

L'impact des nouvelles technologies sur l'économie de partage : cas d'une start-up algérienne

The impact of new technologies on the sharing economy: the case of an Algerian start-up

Anis Hamdad¹, Dr. Lyes Gheddache²

¹ Laboratoire LAREMO, Université Mouloud Mammerie Tizi-ouzou, Algérie, anishamdad@gmail.com

² Laboratoire LAREMO, Université Mouloud Mammerie Tiziou-ouzou, Algérie, gheddachelyes@gmail.com

RÉSUMÉ. Dans le présent article, nous étudions l'impact des nouvelles technologies sur les pratiques d'une start-up utilisant les plateformes de partage. La littérature sur l'économie du partage, permet de considérer ces nouvelles technologies comme vecteur de transformation des pratiques de l'écosystème de partage. L'information est collectée par le biais d'un entretien semi-directif auprès de la dirigeante de la start-up Infos Trafic Algérie (ITA). Les données ont fait l'objet d'une analyse de contenu thématique. Nous avons pu conclure, que les nouvelles technologies jouent un rôle déterminant dans l'évolution des pratiques de la start-up, mais néanmoins, ne constituent pas à elles seules un facteur de pérennité. L'existence d'un écosystème favorable est la clé pour la croissance, à long terme de la start-up.

ABSTRACT. In this article, we study the effects of new technologies on the practices of a start-up using sharing platforms. The literature on the sharing economy allows us to consider these new technologies as a means of transforming the practices of the sharing ecosystem. The information is collected through a semi-directive interview with head of the start-up Info Trafic Algérie (ITA). The data were the subject of thematic content analysis. We were able to conclude that new technologies play a decisive role in the evolution of the start-up's practices, but nevertheless, are not in themselves a factor of sustainability. The existence of a favourable ecosystem is the key to the long-term growth of the start-up.

MOTS-CLÉS. Economie du partage, start-up Infos Trafic Algérie (ITA), nouvelles technologies, plateformes de partage.

KEYWORDS. Sharing Economy, start-up Infos Trafic Algérie (ITA), new technology, Sharing platform.

1. Introduction

L'ampleur de la croissance de l'économie du partage est l'un des phénomènes marquants de ces dernières années. Face aux désillusions du capitalisme occidental, les Etats-Unis et l'Europe ont vu se développer un nouveau modèle économique, celui de l'économie de partage.

Elle est une réponse au contexte actuel marqué par une crise économique profonde et systémique. Elle trouve ses bases d'inspirations à la fois dans la dynamique relationnelle des gens et l'émergence des technologies numériques. Elle est l'expression d'une volonté de s'approprier de nouveaux modes de consommation, et s'inscrit en rupture avec les modes de consommation classiques.

L'économie du partage est un concept relativement récent porté et défendu par une véritable catégorie socioéconomique d'acteurs constituée d'essayistes à succès comme Jérémy Rifkin, Rachel Botsman ou Fred Turner, de militants comme Michel Bauwens, de médias comme Shareable aux États-Unis, de think tank et do tank comme OuiShare en France, ou encore de certains entrepreneurs et dirigeants de start-up, voire de plus en plus de grandes entreprises.

L'économie du partage est une notion protéiforme, aux contours mal définis, sous laquelle sont rassemblés des activités et des modèles économiques très divers. Plusieurs dénominations sont utilisées pour définir cette nouvelle forme d'économie. Economie du partage, économie

collaborative, économie pair à pair, sont autant de termes qualifiants plus au moins le même concept.

Selon Rachel Bostman, Le concept d'économie du partage manque d'une définition partagée. Cependant, elle la définit comme étant, « une économie fondée sur des réseaux d'individus et de communautés connectés, par opposition à des institutions centralisées, transformant la façon dont nous pouvons produire, consommer, financer et apprendre ». [BOT13]

Gaëtan Vanloqueren, quant à lui, postule que-« L'économie du partage rassemble les initiatives qui organisent le partage d'un bien ». [GAE 15] Ainsi, le terme « partage » présente un double sens : un sens de « division », qui évoque l'objectif écologique, et un sens de « partage non marchand » qui évoque un objectif de solidarité interpersonnelle. [ECK15]

