

Université Mouloud MAMMERY de Tizi-Ouzou

Faculté des sciences économiques sciences commerciales et de gestion.

GUESMIA Madjid, Maitre assistant classe A

E-mail : guesmiamadjid@gmail.com

Tél : 0696532179

Intitulé de l'article :

« Financement participatif : mécanisme d'appui et d'accompagnement des projets de développement. L'expérience algérienne »

Résumé :

Le financement participatif appelé également «crowdfunding» ou encore «financement par la foule» est un mécanisme de financement alternatif au mode de financement traditionnel (banques). L'Algérie a tout intérêt à développer cette forme de financement à l'avenir. Toutefois, il faut savoir que le développement du crowdfunding qui offre de nouvelles opportunités d'emploi, demeure tributaire de plusieurs facteurs, à savoir le lancement du paiement en ligne tant attendu, l'adoption d'un cadre réglementaire approprié, ainsi que la sensibilisation des agents économiques à ce nouveau mécanisme de financement.

Sommaire

Introduction générale.....	03
Chapitre I : le cadre conceptuel de concept financement participatif – crowdfunding-	04
Section 01 : qu'est-ce que le financement participatif.....	04
1-1 définition de financement participatif.....	04
1-2 les différents modèles de financement participatif.....	05
1-3 le financement participatif dans le monde	07
Section 02 : objectifs et fonctionnement de financement participatif.....	08
2-1 objectifs de financement participatif.....	08
2-2 fonctionnement de financement participatif.....	09
2-2-1 la recherche d'une plate forme adéquate.....	10
2-2-2 la recherche des fonds.....	10
2-2-3 la période post-financement.....	11
Chapitre II : le crowdfunding en Algérie	12
Section n 01 : une vue globale.....	13
Section 02 : synthèse en chiffres	16
Conclusion générale.....	17
Bibliographie.....	18

Introduction générale

Stimulé par le développement des technologies numériques, le financement participatif est devenu un levier innovant et mobilisateur pour le financement des projets.

En effet, ce concept permet à des créateurs de projet de tout horizon de présenter leurs projets à des milliers d'internautes et collecter les fonds nécessaires pour les réaliser. Ce procédé a permis à des dizaines de milliers de projets de voir le jour à travers le monde. L'idée de ce concept est née grâce à un certain nombre d'artistes qui ont rencontré beaucoup de problèmes pour réussir leurs projets. De nombreuses plateformes ont été proposées où il est désormais possible de s'adresser directement au public pour financer ses projets.

« La taille potentielle du “crowdfunding” dans les pays en développement représenterait 1,8 fois celle des investissements en capital risque »¹. Depuis les années 2000, on voit apparaître des nouvelles entreprises qui collectent des fonds principalement *via* Internet. Il s'agit d'une première définition du financement participatif, «crowdfunding», ou sociofinancement de projets, qui repose sur l'appel à la foule – *crowd*.

L'objet de cette étude est de mettre en lumière l'importance de recourir au financement participatif pour financer des projets de développement en Algérie.

Ce travail est structuré comme suit :

Dans le premier chapitre, on présentera le concept du financement participatif : c'est quoi ? Ses différents types ? Et comment fonctionne-t-il ?

Dans le deuxième chapitre, nous allons consacrer une section pour décrire le contexte économique et social qui est favorable pour une finance participative en Afrique, et enfin, une deuxième section pour le cas de l'Algérie.

¹ Cécile FOUNROGUE : « crowdfunding et diasporas : le financement participatif vient-il bousculer les acteurs de financement diasporique ? », in institue de recherche sur la PME, Trois-Rivières, octobre 2016, p. 01

Chapitre I : cadre conceptuel du concept financement participatif –crowdfunding-

Introduction

La finance participative est une manifestation de la révolution numérique, elle consiste en une innovation de rupture dans un système bancaire et financier majoritairement très régulé et très pyramidal (concentré). Elle est un exemple de nouveaux modèles économiques « holomidaux » (horizontaux, interconnectés) accéléré par les réseaux sociaux et internet.

C'est un phénomène en plein essor avec 16 Mds de dollars levés en 2014 et 35 Mds de dollars estimés pour 2015, tirés par l'Amérique du Nord et encore loin derrière l'Europe, Royaume Uni en tête (75% des financements européens).

Dans ce premier chapitre scindé en deux sections ; la première sera consacrée à la définition et aux différents modèles de financement participatif, quant à la deuxième, on étudiera la contribution des différents modèles à la finance des projets.

Section 01 : Qu'est-ce que le financement participatif -crowdfunding-

Dans cette section, nous allons essayer de définir le concept (malgré qu'il n'y pas une définition universellement acceptée comme beaucoup d'autres concept économique).

