Université Abderrahmane Mira Bejaia

Faculté des sciences Economiques, Commerciales, et des sciences de Gestion

Département des sciences de Gestion

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences de gestion

Spécialité : Entrepreneuriat

Thème :

L'écosystème entrepreneurial des startups en Algérie

Réalisé par :

IBALIDEN Belkacem

OUBIAR Koceila

Encadré par :

Dr. HAMITOUCHE Sihem

Septembre 2024

Remerciements

Nous remercions Dieu le tout puissant pour le courage, la force, la volonté dont il nous a Fait grâce tout au long de notre parcours universitaire.

Tout d'abord, nous tenons à remercier très sincèrement notre encadrante Mme.HAMITOUCHE Sihem de nous avoir honoré en dirigeant notre travail qui n'aurait pu être possible sans la confiance qu'elle nous a accordée, les connaissances qu'elle nous a transmises et ses conseils qui nous ont été très précieux pour l'aboutissement de ce travail.

Nous remercions les membres de jury qui ont accepté de nous faire l''honneur d'examiner notre travail.

Nous tenons aussi à présenter nos vifs remerciements à toutes les personnes ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Et enfin une tendre pensée à nos chères familles

IBALIDEN** et **OUBIAR.

Liste des tableaux

Tableau 1: Définitions de l'écosystème entrepreneuriales 27
Tableau 2:Domaines de l'écosystème entrepreneurial selon Masson et Brown (2014) 30
Tableau 3:la répartition des répondants selon le Secteur d'activité 55
Tableau 4:la répartition des répondants selon le Nombre d'employé 55
Tableau 5:la répartition des répondants selon la Forme juridique 56
Tableau 6:la répartition des répondants selon le Niveau d'études 56
Tableau 7:la répartition des répondants selon la connaissance des différents modes de financement dédiés aux start-up 57
Tableau 8:: la répartition des répondants selon leur avis sur les différents modes de financement existants 58
Tableau 9: la répartition des répondants selon leurs modes de financement sollicités 59
Tableau 10:la répartition des répondants selon l'existence des difficultés de financement 60
Tableau 11:: la répartition des répondants selon la phase qui a confronté des difficultés de financement 61
Tableau 12:la répartition des répondants selon leurs tentatives de surmonter cette difficulté 62
Tableau 13:la répartition des répondants selon les causes de la difficulté d'accès à un financement 62
Tableau 14:: la répartition des répondants selon l'accès du soutient des incubateurs ou des accélérateurs 63
Tableau 15:la répartition des répondants selon la principale difficulté rencontrée lors de l'incubation de votre startup 64
Tableau 16:: la répartition des répondants selon l'importance de l'incubateur pour la création des startups 65
Tableau 17:: la répartition des répondants selon la relation entre l'incubation de la start-up et son succès 66
Tableau 18:la répartition des répondants selon le degré de satisfaction de leurs incubateurs 67
Tableau 19:: la répartition des répondants selon la labellisation de la start-up 67
Tableau 20: la répartition des répondants selon la labellisation de la start-up 68
Tableau 21:la répartition des répondants selon les principaux freins à la création et au développement des start-up en Algérie 69
Tableau 22:la répartition des répondants selon la favorabilité de l'écosystème entrepreneurial en Algérie 69
Tableau 23:: répartition des répondants selon la favorabilité de l'écosystème entrepreneurial en Algérie 70
Tableau 24:Tableau croisé Quel est votre degré de satisfaction de votre incubateur * D'après votre expérience, l'écosystème entrepreneurial en Algérie est 71
Tableau 25:Test de Khi-deux 72

