



A la découverte du client de la finance islamique : la situation française

DOCTORANT: OULD MOULAYE ISMAIL Moulaye Abdelkader

DIRECTEUR DE THESE: Pr. Joël JALLAIS

10 Rue Du Doyen Denis Leroy 35010 RENNES

Tél. 06.67.05.13.06 Email : moulaye26@hotmail.fr

Où,

JOEL JALLAIS IGR-IAE de Rennes 11 rue Jean Macé CS 7080335708 RENNES Cedex 7

Tél. : 06.19.70.09.78 Email : joel.jallais@univ-rennes1.fr

RESUME : A la découverte du client de la finance islamique : la situation française

L'islam acteur de la mondialisation économique, c'est un objectif en voie de concrétisation car aujourd'hui le monde musulman compte bien participer à la globalisation, en proposant notamment un modèle financier basé sur la charia, la fameuse loi du Coran.

L'industrie financière islamique représente un marché de 700 milliards de dollars et s'inscrit désormais comme une concurrente de taille dans la compétition mondiale. Cette activité existe depuis une trentaine d'années mais aujourd'hui avec un taux de croissance annuel qui varie, selon les produits, de 10 % à 30%, elle est devenue incontournable dans le milieu de la finance.

L'importance de la finance islamique en Europe et notamment en France ne s'explique pas seulement par l'envie d'attirer des pétrodollars, elle est également conditionnée par l'augmentation considérable de la population musulmane. En effet, selon l'institut central des archives sur l'islam, aujourd'hui, on compterait 15 millions musulmans en Europe et parmi eux, 5,5 millions en France, 3,2 en Allemagne et 1,5 en Italie... En France cette population est essentiellement constituée d'immigrants arabes et africains.

Après une recherche théorique, sur les valeurs religieuses qui soutient la pratique de finance islamique, par la consultation des sites bancaires islamiques et documents qui se réfèrent à la finance islamique en langue arabe qu'il a fallu traduire en français, nous avons fait une étude de terrain avec l'aide des entretiens semi directifs avec un échantillon de 15 personnes, il s'agit là de cerner leurs besoins et leurs motivations vis-à-vis d'une ouverture prochaine de la première banque islamique en France.

Le guide d'entretien a été bien le résultat d'une recherche théorique sur le sujet. A la fin des entretiens nous avons bien choisi le logiciel de statistique textuelle (ALCESTE) pour exploiter la base de données.

L'analyse réalisée isole quatre classes qui sont toutes de bonne dimension puisqu'elles pèsent de 14,60% pour la plus petite (classe2) à 50,36 pour la plus grande (classe4).

« Classe1 représente 18,98 % de l'échantillon, classe2 représente 14,60 %, classe 3 représente 16,06 % et la classe 4 représente 50,36 % ».

La double classification descendante hiérarchique réalisée isole 4 classes dont la représentativité est de 59,05% du corpus initial des données d'entretiens, ce qui est satisfaisant.

Mots clés: Valeurs, banques, islam, pratiques bancaires, banques islamiques

I. INTRODUCTION :

L'islam acteur de la mondialisation économique, c'est un objectif en voie de concrétisation car aujourd'hui le monde musulman compte bien participer à la globalisation, en proposant notamment un modèle financier basé sur la charia, la fameuse loi du Coran.

L'industrie financière islamique représente un marché de 700 milliards de dollars et s'inscrit désormais comme une concurrente de taille dans la compétition mondiale. Cette activité existe depuis une trentaine d'années mais aujourd'hui avec un taux de croissance annuel qui varie, selon les produits, de 10 % à 30%, elle est devenue incontournable dans le milieu de la finance.

La finance islamique s'appuie sur quatre principes fondamentaux : pas de riba (intérêt, usure), pas de garar ni de maysir (incertitude, spéculation), pas d'investissement dans les secteurs illicites selon la loi coranique, comme le jeu ou l'alcool, et enfin l'obligation de partage des profits et des pertes.

Aujourd'hui la France engage l'industrie de la finance islamique à considérer la place de Paris comme une terre d'accueil.

Lors du II^{ème} Forum Français de la Finance Islamique, organisé le vendredi 05 décembre 2008 par la Chambre du Commerce Franco-arabe (CCFA) et Secure Finance, la ministre de l'économie et des finances, madame Christine Lagarde, a montré (confirmé) son engagement dans le développement de la finance islamique en France. Elle a notamment soutenu (affirmé) que Londres n'était pas le seul point de passage obligé de la finance islamique.

M^{me} Lagarde s'est exprimée dans un long discours sur l'aspect éthique de la finance islamique qui se révèle particulièrement attirant surtout dans le contexte actuel de crise financière mondiale. « La finance islamique présente bien des avantages, en ce qu'elle condamne la spéculation et en ce qu'elle condamne le hasard » déclarait-elle à son auditoire.

www.ribh.info

Aujourd'hui, et selon une enquête réalisée en mai dernier par l'Ifop, le marché de la finance islamique en France se veut porteur puisqu'il représente 5 millions de musulmans résidant en France et parmi eux 500 000 personnes seraient très intéressées par des emprunts bancaires respectant la charia.