1-1 définition de financement participatif

« Le financement participatif est un mécanisme de financement de projets permettant de collecter des sommes – parfois très petites – d'un très grand nombre de personnes. Cette approche propose des méthodes et des outils de transaction financière basés sur une désintermédiation des acteurs traditionnels de la finance comme les banques. Il s'agit d'offrir la possibilité à chaque membre de la communauté d'investir une certaine somme d'argent qui, cumulée à celle des autres membres, permet de financer un projet. Contrairement au système bancaire classique, la philosophie du financement participatif n'est pas de tirer seulement un profit de son

investissement, mais d'aider et/ou de soutenir un porteur de projet à concrétiser son idée. »²

Pour le Canada, on donne la définition suivante «Amasser des fonds grâce à la collecte de petites contributions du grand public au moyen d'internet et des médias sociaux »³, et pour la France on parle « Mécanisme qui permet de récolter des fonds - généralement des petits montants – auprès d'un large public, en vue de financer un projet créatif (musique, édition, film, etc.) ou entrepreneurial. Il fonctionne le plus souvent via Internet. Les opérations de crowdfunding peuvent être des soutiens d'initiative de proximité ou des projets défendant certaines valeurs. Elles diffèrent des méthodes de financement traditionnelles et intègrent souvent une forte dimension affective. »⁴

Pour simplifier cette définition, Le financement participatif est fondé sur le principe d'une mise en relation, entre un porteur de projet (individuel ou collectif) et une multitude d'investisseurs, par le biais d'une plateforme internet. Il requiert ainsi un grand nombre ou une « foule » de personnes en ligne, pour le financement et la réalisation d'un projet dans un circuit court.

1-2 les différents modèles de financement participatif

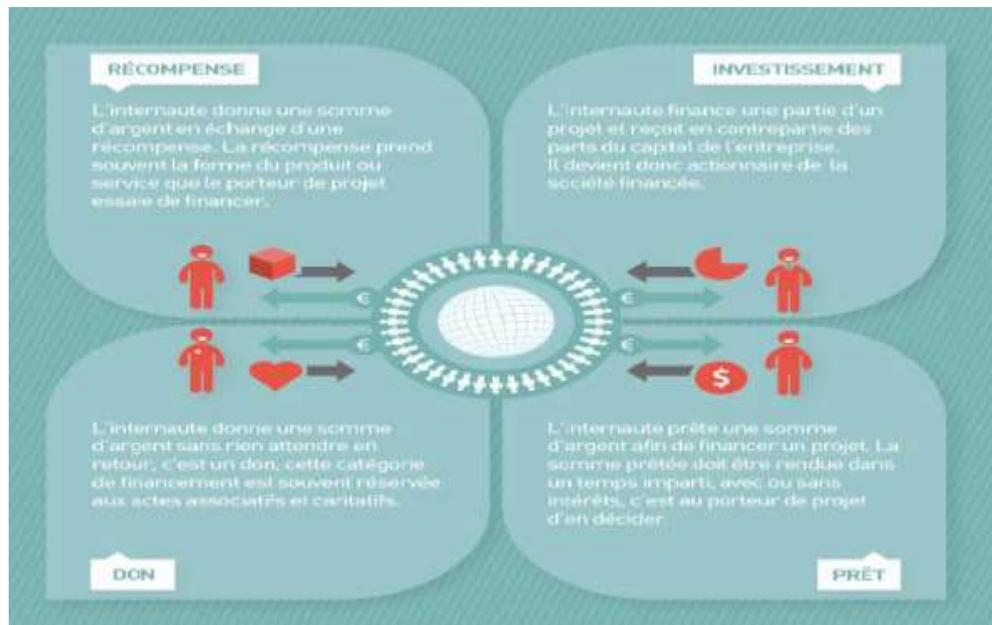
On distingue plusieurs modèles de financement participatif, qui sont généralement regroupés en deux catégories : sans retour financier ou avec retour financier. Selon la figure n 01 ci-dessous, le financement participatif peut être : sans retour financier : il s'agit du don sans contrepartie (« *donation* ») et/ou du don avec contrepartie/récompense (« *reward-based* »), D'autre part, le financement participatif avec retour financier : prêt avec intérêt (« *lending* ») et/ou investissement en capital (« *equity crowdfunding* »).

² Jean-François Laplume, Alexandre Bertin, Cédric Favre « le financement participatif, une alternative à la levée des fonds traditionnelle », *In l'agence aquitaine du numérique*, Bordeaux, juillet 2013, p.5

³ Alexandre Raguét, Hélène Le Tono « le financement participatif et l'aide publique au développement, état des lieux et enjeux », *In notes techniques*, septembre 2017 n 33, p.12

⁴ Idem

Figure n 01 : les différents modèles de crowdfunding



Source : Alexandre Raguét, Hélène Le Tono « le financement participatif et l'aide publique au développement, état des lieux et enjeux », *In notes techniques*, septembre 2017 n 33, p.17

Alors nous pouvons les rassembler en trois grands types qui sont comme suit :

1-2-1 Le don simple et avec récompense

Le don simple est un acte de générosité, où les gens donnent de l'argent à un projet sans que le demandeur de fonds n'ait une quelconque obligation de donner quelque chose en échange. Par contre, Les campagnes de *crowdfunding* basées sur les récompenses en nature offrent, en échange de contributions, des produits ou des services d'une valeur plus faible. Généralement les récompenses ont une valeur symbolique et sont offertes par les demandeurs de fonds. Parmi ces récompenses on retrouve par exemple le CD ou l'autographe d'un artiste.

