificités pour l'évaluation des entreprises ? *Revue Française de Gestion*, 40, 149–161.
doi:https://doi.org/10.3166/rfg
- BESSIÈRE, V., & STEPHANY, F. (2014). *Le crowdfunding: fondements et pratiques*. Bruxelles: De Boeck.
- Bessis.J. (1988). *Capital-risque et financement des entreprises*. Paris: Economica.
- Boeuf, B., Darveau, J., & Legoux, R. (2014). Financing Creativity: Crowdfunding as a New Approach for Theatre Project. *International Journal of Arts Management*, 3(16), 33-48.
- Bolusset.Carole. (2007). *l'investissement*. Paris: Bréal.
- Bottiglia, R. P. (2016). *Crowdfunding for SMEs*.
- Bouazza, A. B. (2015). SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES AS AN EFFECTIVE SECTOR FOR ECONOMIC DEVELOPMENT AND EMPLOYMENT CREATION IN ALGERIA. 16.
- Boudreau, K., Jeppessen, L.B, Reichstein, T, & Rullani, F. (2017). Entrepreneurial Crowdfunding Without Private Claims. *Working Paper*.
- Bouri, N. (2020). Les Petites et Moyennes Entreprises en Algérie : Quelles contributions dans l'économie nationale? *دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية* 369-350.
- Bourouba, K. (2018). le crowdfunding, Une solution alternative de financement pour les startups et les pme en Algérie. *journal of economics and management*, 339-351.
- BOUYAKOUB, L., & BENCHIKH, H. (2020). Caractéristiques et spécificités des Petites et Moyennes Entreprises en Algérie. *Revue algérienne d'économie et gestion* , 204-229.
- bouzar., C. (2010). Les contraintes de développements du marché financier Algérien. *Revue CAMPUS*(19), 2-22.
- Boyer, K., Chevalier, A, Léger, J.-Y, & Sannajust, A. (2016). Le crowdjimbing. *Paris: La Découverte*.
- Brachet, P. (1998). *Introduction aux sciences sociales*. Paris: PUBLISUD.
- Brachet, P. (1998). *Introduction aux sciences sociales*. Paris: Editions PUBLISUD.
- Bruton, G., Khavul, S, Siegel, D, & Wright, M. (2015). New financial alternatives in seeding entrepreneurship: Microfinance, crowdfunding, and peer-to-peer innovations. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 9-26. doi:doi:10.1111/etap.12143
- Burtch, G., Ghose,A, & Wattal,S. (2013). An empirical examination of the antecedents and consequences of contribution patterns in crowd-funded markets. *Information Systems Researched*, 499-519.
- Calic, G., & Mosakowski, E. (2016). Kicking Off Social Entrepreneurship: How A Sustainability Orientation Influences Crowdfunding Success. *Journal of Management Studies*, 53(5), 738-767.
- Calmé, I. O. (2016). lateformes de crowdfunding et acteurs de l'écosystème entrepreneurial-Quelle (s) coopération (s), quels business models? *Revue française de gestion*, 139-154.
- Carl, C. (2009). *le financement des PME*. Paris: Conseil d'analyse économique.
- Cazemajour, L. (2013). la place du crowddfunding philanthropique. *cerphi centre d'etude et de recherche sur la philanthropie*, 5.

- Cecere, G., Le Guel, F., & Rochelandet, F. (2017). Crowdfunding and social influence: an empirical investigation. *Applied Economics*, pp. 5802-5813.
- Chalmers, A. (1987). *Qu'est-ce que la science?* Paris: La découverte.
- Chervyakov, D., & Rocholl, J. (2019). How to make crowdfunding work in Europe. *Policy Contribution*.
- Chin, W. W. (2000). *Partial Least Squares & PLS-Graph*.
- Chriki. (2020, 04 21). Récupéré sur <https://www.chriky.com/>
- CLARENS, P. d. (2019, Octobre 22). L'avenir du crowdfunding en France. *THESE DE DOCTORAT*, 26. Nantes, L'UNIVERSITE DE NANTES, France.
- Cohen, Elie. (1998). *gestion financière de l'entreprise et développement financier*. France: EDICEF.
- Colmant, B., & Et al. (2004). *les obligations : concepts financiers et comptables essentiels*. FRANCE: LARCIER.
- Colombo, M. G.-L. (2015, Janvier 1). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 39(1), 75-100. doi:doi:10.1111/etap.12118
- Colombo, M., Franzoni, C., & Rossi Lamasra, C. (2015). Internal Social Capital and the Attraction of Early Contributions in Crowdfunding *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1(39), 75-100.
- Confédération générale des petites et moyennes entreprises (GREPME). (1983). *définition permanente, Cité par Robert. Wtterwulghe*. QUEBEC.
- Corbel, P. C.-P. (2018). Crowdfunding: les trajectoires du succès... ou de l'échec. *Innovations*.
- Corhay, A., & Mbangala, M. (2008). *diagnostic financier des entreprises*. Belgique: CEFAL.
- CORNELL, C. J. (2014). Crowdfunding Fraud: How Big is the Threat? *Crowdfund Insider*.
- Cronbach. (1951). Coefficient Alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- CROOM, S. (1999). *Research Methodology in operation management*. Brussels: Eden Seminar.
- CRUZ, J. V. (2017, Novembre 13). The Economics of Crowdfunding: Entrepreneurs and Platforms' Strategies. 12. Paris, UNIVERSITE PARIS 13.
- CSOEC. (2016). *tout savoir sur le financement participatif* (éd. 2016). Consulté le 08 10, 2021
- CSOEC. (2016). *Tout savoir sur le financement participatif*. France: Edition 2016.
- Cumming, D. (2012). *The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance*. Oxford University Press: 1st ed.
- Cumming, D., Leboeuf, G., & Schwiendbacher, A. (2014, December). Crowdfunding models: Keep-it-all vs all-or-nothing. *finance meeting EUROFIDAI-AFFI paper*.
- Damodaran, A. (2008). Finding the right financing mix: The capital structure decision. *New York University*.
- Dancause, R. (2021, 12 13). *Les affaires*. Récupéré sur Une bonne gouvernance, c'est aussi pour les PME: 50- <https://www.lesaffaires.com/dossier/la-gouvernance-dans-tous-ses-ats/une-bonne-gouvernance-c-est-aussi-pour-les-pme/567674>
- Danmayr. (2013). Archetypes of Crowdfunding Platforms : A multidimensional Comparison. *Springer Gabler*.