En économie l'offre fait la demande, mais selon cette enquête nous avons une demande très sérieuse sans offre concrète. Trois établissements financiers islamiques auraient déjà déposé

une demande d'agrément pour répondre à cette demande importante et la France pourrait autoriser leur installation d'ici juin 2009. www.leparisien.fr

Ainsi nous pouvons dire que l'économie islamique définit un système complet qui prescrit pour tout individu des moyens spécifiques de comportements sociaux et économiques. Cela concerne beaucoup de domaines : les droits de la propriété, le système des incitations et des allocations des ressources, le système de prise de décision, le type de libertés économiques, le rôle propre aux gouvernements. Cette économie repose sur un précepte fondamental admis comme axiome parce que révélé par les écritures : l'interdiction du taux d'intérêt, *riba* définit comme le retour fixe et prédéterminé de l'usage de la monnaie. Elle n'interdit cependant pas la récompense de son usage à condition que celle-ci soit indissociablement liée au profit de l'activité qu'elle finance, constaté a posteriori.

II) METHODE ET MATERIEL :

L'islam soumet les activités économiques et financières, à des restrictions prévues pas le Coran, livre saint qui est placé, au sommet de la hiérarchie des normes juridiques dans la terre de l'islam. A partir de ce principe, tout accroissement du capitale par le paiement d'un revenu fixé à l'avance est interdit. Cette interdiction nous montre l'influence de l'islam sur la vie économique des musulmans, ce qui nous a amené à traiter les valeurs du client, pour voire leur influence sur le développement du système bancaire islamique, en se posant la question suivante : le respect des valeurs religieuses rapporte-t-il des ressources à la banque islamique ?

Notre guide d'entretien (annexe1) est le fruit d'une recherche théorique, sur les valeurs religieuses qui soutient la pratique de finance islamique à travers la consultation des sites bancaires et documents qui se réfèrent à la finance islamique en langue arabe qu'il a fallu traduire en français. Cette littérature arabe (voire bibliographie) confrontée à l'actualité en France nous a permis d'identifier une problématique de recherche bien précise : dans le but d'évaluer le degré global de connaissance de la banque islamique de la part des musulmans en France et ensuite d'évaluer la demande pour la création de banques islamiques ou tout simplement de produits bancaires conformes aux principes de l'islam. .

Les entretiens qualitatifs : L'échantillon de l'enquête est constitué d'une quinzaine de personnes de tous âges et d'origines différentes vivant à Rennes Métropole. Les candidats ont été sélectionnés en fonction de certains critères indispensables pour rendre crédibles les résultats. Ils devaient d'abord être intéressés par le sujet et ensuite être capables de s'exprimer dessus. La diversité des secteurs professionnels devait être représentée de même que tous les autres acteurs de la vie sociale. Tous étaient des particuliers donc des clients potentiels pour une banque islamique.

Le choix des femmes s'est révélé plus difficile que celui des hommes car il était nécessaire qu'elles s'expriment en tant que futures consommatrices à part entière et qu'elles se projettent dans la situation où elles feraient elles-mêmes la démarche d'ouvrir un compte dans une banque.

Consigne d'entretien : le client musulman en France face à une nouvelle offre bancaire éthique.

Nous pouvons résumer cette partie

Pour comprendre et analyser l'influence des valeurs religieuses des clients sur leurs décisions financières, nous avons construit un guide d'entretien à partir d'une littérature (partie 1 de mon mémoire de master) sur les banques islamiques. Notre échantillon pour l'étude présente 15 personnes de tous âges et les deux sexes sont présents.

L'échantillon a été choisi selon deux critères importants pour la réalisation de l'étude :