1-2-2 Le prêt

Le prêt est un modèle de *crowdfunding* où les investisseurs ont l'occasion de prêter leur argent à des personnes en quête de financement pendant une période déterminée.

Les emprunteurs sont principalement des entrepreneurs ou des *start-up* qui cherchent à financer différents projets. Le prêt peut avoir lieu avec ou sans intérêt.

1-2-3 L'investissement contre prise de participation

L'investissement contre une prise de participation, également appelé *equity crowdfunding*, est une forme de financement participatif où en échange d'une contribution, l'investisseur reçoit des parts de l'entreprise, des actions ou des obligations.

1-3 le financement participatif dans le monde

En 2015, 34,4 milliards de dollars ont été collectés sur des plateformes de *crowdfunding* dans le monde, contre 16,2 milliards de dollars en 2014. Sachant que ces collectes ne représentaient que 1,5 milliards de dollars en 2011, cette croissance fulgurante traduit l'engouement que suscite ce nouvel instrument.

Les Etats Unis sont les leaders du financement participatif et se placent loin devant l'Asie qui a enregistré une forte croissance depuis 2012.

Les pays européens ont accusé un certain retard par rapport aux pays anglo-saxons (Etats Unis et Royaume Unis qui s'explique par des règles prudentielles trop pénalisantes et une législation qui a tardé à se mettre en place. Néanmoins, suite aux directives de l'Union Européenne, certains pays ont rapidement légiféré en la matière ce qui a permis un réel essor du *crowdfunding*

Le don représente le modèle le plus répandu dans le monde suivi du prêt particulièrement dans les pays anglo-saxons ou il arrive en tête alors que l'*equity* se place en troisième position au niveau mondial mais arrive juste derrière le don en Europe.

Selon une enquête réalisée par le cabinet de recherche américain Massolution, la répartition des activités de financement participatif révèle que parmi les projets les plus actifs on retrouve ceux relatifs à la création d'entreprises qui représentent 16,9 % de l'ensemble des activités de financement participatif en 2012. Les projets de type «film et arts de la scène» représentant quant à eux près de 12% du total. Viennent ensuite les projets de type «technologie de l'information et de la communication» qui représentent 5%.

Pour ce qui est du continent Africain, le marché du *crowdfunding* est estimé à 126,9 millions de dollars US en 2015, alors que celui de la région MENA représente un peu plus de 100 millions d'euros sur les cinq dernières années.

Selon les prévisions de la banque mondiale, le marché du *crowdfunding* de la région MENA et celui de l'Afrique seraient respectivement estimés à 5,5 milliards de dollars US et à 2,4 milliards de dollars US.

Section 02 : objectif et fonctionnement de financement participatif

Pour cette section, on traitera les deux questions suivantes : quel est l'objectif de crowdfunding ? Et, comment fonctionne-t-il ce mode de fonctionnement ?

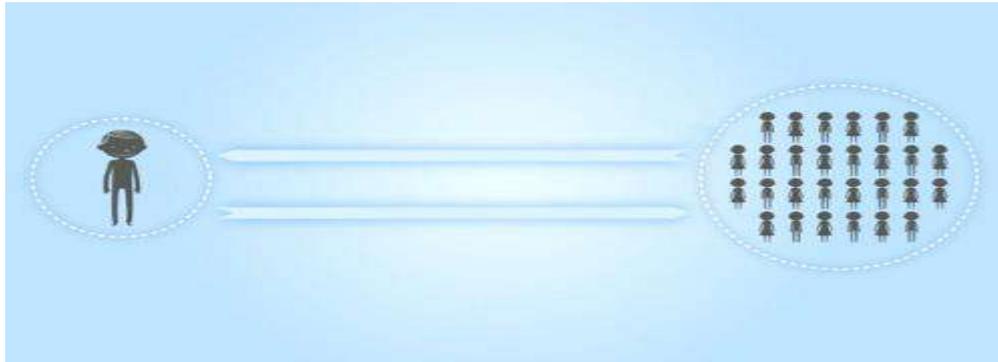
2-1 objectifs du financement participatif

Le *crowdfunding*, appelé également financement participatif, est une technique de financement de projets utilisant internet comme canal de mise en relation entre les porteurs de projet et les personnes souhaitant investir dans ces projets.