Ces définitions mettent en exergue les limites du modèle classique, induit par le développement de cette économie de partage. Le modèle capitaliste fondé sur des rapports verticaux, se voit désormais concurrencer par un modèle décentralisé permettant une horizontalisation des relations entre acteurs économiques

L'économie du partage, s'appuie sur l'exploitation d'innovations technologiques (technologie peer-to-peer), qui ont permis l'émergence de plateformes de partage. Ces dernières permettent de partager des ressources et des compétences à grande échelle entre particuliers et de décentraliser la production des biens et des services. [BOT10]

les plateformes de partages sont définies comme « des applications ou sites internet permettant des interactions entre plusieurs catégories d'utilisateurs en vue de l'échange ou la mise en commun d'informations, de biens ou de services, à titre commercial ou non » [LAM 16]

Ces plateformes de partage sont présentes à tous les niveaux de la société et bouleversent la façon de se déplacer, de voyager, d'apprendre ou de se nourrir. Au-delà des plateformes classiques qui permettent la mise en relations des utilisateurs, il existe aussi des plateformes source de création de valeur. L'exemple de wikipédia est révélateur, cette plateforme propose de consulter des articles et des cours gratuitement, facilitant ainsi l'accès au savoir à des millions de personnes dans le monde. Education, santé, transport, tourisme, hôtellerie, service à domicile, financement, plus aucun secteur ne semble ainsi pouvoir échapper à l'apparition de modèles innovants et de nouvelles activités [CHR 14]

Grâce à de nouvelles avancées technologiques, ce phénomène continu à se développer notamment dû à l'avancement des TIC (Technologies de l'information et de la communication), l'évolution des sites web, et l'émergence des réseaux sociaux à l'instar de Facebook et Twitter pour ne citer que cela. Depuis 1995, le nombre d'utilisateurs internet a énormément augmenté. Selon le report digital 2019 réalisé par We Are Social et Hootsuite, plus de 4.39 milliards de personnes avaient accès à internet. Ils étaient 4.05 milliards en 2017 soit une augmentation de 8.4%, ce qui représente alors 4.39 milliards de personnes pouvant communiquer entre elles. [WEA 19]

Selon une étude PwC parue fin novembre 2014, le marché de l'économie du partage (la « sharing economy ») pourrait représenter 335 milliards de dollars (268,5 milliards d'euros) d'ici à 2025, contre 12 milliards d'euros en 2014. [PWC 19]

Les différents modèles, qu'ils soient dans une logique capitaliste ou solidaire, traditionnelle ou participative, s'appuient sur les technologies peer to peer. ([BER 16]. Ces dernières, non seulement facilitent la vie au quotidien mais bouleversent aussi les modèles des entreprises dans tous les secteurs (Banques, commerce, distribution, location) et permettent l'émergence d'un grand nombre de start-up.

Le contexte de l'étude :

Le contexte algérien, demeure aujourd'hui différent de celui des pays développés notamment de l'Europe et des Etats-Unis. Acteurs majeurs de l'économie du partage, les start-ups en Algérie, souffrent d'une absence d'écosystème favorable. L'absence de moyens de paiements en ligne, un e-commerce qui peine à se développer, le manque du financement et d'aide à la création de start-up, sont autant d'obstacles qui freinent l'émergence d'un écosystème de partage efficient. L'étude de startupblink, parue en 2019, classant, 100 pays et plus de 1000 villes en fonction de la force de leur écosystème de start-up confirme ce constat. Sidi M'hamed, seule ville algérienne présente dans le classement, pointe à la 939^{ème} place sur 950 avec un score 0.812. L'étude donne une note à chaque ville et pays selon trois mesures. La quantité de start-ups présente dans le territoire en question, la qualité de l'écosystème, et l'environnement entrepreneurial. A titre de comparaison, les trois premières villes du classement, San Francisco (USA), New York (USA), et Londres (UK), obtiennent respectivement un score de 262.878, 55.938, 38.421. [STA 19].

Les dernières technologies de la téléphonie mobile, disponibles en Algérie (3G, 4G), pourraient impulser une dynamique favorable à l'émergence d'un écosystème de partage solide. En s'insérant efficacement dans cet écosystème, les start-ups pourraient résoudre des problématiques de nature différentes, comme les embouteillages et les problèmes de déplacement dans les grandes villes.