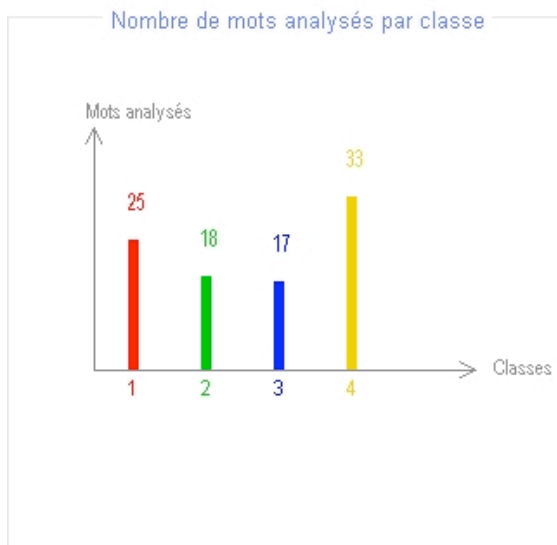
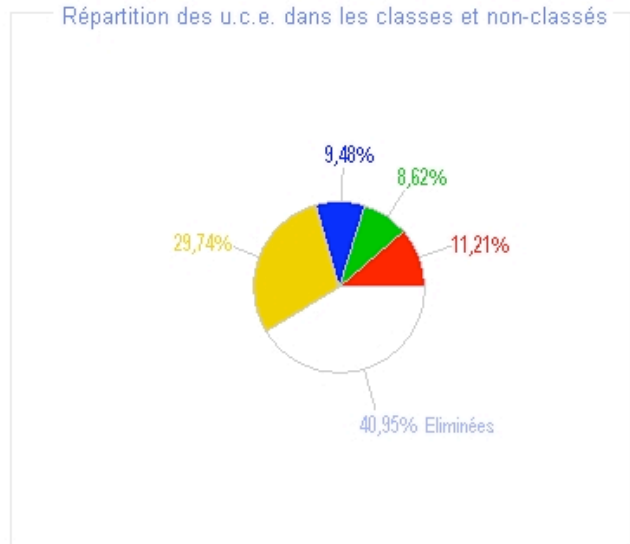
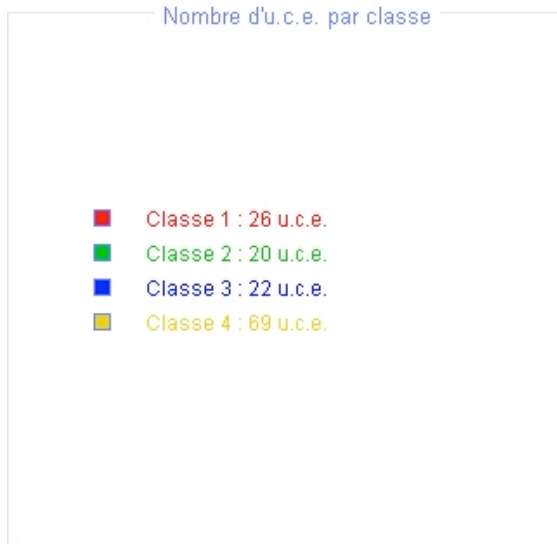
- 1) La personne doit exprimer ses idées d'une manière claire et cohérente
- 2) Elle doit s'intéresser à la banque islamique

Une fois les deux conditions remplies nous passons à l'enregistrement des entretiens. Et la durée de l'entretien varie selon la personne mais en moyenne elle est de huit minutes. Ces entretiens seront transcrits pour construire une base de données écrite.

Après avoir récolté cette base de quinze entretiens nous passons au traitement de données avec l'aide du logiciel ALCESTE, ce logiciel d'analyse textuelle, traite les discours des individus en les classant dans quelques groupes, ce qui est expliqué dans la partie résultats.

III) LES RESULTATS DE L'ENQUETE:

(UCE = Unités de Contexte Elémentaires)



L'analyse réalisée isole quatre classes qui sont toutes de bonne dimension puisqu'elles pèsent de 14,60% pour la plus petite (classe2) à 50,36 pour la plus grande (classe4).

« Classe1 représente 18,98 % de l'échantillon, classe 2 représente 14,60 %, classe 3 représente 16,06 % et la classe 4 représente 50,36 % ».

La double classification descendante hiérarchique réalisée isole 4 classes dont la représentativité est de 59,05% du corpus initial des données d'entretiens, ce qui est satisfaisant.

1. L'ANALYSE DE CONTENU POUR CHAQUE CLASSE:

L'analyse de contenu porte sur un corpus constitué de la retranscription intégrale des 15 personnes. Cette analyse de contenu a été réalisée comme une analyse automatisée à l'aide du logiciel ALCESTE.

L'intérêt de cette analyse automatisée réside dans le fait que les classes issues de l'analyse du corpus constituent un appui à l'interprétation du schéma de valeurs religieuses et leurs présences dans la décision financière finale chez les clients de la banque islamique.

1.1 CLASSE 1 :

Unités de Contexte Élémentaires de la classe 1 :

Pour cette classe, la banque islamique ne doit pas avoir recours à l'intérêt. Toutefois, si elle est contrainte d'avoir recours à cet intérêt, dans ce cas, il ne faut pas que cet intérêt soit lourd pour le client.

Cette classe déclare qu'elle ne connaît pas trop le fonctionnement de la banque islamique, mais en même temps elle estime que les besoins, pour justifier l'ouverture d'une banque islamique, sont les mêmes que ceux qui justifient l'ouverture d'une banque classique sauf que dans une banque islamique on remplace l'intérêt par une rémunération compatible avec la fameuse loi du Coran.

C'est une classe représentée par des étudiants qui sont intéressés par le fait de pouvoir obtenir un crédit sans intérêts pour financer leurs études.

Mais nous pouvons constater que l'importance du crédit sans intérêts n'est pas liée aux valeurs religieuses, mais plutôt au coût du crédit.