Littéralement le *crowdfunding* signifie faire appel à la foule pour récolter des fonds, généralement des petits montants, pour financer un projet. On a également pu voir la puissance du *crowdfunding* lors de l'élection de Barack Obama en 2008, les dons récoltés par ce biais représentent une des premières sources de financement de sa campagne.

Différents types de projets peuvent susciter l'intérêt du *crowdfunding* : des projets artistiques, des initiatives philanthropiques, des projets publics ou des start-ups, pour en nommer quelques-uns. Le *crowdfunding* existe sous plusieurs formes, lequel va d'une simple donation à une prise de participation dans une entreprise. Plus précisément, le *crowdfunding* s'organise grâce à un intermédiaire, une plateforme de *crowdfunding*, qui opère sur Internet. Le but de cette plateforme est de permettre aux investisseurs et entrepreneurs de se rencontrer et d'encadrer la levée des fonds, comme indiqué dans la figure ci-dessous :

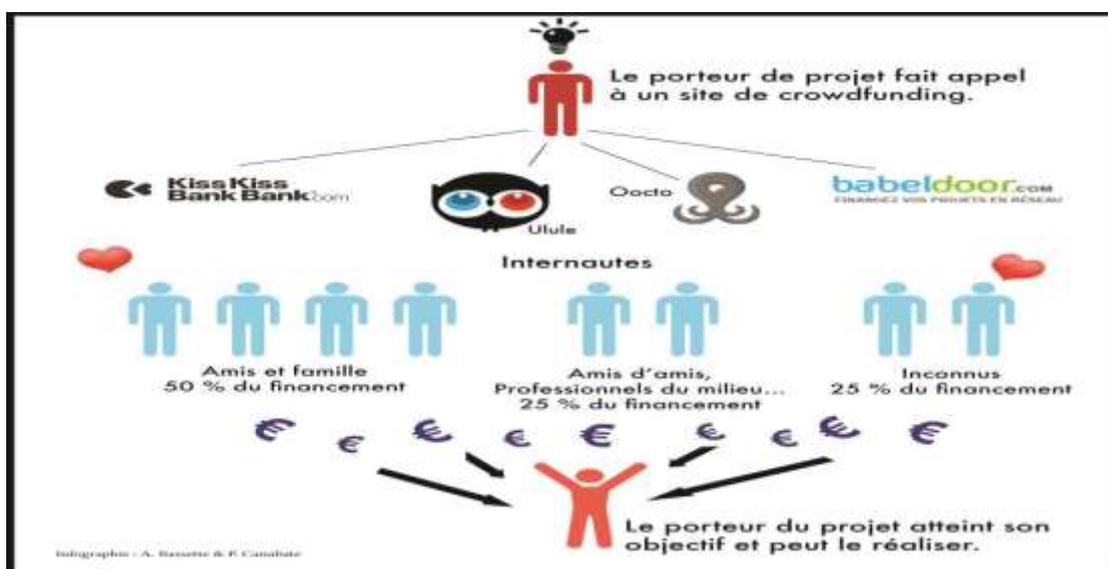
Figure n 02 : Modèle de financement participatif



2-2 le fonctionnement de financement participatif

Le *crowdfunding* repose sur deux principes du web social : la transparence et la participation. La transparence, car les porteurs de projet et les investisseurs sont clairement identifiés. Du côté des investisseurs, ils sont fiers d'avoir contribué à la genèse d'un projet ; en misant sur un projet précis, ils savent exactement où part leur argent.

Dans la suite de ce point, nous aborderons toutes les étapes successives du *crowdfunding*. La recherche d'une plateforme adéquate constitue la première étape, vient ensuite la recherche de personnes désireuses de soutenir le projet, comme indiqué dans la figure ci-dessous et finalement la période de post-financement :

Schéma n 01 : schéma indicatif du fonctionnement du *crowdfunding*

2-2-1 la recherche d'une plate forme adéquate

Une fois cette décision prise, il convient de trouver la plateforme qui réponde aux objectifs que l'entrepreneur veut atteindre. Tout dépend de ce que l'entrepreneur est prêt à donner en échange des contributions. Veut-il simplement des donations, ou est-il prêt à emprunter de l'argent en le rémunérant par des intérêts ? il peut même aller plus loin en ouvrant le capital de son entreprise aux investisseurs. Nous reviendrons en détails sur les différents types de *crowdfunding* et de plateformes plus tard dans ce chapitre. Il est également important de s'informer sur la manière dont la plateforme se rémunère. En règle générale elle prélève une commission sur le montant total des fonds alloués à un projet. Le taux de commission peut varier d'une plateforme à l'autre et généralement c'est entre 5% et 10%. D'autres variables sont à prendre en compte, notamment la question de savoir quand l'argent sera-t-il octroyé aux entrepreneurs ? à ce jour, la méthode la plus utilisée est celle du « *all or nothing* ». Avant toute introduction de projet, les entrepreneurs doivent évaluer le montant nécessaire à la réalisation du projet et le délai qu'ils souhaitent laisser aux investisseurs pour soutenir le projet. Le montant ambitionné sera appelé « l'objectif de financement ». Une fois le délai expiré, les entrepreneurs ne reçoivent l'argent uniquement si leur objectif de financement a été atteint. Dans le cas contraire, les investisseurs se voient tous remboursés de la somme de leur contribution.