- Dardour, A. A. (2018). Les déterminants de la réussite de la levée de fonds via les plateformes de financement participatif–Cas des start-ups. *Revue management et avenir*, 81-98.
- DAVID, A. (2000). « Logique, épistémologie et méthodologie en sciences de gestion : trois hypothèses revisitées ». *Les nouvelles fondations des sciences de gestion*.
- De Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., & Marom, D. (2012). A framework for European crowdfunding. 10-11.
- De Mourgues, M. (1993). *La monnaie, système financier et théorie monétaire*. Paris: 3eme édition Economica.
- Définition d'une PME-entreprise au Canada DIP3 conseil*. (2020, 03 09). Récupéré sur www.dip3.ca/category/pme-
- Dehbi, S. (2019). Du positionnement épistémologique à la méthodologie de recherche : quelle démarche pour la recherche en science de gestion. *Maroc: Revue Économie, Gestion et Société*(N°20), 8.
- Dejong, M. (2015). Le crowdfunding un financement alternatif et citoyen? *revu analyse*, 2-3.
- Dekel, A.V., & Vandervelde, B. (2009). *la conversion de dette en capital : un remède dans le cadre des restructurations des crédits*. France: LARCIER.
- Demaria, S. (2008). Les choix d'options comptables lors de la première application des normes IAS/IFRS : Observation et compréhension des choix effectués par les groupes français. 165.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (1994). *HANDBOOK of qualitative research*. (T. O. Sage Publication, Éd.)
- Derray, A., & Lusseau, A. (2006). *Les structures d'entreprise*. Paris: Ellipses.
- Dietsch, M., & Mahieux, X. (2014). Comprendre le déficit de financement des PME pour stimuler leur croissance. *Revue d'économie financière*, 17-30.
- DRIDICHE, A. (2018). Le rôle des petites et moyennes entreprises dans le développement de l'économie nationale : une étude statistique sur la période 2002-2016. 395-419.
- Drissi, S., & Angade, K. (2020). LE FINANCEMENT PAR CROWDFUNDING, QUEL APPOINT POUR L'ENTREPRENARIAT SOCIAL? CAS DE LA REGION DE SOUSS MASSA (MAROC). *Revue Du contrôle, De La Comptabilité Et De l'audit*.
- Duarte, N. (2004). The role of smes for development : A literature review. 24.
- Duchenant, Bertrand. (1995). *enquête sur les PME françaises : identités, contextes*. Paris: Maxima.
- Dushnitsky, G. &. (2013). Crowd monogamy. *Business Strategy Review*, 24(4), 24-26.
doi:doi:10.1111/j.1467-8616.2013.00990.x
- EL ASRI, O. (2024). Le financement du développement par les Sukuksdu Waqf et le Crowdfunding. *Recherches et Applications en Finance Islamique*, 8(1), 44.
- European Crowdfunding , N. (2012). SEC regulation of crowdfunding interme diaries under Titles III of the Jobs Acts. *Banking and Financial Services Policy report*, 1-7.
- Européenne, I. (17 Avril 2017). *Note sur les fondamentaux du crowdfunding et les principales pratiques au niveau international*.
- Evans, D. (2011). Platform economies: Essays on multi-sided businesses. *Competition Policy International*. Récupéré sur <http://ssrn.com/abstract=1974020>

- FASSHAUER, I. (2016). controle pour la foule? *revue française de gestion*(259), 2.
- Faster, C. (2024). *Financement de startups via des plateformes de financement participatif au Japon*. Récupéré sur Faster Capital: <https://fastercapital.com/content/Startups-Funding-through-Crowdfunding-platforms-in-Japan.html>
- Ferrier.O, & Piatecki, C. (2002). *Les très petites entreprises*. Paris: BOECK.
- Ferrier.O, & Piatecki.C. (2002). *Les très petites entreprises*. Paris: BOECK.
- FIATOPE. (2022). Plateforme de financement participatif dédiée aux entrepreneurs africains.
- finance, L. I. (1996). *Art 01 de l'Ordonnance n° 96-09 du 19 Chaâbane 1416 correspondant au 10 janvier 1996 relative relative*.
- finance, L. I. (2023, Octobre 25).
- Fondevila-Gascón, J. F. (2015). Crowdfunding as a formula for the financing of projects: An empirical analysis. *Revista científica Hermes*(14).
- France, B. d. (2021, 08 23). Récupéré sur https://www.banquefrance.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/La_Banque_de_France/pdf/fic
- FRANCOU, R., & KAPLAN, D. (2011). L'autre confiance, Internet Actu. Récupéré sur <http://www.interinternetactu.net/2011/03/10/lautre-confiance/>
- Gabison, A. d. (2015). Understanding Crowdfunding and its Regulations. 19. doi:doi:10.2791/562757
- Gabison, G. (2014). Understanding Crowdfunding and Its Regulations. *Publications Office of the European Union*.
- GEFEN, D. (2000). E-commerce: the Role of Familiarity and Trust. *Omega*, 28(6), 725-737.
- Geguen.Gael. (2009). PME et stratégie : quelles spécificités ? *économie et management*, 17.
- Gerber, E. M. (2012). Crowdfunding: Why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms. In Proceedings of the international workshop on design, influence, and social technologies: techniques, impacts and ethics. 2(11), 10.
- Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 20(6), 1-32. doi:doi:10.1145/2530540
- Gerber, E., Hui, J., & Kuo, P. (2012). Crowdfunding: why people are Motivated to Participate. pp. 1-28.
- GERMON, R., & MAALAOUI, A. (2015). Le crowdfunding, une nouvelle voie de financement pour les PME. Dans *LE GRAND LIVRE DE L'ECONOMIE PME* (p. 8). Paris.
- GERMON, R., & Adnane MAALAOUI. (2015). Le crowdfunding, une nouvelle voie de financement pour les PME. *LE GRAND LIVRE DE L'économie*, 795-806.
- Gharbi, S. (2011). LES PME/PMI EN ALGERIE : ETAT DES LIEUX. *Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation*.
- Ghuri, P. N., Grønhaug, K, & Strange, R. (2020). *Research methods in business studies*. Cambridge University Press: Fifth Edition.
- Gibson, T. &. (2008). Defining SMEs : A Less Imperfect Way of Defining Small and Medium Enterprises in Developing Countries. 29.

- GIROD-SEVILLE, M. &. (1999). Fondements épistémologiques de la recherche. 13-33.
- Gobble, M. M. (2012). Everyone is a venture capitalist: the new age of crowdfunding. *Research technology management*, 55(4), 4.
- Golié, Z. (2014). Advantages of crowdfunding as an alternative source of financing of small and medium sized enterprises. 8(1), 39-48.
- Granier, T. (2018). *Le financement participatif (crowdfunding) : Une alternative offerte aux PME pour s'affranchir du financement bancaire ?*
- GREPME. (1994). *Les PME. Bilan et perspectives*. Québec.
- GREPME. (1997). *PME : bilan et perspectives* -Les Presses Inter Universitaires. 27.
- Guba, E., & Lincoln, Y.S. (1994). *Competing paradigms in qualitative research*. Denzin, NK et Lincoln, YS
- Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: une solution miracle. *Journal de théorie et pratique du marketing*, 139-151.
- Hair, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, G. (2014) 106-121). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *European Business*.
- Hardy, W. (2013). How to perfectly Discriminate in a Crowd? A Theoretical Model of Crowdfunding. *Working Paper*.
- Harvie, C., Narjoko, D., & Oum, S. (2013, October 11). Small and Medium Enterprises Access to Finance: Evidence from Selected Asia Economies. *Eria Discussion Paper Series*.
- HASAINE, Y., & BADRI, A. (2021). L'impact des réformes économiques sur la croissance des PME en Algérie. *revue Organisation et Travail*, 156-173.
- Hélène, M. (2012). Une approche de l'architecture de Gaudí en milieu scolaire. 34. institut universitaire de formation des maîtres.
- Hemer, J. (2011). A snapshot on crowdfunding. *Working Papers Firms and Region*.
- HENNING, E. V. (2004). Finding your way in qualitative research. (V. Schaik., Éd.)
- Hervé, F., Manthé, E, Sannajust, A, & Schwienbacher, A. (2016). Investor Motivations in Investment-based Crowdfunding. *Working paper*, 1-47.
- Hornuf, L., & Schwienbacher, A. (2018, June). Market mechanisms and funding dynamics in equity crowdfunding. *Journal of Corporate Finance*, pp. 556-574.
- Hornuff, L., & Schwienbacher, A. (2014). The Emergence of Crowdfunding in Europe. *ECONSTOR*, 1-24.
- Journal officiel de l'Union européenne N° C(2003) 1422. (2003, 05 20). Art 3 de la recommandation 2003/261/CE. *concernant la définition des micros, petites et moyennes*.
- Julien.P.A, & Marchesnay.M. (1988). *la petite entreprise : principes économiques et*. Paris: Vuibert.
- Julien.P.A, M. (1988). *la petite entreprise : principes économiques et gestion*. Paris: Vuibert.
- Kalika, M., Helfer, J., & Orsoni, J. (2013). *Management stratégique*. Vuibert; 9ème édition.
- Katarzyna, S. (2020). CROWDFUNDING AS A SOURCE FOR START-UP FINANCING IN POLAND. *ORGANIZATION AND MANAGEMENT SERIES*, 4.