Liste des figures

Figure 1:répartition des répondants selon l'année de création 54
Figure 2:répartition des répondants selon le Niveau d'études 57
Figure 3:répartition des répondants selon la connaissance des différents modes de financement dédiés aux start-up 58
Figure 4:: répartition des répondants selon leurs avis sur les différents modes de financement existants 59
Figure 5:répartition des répondants selon l leurs modes de financement sollicités 60
Figure 6:répartition des répondants selon l'existence des difficultés de financement 61
Figure 7:répartition des répondants selon la phase qui a confronté des difficultés de financement 61
Figure 8:répartition des répondants selon leurs tentatives de surmonter cette difficulté 62
Figure 9:répartition des répondants selon les causes de la difficulté d'accès à un financement 63
Figure 10:: répartition des répondants selon l'accès du soutient des incubateurs ou des accélérateurs 64
Figure 11:: répartition des répondants selon la principale difficulté rencontrée lors de l'incubation de votre startup 65
Figure 12:: répartition des répondants selon l'importance de l'incubateur pour la création des startups 66
Figure 13:: répartition des répondants selon la relation entre l'incubation de la start-up et son succès 66
Figure 14:répartition des répondants selon le degré de satisfaction de leurs incubateurs 67
Figure 15:répartition des répondants selon la labellisation de la start-up 68
Figure 16:répartition des répondants selon la labellisation de la start-up 68
Figure 17:répartition des répondants selon les principaux freins à la création et au développement des start-up en Algérie 69
Figure 18:: répartition des répondants selon la favorabilité de l'écosystème entrepreneurial en Algérie 70
Figure 19: répartition des répondants selon la réalisation des objectifs escomptés des politiques publiques 71
Figure 20:répartition des répondants selon la réalisation des objectifs escomptés des politiques publiques 73

Liste des abréviations

AGRITECH	Agrotechnologie
ANADE	Agence Nationale pour le Développement de l'évaluation
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du Microcrédit
ANSEJ	Agence National de Soutien à l'emploi de jeune
ASF	Algérien Startup Fund
BA	Business Angels
BAALDI	Business Angels Algérie-Diaspora
BADRE	Bureau d'appui au développement Rural et à l'emploi
BEA	Bureau d'études d'Algérie
BDL	Banque de Développement Local
BNA	Banque Nationale D'algérie
CASNOS	Caisse National de des Non SalariésSécurité Sociale
CBA	Casbah Business Angels
CNAS	Caisse National des Assurances Sociales
CNEP	Caisse Nationale d'épargne et de Prévoyance
CPA	Caisse d'épargne et de Prévoyance
DGRSDT	Direction Générale de la Recherche Scientifique et du Développement Technologique
IBS	Impôt sur Bénéfices des Sociétés
IRG	Impôt sur le Revenus Global
NIF	Numéro d'identification Fiscal
NTIC	Nouvelles Technologies de l'information et de la Communication
PME	Petite et Moyenne Entreprise
R&D	Recherche Développement
TAP	Taxe sur l'activité Professionnelle
TIC	Tecnologie de la l'information et de la Communication

Sommaire

INTRODUCTION GÉNÉRALE 1

CHAPITRE I : LA GÉNÉRALITÉ SUR L'ENTREPRENEURIAT ET LES START-UP

INTRODUCTION 6

SECTION 01 : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT 6

1. QUELQUES CONCEPTIONS THÉORIQUES SUR L'ENTREPRENEURIAT 6

2. LES CONCEPTS ESSENTIELS DE L'ENTREPRENEURIAT 8

3. LE PROCESSUS ENTREPRENEURIAL 12

SECTION 02 : GÉNÉRALITÉS SUR LES START-UP : 14

1. ORIGINE ET ÉVOLUTION DES START-UP 15

2. DÉFINITION DES START-UP 16

3. CARACTÉRISTIQUES ET PROFIL DES STARTUPS 17

4. LES STARTUPS EN ALGÉRIE 19

CONCLUSION 24

CHAPITRE II: L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL

INTRODUCTION 26

SECTION 01 : GÉNÉRALITÉS SUR L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL 26