2-2-2 la recherche des fonds

«Ce n'est pas la nature du projet qui détermine celui que va réussir à utiliser correctement l'outil *crowdfunding* ou pas, c'est le créateur lui-même, et la façon dont la collecte va être conduite.» (Vincent Ricordeau, fondateur *KissKissBankBank*)

Dès que la plateforme idéale a été trouvée, l'entrepreneur va essayer de faire connaître son projet au grand public. Pour parvenir à faire cela, il va devoir convaincre trois cercles d'influences, qui sont déterminés sur base de leur distance avec le créateur. Tout d'abord il y a l'entourage proche du créateur, ses amis et sa famille, ensuite il y a le relais d'influence qui contient les amis de ses amis, et finalement le grand public, qui partage la même passion que le créateur.

La mission du créateur est de parvenir à motiver son entourage proche de la validité de son projet. Ensuite, c'est précisément cet entourage qui se mobilisera et créera le « buzz » en attirant le grand public. Un des facteurs de réussite dans la

recherche de fonds est celui de la transparence. Il est nécessaire que les entrepreneurs expliquent le mieux possible les risques liés à leur projet.

Ensuite, c'est via la bouche-à-oreille et les réseaux sociaux que l'entrepreneur va tenter de faire connaître son projet. Durant toute la campagne, et même parfois après, il est primordial que l'entrepreneur informe les investisseurs de manière régulière de l'évolution du projet. Il n'est d'ailleurs pas rare que les entrepreneurs organisent des rendez-vous avec des potentiels investisseurs pour les sensibiliser ainsi que pour partager des idées.

Si l'objectif de financement est atteint avant le délai fixé, le créateur du projet recevra les fonds.

Figure n 03 : la recherche des fonds



2-2-3 la période post-financement

C'est durant cette période que l'entrepreneur pourra effectivement créer son projet tout en tenant les investisseurs informés du développement de celui-ci. Ici encore, les attentes diffèrent fortement en fonction du type de financement participatif. Si le projet est basé sur un retour financier pour les investisseurs, l'entrepreneur devra faire part de la santé financière du projet. En revanche, s'il s'agit du financement d'un film, les investisseurs voudront par exemple être tenus informés de la date de sortie du film.

Chapitre II : le financement participatif en Algérie

Introduction

Dans ce deuxième chapitre, nous allons voir l'importance de ce mode du financement dans le continent africain, ensuite, on étudiera le cas de l'Algérie.

Section 01 : un contexte économique et social propice à la finance participative en Afrique

Avec une population relativement jeune et innovante, l'Afrique a un fort potentiel en matière de développement de l'entrepreneuriat, y compris pour développer son économie tout en répondant aux défis sociétaux comme la sécurité alimentaire et la crise énergétique.