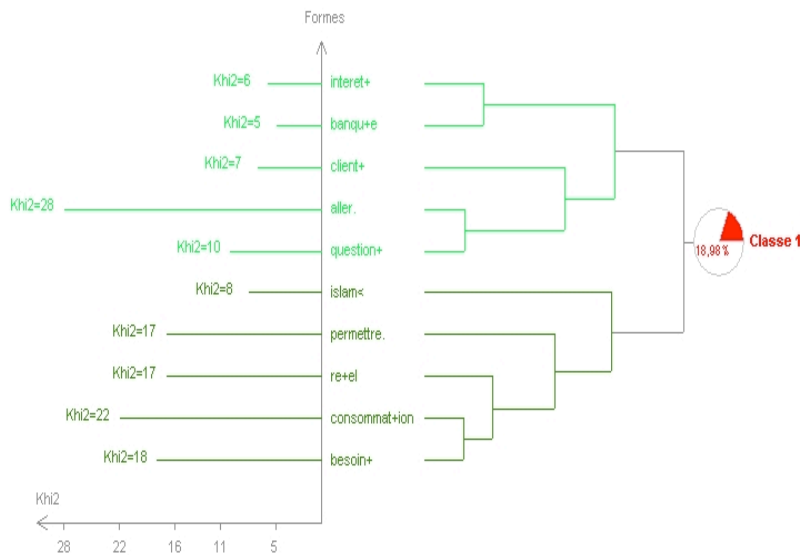
Présences significatives et absences significatives :

C'est une classe qui s'intéresse plus à la consommation qu'aux valeurs religieuses. Dans le discours des personnes de cette classe, le constat est que quatre verbes sont régulièrement usités : « aller », « déposer », « permettre », « ouvrir » ainsi que le mot « consommation ». En même temps, il convient de noter une absence totale de certains mots comme « cher », « religion », « valeur » ce qui révèle que cette classe ne semble pas trop encline à la religion, c'est plutôt la consommation et l'ouverture d'un compte qui sont expliqués dans le discours.

Pour regrouper les individus dans cette classe, le tableau des présences significatives nous montre que l'individu 6 représente bien cette classe. Pour vérifier le regroupement de cette classe nous constatons que le discours de l'individu 6 correspond bien au contenu de l'Unité de Contexte Élémentaire de cette classe.

En même temps, les profils des individus 14, 8 et 10 ne correspondent pas à cette classe, ils font partie des absences significatives. Nous constatons que les individus de cette classe sont en général célibataires et non commerçants en faisant référence à l'absence de la profession n° 2.

Classification ascendante hiérarchique :



1.2 CLASSE 2 :

Unités de Contexte Élémentaires de la classe 2 :

Cette classe est composée d'individus mariés et célibataires et toutes les catégories socio professionnelles sont représentées. Cette diversité de la population dans cette classe explique que l'achat d'une maison est le souci principal de tout le monde.

Ce qui ressort globalement des déclarations des personnes consultées, c'est que l'achat d'une maison en France est une préoccupation essentielle à cause de l'investissement important que cela représente.

De ce fait, pour ces personnes, les valeurs religieuses passent au second plan. Parallèlement, les mêmes personnes déclarent qu'elles ne font pas du tout confiance au système bancaire classique et que les intérêts pratiqués sont, à leur sens, très lourds.

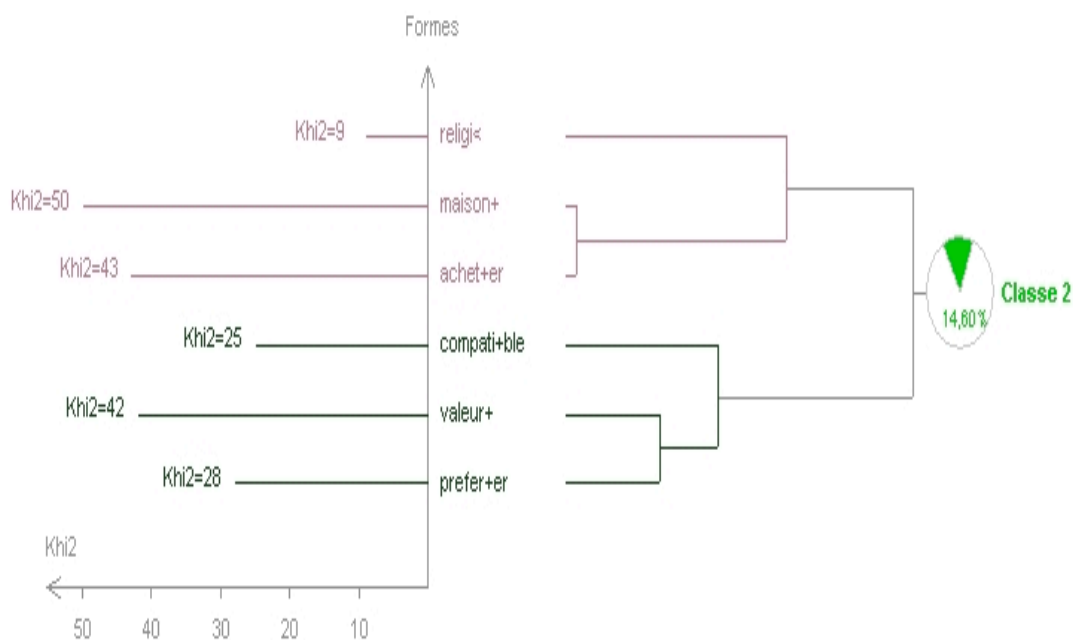
Présences significatives et absences significatives :