Problématique :

Dans la perspective de saisir les réalités empiriques concernant les apports des nouvelles technologies dans le développement des pratiques de partage en Algérie, nous avons réalisés une étude de terrain, auprès d'une start-up algérienne *Info Trafic Algérie*.

Cet article a pour objectif d'explicitier l'impact des nouvelles technologies sur les pratiques de partage de la start-up ?

2. Méthodologie de la recherche et présentation du cas :

Comme introduit précédemment, notre démarche de recherche vise à investiguer sur l'incidence des nouvelles technologies sur les pratiques de la start-up.

Notre démarche est qualitative. L'économie du partage étant un concept récent, nous avons voulu utiliser une méthodologie originale. En fait, le choix d'une méthodologie qualitative ne se fonde pas seulement sur la recherche de la récurrence mais aussi sur la découverte et la valorisation de l'inédit. Cela favorise l'émergence d'explications à partir de données empiriques plutôt que d'insérer les données dans un cadre préalablement établi et qui n'existe pratiquement pas pour notre sujet.

Estimant que nous ne pouvons pas concevoir et accéder à la réalité de manière objective, nous nous inscrivons dans une approche constructiviste. Cette approche permet de se concentrer sur des représentations de la réalité afin de comprendre la réalité du phénomène à travers les interprétations des acteurs ou essentiellement de la construire. [RIS 02]

2.1. Le choix de la méthode des cas :

Les principaux fondements de la méthode des cas ont fait l'objet de nombreux travaux [EIS89], [YIN94a], [WAC 96], [MIL 03 a]. La méthode des cas est un mode d'observation précis de thèmes préalablement définis par le questionnement. L'étude de cas est une technique particulière de cueillette, de mise en forme et de traitement de l'information qui cherche à rendre compte du caractère évolutif et complexe des phénomènes concernant un système social comportant ses

propres dynamiques. Ainsi le choix de la méthode des cas est entièrement justifié compte tenu des réalités complexes et évolutives de l'économie de partage.

Selon Yin [YIN 94b] l'étude de cas est aussi appropriée lorsque se pose la question du type « Comment » à propos d'un ensemble contemporains d'événements sur lesquels le chercheur a peu ou pas de contrôle.

2.1.1. *La sélection du cas :*

Nous nous sommes restreints à un seul cas. A ce propos, Yin [YIN94 c] préconise le recours au cas unique dans trois situations. Le chercheur peut souhaiter tester une théorie pour la confirmer, la réfuter ou la compléter. Il peut également avoir identifié un cas présentant un caractère extrême ou unique. L'unicité résulte alors de la rareté du phénomène étudié. Le chercheur peut enfin, à l'aide d'un cas unique, révéler un phénomène qui, sans être rare, n'était pas encore accessible à la communauté scientifique. Notre cas s'inscrit parfaitement dans cette troisième optique. Bien que l'économie de partage ne soit pas un phénomène rare, il reste néanmoins peu étudié dans le contexte algérien.

Ainsi la start-up ITA objet d'analyse, a été sélectionnée sur la base de critères liés aux spécificités de l'économie de partage permettant son fonctionnement. Notamment, l'existence d'une plateforme numérique et le recours aux nouvelles technologies qui en sont les principaux critères retenus.

Pour réaliser cette étude, nous nous sommes heurtés à un certain nombre de contraintes. Il y a eu en premier la difficulté de repérer une startup en raison du caractère émergent de l'économie de partage en Algérie, ensuite, la prise de rendez-vous avec la dirigeante de la start-up très occupée et enfin la durée nécessaire pour réaliser un entretien en profondeur.

2.2. *La collecte des données :*

L'information est collectée au moyen d'un entretien semi-directif qui correspond bien à la nature du phénomène exploré. L'entretien peut être vu comme “ *une conversation avec un objectif* ” [KAH 57], “ *un dispositif de face à face où un enquêteur a pour objectif de favoriser chez un enquêté la production d'un discours sur un thème défini dans le cadre d'une recherche* ” [FRY 97]. Afin de maximiser la qualité de la collecte, et limiter les biais, nous avons interviewé la dirigeante dans un endroit neutre, calme, confortable et isolé du monde extérieur (salle de réunion choisie par nos soins).