1. QUELQUES DÉFINITIONS DE L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL 26

2. STRUCTURATION DE L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL 29

3. IMPORTANCE DE L'ÉCOSYSTÈME POUR LES START-UP 31

SECTION 02 : DIMENSIONS ET CARACTÉRISTIQUES D'UN ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL 31

1. LES DIFFÉRENTES DIMENSIONS D'UN ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL .. 31

2. QUELQUES EXEMPLES RÉUSSIS DES ÉCOSYSTÈMES ENTREPRENEURIALS ... 40

3. L'ÉCOSYSTÈME DES START-UP EN ALGÉRIE 41

2. LES DÉFIS DE L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL EN ALGÉRIE 49

CONCLUSION 50

CHAPITRE III: ENQUÊTE DE TERRAIN SUR L'ECOSYSTÈME DES STARTUP EN ALGÉRIE

INTRODUCTION 52

SECTION 01 : MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE ET CARACTÉRISTIQUE DE L'ÉCHANTILLON : 52

1. MÉTHODOLOGIE CHOISIE ET OBJECTIFS 52

2. CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON 53
3. LE PROFIL DES START-UP ENQUÊTÉES 54
SECTION 02 : ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS 57
1. ANALYSE DESCRIPTIVE ET CALCULES DE FRÉQUENCES 57
2. LES TRIS CROISÉS 71
CONCLUSION GÉNÉRALE 75
BIBLIOGRAPHIQUE 78
ANNEXES
TABLE DES MATIERES

Introduction générale

Introduction générale

Les start-up étaient peu courantes à l'époque où les grandes industries dominaient le marché et où l'internet ne s'est pas encor développé. Ainsi, le développement d'Internet depuis les années 2000 a engendré une révolution majeure dans les stratégies de développement, de croissance, de production et dans l'organisation des entreprises. Les investissements dans les start-up ont également évolué, avec une approche différente de celle des modèles traditionnels, grâce à l'introduction des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Les premières start-up ont vu le jour aux États-Unis, dans la Silicon Valley, dans les années 1970, grâce à l'émergence de la technologie et des nouvelles possibilités offertes par la révolution numérique. Des entreprises telles qu'Apple et Microsoft ont joué un rôle crucial dans cette révolution.

Depuis lors, les start-up ont joué un rôle important dans la transformation de l'économie mondiale. Elles ont favorisé la mondialisation, remodelé les industries, stimulé la croissance économique et ouvert de nouvelles perspectives pour les économies du monde entier. Pour comprendre comment ces entreprises innovantes ont pu changer la structure économique mondiale, il est important de revenir sur les caractéristiques de ces entreprises mais, aussi sur la qualité de l'environnement dans lequel elles ont évolué. De nombreux pays ont misé sur les start-up pour diversifier leurs économies, notamment les Etats-Unies, l'Inde, la Chine et Singapour. Aujourd'hui, les start-up se développent en Algérie et une prise de conscience s'oriente vers ce type d'entreprise.

Malgré quelques expériences réussies, le secteur des start-up en Algérie est encore très embryonnaire. Il y a de nombreuses contraintes à prendre en compte, telles que les problèmes de financement, de réglementation d'accompagnement et d'orientation. Il est nécessaire de mettre en place de nouvelles perspectives de développement visant l'instauration d'un écosystème entrepreneurial favorisant la création et le développement des start-up en Algérie.

Cependant, un écosystème entrepreneurial regroupe des acteurs et des éléments interdépendants agissants ensemble pour promouvoir un entrepreneuriat productif basé sur l'innovation (Stam, 2015). Isenberg (2010, 2011) décrit un écosystème entrepreneurial comme un ensemble d'acteurs hétérogènes et complémentaires qui facilitent la mise en œuvre de projets innovants, cet écosystème comprend plusieurs dimensions dont les plus importantes sont le financement approprié, les politiques publics, l'accompagnement, la culture entrepreneuriale, les marchés et le capital humain. Toutefois, il n'existe pas de méthode universelle pour créer un écosystème réussi,

et ignorer les particularités propres à chaque pays mène inévitablement à l'échec (Isenberg, 2010). La problématique consiste à identifier les dimensions clés de cet écosystème sur lesquelles il faut agir plus, afin de répondre aux besoins des entrepreneurs et faciliter leur réussite.

Le développement des start-up en Algérie est encore récent, mais il a pris une ampleur notable depuis les années 2010. Diverses mesures ont été adoptées par les pouvoirs publics pour encourager ce développement, notamment, avec l'instauration en 2020 d'un ministère dédié à l'économie de la connaissance, aux start-up et aux micro-entreprises. Des structures telles que des accélérateurs et des fonds de soutiens ont été créées, comme Algérian Venture ou encor le Fond de financement des start-up (ASF). Ces mesures ont permis à plusieurs start-up d'émerger et de se développer dans plusieurs secteurs. Cela n'empêche qu'ils existent des contraintes qui les entravent.