Dans le discours de cette classe, le constat est que les mots les plus employés sont « maison », « acheter », « moins cher », « valeurs ». Ce vocabulaire est très significatif sur les intentions de cette classe qui combine l'achat d'une maison avec un prix compétitif (c'est-à-dire le

moins cher) et qui, en même temps, privilégie les valeurs religieuses. Les individus 9 et 10 représentent de façon très significative cette classe.

Il est à noter pour cette classe l'absence d'individus masculins on peut donc conclure que cette classe est majoritairement féminine. Il convient de souligner également l'absence significative dans cette classe des individus 5 et 12.

Classification ascendante hiérarchique :



1.3 CLASSE 3 :

Unités de Contexte Élémentaires de la classe 3 :

Cette classe déclare que le coût d'un produit ou d'un service joue un rôle primordial dans les transactions, les éléments de cette classe affirment également que les valeurs religieuses ne sont pas présentes dans leur vie en tant que consommateurs.

Cette classe assure aussi que : si les banques islamiques proposent des services avec un coût plus élevé par rapport à une banque classique, leur choix se tournera sans hésitation vers la banque classique, ce qui veut dire que cette classe n'est pas intéressée par l'interdiction de l'intérêt dans l'islam.

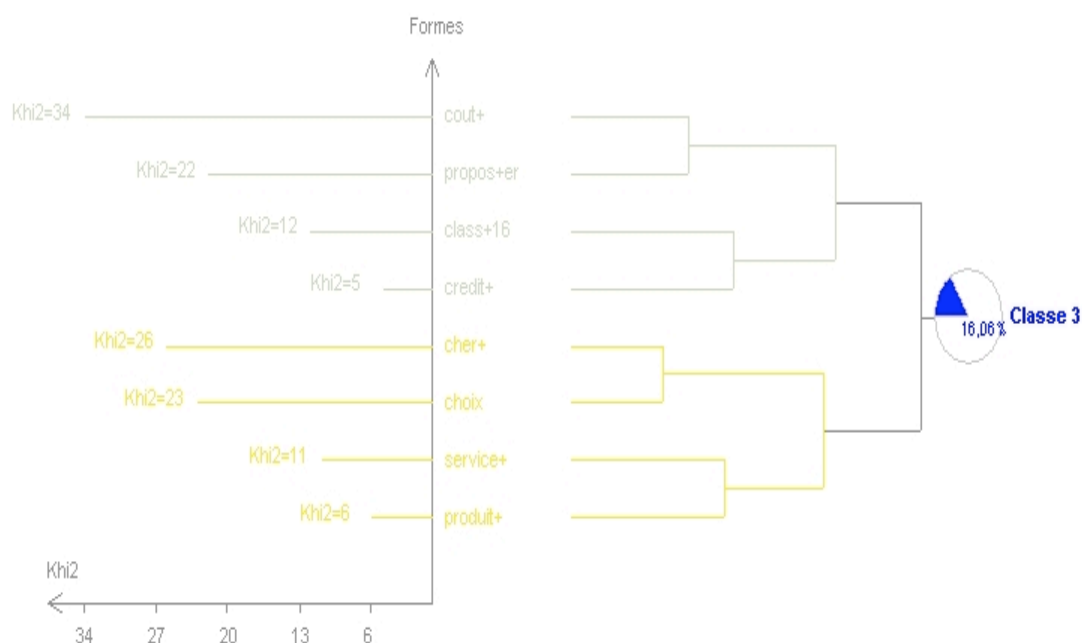
Pour cette classe la seule raison qui justifierait l'ouverture d'un compte dans une banque islamique serait le coût des services moins élevé par rapport aux coûts pratiqués dans une banque classique. Pour les éléments de cette classe ce principe du coût moindre correspond bien à l'islam qui est une religion humaniste et sociale avant tout. Enfin, cette classe déclare que rien n'empêche d'investir donc de percevoir des intérêts.

Présences significatives et absences significatives :

Nous constatons que l'individu 2 est représentatif de classe. Le souci de cette classe tiens au coup comparé entre une banque islamique et une banque classique. Nous constatons que les individus de cette classe vivent en France depuis plus de 7 ans.