L'entretien se déroule à partir d'un guide bien défini au préalable qui liste les thèmes qui doivent être abordés durant l'entretien. Notre objectif étant de comprendre comment les nouvelles technologies affectent le développement des pratiques de la start-up, les thèmes abordés apportent des réponses à deux axes principaux d'interrogation :

- Quel est le concept d'ITA ?
- Quel est l'impact des nouvelles technologies dans l'émergence de nouvelles pratiques au sein ITA ?

Par ailleurs, en raison du caractère émergent du développement des start-up et des plateformes de partage en Algérie, force a été de constater que celles-ci génèrent très peu d'informations et de données. Par conséquent, l'entretien a fourni le principal matériau permettant de développer le cas.

2.3. Le traitement des données :

Afin de mieux comprendre comment les nouvelles technologies affectent les pratiques de la start-up ITA, nous avons procédé par une analyse du contenu thématique. Ce type d'analyse permet de minimiser les éventuels biais cognitifs et de s'assurer de l'objectivité de la recherche.

Comme le préconisent Miles et Huberman [MIL 03 b], nous avons défini un projet de codage précis, qui a établi au préalable une liste de codes que nous avons attribués aux segments de texte sélectionnés. Comme, le codage correspond à une transformation effectuée selon des règles précises des données brutes du texte, nous avons défini dans un premier temps les règles de découpage du corpus afin de préciser les unités à prendre en considération (mot, phrase, etc.). Dans un second temps, nous avons défini un système organisé de catégories sous forme de grille de codage qui nous a permis de coder le corpus.

3. Résultats et Discussions :

Dans ce qui suit, nous présentons les résultats de l'analyse du cas en décrivant l'impact des nouvelles technologies sur les pratiques de la start-up ITA.

Après une présentation générale, le cas étudié est présenté selon les thèmes abordés, à savoir le concept d'ITA et l'impact des nouvelles technologies sur ses pratiques.

3.1. Présentation générale de a start-up 'ITA :

La start-up ITA est fondée le 24 Mai 2013, elle est le fruit d'une idée d'une internaute d'Alger dont le pseudonyme sur facebook est « Marie la pagaille » de son vrai nom Miriam Khelil. Ils sont dix administrateurs à assurer l'animation. Le groupe créé sur facebook portant le nom « Infos Trafic Algérie » est ouvert à tous, propose, grâce à une participation volontariste de ses membres, de partager des informations utiles sur l'état du trafic routier et les conditions de circulations en temps réels dans plusieurs villes d'Algérie, les animateurs de ce groupe en sont aussi des utilisateurs.

3.2. Le choix du concept d'ITA :

Selon la dirigeante interviewée l'idée de départ, était d'échanger, entre amis des informations sur l'état de la circulation automobile à Alger et ses environs. *“L'idée m'est venue un jour alors que j'étais bloquée sur la route. C'était super long à cause d'un accident. J'ai pris des photos que j'ai publié sur mon propre mur facebook que beaucoup de mes amis ont commencé à commenter. Je me suis dis pourquoi ne pas créer un groupe où se raconte un peu ce qui se passe sur la route”* Finalement beaucoup de personne ont aimé le concept. Le groupe a commencé à s'élargir et en un an seulement, plus de 21.000 automobilistes facebookeurs l'ont rejoint. Aujourd'hui le page facebook d'ITA compte plus 750 000 utilisateurs. D'Alger et sa périphérie, très vite, d'autres villes proches telles que Boumerdes et Tizi-Ouzou ont adopté le concept, pour enfin toucher d'autres villes du centre et arriver jusqu'à Oran et Tlemcen à l'ouest, Sétif et Annaba à l'est.

Le flux des messages qui parviennent à ITA est assez important. En plus des informations qui renseignent, en temps réel, sur les conditions du trafic routier, il y'a aussi des conseils pratiques et des indications sur les axes à éviter. Cet engouement et l'élargissement du groupe, ont été accompagnés par l'augmentation du nombre d'administrateurs passé de six à dix. En plus de sa forte présence sur les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram), la start-up a lancé en 2019 officiellement son site internet et son application téléchargeable sur Appel Store.

3.3. L'impact des nouvelles technologies sur les pratiques d'ITA :

L'analyse du contenu du cas, nous permet d'avancer que les nouvelles technologies notamment avec l'avènement la technologie mobile 3G suivie de la 4G en Algérie, ont affecté de façon significative les pratiques d'ITA.