Dans cette étude, nous allons explorer l'écosystème entrepreneurial qui entoure les start-up en Algérie, en nous demandant s'il offre réellement un cadre favorable à leur création et à leur développement. Nous mettons en lumière ses apports, ses défis, ainsi que les axes d'amélioration potentiels. L'objectif est d'examiner certaines dimensions de cet écosystème qui nous semblent essentielles, telles que le financement, l'accompagnement par les incubateurs et les procédures administratives de création, en prenant pour exemple quelques start-up situées dans la wilaya de Béjaïa et la wilaya d'Alger. De ce fait, la problématique que nous abordons est la suivante : ***L'écosystème entrepreneurial en Algérie permet-il réellement la création et la croissance des start-up ?***

A partir de cette question, nous formulons les hypothèses suivantes :

- ***Hypothèse 1 :*** l'écosystème entrepreneurial des start-up encourage le développement des start-up en Algérie.
- ***Hypothèse 2 :*** les stratégies d'accompagnement mises en œuvre en Algérie favorisent l'émergence des start-up
- ***Hypothèse 3 :*** la réglementations complexes et les lourdeurs administratives freinent l'innovation et la création des start-up en Algérie
- ***Hypothèse 4:*** les méthodes de financement dédiés aux start-up sont développées et répondent aux attentes des entrepreneurs

- **Méthodologie de recherche :**

Afin de répondre à notre question de recherche, nous avons adopté une approche méthodologique en deux étapes. Dans un premier temps, nous avons fait une recherche bibliographique visant à identifier les différents éléments théoriques constitutifs de l'entrepreneuriat, de l'écosystème entrepreneurial et des start-up. Ensuite, il nous semble indispensable de mener une étude de terrain par questionnaire. Nous avons sollicité quelques start-up en activité afin de revenir sur leur expérience concernant les dimensions de l'écosystème que nous jugeons essentielles à savoir le financement, l'accompagnement, les procédures administratives afin d'analyser leur perceptions en la matière. Notre échantillon est composé de 10 start-up seulement. Nous aurions souhaité inclure un plus grand nombre de start-up, mais le manque de données disponibles (nombre, adresses) et le refus de certaines entreprises de participer à notre enquête nous ont contraints à réduire notre échantillon à seulement 10 start-up.

- **Plan du travail**

Notre travail est structuré en trois chapitres. Le premier chapitre propose une présentation générale de l'entrepreneuriat et des start-up. Nous examinerons le cadre théorique et conceptuel de l'entrepreneuriat et les aspects liés aux start-up tels que leur définition et leurs caractéristiques tout en mettant en exergue le rôle des entrepreneurs comme acteur centrale de l'activité entrepreneuriale et des start-up.

Le deuxième chapitre se concentre sur la notion d'écosystème entrepreneurial. Nous présenterons les définitions de l'écosystème, son importance pour une start-up ainsi que les différentes dimensions qui le composent. Nous revenons sur des exemples d'écosystèmes réussis dans le monde et nous terminerons par l'écosystème entrepreneuriale en Algérie, ses caractéristiques ainsi que ses défis.

Le troisième chapitre est dédié à une enquête de terrain par questionnaire menée auprès d'un échantillon de start-up. Notre échantillon est composé de 10 start-up activant dans différents domaines d'activité à savoir le E.commerce, la maintenance, le marketing, la santé, et l'informatique. Cette enquête permettra de mettre en lumière les spécificités de l'environnement dans lequel active et évoluent ces entreprises. Ce chapitre a pour but de proposer des observations pratiques et des recommandations pour analyser l'apport des mesures

publique mise en place aux profit des start-up d'une part et de soulever les défis et les contraintes rencontrées par les entrepreneurs d'autre part.

Chapitre I : la généralité sur l'entrepreneuriat et les start-up

Introduction

Dans ce premier chapitre, nous tenons à identifier les éléments théoriques constitutifs de l'entrepreneuriat et les start-up, à travers l'exploration des différentes conceptions et approches développées en la matière. Dans un premier temps, il nous semble important de mettre en lumière quelques définitions pertinentes de l'entrepreneuriat, les différents paradigmes qui le sous-tendent ainsi qu'une perception théorique du processus entrepreneurial qui mène à la création d'entreprises, plus particulièrement les PME. Dans la deuxième section, nous revenons sur la notion de start-up, nous examinerons leur caractéristiques, leur contribution au le développement économique, ainsi que les défis auxquels elles sont confrontées dans leur environnement.