L'absence dans cette classe de personnes résidant en France depuis moins de 7 ans est significative. De même, il est intéressant de noter l'absence de réponses de la part des femmes dans cette classe en même temps que l'absence du mot intérêt. Il est possible d'en déduire que cette classe pratique l'intérêt qui n'est pas interdit selon elle. Elle différencie l'intérêt de l'usure dès lors que cet intérêt reste dans des proportions raisonnables. Il est donc possible d'accepter la pratique de l'intérêt qui n'est pas condamnable.

Classification ascendante hiérarchique :



1.4 CLASSE 4:

Unités de contexte Elémentaires de la classe 4 :

Cette classe déclare son attachement aux valeurs religieuses, pour elle l'argent se mérite, et par la pratique de l'intérêt on est dans le cas contraire, car l'intérêt n'est pas produit pas le travail.

Elle déclare aussi qu'elle ne veut pas que son argent provienne d'une activité sale.

Pour elle c'est normal de payer un coût si celui-ci permet de respecter les valeurs religieuses.

En fait, c'est une classe très croyante et pratiquante.

Pour cette classe l'ouverture d'une banque islamique en France est une urgence. Elle déclare aussi que le fait de supporter une perte ou de profiter d'un gain, est une chose appréciable.

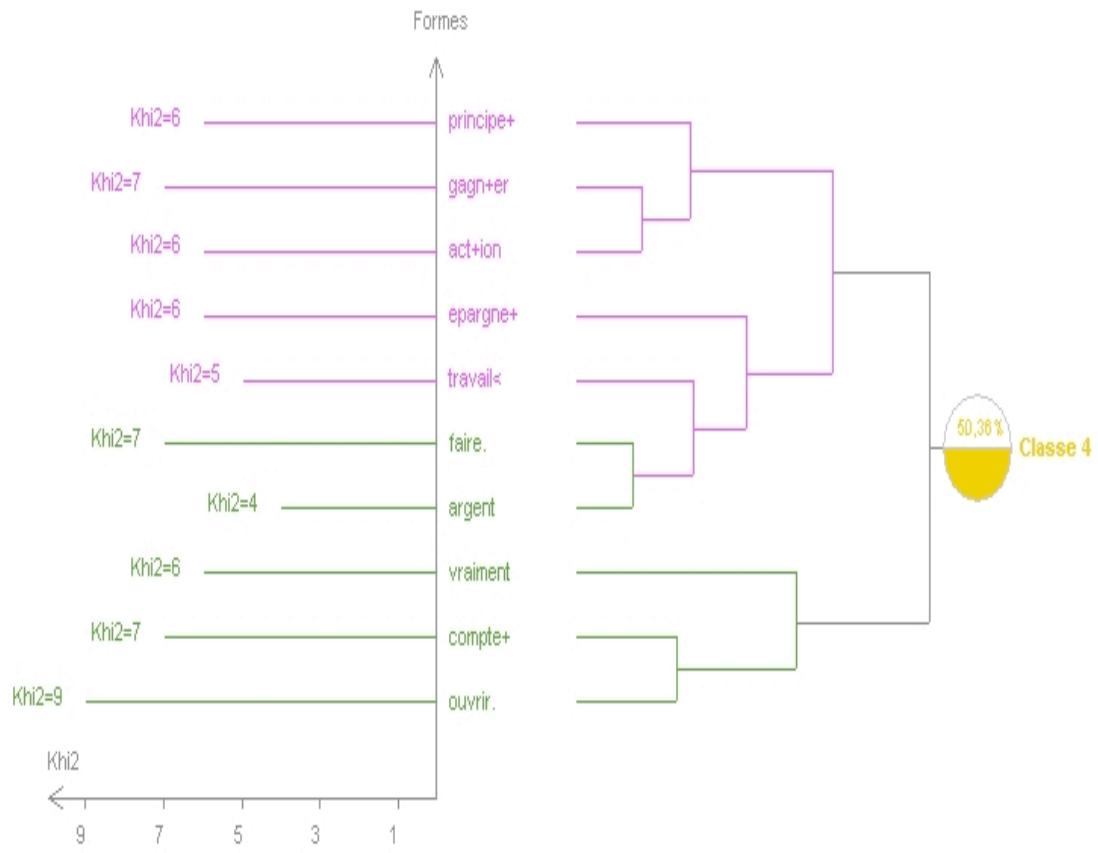
Enfin, pour cette classe, l'intérêt et l'usure sont interdits par l'islam donc il convient de les éviter.

Présences significatives et absences significatives :

Nous constatons la présence de l'individu 14 dans cette classe. Cet individu est en France depuis plus de 7 ans, mais comme nous avons aussi constaté que cette classe comptait des individus qui sont en France depuis moins de 7 ans, nous pouvons dire que le fait d'être très attaché aux valeurs religieuses n'a rien avoir avec le fait de résider en France depuis plus de 7 ans ou non.

L'absence de l'individu 2 dans cette classe révèle que les individus de cette classe sont intéressés par l'ouverture d'une banque islamique tout simplement pour gérer leur argent tout en étant en accord avec leur foi. C'est donc une classe très pieuse.