3.3.1. Les apports de la 3G/4G :

Nous constatons que l'arrivée de la 3 G en Algérie a joué un rôle déterminant dans le développement de la start-up ITA. Cette expansion affecte directement l'activité et les pratiques de la start-up. Le passage de la technologie 2G à la technologie 3G/4G a boosté de façon significative le nombre d'utilisateurs. Les chiffres suivants témoignent parfaitement cette croissance :

En 2014, la page facebook réclamait 65000 membres, en 2019 ce chiffre est passé à plus de 815 000 participants sur la page facebook, soit plus de 13 fois le chiffre initial. 333 600 participants sur le groupe facebook, 6000 followers sur Twitter, 49000 followers sur Instagram. Ces plateformes sont gérées par dix administrateurs couvrant ainsi les 48wilaya.

L'utilisation de la technologie mobile 3G/G par la start-up, a modifié la structure de l'information, et par la même, de nouvelles formes de communication se sont développées. L'introduction des TIC a permis le partage de l'information et s'est imposé aux administrateurs qui peuvent accéder facilement à l'information, à tout moment, chose qui n'était pas possible au temps de la 2G. Les alertes sur le trafic routier envoyées par SMS étaient traitées par seulement deux administrateurs. Avec la technologie mobile 3G/4G, l'information est devenue accessible à tous en temps réel, engendrant un meilleur rendement dans la gestion des alertes. Ce constat va dans le sens de l'étude de (Paré et Sicotte ,2004), dont les conclusions considèrent les TIC comme un facteur de progrès. [PAR 04].

3.3.2. L'évolution des pratiques de la start-up ITA :

Selon la dirigeante interviewée, l'arrivée de la 3G/4G a profondément changé les pratiques de la start-up. En effet, au temps de la 2G et en l'absence de la connexion mobile, les membres avaient du mal à consulter le groupe quand ils étaient sur la route, et leur seul moyen était d'envoyer des SMS info trafic ou d'appeler les numéros pour avoir des nouvelles sur les axes qu'ils fréquentent. Désormais avec la technologie mobile 3G/4G, la start-up reçoit moins de SMS alors que le nombre de publications en temps réel sur les réseaux sociaux a beaucoup augmenté, dépassant le plus souvent 100 alertes sur le trafic routier à l'échelle nationale.

La circulation urbaine est le résultat d'un déséquilibre dans la relation entre deux variables : l'espace (l'offre en infrastructure) et le flux (la demande de déplacement). La start-up ITA, permet de détourner les automobilistes des embouteillages, en agissant directement sur la variable espace. Des axes fluides et non encombrés sont préférés aux axes majeurs.

En fournissant des informations en temps réel, sur l'état du trafic routier, un changement au niveau des habitudes est avéré chez un grand nombre d'automobilistes. Désormais avant de prendre la route, ils consultent d'abord ces plateformes pour s'assurer de la fluidité des routes.

Toujours selon la dirigeante, pour une meilleure gestion de l'information, la start-up compte bientôt s'appuyer sur la technologie de géo-localisation de Google Maps pour-scinder le territoire de chaque ville en plusieurs zones, réunissant chacune les agglomérations proches les une des autres. Chaque zone aura donc son propre statut et les membres relevant de ladite zone laisseront leurs informations sous forme de commentaire ou statut. L'objectif est de permettre aux membres de chercher directement l'information utile.

Nos résultats, démontrent clairement que l'utilisation des nouvelles technologies mobiles (3G et 4G) par la start-up, a profondément transformé ses pratiques de partage. Elles ont conféré à la start-up une plus grande flexibilité dans le partage de l'information. En cela, nos résultats rejoignent les conclusions des études récentes qui soulignent le rôle important des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) dans la transformation des activités des entreprises, impliquant une nouvelle dynamique organisationnelle (Bendiabdellah et Al ,2006). [BEN 06]

3.3.3. *L'insertion de la start-up dans un écosystème favorable : un facteur de pérennité*

Bien que le rôle des nouvelles technologies dans le développement et l'évolution des pratiques de partage de la start-up soit significatif, cependant, il reste insuffisant pour booster sa croissance à long terme. La pérennité de la start-up est conditionnée par son insertion dans un écosystème favorable et efficient. L'étude de (Ratinho et al, 2010) corrobore cette réalité. [RAT 10]

Le défi est de taille. En effet, l'accompagnement des entreprises innovantes en Algérie, est aujourd'hui, confronté à de multiples obstacles, principalement des contraintes de financements inadaptées aux spécificités et aux besoins de la start-up. De surcroit, Peu de start-ups sont capables d'attirer des investisseurs locaux ou internationaux.