Section 01 : Généralités sur l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un domaine complexe qui requiert une connaissance approfondie des fondements qui le sous-tendent. La première section de ce chapitre se concentre sur le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat. offrant ainsi une base solide pour explorer les aspects essentiels de ce domaine dynamique. Nous examinerons les concepts clés qui définissent l'entrepreneuriat et qui sont nécessaires pour tout entrepreneur souhaitant réussir dans les affaires.

1. Quelques conceptions théoriques sur l'entrepreneuriat

Le concept de l'entrepreneuriat est un ensemble de théories et d'idées qui cherchent à expliquer les différentes facettes de la création et du développement d'une entreprise. Ce concept est lié à plusieurs notions telles que l'innovation, la gestion stratégique, l'économie, la psychologie et la sociologie. Les chercheurs A. FAYOLLE et VERSTRAET ont identifié quatre paradigmes théoriques qui permettent de circonscrire la recherche en entrepreneuriat. Chaque paradigme permet de définir et de percevoir l'entrepreneuriat de manière déférente de l'autre. Ces paradigme sont : la création de valeur, l'innovation, la création d'une organisation et les opportunités d'affaire.

1.1. L'entrepreneuriat selon le paradigme de l'opportunité d'affaire :

Selon ce paradigme, l'entrepreneuriat est le processus de création ou de saisie d'une opportunité et de la poursuite de celle-ci, indépendamment des ressources actuellement disponibles (Fayolle et Verstratete, 2005). Toutefois, les entrepreneurs ont cette capacité de percevoir des opportunités commerciales qui échappent à d'autres personnes. Pour cela, ils

doivent être vigilants aux changements dans leur environnement et être en mesure de les exploiter pour en faire des opportunités d'affaires**.**

1.2.L'entrepreneuriat selon le paradigme de la création de valeur

Selon ce paradigme, l'entrepreneuriat est perçu comme un « processus dynamique de création de richesse progressive. Cette richesse est générée par des individus qui assument les principaux risques en termes de capital, de temps et/ou d'engagement professionnel, dans le but de fournir de la valeur à travers un produit ou un service. Le produit ou service en question peut être ou non nouveau ou unique, mais l'entrepreneur doit nécessairement y ajouter de la valeur en sécurisant et en allouant les compétences et ressources nécessaires » (Fayolle et Verstratete, 2005 : 39). Dans cette perspective, les entrepreneurs engendrent de la valeur pour les parties prenantes en offrant des produits ou des services novateurs et uniques. Pour y parvenir, ils doivent faire preuve de créativité et d'innovation dans leur approche. Les parties prenantes incluent les clients, les employés, les investisseurs….

1.3.L'entrepreneuriat selon le paradigme de l'innovation

Selon ce paradigme, « l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvélles pour produire et offrir de nouveaux biens ou services, ou, encor pour réorganiser l'entreprise» (Julien, Marchesnay, 1996: 30; cité par Fayolle et Verstratete, 2005: 41). Dans le cadre de ce paradigme, l'innovation apparait comme un point de départ pour toute activité entrepreneurial. Si l'entrepreneur crée son entrepise son procéder à une innovation, il sera loin d'exercer la fonction d'un entrepreneur. L'innovation est l'outil spécifique de l'entrepreneuriat.

1.4. Autres conceptions théorique :

En dehor de ces quatres paradigmes, il existe d'autres théories ayant tenter d'analyser l'entrepreneuriat et les entrepreneurs. Elles offrent des perspectives différentes sur la façon dont les entrepreneurs agissent et apprennent. Nous citons:

1.4.1. La théorie de l'effectuation :

Cette théorie suggère que les entrepreneurs n'établissent pas d'objectifs précis à long terme, mais qu'ils progressent plutôt en découvrant de nouvelles opportunités et de nouveaux partenaires de manière itérative. Par conséquent, les entrepreneurs doivent être capables de s'adapter et de faire preuve de flexibilité.

1.4.2. La théorie de l'apprentissage entrepreneurial :

Cette théorie suggère que les entrepreneurs acquièrent des compétences en pratiquant, en tentant des expériences et en réfléchissant à leurs actions. Les entrepreneurs doivent ainsi être disposés à prendre des risques et tirer des leçons de leurs échecs.