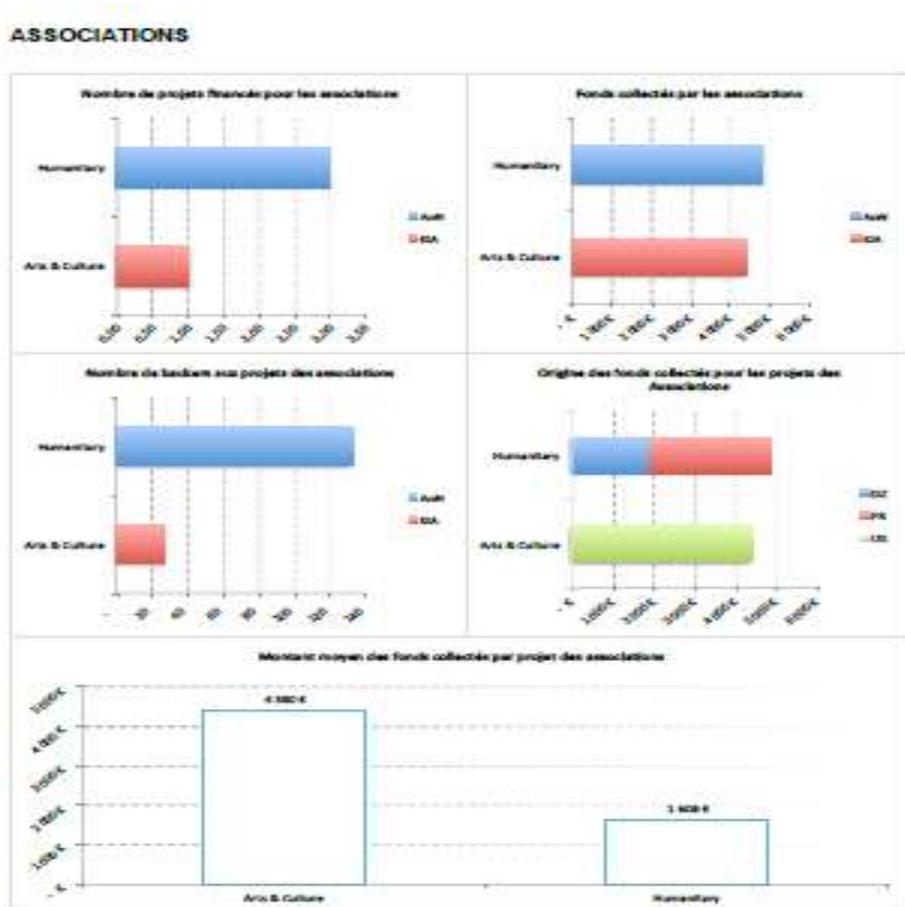
Cependant, ce potentiel entrepreneurial nécessite un effort particulier car les entrepreneurs africains rencontrent un certain nombre de difficultés empêchant la viabilité de leurs projets. Parmi ceux-ci, on retrouve notamment la difficulté d'accès aux prêts et crédits mis en place par les banques privées africaines, et le peu d'attention aux projets de développement par les banques africaines (sauf la Banque Africaine de développement). Sans solution alternative (du type *crowdfunding* ou services financiers non-bancaires offerts par la téléphonie mobile), le faible taux de bancarisation de la population peut constituer une barrière conséquente au développement des start-ups.

Cette faible bancarisation est notamment due au manque de confiance des épargnants envers les banques et à la faible régulation bancaire en général (qui permet l'existence et le développement de pratiques bancaires abusives). Pour remédier au faible accès au crédit, le financement participatif semble s'adapter au contexte économique de l'Afrique, favorisant ainsi l'émergence des start-ups : facteur de création d'emploi et de la croissance de l'économie - et par conséquent de la réduction de la pauvreté.

Section 02 : le financement participatif en Algérie

2-1 Panorama global

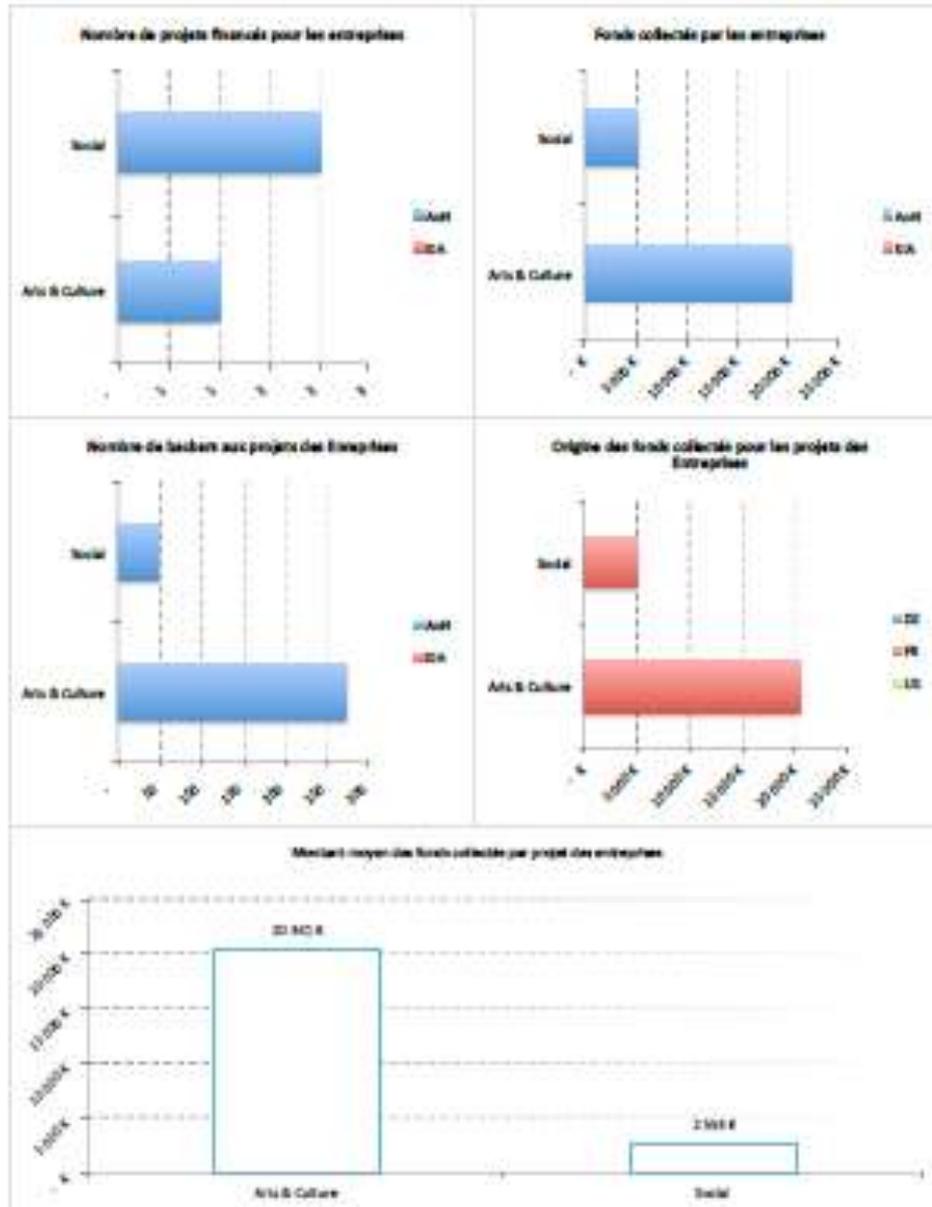
Les schémas ci-dessus représentent la collecte des fonds par le biais du *crowdfunding* par respectivement les associations, les entreprises et les particuliers