En outre, l'écosystème des start-up en Algérie est très fragmenté, malgré un nombre important de celles -ci, il n'y a pas assez de coordination et de collaboration entre elles. Les start-ups travaillent de manière isolée. Alors que pour avoir un gros impact, il faudrait densifier l'écosystème, sachant que les meilleurs écosystèmes se nourrissent les uns des autres.

Bâtir un écosystème de partage solide, n'est pas l'apanage d'une seule start-up. Les start-ups doivent collaborer en tant que communauté symbiotique avec un ensemble d'objectifs communs.

Implication de l'étude :

Cette étude fournit des informations pour les start-ups, les entreprises, les automobilistes, les citoyens algériens, et les instances gouvernementales algériennes.

La voie de recherche la plus évidente sera la réplique de l'étude sur un échantillon plus important. L'implication des résultats, pourrait ainsi servir dans d'éventuelles études sur les apports des nouvelles technologies dans le développement des plateformes de partage en Algérie.

Les entreprises Algériennes œuvrant dans le secteur automobile (Concessionnaires, Assurances, pièces détachées ...) peuvent utiliser ces résultats en vue de promouvoir leurs produits auprès des utilisateurs de la start-up. Le potentiel marketing de la start-up est important.

Les instances gouvernementales pourraient elles aussi se référer à ces résultats quand il s'agira de mettre en place des campagnes de sensibilisation sur les dangers de la route. Utilisée par plus d'un millions d'utilisateurs à travers les réseaux sociaux et son application mobile, la start-up ITA est un excellent support pour faire passer des messages de sensibilisations.

Les Limites de l'étude :

La collecte de données auprès d'une seule start-up, constitue la limite principale de notre étude. En effet, nous avons été confrontés à des contraintes d'accès au terrain ainsi qu'à des limites de temps. Ces impératifs ne nous ont pas permis d'étudier un nombre plus important de cas .En se référant à un seul cas, limite un peu les possibilités de généralisation des résultats.

D'autres études doivent être menées à ce sujet et avec une taille d'échantillon plus importante, en vue d'unifier les résultats et permettre l'établissement de suggestions plus approfondies, qui permettront une compréhension plus large sur l'impact des nouvelles technologies sur les pratiques des start-up en Algérie.

Quelques difficultés sont apparues au cours de notre enquête de terrain, cela touche notamment la non disponibilité de la dirigeante de la start-up pour mener l'entretien, à cela s'ajoute l'absence de chiffres officiels sur l'économie du partage en Algérie.

4. Conclusion :

Les nouvelles technologies numériques, ont permis le développement d'un grand nombre de start-up et de plateformes de partage dans le monde. Ces dernières, ont transformé de par leur potentiel en termes d'innovation plusieurs secteurs, engendrant une modification profonde dans les habitudes de consommation.

A travers cet article, nous avons voulu comprendre, l'impact des nouvelles technologies numériques sur les pratiques d'une start-up algérienne. L'étude a permis de montrer que l'arrivée de la technologie mobile 3G/4G en Algérie a permis une évolution importante des pratiques de partage de la start-up.

Le passage de la technologie mobile 2G à la 3G/4G, a profondément transformé les pratiques de la start-up ITA. Ce changement s'explique principalement par l'accroissement du nombre d'utilisateurs de la start-up. Désormais, avec l'utilisation de la 3G/4G, ses membres peuvent publier des informations sur le trafic routier à l'échelle nationale en temps réel, chose qui n'était pas possible quand les utilisateurs utilisaient les SMS. Ceci a conféré à la start-up une plus grande flexibilité dans la gestion de ses activités.

Bien que le rôle des nouvelles technologies, dans le développement et l'évolution des pratiques de partage de la start-up est significatif, cela reste insuffisant pour sa croissance à long terme. La pérennité de la start-up est conditionnée par son insertion dans un écosystème favorable et efficient. Ce qui n'est pas le cas actuellement en Algérie. Outre l'absence du paiement électronique, et un écosystème fragmenté, l'accompagnement des entreprises innovantes en Algérie, est aujourd'hui, confronté à de multiples obstacles, principalement des contraintes de financements inadaptées aux spécificités et aux besoins de celles-ci.