- Kavitha, P., Kumar, P., & Baag. (2018). Crowdfunding for Entrepreneurs- analysis of the Institutional Work. *INDIA INSTITUTE OF MANAGEMENT KOZHICODE*.
- Keskgn, H. (2010). The importance of SMEs in developing economies. *2nd International Symposium on Sustainable Development*.
- Ketokivi, M., & Mantere, S. (2010). Two strategies for inductive reasoning in organizational research. *Academy of Management Review*, 35(2), 33.
- Khelladi, I. C. (2018). Les déterminants de la confiance de l'internaute dans le contexte d'une collecte de crowdfunding. *Innovations-Revue d'économie et de management de l'innovation*, 117-140.
- Khelladi, I., Castellano, S., & Bertaud, A. (2018). LES DÉTERMINANTS DE LA CONFIANCE DE L'INTERNAUTE DANS LE CONTEXTE D'UNE COLLECTE DE CROWDFUNDING. *Revue-innovations*(56), 117-140.
- Khodheir, L., & Ouguenoune, H. (2021). Crowdfunding: An alternative financing solution for SMEs in Algeria. *Dirassat Journal Economic Issue*, 12(2), 5.
- Kleemann, F., & G. Gunter Vob. (2008). underpaid innovators: the commercial utilization of consumer work through crowdsourcing. *STI studies*, 43.
- Kshertri, N. (2015). Success of Crowd-based Online Technology in Fundraising: An Institutional Perspective. *Journal of International Management*, 100-116.
- Kuppuswamy, V., & Bayus, B. (2015). Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Project Backers in Kickstarter .
- Kuppuswamy, V; Mollick, E. (2014). After the campaign: Outcomes of crowdfunding. *UNC Kenan-Flagler Research Paper*.
- Kwan, & Tsang, K. (2001, November 20). Realism and constructivism in strategy research: a critical realist response to Mir and Waston. *Strategic Management Journal*, 22, 1163-1168.
- la Commission européenne. (2020, 10 8). Récupéré sur https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/growth-and-investment/financing-investment/crowdfunding_en
- La toupie*. (2020, 06 11). Récupéré sur www.toupie.org/Dictionnaire/Economie,
- Lapalle, M. (2012). *Etude des impacts de la démarche globale de RSE sur les attitudes et comportements des parties prenantes internes et externes de l'organisation : salariés, clients et militants. Le cas d'une entreprise de l'économie sociale : La MAIF*, 46. Toulouse, Université Toulouse I Capitole: Thèse de doctorat en Sciences de gestion.
- Le Goff, R. (2002). *physique appliquée génie électrotechnique*. (Nathan, Éd.)
- Le Moigne, J. (1990). *La modélisation des systèmes complexe*. DUNOD.
- LE MOIGNE, J.-L. (1995). *Les épistémologies constructivistes, Que sais-je*. PUF.
- LEBOEUF, G. (2016, 12 2). Design des Campagnes de Crowdfunding. *Thèse*. L'Université Lille 2.
- Lee, C., Lee, J., & Shin, D. (2015). Factor Analysis of the Motivation on Crowdfunding Participants: An Empirical Study of Funder Centered Reward-type Platform. J. 137-151.
- Legima. (2014). respects for the development of Algerian SMEs: Market and organizations. *1(20)*, 73-98.

- Lehner, O. M. (2013). Crowdfunding social ventures: A model and research agenda. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 15(4), 289—311.
- Levratto.N. (2009). *PME : définition, rôle économique et politiques publiques*. Paris: DEBOECK.
- Liouaeddine , M., & Naji, F. (2018). crowdfunding catalyseur de l'entreprenariat cas du Maroc. *RCCA n°6*.
- Loi. (2006). Loi n° 06-11 du 28 Joumada El Oula 1427 correspondant au 24 juin 2006 relative à la société de.
- loi90-10, L. (1990). La loi relative à la monnaie et au crédit.
- loi91-37, l. (1991, 02 19). La loi portant la libération du commerce extérieure.
- Lopez-Gracia, J., & Sogorb-Mira, F. (2008). Testing trade-off and pecking order theories financing SMEs. *Small Business Economics*, 2(31), 117-136.
- Lynn, D. (2012). The crowdfunding provisions of JOBS Act. *Financial Executive*, 42-43.
- M, K., HELFER. J-P, & ORSONI. J. (2010). «*Management, stratégie et organisation* ». Paris: 8ème édition Vuibert.
- M., G.-S., & Perret , V. (1999). « Fondements épistémologiques de la recherche. *Méthodes de recherche en managemen*, 13-33.
- Madsen, D. (2015). THE BALANCED SCORECARD IN THE CONTEXT OF SMES : A LITERATURE REVIEW. *Review of Business Research*, 03. doi:<https://doi.org/10.18374/RBR-15-3.8>
- Mahé de Boislandelle.H. (1988). *Gestion des Ressources humaines dans les PME*. Paris: Economisa,.
- Mancuso, J., & Stuth, K. (2014). The new R&D. *Marketing Insights*, 26(5), 20-21. Récupéré sur <http://www.ama.org/>
- Marchesnay, M., & Julien, P. (1988). *la petite entreprise : principes économiques et*. Paris: Vuibert.
- Marchsnay.M. (2004). *MANAGEMENT STRATEGIQUE. L' ADREG*.
- Marina, K., Jelena,H, & Maja,L. (2014). ANALYSIS OF FINANCING SOURCES FOR START-UP COMPANIES. *Management*, pp. 19-43.
- Markria Djelloule, B. M. (s.d.). ETUDE DE FAISABILITE SUR LE CROWDFUNDING AU MAROC EN VUE DE L'IMPLICATION DE LA DIASPORA DANS LE DEVELOPPEMENT DU MAROC. 20.
- Martin, O. (2012, Octobre 1). Induction-déduction. *Les 100 mots de la sociologie*.
- MARTINET, A.-C. (1990). *Grandes questions épistémologiques et sciences de gestion*. (Economica, Éd.) Paris: in MARTINET A.-C.Epistémologies et sciences de gestion.
- Marzban, S. A. (2014). Shariah-compliant crowd funding: An efficient framework for entrepreneurship development in Islamic countries.
- Massolution. (2014 & 2015). *Crowdfunding Industry Report* . Cabinet de recherche américain spécialisé dans le crowdfunding.
- Matharel, L. D. (2013, 06 24). Crowdfunding : réussir sa levée de fonds en 10 leçons. *journal du net*. Récupéré sur <http://www.journaldunet.com/>
- MAURAND-VALET, A. (2011). Choix méthodologiques en sciences de gestion: pourquoi tant de chiffres? *France: Management & Avenir*(43), 289-302.