1.4.3. La théorie de l'asymétrie d'information :

Selon cette dernière est que les entrepreneurs ont accès à des données exclusives et peuvent les utiliser pour générer de la valeur. Ainsi, ils doivent être compétents pour rassembler et interpréter ces informations. Les autres parties prenantes ne disposent pas de ces connaissances spécifiques.

2. Les concepts essentiels de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un domaine riche et complexe qui englobe de nombreux concepts essentiels. Dans ce qui suit, nous faisons un rappelle sur les concepts clé dans le domaine de l'entrepreneuriat.

2.1. L'entrepreneuriat

Selon Bruce R. BARRINGER et R. DUANE IRELAND, l'entrepreneuriat consiste à trouver des opportunités commerciales et à créer une entreprise en étant proactif. Cela implique de prendre des risques et d'être responsable de la réussite ou de l'échec de l'entreprise. Les entrepreneurs sont souvent considérés comme des innovateurs qui proposent de nouveaux produits ou services sur le marché. Il existe différentes formes d'entrepreneuriat, telles que la création d'une entreprise à partir de zéro, ce qu'on appelle création d'entreprise ex-nihilo (Hernandez, 2001), l'achat d'une entreprise existante, la franchise ou la participation à une entreprise existante en tant que partenaire ou investisseur. L'entrepreneuriat joue un rôle important dans l'innovation, la croissance économique et la création d'emplois. De plus, VERSTRAET (2000) affirme que l'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui ne peut être défini de manière stricte et univoque. De ce fait, il existe plusieurs définitions de l'entrepreneuriat. Selon Gartner (1988, 1990,1993), l'entrepreneuriat est un processus qui permet à un individu de créer une nouvelle organisation. Les conditions de cette création sont alors privilégiées. Cette approche à été reprise notamment par Aldrich (1999) et Hernandez (1999). Selon Howard Stevenson (1983 :10) : « L'entrepreneuriat est la poursuite d'opportunités au-delà des ressources actuellement contrôlées ». Cette définition met l'accent sur la nature proactive de l'entrepreneur, cherchant constamment à surmonter les obstacles et à mobiliser les

ressources nécessaires pour transformer une vision en réalité. Stevenson voit l'entrepreneur comme une figure dynamique, prête à prendre des risques et à innover pour saisir les opportunités.

2.2. L'entrepreneur

L'entrepreneur est souvent perçu comme le pivot de l'entrepreneuriat. De nombreux auteurs se sont penchés sur sa définition et ses traits distinctifs, chacun offrant une perspective différente sur son rôle fondamental. Ces diverses approches permettent de mieux comprendre les compétences, la vision et les qualités qui font de l'entrepreneur un acteur clé dans le processus entrepreneurial. Selon Schumpeter**,** l'entrepreneur est celui qui met en œuvre des combinaisons nouvelles. Schumpeter voit l'entrepreneur comme un agent de changement économique, capable de réinventer les industries et les marchés. RICHARD CANTILLON voit l'entrepreneur comme une personne qui achète à prix certain pour vendre à prix incertain (CANTILLON, 1755). Cantillon est considéré comme l'un des premiers à avoir défini l'entrepreneuriat, décrivant l'entrepreneur comme prenant des risques économiques en raison de l'incertitude des prix de vente. Julien GASSE quand à lui souligne que : "L'entrepreneur est un innovateur et créateur d'entreprise, apportant des changements et des solutions nouvelles au marché" (J.GASSE, 1982 : 34). GASSE met l'accent sur le rôle de l'entrepreneur comme innovateur et apporteur de solutions nouvelles. Ainsi, Peter Drucker voit l'entrepreneur comme celui qui "cherche et saisit des opportunités au-delà des ressources actuellement contrôlées" (P.DRUCKER, 1986 : 27). Il met l'accent sur la capacité de l'entrepreneur à maximiser l'usage des ressources disponibles et à innover en permanence pour exploiter les opportunités de marché. L'entrepreneur se caractérise par sa vision et ses objectifs :

2.3. L'innovation et l'adaptation

L'innovation implique la conception et l'utilisation de concepts, articles, procédés ou modèles d'affaires inédits qui améliorent la valeur de l'entreprise et sa clientèle. L'innovation est un élément crucial pour le succès entrepreneurial, car elle permet de se différencier sur le marché. Ainsi, l'innovation et l'adaptation sont des concepts clés de l'entrepreneuriat qui sont étroitement liés à la capacité des entrepreneurs à générer de nouvelles idées, à développer de nouveaux produits, services ou processus, et à s'adapter aux changements du marché.