Bibliographie :

- [BOT 13] Botsman R, *The Sharing Economy Lacks A Shared Definition*, Fast Company : 21 nov. 2013
<https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#10>
- [VAN 15] Vanloqueren, cinquante nuances de partage le potentiel transformateur de l'économie collaborative, Frontières de l'économie sociale, Analyse SAW-B, 2015, 11 p
- [ECK 16] G. M. Eckhardt, F. Bardhi, « The Sharing Economy Isn't About Sharing at All », *Harvard Business Review*, 28 janvier 2015 cité par Lambrecht, M. « L'économie des plateformes collaboratives », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, vol. 2311-2312, no. 26, 2016, pp. 5-80.
- [BOT 10] Botsman R. , Rogers Roo., *What's mine is yours How collaborative consumption is changing the way we live*, Editions Collins, Londres, 2010.
- [LAM 16] Lambrecht, M. « L'économie des plateformes collaboratives », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, vol. 2311-2312, no. 26, 2016, pp. 5-80.
- [CHR 14] Christensen, C. M. « The Capitalist's Dilemma ». *Harvard Business Review*, n°June, 2014

- [WEA19] <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- [PWC19] <https://www.pwc.fr/fr/espace-presse/communiqués-de-presse/2016/septembre/economie-collaborative-prevision-de-83-milliards-d-euros-ca.html>
- [BER16] Bernasconi M-A, « l'économie collaborative, c'est l'avenir », 2016, <https://www.djazairess.com/fr/elwatan/520782>
- [RIS 02] Rispal, H., *La méthode des cas: application à la recherche en gestion*, De Boeck Université, Belgique, 2002.
- [EIS 89] Eisenhardt, K. , «Building theories from case study research», *Academy of Management Review*, vol. 14, no 4, p. 532-550, 1989
- [YIN 94 a] Yin, R., *Case Study Research : Design and Methods*, Beverly Hills, Sage Publications, 1994.
- [WAC 96] WACHEUX F., *Méthodes qualitatives et recherche en gestion*, Economica, 1996
- [MIL 03 a] Miles, M.B. , A.M. Huberman 200, *Analyse des données qualitatives: recueil de nouvelles méthodes*, 2e édition, De Boeck, Bruxelles, 2003.
- [YIN 94 b] Yin, R., *Case Study Research : Design and Methods*, Beverly Hills, Sage Publications, 1994.
- [YIN 94 c] Yin, R., *Case Study Research : Design and Methods*, Beverly Hills, Sage Publications, 1994.
- [KAH 57] Kahn R.L. et Cannell CF., *The Dynamics of Interviewing. Theory, Technique, and Cases*, Wiley & Sons, New York, 1957, cité par Gavard-Perret M-L, Gotteland D, Haon C, Jolibert A., *Méthodologie de la recherche réussir sa thèse ou son mémoire en sciences de gestion*, Edition Pearson, 2008
- [FRE 97] Freyssinet-Dominjon J., *Méthodes de recherche en sciences sociales*, coll. AES, Montchrestien, Paris, 1997, cité par Gavard-Perret M-L, Gotteland D, Haon C, Jolibert A., *Méthodologie de la recherche réussir sa thèse ou son mémoire en sciences de gestion*, Edition Pearson, 2008
- [MIL 03 a] Miles, M.B. , A.M. Huberman 200, *Analyse des données qualitatives: recueil de nouvelles méthodes*, 2e édition, De Boeck, Bruxelles, 2003.
- [PAR 04] Paré, G. et Sicotte, C., (2004), « Les Technologies de l'Information et la Transformation de l'Offre de Soins », Cahier du Groupe de Recherche en Système d'Information, HEC Montréal, Vol.4, N°4, pp.1-25.
- [BEN 06] Bendiabdellah A., Benabou D., Chelil A., «L'apport des TIC à la réalisation des performances des entreprises algériennes», les cahiers du MECAS, N° 2, Mars 2006
- [RAT 10] Ratinho T., Harms R., Groen A., «Are business incubators helping? The role of business incubators facilitating tenants' development», paper present at the academy of management annual meeting, Montréal, Canada, Québec, August 6-11, 2010