- Merzouk, F. (2009). PME et Compétitivité en Algérie. (9).
- Meyskens, M., & Bird, L. (2015). Crowdfunding and value creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(2), 155-166.
- Mollick, E. (2014). La dynamique du financement participatif: une étude exploratoire. *Journal of Business Venture*, 1-16.
- Mollick, E. (2014). The dynamic of crowdfunding : an exploratory study. *Journal of*. 1(29), 1-16.
- Moon, Y., & Hwang, J. (2018). Crowdfunding as an alternative means for funding sustainable appropriate technology: Acceptance determinants of backers.
- MOUSSAVOU, J., & BRANELLEC, G. (2018). La problématique du risque dans le financement de projets innovants: une analyse juridique et manageriale du crowdfunding base sur le rendement financier. *Cairn.info*(56), 7. doi:DOI: 10.3917/inno.056.0217
- NEDMIC, M. (2020, 08 23). *la statue de la libeté financée par le Crowdfunding*. Récupéré sur <https://www.alloprod.com/>
- Neslund, K. (2014). The United States' new crowdfunding rules: A pandora's box? *Journal of Applied Sciences*.
- NINVESTI. (2020, 07 11). Récupéré sur <https://www.ninvesti.com/>
- OCDE. (2002). *Small and Medium Enterprise Outlook, DSTI/IND/PME ,part2*, 4.
- OCDE. (2004, juin 3-5). *promouvoir l'entreprenariat et les pme innovantes dans une économie mondiale : vers : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée*, 11.
- OCDE. (2004). *Promouvoir l'entreprenariat et les PME innovantes dans une économie mondiale*. Turquie: La 2ème conférence de l'OCDE des ministères en charge des PME.
- Olivier, J., & Trabelsi, D. (2018). Le crowdfunding Concepts, réalités et perspectives. *Revue française de gestion*, 69-83.
- OlivierTorrès, & Messeghem, K. (2015). *Les Grands Auteurs en Entreprenariat et PME*. EMS Editions.
- Onnée, & Renault, S. (2013). Le financement participatif: atouts, risques et conditions de succès. *Gestion*, 38(3), 54-65.
- Onnée, S., & Renault, S. (2013). Le financement participatif: atouts, risques et conditions de succès. *Gestion*, p. 63.
- Pairault, T., & Wang, W. (2005). A propos du financement des PME chinoises. *Techniques*(79), 1.
- PEFFER, S, A. C. (2010). *Vade-mecum du financement des PME*. bruxelles: deboeck et larci.
- Pelzer, C., Wenzlaff, K., & Einfeld-Reschke, J. (2012). Crowdsourcing-Report. *Neue digitale Arbeitswelten*.
- Perret, V., & Seville, M. (2007). *Fondements épistémologiques de la recherche*. (Dunod, Éd.) in R.A. Thietart Recherche en management.
- Philippe, P. (2015). Crowdfunding, études sur les opportunités et les risques associés des nouvelles pratiques de financement participatif pour une fondation (INSA LYON). 12.
- Piaget, J. (1967). *LE MOIGNE, J.-L.* (Gallimard, Éd.) Paris.
- Pichet, E. (2007). *guide pratique des obligations*. Paris: SEFI,.

- Pierrakis, Y., & Collins, L. (2013). Banking on Each Other. Peer-to peer lending to business: evidence from Funding Circle. *Nesta Report*.
- Pierre André et al, J. (1994). *Les PME. Bilan et perspectives*. Québec.
- Pme au Maroc, définition des PME*. (2020, 08 30). Récupéré sur <http://pme-maroc.blgspot.com/2014/08, définition- des pme.htm>
- Powers, T. (2012). SEC regulation of crowdfunding intermediaries under Title III of JOBS Act. *Banking & Financial Services Policy Report*, 1-7.
- Québec, I. d. (2011). *Le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises au. QUEBEC*: www.stat.gouv.qc.ca.
- R, G. J.-P., Jobard. P, Navatte. P, & Raimbourg. (2003). *Finance : finance d'entreprise, finance de marché, diagnostic financier*. Zemeed Dalloz.
- Raes, D. (2013). *Le droit bancaire et financier en mouvement. Le crowdfunding: un mode de financement issu de la pratique*. Bruxelles: Editions Bruylant.
- RAGUET, A., & LE TENO, H. (2017, Septembre). Le financement participatif et l'aide publique au développement : état des lieux et enjeux. (33), 36-44.
- Rahmani, Y. &.-t. (2020). Analyse de la Politique de Soutien aux Exportations des PME en Algérie. *والتقصاد الإدارة علوم افاق مجلة*, 205-225.
- Ramos, J., & Gonzalez, B. (2013, Mai). Crowd--Funding as a new economic instrument for economic growth and employment: An analysis of the socio-econimic effects of Crowd-funding practices with special focus on the case of Spain. *Ateneu Barcelone*.
- Ramsey, Y. (2012). What the heck if crowdfunding ? *Business People*, 54-57.
- RENAULT, S. (2018, Mars). Financement participatif: les leçons d'une success-story Le cas de l'hyper-financement de la bande dessinée « Comme convenu ». *Annales des Mines*(131), 1-16.
- Renault, S. O. (2013). Le financement participatif: atouts, risques et conditions de succès. *Revuegestion.ca*, 38(3).
- Rhabra, S., & Guerguer, W. (2015). Le Crowdfunding au Maroc : Modèles existants et perspectives de développement. *Revue REGS*(2), 3-4.
- Ricarda, B., Malvine Komorek, & Sascha Kraus. (2015, May/June). Crowdfunding: The Current State Of Research. *International Business & Economics Research Journal*, 14(3).
- Ricarda, B., Malvine, K., & Sascha, K. (2015). Crowdfunding: The Current State Of Research. *International Business & Economics Research Journal*, 14(3), 407.
- Right.M. (2002). le capital-investissement. *revue française de gestion*,.
- Röthler, D., & Wenzlaf, D. (2011). Crowdfunding Scheme in Europe. *Network on Culture*.
- Rousselot.P, & Verdié. J-F,. (1999). *la gestion de la trésorerie*. Paris: DUNOD.
- Rouveyran, J.-C. (1999). Le guide de la thèse, le guide du mémoire. Du projet à la soutenance. Règles et traditions universitaires. Techniques d'aujourd'hui: traitement de texte, CD-Rom, Internet. Paris: Maisonneuve.
- Rouyer.G, & Choinel.G. (1996). *la banque et l'entreprise techniques actuelles de financement*. Paris: 3ème édition Revue Banque.