Classification ascendante hiérarchique :



L'axe horizontal : semble vouloir nous montrer l'importance de la classe4 qui présente 50,36% de l'échantillon.

L'axe vertical : nous montre au centre du graphique, le flou du discours de la classe1

L'analyse factorielle des correspondances confirme l'importance de l'achat d'une maison pour la classe 2 en montrant la présence de l'individu 15 dans cette classe.

En même temps nous constatons la forte opposition entre le discours de la classe 3 et celui de la classe 4. Cette opposition s'explique par le fait que la classe 3 déclare que les valeurs religieuses ne jouent pas un rôle dans ses choix comme consommateur, contrairement au discours de la classe 4.

Nous constatons la généralité de la classe 1, elle est représentée d'une manière large. Ce qui explique sa position. Le discours de cette classe est général, il n'y a pas d'engagement personnel, nous constatons l'absence du terme « je » ce qui peut être expliqué par une faible implication.

Enfin on peut distinguer 4 segments qui sont de près ou de loin intéresser par l'ouverture d'une banque islamique en France.

IV) DISCUSSION :

Pour parachever ce travail, il est nécessaire de mettre en évidence quelques observations et critiques qui se sont révélées avant, pendant, et après l'enquête.

Concernant notre position, nous avons été confrontés à plusieurs problèmes, commençant par la recherche bibliographique pour bien construire la problématique de recherche afin de rendre notre recherche utile.

Ensuite, pour les besoins de l'enquête, nous avons évidemment été confrontés à des individus avec qui nous devons aborder des problèmes liés à leurs valeurs religieuses. Cette démarche n'a pas toujours été simple. En fait, certaines rencontres se sont révélées être plutôt difficiles.

C'est ainsi que, dans un contexte assez tendu, certains individus de la classe 4, ont manifesté de la réticence durant les entretiens. Ils se sont notamment opposés fermement à l'enregistrement des conversations et nous ont fait savoir qu'ils n'appréciaient pas cette démarche. Cela n'a pas simplifié le travail et ça a été une perte de temps considérable. Il s'en est suivi un bouleversement dans le planning à cause de ces contretemps à gérer.

Lors de l'enquête, fort heureusement, toutes les personnes interrogées ne réagissaient pas de la sorte. Cependant, il arrivait que, lorsque les personnes acceptaient l'enregistrement, ces personnes soient perturbées par le fait justement de savoir que la conversation allait être enregistrée. Ce comportement inattendu aurait pu générer des réponses erronées ou non sincères. C'est pourquoi, dès que nous percevions que le fait d'enregistrer les entretiens avait une influence directe sur les réponses, nous redoublions de simplicité et de neutralité afin de faire jouer l'autorégulation. Nous attachions de l'importance à la véracité des personnes interrogées.

Enfin, concernant les résultats de l'enquête, il est important de souligner que ceux-ci sont basés sur les unités de contextes Élémentaires pour identifier les classes. Il n'y a donc pas eu à la base, avant les résultats, de classement sélectif du genre « l'individu 1 fait partie de la classe 2 ». Cette observation a son importance car le traitement des informations résulte du logiciel mis à notre disposition. En effet, ce logiciel après avoir traité les données les a classées en 4 groupes. Les données étant constituées des discours recueillis auprès des personnes qui ont participé à l'enquête, les résultats obtenus après traitement par le logiciel faisaient abstractions de certaines données et notamment les individus eux-mêmes et de leurs caractéristiques.

Cette dernière remarque permet de mieux apprécier les résultats de l'enquête. Toutefois, nous pouvons affirmer que la limite dans l'exploitation des données, imposée par le logiciel, n'a pas constitué un obstacle dans nos recherches, au contraire, grâce à ce travail et aux lacunes

qui sont apparues au cours du compte-rendu de l'enquête, nous pouvons nous projeter dans un avenir proche et envisager de nouvelles méthodes d'investigation sur le sujet.

V) CONCLUSION :

Dans les pays occidentaux, notamment en France, les musulmans ont des difficultés à avoir des informations sur tout ce qui touche à la religion. Et depuis les attentas du 11 septembre aux Etats Unis, un grand nombre d'entreprises et de particuliers sont sous surveillance, malgré tout la finance islamique se veut une alternative prometteuse, d'où notre initiative de rentrer en contact direct avec la population musulmane de rennes, afin de réaliser ce travail.

Il apparait évident que la religion n'est pas nécessairement le seul critère de différenciation dans le choix d'un client musulman, les sentiments d'appartenance à la communauté jouent un rôle déterminant dans sa décision et dans ce sens un musulman aisé peut avoir beaucoup de points communs avec un chrétien aisé que avec un musulman pauvre.