L'innovation se réfère à la capacité de créer et d'introduire de nouvelles idées, produits, services ou processus qui apportent de la valeur aux clients et qui se démarquent sur le marché.

Elle peut se manifester de diverses manières, allant de l'innovation technologique à l'innovation organisationnelle ou sociale. Elle implique souvent une approche créative, une remise en question des pratiques existantes et une recherche de solutions novatrices pour résoudre les problèmes ou répondre aux besoins des clients.

Selon CHRISTENSON (1990), l'adaptation fait référence à la capacité de s'ajuster et de réagir aux changements du marché, de l'environnement commercial ou des conditions économiques. Les entrepreneurs doivent être flexibles et prêts à s'adapter rapidement aux nouvelles circonstances. Cela peut impliquer de modifier des stratégies, d'ajuster des produits ou services, de revoir des processus internes, ou même de pivoter vers de nouvelles opportunités ou segments de marché lorsque cela est nécessaire.

L'interconnexion entre l'innovation et l'adaptation est indéniable. Les créateurs d'entreprise les plus novateurs sont souvent les plus aptes à s'adapter aux changements, car ils cherchent constamment de nouvelles occasions et de nouvelles idées. Ils sont réceptifs aux commentaires de leurs clients, aux évolutions du marché et aux avancées technologiques, ce qui leur permet de s'adapter rapidement pour rester compétitifs.[1]

2.4.Prise de risque

L'entrepreneuriat implique inévitablement une part de risque, que ce soit financier, personnel ou professionnel. Les entrepreneurs doivent être prêts à prendre des décisions dans un environnement incertain, et à accepter les conséquences des échecs potentiels. Être prêt à prendre des risques raisonnés en évaluant attentivement les avantages potentiels par rapport aux risques encourus est crucial pour les entrepreneurs.

En effet, la prise de risque calculée implique une évaluation minutieuse des risques potentiels et une prise de décision éclairée pour augmenter les chances de réussite. Pour définir la prise de risque calculée, il s'agit d'évaluer les avantages potentiels par rapport aux risques encourus avant de prendre des décisions importantes. Les entrepreneurs savent qu'il existe toujours une certaine incertitude et des risques liés à la gestion d'une entreprise, mais au lieu de

[11] 1 La Silicon Valley tire son nom de la matière première utilisée dans la fabrication des puces électroniques, qui sont les composants essentiels des machines informatiques. Cette région a été le berceau de la révolution technologique aux États-Unis.

les éviter, ils cherchent à les comprendre, les mesurer et les gérer de manière réfléchie en faisant appel à :

- **L'évaluation des risques**

Les personnes qui se lancent dans l'entrepreneuriat doivent prendre en compte les risques qui peuvent être liés à leur activité. Cela implique d'analyser les facteurs qui peuvent influencer le succès ou l'échec de leur entreprise. Ces facteurs incluent la concurrence, les réglementations, les ressources disponibles, les changements de marché, et bien d'autres encore (Ries, 2011).

- **L'analyse coût-bénéfice**

Les créateurs d'entreprise examinent les gains envisageables par rapport aux dépenses et aux dangers liés à une détermination ou une initiative. Ils analysent si les avantages escomptés surpassent les coûts et les risques encourus, en considérant des éléments tels que le potentiel d'expansion, la rentabilité, la valeur ajoutée pour les usagers et les parties concernées, etc.

- **La gestion des risques**

Les entrepreneurs cherchent à gérer risques identifiés de manière proactive. Ils peuvent adopter différentes stratégies pour atténuer les risques, telles que la diversification, l'assurance ou la création de partenariats stratégiques. Ils peuvent également créer des plans de contingence pour faire face aux scénarios défavorables.

- **Apprentissage par l'expérience**

Les personnes qui se lancent dans l'entrepreneuriat comprennent que prendre des risques fait partie intégrante du processus. Bien qu'ils sachent que certains risques peuvent conduire à des échecs, ils considèrent ces derniers comme des occasions d'apprendre et de s'améliorer. Ils s'adaptent aux résultats obtenus et ajustent leur approche en conséquence, utilisant leur expérience pour prendre de meilleures décisions à l'avenir.