- Saliha, T. (2018). « Caractéristiques et fonctionnement du Crowdfunding au Maghreb. *revue Marocaine de recherche en Management et Marketing*.
- SALIHA, T. (2018). caractéristique et fonctionnement du crowdfunding au Maghreb. *revue marocaine de recherche e management et marketing*(18), 3.
- Sanae, M., & Moutahaddib, A. (2021). LA PLACE DU CROWDFUNDING DANS LE FINANCEMENT DES TPME : CAS DU MAROC. *Revue Internationale du Chercheur*, 2(1), 346 - 367.
- Sangani, K. (2014). Wisdom of crowds. *Engineering & Technology*, 9(3), 82-83. Récupéré sur <http://www.theiet.org/>
- SANSARI, S., & CHEURFA, H. (2020). Les plateformes du Crowdfunding, alternatives numériques pour les PME en temmps du COVID-19. Cas: Plateforme Algérienne NINVESTI. *Revue des Sciences Economiques, de Gestion et Sciences Commerciales*, 297.
- Saunders, M. L. (2019). *Research methods for business students*. (Pearson, Éd.) Eighth edition.
- Sekkal, H. (2012). Forces et faiblesse de la petite et moyenne entreprise privée algérienne dans le contexte des reformes économiques. 22.
- Serlooten, P. (1994). *Fiscalité de financement des entreprises*. economica.
- Si Lekhal, K. K. (2013). Les PME en Algérie : État des lieux, contraintes et perspectives. *مجلة أداء المؤسسات الجزائرية*, 2(2), 29-49.
- Si lekhal, K., Korichi, Y., & Gaboussa, A. (2013, Décembre). Les PME en Algérie, état, des lieux, contraintes et perspectives. (04).
- SIERADZKA, K. (2020). CROWDFUNDING AS A SOURCE FOR START-UP FINANCING IN POLAND. *ORGANIZATION AND MANAGEMENT SERIES*(147), 1-12. doi:<http://dx.doi.org/10.29119/1641-3466.2020.147.19>
- Sigar, K. (2012). Fret no more: Inapplicability of crowdfunding concerns in the internet age and the JOBS Act's safeguards. *Administrative Law Review*, 64(2), 473-506. Récupéré sur <http://www.abanet.org>
- Sirine, S., & Bentayeb, H. (2021). Le crowdfunding : un outil de financement pour les startups en Algérie. *Etudes Economiques*, 21(2), 448-461.
- Siroker, D. (2009). How We Used Data to Win the Presidential Election. Récupéré sur <http://www.youtube.com/watch?v=71bH8z6iqSc>
- Site officiel de la Banque de France. (2022, 04 13). Récupéré sur http://www.banquefrance.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/La_Banque_de_France/pdf/Fich
- Site officiel de la Small Business Administration, . (2021, 05 13). Récupéré sur SBA's definition of a Small Business: <http://www.sba.gov/content/what-sbas-definition-small-business-concern>.
- Staley, E. (1965). *MODERN SMALL INDUSTRY FOR DEVELOPING COUNTRIES*. Mc Graw Hill.
- Stemler, A. R. (2013). The JOBS Act and crowdfunding: Harnessing the power—and money—of the masses. *Business Horizons*, 56(3), 271—275.
- ST-Pierre, J. (2018). *la gestion financière des PME : théories et pratiques*. (P. d. Québec, Éd.)
- Surowiecki, J. (2004). *The Wisdom of Crowds*. New York.

- Table Of Small Business Size Standards ». (2021, 05 13). Récupéré sur [www.sba.gov/sites/default/files/files/Size_Standards_Table_updated%20070213\(2\).pdf](http://www.sba.gov/sites/default/files/files/Size_Standards_Table_updated%20070213(2).pdf).
- Tabourin.F. (2007). le capital risque en France : principes et bilan. 3.
- Tekfi, S. (2015). LE CROWDFUNDING: UNE INNOVATION FINANCIERE POUR LE DEVELOPPEMENTDES STARTUPS. *Revue des Sciences Économiques de Gestion et de Commerce*(32), 31-33.
- TEKFI, S. (2015). LE CROWDFUNDING: UNE INNOVATION FINANCIERE POUR LE DEVELOPPEMENTDES STARTUPS. *Revue des Sciences Économiques de Gestion et de Commerce*(32), 1-16.
- Thietart, R.-A. &. (2003). *Méthodes de Recherche en Management*. Paris: Dunod.
- Torres.O. (2007). *Approche descriptive de la spécificité de gestion des PME: le mix de proximité*. Paris: Pearson.
- Torrés.Olivier. (2000). du rôle et de l'importance de la proximité dans la spécificité de la gestion des PME.
- Torres.Olivier. (2007). Approche descriptive de la spécificité de gestion des PME: le mix de proximité. *Management des pme*, 27.
- Touitou, F. (2015). Parlez-vous du crowdfunding?
- TRESPEUCH, L., & ROBINOT, E. (2014). Le Crowdfunding : Une nouvelle forme de participation. *Revue Internationale de Management et de Stratégie*, 1-15.
- tribune, J. I. (2021, 02 11). Récupéré sur <http://www.latribune.fr/entreprises-finance/banques-finance/industriefinanciere/>
- Tunguz, T. (2013, December 10). How much does it cost to take your startup public? Récupéré sur <http://www.tomtunguz.com/how-much-does-it-cost-to-take-your-startup-public/>
- Turan, S. (2015). Financial innovation - Crowdfunding: Friend or foe? *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 53-362. doi:doi:10.1016/j.sbspro.2015.06.334
- Twiza. (2020, 04 18). Récupéré sur <https://www.touiza-solidarite.org/-Qui-sommes-nous-1->
- Valanciene, L., & Jegeleviciute, S. (2013). Valuation of crowdfunding: Benefits and drawbacks. *Economics and Management*, 18(1), 39-49.
- Valenciene, L., & Jegeleviciute, S. (2013). Valuation of crowdfunding : benefits and drawbacks. *Economics and management*, 18(1), 39-48.
- Vukovic, M., Mariana, L., & Laredo, J. (2009). PeopleCloud for the Globally Integrated Enterprise.
- Wach, K. (2015). Small and Medium-sized Enterprises in the Modern Economy. 77-101.
- Wacheux, F. (1996). *Méthodes qualitatives et recherche en gestion*. Paris: Economica.
- Wheat, R., Wang, Y, Byrnes, J, & Ranganathan, J. (2012). Raising money for scientific research through crowdfunding. *Trend in Ecology and Evolution*, 28(2), 71-72.
- Woirtin.M. (1966). enquête sur la situation des petites et moyennes entreprises industrielles dans les pays. (4), 16.
- Wtterwulghe. R. (1998). *la PME : une entreprise humaine*. BRUXELLES: De Boeck.

YAGOUBI, A., & RIAHI, O. (2007). Les determinants de la structure du capital des firmes:Revue de la litterature theorique. Manouba-Tunisie: Institut Supérieur de Comptabilité et d'Administration des Entreprise.

Yves-Frédéric, L. (2005). *Organisation, Théories et pratiques*. Paris: 3e édition, Dunod.

ZHANG, B., ROBERT WARDROP, KIERAN GARVEY, SIMON COLLINGS, TANIA ZIEGLER, GARRICK HILEMEN, . . . ALEXIS LUI. (2017). *THE AFRICA AND MIDDLE EAST ALTERNATIVE FINANCE BENCHMARKING REPORT*. Cambridge center for alternative finance.

Zhang, Y. (2010-2011). An Empirical study into the field of crowdfunding. 13.

أ. بللعا (2020). مجلة الدراسات الإقتصادية المعاصرة. التمويل الجماعي آلية مبتكرة لزيادة فرص الشركات الناشئة. p. 7.

ف. شياد (2019). مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات. التمويل الجماعي الإسلامي فرص بديلة للتمويل في العالم العربي. p. 243.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES FIGURES

ABRÉVIATIONS

INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE 01 - PME : Conceptualisation et contextualisation	
Introduction du chapitre	11
Section 01 - fondements conceptuels de la PME.....	12
1.1 Tentative de définition du concept de la PME.....	12
1.1.1 La problématique de définition de la PME.....	12
1.1.1.1 L'hétérogénéité du monde de la PME.....	12
1.1.1.2 La disparité des perceptions de la PME à travers le monde.....	13
1.1.1.3 Les motifs sous-jacents à l'établissement d'une définition.....	14
1.1.2 Les diverses approches de la définition des PME.....	14
1.1.2.1 L'approche qualitative.....	14
1.1.2.2 L'approche quantitative.....	17
1.1.2.3 L'approche globale ou multicritères.....	18
1.1.3 Définition de la PME.....	19
1.1.3.1 Selon l'Union Européenne.....	19
1.1.3.2 La définition de la PME AUX Etats Unis.....	20
1.1.3.3 La définition de la PME au Canada.....	22
1.1.3.4 La définition de la PME au Japon.....	22
1.1.3.5 La définition de la PME en Chine.....	23
1.1.3.6 La définition de la PME au Maroc.....	24
1.1.3.7 La définition de la PME en Tunisie.....	24
1.1.3.8 La définition de la PME en Algérie.....	24
2. Les théories financières spécifiques aux PME.....	25
2.1 Théorie de l'ordre hiérarchique (Pecking Order Theory).....	26
2.2 Théorie du cycle de vie.....	26
2.3 Théorie managériale.....	26
3. L'intérêt porté aux PME et les raisons de leur développement.....	26