La littérature sur ce sujet nous a montré que le boom de la fiance islamique s'explique par l'envol des prix du pétrole et le rapatriement des capitaux vers le moyen orient après le 11 septembre. Mais en pratique ce boom s'explique par le renforcement du sentiment religieux chez les consommateurs (plus de 50% de notre échantillon). Nous constatons que le travail sur le comportement du client musulman devient une actualité dans le domaine du marketing.

De très nombreux musulmans attendent avec impatience qu'on leur propose des solutions pour acquérir un bien immobilier. En attendant, ils épargnent. Ces clients potentiels n'auront même pas à être convaincus : la première banque islamique qui ouvrira en France à destination des particuliers leur sera destinée. L'attente est très forte, les parts de marché non négligeables.

LES ANNEXES :

Annexe 1 :

Le format du guide d'entretien :

Il est a noté que cette enquête a eu pour objectif de sortir des résultats scientifiques permettant une extrapolation dans la perspective de l'ouverture d'une banque islamique en France.

Votre âge :

Votre profession :

Votre situation matrimoniale :

Sexe : Homme Femme

Résidez-vous en France depuis plus de 7 ans ? : Oui non

Etes-vous propriétaire de votre logement ? : Oui non

Question 1 : que pensez-vous de l'intérêt dans les transactions financières ?

Question 2 : quels sont les besoins réels qui justifieraient selon vous l'ouverture d'une banque islamique en France ?

Question 3 : quelles sont les raisons qui vous motiveraient à ouvrir un compte dans une banque islamique ?

Question 4 : en tant que client particulier, quel produit allez-vous privilégier ?

Question 5 :préférez-vous les produits et services proposés par une banque islamique même si cela présente un coût supérieur par rapport à une banque classique ?

Question 6 : pour acheter une maison en France préférez-vous le financement le moins cher ou le plus compatible avec vos valeurs religieuses ?

Annexe 2:

Descriptives des principes : Les principaux instruments bancaires islamiques

appellations	caractéristiques	correspondance avec des instruments occidentaux
<i>Mudaraba*</i>	Financement d'un projet par la banque avec partage des Pertes et Profits selon un ratio préétabli	Capital investissement
<i>Musharaka*</i> <i>Muzaka</i>	Cofinancement par la banque et les promoteurs avec partage des Pertes et Profits selon un ratio préétabli	Capital investissement
<i>Kard hasan</i>	Prêt sans intérêt avec couverture des frais bancaires réels par l'emprunteur	Prêt mutualiste
<i>Bay'mu'ajjal</i>	Achat d'un actif par la banque puis revente à son client avec paiement différé	Vente à terme ou <i>forward</i>
<i>Bay'as-salam</i>	Achat d'un actif du client par la banque puis revente à terme à ce dernier	Cessions-bails
<i>Ijara</i>	Achat d'un actif par la banque puis location à son client avec promesse de vente à terme	Crédit-bail
<i>Murabaha</i>	Prêt sans intérêt à court terme avec marge bancaire préétablie	Micro crédit
<i>Sukuk</i>	Emprunt obligataire adossé à un contrat de crédit-bail	Emprunt obligataire

LA BIBLIOGRAPHIE :

ANDREANE FULCONIS-TIELENS : la finance islamique a-t-elle un avenir prometteur en France ? Revue banque, N°696 Novembre 2007

LACHEMIEI SIAGH : l'islam et le mode des affaire, édition des organisations, juin 2004 Montréal Canada.

PHILIP ROBERT : l'anthropologie du sacré en sciences de gestion, édition apogée Rennes 2007

ELYES JOUINI& OLIVIER PASTRE : la finance islamique : une solution pour la crise ? 2009 Préface de GERARD MESTRALLET président de paris EUROPLACE

GILBERT BEAUGE : les capitaux de l'islam 2001, CNRS EDITIONS, Tours, France

CEDOMIR NESTOROVIC « marketing en environnement islamique » Edition Dunod, paris 2009

BIBLIOGRAPHIE ARABE :

□□□□□□□

□□□□□□□

BADAWI AWADE Abdellatif, le système financier islamique comparé, 1972 éditions al ah rame Égypte.

OULD SIDI MOHAMED HAMENA Mohamed, banque islamique et banque classique, 1994 éditions attelassent, Mauritanie

MOHAMED ASSAL Ahmed, le système bancaire islamique : les fondements et les objectifs, 1980 le Caire Egypte

MOHAMED SIDI TANTAWI « Les fondements de l'économie islamique et la théorie de l'équilibre économique dans l'islam » 1997 édition Saada, Egypte

ABDERAHMANE BEDRE, études dans l'économie islamique, 2001, le Caire, Egypte

ABDELMOUNIME ABDELKADER, système économique islamique, 1979 Avar, Egypte

MOHAMED BAKER SADRE, notre économie, 1995, Baghdâd, Iraq

Sites Internet visités :

www.isdb.org

www.vernimmen.net

www.ribh.info

www.fleurislam.net

www.aljazeera.net

lemonde.fr

lefigaro.fr