Source : Happy Smala « la finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et innovation écologique dans le sud la méditerrané », Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC), p.19

D'après ce schéma représentant la collecte des fonds par les associations, nous constatons que les fonds collectés dans le cadre des projets art et culture (4380 €) sont plus important par rapport aux fonds collectés pour des projets humanitaire (1608 €).

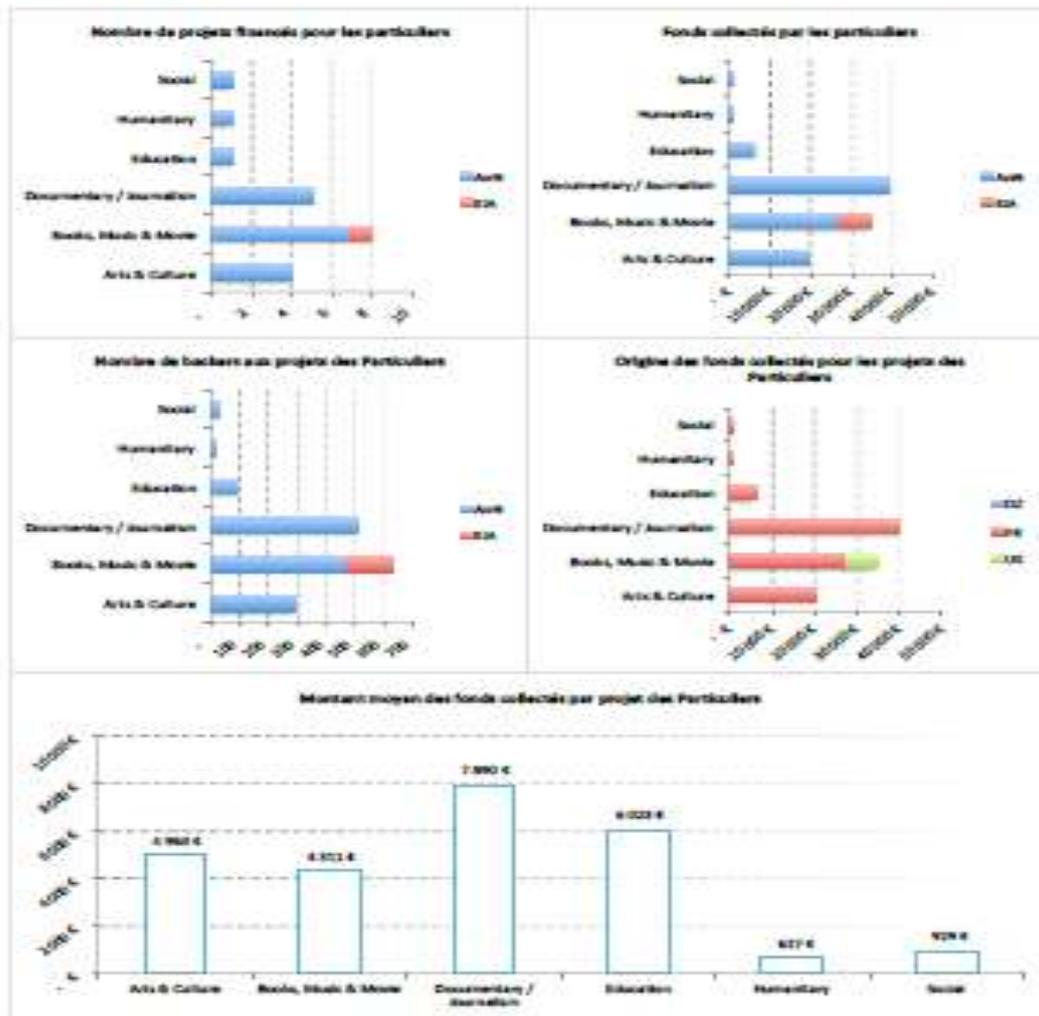
ENTREPRISES



Source : Happy Smala « la finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et innovation écologique dans le sud la méditerrané », Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC), p.20