3.1 Raisons du développement des PME.....	27
3.1.1 Des raisons liées à la mutation de l'économie.....	27
3.1.2 Excès de gigantisme et critique des économies d'échelles.....	27
3.1.3 Les raisons liées aux atouts des PME.....	28
3.1.4 Des raisons particulières.....	29
3.2 L'intérêt porté aux PME.....	29
3.2.1 La multiplication des organismes et des rapports.....	29
3.2.2 Les PME et la recherche scientifique.....	30
4. Caractéristiques des PME	
4.1 Caractéristiques d'organisation et de gestion des PME.....	31
4.1.1 Les caractéristiques organisationnelles des PME.....	31
4.1.1.1 La structure organisationnelle des PME.....	31
4.1.1.2 Le système d'information simple peu formalisé des PME.....	32
4.1.1.3 Faible degré de spécialisation.....	33
4.1.2 Les caractéristiques de la gestion des PME.....	33
4.1.2.1 Une gestion centralisée.....	33
4.1.2.2 Une stratégie intuitive et à court terme.....	33
Section 02 – Les stratégies de la PME.....	35
1. La stratégie de financement des PME.....	35
1. Le financement interne	36
1.1.1 Le capital social.....	36
1.1.2 L'autofinancement.....	36
1.1.2.1 Les déterminants de l'autofinancement.....	37
1.1.2.2 Les avantages et les inconvénients.....	37
1.1.3 L'augmentation des fonds propres.....	38
1.1.3.1 Emission d'actions aux profits des actionnaires existants.....	38
1.1.3.2 L'incorporation des réserves.....	39
1.1.3.3 Les comptes courants d'associés.....	39
1.1.3.4 Cession des éléments d'actifs.....	39
1.2 Le financement par endettement.....	40
1.2.1 Le financement bancaire.....	40
1.2.1.1 Les crédits à court terme.....	40
A. Les crédits de trésorerie.....	41
B. Les crédits de mobilisation des créances.....	42
1.2.1.2 Les crédits à moyen et long terme.....	42

A.	L'emprunt obligataire.....	43
B.	Le financement par le crédit-bail.....	46
C.	L'ouverture du capital et financement des PME.....	47
D.	Le capital-investissement (private equity).....	47
E.	Augmentation du capital (nouveaux actionnaires).....	49
F.	Financement par émission d'actions.....	50
G.	Financement par conversion des dettes.....	50
1.3	Le financement par le crowdfunding.....	51
2.	Les principaux obstacles au financement des PME.....	51
2.1.	Insuffisance des ressources internes.....	51
2.2.	Difficultés d'accéder aux crédits	51
2.3.	Difficultés d'accéder aux marchés financiers.....	52
3.	La stratégie d'une gouvernance dans une PME.....	52
3.1.	Les avantages de la bonne gouvernance.....	53
4.	Les déterminants de la structure financière des PME.....	53
5.	La structure de la PME.....	54
Section 03 - Caractéristiques, rôle, défis, contraintes et perspectives de développement des PME algériennes.....		57
1.	Les caractéristiques des PME Algériennes.....	57
2.	La place et le rôle des PME Algériennes dans le développement économique.....	59
2.1	La place des PME Algériennes.....	59
2.2	Le rôle et l'importance des PME dans l'économie Algérienne.....	61
2.2.1.	Création d'emplois.....	62
2.2.2.	La contribution de la PME à la création de la richesse.....	63
2.2.3.	La contribution de la PME aux exportations hors hydrocarbures.....	64
3.	Les contraintes de développement des PME en Algérie.....	65
4.	Les perspectives de développement des PME Algérienne.....	67
Conclusion du chapitre		70
CHAPITRE 02 - Le Financement Participatif : Conceptualisation et fonctionnement.....		71
Introduction du chapitre		72
Section 01 - Concepts fondamentaux du Financement Participatif.....		73
1.	Définition du financement participatif.....	73
1.1	Les objectifs et attributions du crowdfunding.....	74
1.1.1	Les objectifs du crowdfunding.....	75

1.1.2	Les attributs du crowdfunding.....	75
2.	L'évolution historique du crowdfunding.....	77
2.1	Origines du crowdfunding.....	77
2.2	Les motivations à l'origine du crowdfunding.....	80
2.2.1	Réponses au besoin de financement non-satisfait.....	80
2.2.2	Connectivité internet.....	81
2.2.3	Démocratisation de l'investissement.....	81
2.2.4	Innovation technologique.....	81
2.2.5	Engagement communautaire.....	81
2.2.6	Flexibilité et diversité.....	82
2.2.7	Réduction des risques.....	82
	Section 02 - Evolution et réglementation du Crowdfunding dans le monde.....	82
1.	Un aperçu sur le financement participatif dans le monde.....	82
1.1	En Amérique du nord.....	83
1.2	En France.....	85
1.3	Au Royaume Uni.....	87
1.4	En Allemagne.....	88
1.5	En Espagne.....	89
1.6	Au Japon.....	91
1.7	En Afrique.....	92
1.7.1	Au Maroc.....	94
1.7.2	En Tunisie.....	96
1.7.3	En Algérie.....	96
2.	Quelques réglementations du crowdfunding à travers le monde.....	97
2.1	Aux Etats Unis.....	97
2.2	Au Royaume Uni.....	98
2.3	Au Canada.....	99
2.4	En Australie.....	99
2.5	En France.....	100
2.6	En Allemagne.....	102
2.7	Au Japon.....	102
2.8	En Afrique du sud.....	102
2.9	Au Nigéria.....	102
2.10	Au Kenya.....	102
2.11	En Tunisie.....	102

2.12	Au Maroc.....	103
2.13	En Algérie.....	104
Section 03 - Fonctionnement des plateformes du Financement participatif.....		106
1.	Le fonctionnement du financement participatif.....	106
1.1.	Préparation de la campagne de financement.....	106
1.1.1.	La recherche d'une plateforme adéquate.....	107
1.1.2.	La présentation du projet sur la plateforme.....	109
1.2.	Dépôt du dossier sur la plateforme de crowdfunding.....	113
1.3.	Lancement de la campagne de financement.....	113
1.4.	Période après financement.....	114
2.	Types et acteurs du crowdfunding.....	115
2.1.	Différents types de crowdfunding.....	115
2.1.1.	Les dons.....	115
2.1.1.1.	Le don simple.....	116
2.1.1.2.	Le don avec contre-partie (reward-based).....	116
2.1.2.	Le prêt rémunéré (crowdlending).....	117
2.1.3.	L'investissement en capital (Equity crowdfunding).....	117
2.2.	Acteurs du crowdfunding.....	119
2.2.1.	Les entrepreneurs / les start-up.....	119
2.2.2.	Plateformes / intermédiaires.....	119
2.2.3.	Les investisseurs.....	120
3.	Les motivations des internautes à prendre part au crowdfunding.....	123
4.	Les facteurs clés de succès d'une collecte des crowdfunding.....	124
5.	Avantage du crowdfunding.....	126
5.1.	Avantages pour l'économie.....	127
5.2.	Avantages pour le porteur de projet.....	127
5.3.	Avantages pour l'investisseur.....	128
6.	Inconvénients du crowdfunding	128
7.	Le financement participatif comme une solution alternative pour les PME.....	129
7.1.	Les difficultés de financement chez les PME.....	129
7.2.	L'importance du financement participatif pour les PME.....	130
8.	Perspectives du financement participatif.....	131
Conclusion du chapitre		133
CHAPITRE 03 – Positionnement épistémologique et méthodologique, résultats et discussion de la recherche		134

Introduction du chapitre	135
Section 01 - Le positionnement épistémologique de notre travail doctoral.....	136
1. Le positionnement épistémologique de la recherche.....	136
1.1. L'épistémologie une vision du monde.....	136
2. La démarche de recherche.....	138
2.1. Les différents modes de raisonnement : entre approche de recherche, induction et déduction.....	140
2.1.1. Le raisonnement déductif et hypothético-déductif.....	141
2.1.2. Le raisonnement inductif.....	141
2.1.3. Le raisonnement abductif.....	141
3. La méthodologie de recherche	
3.1. Méthodes quantitatives.....	142
3.2. Méthodes.....	143
qualitatives.....	143
3.3. Méthodes mixtes.....	144
Section 02 – Déroulement et méthodologie de l'étude.....	145
1. Cadre conceptuel, le modèle, choix de variables et les hypothèses.....	146
2. Construction du questionnaire et collecte des données.....	147
2.1. Le préambule.....	147
2.2. Le corps du questionnaire.....	147
3. Déroulement de l'enquête.....	150
3.1. Test pilote et procédures de recueil des données.....	150
3.2. Enquête principale.....	150
3.3. Le pourquoi du choix de la population et de l'échantillon d'enquête.....	151
3.4. La présentation du logiciel utilisé : SMART PLS.....	151
3.5. Les instruments de mesure.....	151
4. Méthode d'analyse des données : méthodes d'équations structurelles (PLS).....	153
4.1. Présentation de la méthode de l'équation structurelle.....	153
4.2. Approches relatives aux méthodes d'équations structurelles.....	155
4.2.1. Méthode LISLER.....	155
4.2.2. Méthode PLS.....	156
4.2.2.1. Modèle de mesure et modèle structurel de l'approche PLS.....	157
Section 03 - analyses descriptives, et discussion des résultats.....	160
1. Les résultats de l'analyse statistique descriptive.....	160
1.1. Les données sociodémographiques.....	160

2.1. La fiabilité des construits.....	193
2.2. La fiabilité des indicateurs.....	194
2.3. La validité convergente.....	195
2.4. La validité discriminante.....	196
3. La qualité d'ajustement du modèle et le teste d'hypothèses.....	197
3.1. La qualité d'ajustement du modèle structurel.....	197
3.1.1. Le coefficient de détermination R^2	198
3.1.2. Taille de l'effet F^2	199
3.1.3. L'indicateur de prédiction Q^2	200
4. Les résultats du modèle structurel : le test des hypothèses.....	200
4.1. L'application de la méthode Bootstrap.....	201
5. Récapitulatif des résultats.....	204
Conclusion du chapitre III.....	207
CONCLUSION GENERALE	209
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIE	215
TABLES DES MATIÈRES	231
ANNEXES	239
RESUME	250

ANNEXES

ANNEXE 1 : Le questionnaire de l'étude (en français)



Questionnaire sur le financement participatif

Dans le cadre d'une recherche universitaire, sous la direction de Mme Ouguenoune Hind à l'université d'Oran2 Med Benhmed, nous essayons de mettre en évidence les difficultés de financement rencontrées par les PME et les opportunités qu'offrent le crowdfunding à ces dernières. Le financement participatif permet aux PME ayant besoin de lever des capitaux, de solliciter l'épargne des particuliers via des plateformes de financement sur internet.

A travers ce questionnaire, vous nous permettez d'avoir une vision plus claire sur ce sujet.

Nous portons à votre connaissance que nous assurons la confidentialité totale des informations que vous aurez l'amabilité de nous fournir.

Enfin, si vous souhaitez vous exprimer encore plus sur l'un des points abordés ou autre chose, n'hésitez pas à le faire à la fin du questionnaire.

Veuillez répondre de la manière la plus proche de la réalité : il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses.

Nous vous rappelons que ce questionnaire est anonyme et qu'aucun jugement ne sera porter sur vos réponses.

Merci de prendre un peu de votre temps pour y répondre
(Financement participatif= Crowdfunding).

Partie 01 :

Informations générales

1	Vous êtes	<input type="checkbox"/> Homme	<input type="checkbox"/> Femme			
2	Votre âge	<input type="checkbox"/> Entre 26-29	<input type="checkbox"/> Entre 30-39	<input type="checkbox"/> 40et plus		
3	Quel poste occupez-vous dans cette PME ?				
4	Vous avez combien d'année d'expérience professionnelle ?	<input type="checkbox"/> Moins d'un	<input type="checkbox"/> Entre 1-4	<input type="checkbox"/> Entre6-9	<input type="checkbox"/> 10 et plus	
5	Qui a contribué à financer cette	Familles /ami	Connaissance	Institution	Associé	Autres (citez-

	PME ?	(E) s <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	financière <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	svp) <input type="checkbox"/>
Partie 02 :						
Axe 1 : Connaissance et Perception du Financement Participatif						
1	Etes-vous d'accord le concept du financement participatif est familier en Algérie ?	Pas du tout D'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
2	Selon vous, le financement participatif est-il utile pour les PME en Algérie ?	Pas du tout D'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
3	Dans quelle mesure êtes-vous d'accord que les différents types de financement participatif disponibles sont familiers en Algérie (crowdfunding, crowdlending, crowdinvesting, etc.) ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
4	Dans quelle mesure êtes-vous d'accord que les différentes plateformes de financement participatif sont familières en Algérie ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
5	Trouvez-vous que la diversification des sources de financement soit l'un des avantages du financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
6	Trouvez-vous que l'accès à un réseau d'investisseurs potentiels soit l'un des avantages du financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
7	Trouvez-vous que la facilité d'utilisation des	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>

	plateformes de crowdfunding soit l'un des avantages du financement participatif ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Trouvez-vous que la transparence du processus soit l'un des avantages du financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
9	Trouvez-vous que le risque de non-atteinte de la compagne prévue soit l'un des inconvénients du financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
10	Trouvez-vous que les frais et taux de commissions élevés sur les fonds collectés soit l'un des inconvénients du financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
11	Trouvez-vous que l'absence de réglementation et de protection des investisseurs soit l'un des inconvénients du financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
12	Trouvez-vous qu'informé (e) sur les différentes étapes du processus de financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
13	Pensez-vous que le financement participatif peut contribuer à réduire les obstacles traditionnels à l'accès au financement pour les PME en Algérie ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
Axe 2 : Attitude envers l'Adoption du Financement Participatif						
1	Êtes-vous d'accord à l'idée d'utiliser le financement participatif comme source de financement pour les PME en Algérie ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>

	?					
2	Trouvez-vous que la simplicité du processus soit parmi les principaux facteurs qui influenceraient votre décision d'adopter le financement participatif pour votre entreprise ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
3	Trouvez-vous que l'accessibilité du processus soit parmi les principaux facteurs qui influenceraient votre décision d'adopter le financement participatif pour votre entreprise ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
4	Trouvez-vous que la flexibilité du processus soit parmi les principaux facteurs qui influenceraient votre décision d'adopter le financement participatif pour votre entreprise ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
5	Trouvez-vous que la rapidité du processus soit parmi les principaux facteurs qui influenceraient votre décision d'adopter le financement participatif pour votre entreprise ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
6	Etes-vous d'accord avec l'importance du soutien gouvernemental dans la promotion et le développement du financement participatif en Algérie ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
7	Êtes-vous préoccupé(e) par les aspects de confidentialité et de sécurité liés à l'utilisation du financement participatif pour	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>

	vosre entreprise ?					
8	Etes-vous d'accord que le financement participatif peut contribuer au développement économique des PME en Algérie ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
9	Êtes-vous prêt(e) à partager les bénéfices de votre entreprise avec les investisseurs qui soutiennent votre projet via le financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
10	Etes-vous d'accord que le financement participatif pourrait aider votre entreprise à atteindre ses objectifs de croissance à court terme ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
11	Seriez-vous prêt(e) à divulguer des informations financières et commerciales confidentielles de votre entreprise aux investisseurs potentiels dans le cadre du financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>