Quant à ce schéma qui représente la collecte des fonds par les entreprises, nous constatons que les secteurs concernés sont l'art et culture avec un montant de 20341 € qui est cinq fois supérieur à celui collecté par les associations, et social avec un montant de 2553 €.

PARTICULIERS



Source : Happy Smala « la finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et innovation écologique dans le sud la méditerrané », Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC), p.21

Enfin, dans le cas des particuliers, premièrement, nous remarquons les secteurs concernés par la collecte sont diversifiés entre art et culture, livre, music et film, documentaire, social,mais avec des montants très faibles.

2-2 synthèse en chiffres

	Nombre de campagnes lancées	Nombre de campagnes financées	Somme fonds collectés
Tous projets	57	29	126.033€
Dont Eco entrepreneuriat et initiatives sociales d'innovation écologique	0	0	0

Source : Happy Smala « la finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et innovation écologique dans le sud la méditerrané », Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC)

L'Algérie est un des acteurs, avec la Libye, le moins développé de la région en termes de pratiques de financement collaboratif.

Quatre projets ont été réalisés par des associations (dont trois dans le secteur humanitaire) qui se sont financées par *crowdfunding* (don) pour moitié aux Etats Unis.

Les entreprises sont encore moins actives avec seulement trois projets financés dont deux dans le secteur social et un dans les Arts et la Culture. Tous les fonds ont été collectés sur des plateformes françaises dont une grande partie pour le secteur culturel.

Les Particuliers sont les plus actifs en matière de financement participatif avec 75% des campagnes lancées. Ce sont en majorité des campagnes dédiées aux Arts et à la Culture, au Journalisme ou la production de Documentaire, la production de Films, Livres, Musique. Près de 90% de ces campagnes ont été menées sur des plateformes françaises.

Le financement du secteur de l'éco entrepreneuriat et des initiatives sociales d'innovation écologique par *crowdfunding* en Algérie n'existe pas encore. C'est une pratique qui doit être développée dans le futur.

Conclusion générale

Les flux de financement participatif vers le Sud, et plus particulièrement vers l'Afrique, le manque de statistiques officielles et d'études sur le sujet est à noter.

Le financement participatif n'est pas la solution ultime à tous les problèmes de financement ou de sous-financement des projets de développement.

Il constitue cependant un outil supplémentaire pour diversifier leurs sources de financement, et il peut jouer un effet levier auprès d'autres bailleurs de fonds. Il a l'avantage d'être accessible et flexible, et peut être utilisé à toutes les phases de développement de projet.

L'Algérie est un des acteurs, avec la Libye, le moins développé de la région en termes de pratiques de financement collaboratif. Il serait donc souhaitable que l'Algérie puisse développer une réglementation favorable au *crowdfunding* et que celle-ci soit compatible avec celles de ces principaux partenaires économiques. Le développement du financement participatif aura certainement un impact économique dans un pays comme l'Algérie où il existe un énorme vivier de projets et le principal obstacle à leur réalisation est le financement.

Bibliographie :

- 1- Alexandre Raguet, Hélène Le Tono « le financement participatif et l'aide publique au développement, état des lieux et enjeux », *In notes techniques*, septembre 2017
- 2- Aurélie Duthoit « petit manuel d'économie collaborative à l'usage des entreprises », Edition Eyrolles, Paris, 2015.
- 3- Cécile FOUNROGUE : « crowdfunding et diasporas : le financement participatif vient-il bousculer les acteurs de financement diasporique ? », in institue de recherche sur la PME, Trois-Rivières, octobre 2016
- 4- François Laplume, Alexandre Bertin, Cédric Favre « le financement participatif, une alternative à la levée des fonds traditionnelle », *In l'agence aquitaine du numérique*, Bordeaux, juillet 2013
- 5- Happy Smala « la finance participative au service de l'éco-entrepreneuriat et innovation écologique dans le sud la méditerrané », Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC)
- 6- Laurence Monnoyer-Smith « financement participatif pour la croissance verte », l'rapport du ministère de l'environnement, de l'énergie et de la mer, en charge des relations internationales sur le climat, janvier 2017,
- 7- « guide sur le financement participatif pour les entreprises d'économie sociales » TIESS (Territoires innovants en économie sociale et solidaire), 2017.