Axe 3 : Préparation et Conditions pour l'Utilisation du Financement Participatif

1	Pensez-vous que votre entreprise est prête à utiliser le financement participatif comme source de financement ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
2	Trouvez-vous que le manque de confiance des investisseurs soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
3	Trouvez-vous que la complexité des plateformes de	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>

	financement participatif soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Trouvez-vous qu'un cadre réglementaire peu favorable soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
5	Trouvez-vous que le manque de sensibilisation et de compréhension sur le concept soit l'un des obstacles auxquels les PME en Algérie pourraient être confrontées lorsqu'elles envisagent d'utiliser le financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
6	Etes-vous d'accord d'investir du temps et des ressources pour préparer votre entreprise à utiliser le financement participatif ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
7	Etes-vous d'accord que les types de financement participatif doivent être plafonnés pour mieux organiser les campagnes de crowdfunding	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas s'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>
8	Etes-vous d'accord qu'il faut fixer un taux d'investissement selon les revenus annuels pour aider ceux qui ne savent pas investir ?	Pas du tout d'accord <input type="checkbox"/>	Pas d'accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D'accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/>

9	Etes –vous d’accord avec le niveau actuel de sensibilisation et d’éducation sur le financement participatif au sein de la communauté entrepreneuriale en Algérie ?	Pas du tout d’accord <input type="checkbox"/>	Pas d’accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D’accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d’accord <input type="checkbox"/>
10	Pensez-vous que le soutien financier du des pouvoirs publics soit nécessaire pour encourager l’adoption du financement participatif par les PME en Algérie ?	Pas du tout d’accord <input type="checkbox"/>	Pas d’accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D’accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d’accord <input type="checkbox"/>
11	Estimez-vous que votre entreprise dispose actuellement des compétences et des ressources nécessaires pour gérer efficacement une campagne de financement participatif ?	Pas du tout d’accord <input type="checkbox"/>	Pas d’accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D’accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d’accord <input type="checkbox"/>
12	Seriez-vous d’accord à participer à des ateliers ou des séminaires sur le financement participatif pour améliorer vos connaissances et compétences dans ce domaine ?	Pas du tout d’accord <input type="checkbox"/>	Pas d’accord <input type="checkbox"/>	Neutre <input type="checkbox"/>	D’accord <input type="checkbox"/>	Tout à fait d’accord <input type="checkbox"/>

ANNEXE 2 : Fichier Excel utilisé pour le calcul

Results PLS SEM - Microsoft Excel

ACCUEIL INSERTION MISE EN PAGE FORMULES DONNÉES RÉVISION AFFICHAGE OUTILS IMAGE FORMAT

Coller Presse-papiers Police : X ✓ fx

Picture 1 : X ✓ fx

SmartPLS report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2022. "SmartPLS 4." Oststeinbek: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>

complete

Final results

Path coefficients [show](#)

Indirect effects [show](#)

Total effects [show](#)

Outer loadings [show](#)

Outer weights [show](#)

Latent variables [show](#)

Residuals [show](#)

Quality criteria

R-square [show](#)

f-square [show](#)

Construct reliability and validity [show](#)

Discriminant validity [show](#)

Collinearity statistics (VIF) [show](#)

Model fit [show](#)

Model selection criteria [show](#)

Navigation complete complete Charts

Commection

Insérer Supprimer Format

Mise en forme conditionnelle de tableau de cellules

Mettre sous forme de cellules

Nombre

Alignement

Style

Édition

Trier et Rechercher et filtrer sélectionner

Niveau de connaissance sur le financemen participatif

Activer Windows

Accédez aux paramètres pour activer Windows.

ANNEXE 3 : Fichier Excel utilisé pour calculer les variables

The screenshot displays the Microsoft Excel interface with a table of contents and a conceptual diagram overlaid on it.

Row	Column	Content
1	B	SmartPLS report
2	B	Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2022. "SmartPLS 4." Oststeinbek: SmartPLS GmbH, http.
3	B	complete
4	B	Final results
5	B	Path coefficients
6	B	Total indirect effects
7	B	Specific indirect effects
8	B	Total effects
9	B	Outer loadings
10	B	Outer weights
11	B	Algorithm
12	B	Setting
13	B	Execution log
14	B	Histograms
15	B	Path coefficients histogram
16	B	Indirect effects histogram
17	B	Total effects histogram
18	B	Outer weights histogram
19	B	
20	B	
21	B	
22	B	

The diagram features a central green hexagon. Arrows point from this hexagon to a vertical column of pink ovals labeled A10, A11, A12, A13, A2, A3, A4, and A5. Below this column, another set of arrows points from the central hexagon to a horizontal row of pink ovals labeled C1, C10, C11, C12, and C2. The text 'Niveau de connaissance sur le financemen partij' is written vertically near the central hexagon, and 'Activer Windows' is written vertically near the C1-C2 row.

« Le financement participatif et son apport au financement des PME »

Résumé :

Cette thèse vise à éclairer l'impact du financement participatif sur les PME en Algérie. Dans cette perspective, notre étude empirique quantitative menée auprès des PME algériennes a révélé un impact positif du financement participatif sur ces entreprises. Les résultats indiquent que les PME sont optimistes quant aux avantages offerts par ce nouveau mode de financement, notamment en termes de simplicité et de rapidité des procédures de financement. De plus, elles soulignent l'importance pour les pouvoirs publics de stimuler cette jeune industrie et de prendre en charge le cadre réglementaire du financement participatif, considéré comme l'une des préoccupations majeures des investisseurs pour participer à des projets de cette nature.

Mots clés : Crowdfunding ; PME ; plateforme ; Algérie.

Abstract :

This thesis aims to shed light on the impact of participatory financing on SMEs in Algeria. With this in mind, our quantitative empirical study of Algerian SMEs revealed a positive impact of participatory financing on these businesses. The results indicate that SMEs are optimistic about the advantages offered by this new method of financing, particularly in terms of the simplicity and speed of financing procedures. In addition, they stress the importance of the government stimulating this young industry and taking charge of the regulatory framework for participatory financing, which is seen as one of the major concerns of investors wishing to participate in projects.

Key words : Crowdfunding; the crowdfunding platform; SMEs; Algeria.

الملخص:

تهدف هذه الأطروحة إلى تسليط الضوء على تأثير التمويل الجماعي على الشركات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. ومن هذا المنظور، كشفت دراستنا التجريبية الكمية التي أجريت بين الشركات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية عن تأثير إيجابي للتمويل الجماعي على هذه الشركات. وتشير النتائج إلى أن الشركات الصغيرة والمتوسطة متفائلة بالمزايا التي توفرها هذه الطريقة الجديدة للتمويل، لا سيما من حيث بساطة وسرعة إجراءات التمويل. بالإضافة إلى ذلك، أكدوا على أهمية قيام الحكومة بتحفيز هذا التمويل الناشئ وتولي مسؤولية الإطار التنظيمي للتمويل الجماعي، الذي يعتبر أحد الاهتمامات الرئيسية للمستثمرين للمشاركة في المشاريع.

الكلمات المفتاحية: التمويل الجماعي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، منصات التمويل الجماعي، الجزائر.