2.5. L'écosystème entrepreneurial

C'est l'environnement global dédié aux affaires. Il s'agit du réseau d'acteurs (entrepreneurs, investisseurs, incubateurs, universités, gouvernements, etc.) et des ressources (financements, infrastructures, politiques publiques) qui soutiennent et facilitent la création et la croissance des entreprises.

3. Le processus entrepreneurial

3.1. Définition du processus entrepreneurial

Le processus entrepreneurial peut être défini comme l'ensemble des étapes et des activités que les individus ou les équipes entreprennent pour créer et développer une nouvelle entreprise. Ce processus comprend l'identification d'une opportunité, l'évaluation de sa viabilité, la mobilisation des ressources nécessaires, la mise en œuvre de l'idée, et la gestion et la croissance de l'entreprise. Il s'agit d'un processus dynamique, souvent marqué par l'innovation, la prise de risque, et la persévérance. D'une manière générale le processus entrepreneurial est le chemin par lequel une idée initiale se transforme en une entreprise viable et durable, contribuant ainsi à la création de valeur économique et sociale.

3.2. Les étapes du processus entrepreneurial

3.2.1. Identification de l'idée

Tout processus entrepreneurial commence par l'identification d'une idée de produit ou de service répondant à un besoin non satisfait sur le marché. Cette phase nécessite de la créativité, de l'innovation et une profonde compréhension des désirs et besoins des consommateurs (COSTER, 2007). Une idée commerciale viable doit être évaluée pour sa faisabilité avant de passer à l'étape suivante. L'identification et l'évaluation de la viabilité commerciale de l'idée sont essentielles pour déterminer son potentiel entrepreneurial.

3.2.2. Évaluation de la faisabilité

Une fois l'idée identifiée, l'étape suivante consiste à évaluer sa faisabilité technique et commerciale. Cela inclut l'analyse de marché, l'étude de la concurrence, l'évaluation des coûts de production et de mise en marché, ainsi que la projection des revenus potentiels (FAYOLLE, VERSTRAETE, 2005). Cette évaluation est cruciale pour déterminer si l'idée peut être transformée en une entreprise viable. L'évaluation de la faisabilité aide à minimiser les risques et à identifier les obstacles potentiels avant le lancement.

3.2.3. Développement du concept

Si l'idée est jugée faisable, le concept initial est développé en un modèle d'affaires complet. Cela inclut la planification de la production, la création d'une stratégie marketing, l'élaboration d'un plan financier, et la mise en place d'une structure organisationnelle. Cette étape est fondamentale pour transformer l'idée en un produit ou service qui peut être offert sur le marché.

Un modèle d'affaires bien conçu permet de clarifier la proposition de valeur et les modalités de création et de capture de la valeur (VERSTRAETE, J-LAFFITTE, 2006).

3.2.4.Montage du projet et planification

Cette étape passe par :

- **L'élaboration du business plan**

Le business plan est un document crucial qui détaille la stratégie de l'entreprise pour atteindre ses objectifs. Il couvre tous les aspects de l'entreprise, y compris le marketing, les opérations, le financement et la gestion. Ce plan sert non seulement de feuille de route pour la gestion de l'entreprise mais aussi de document essentiel pour attirer des investisseurs et des partenaires. Un business plan bien rédigé fournit une vision claire et structurée de l'avenir de l'entreprise.

- **Recherche de financements**

Le business plan est un document crucial qui détaille la stratégie de l'entreprise pour atteindre ses objectifs. Il couvre tous les aspects de l'entreprise, y compris le marketing, les opérations, le financement et la gestion. Ce plan sert non seulement de feuille de route pour la gestion de l'entreprise mais aussi de document essentiel pour attirer des investisseurs et des partenaires. Un business plan bien rédigé fournit une vision claire et structurée de l'avenir de l'entreprise.

- **Structuration juridique et administrative**

Avant de lancer l'entreprise, il est essentiel d'établir la structure juridique appropriée (société, entreprise individuelle, etc.) et de compléter toutes les démarches administratives nécessaires. Cela peut inclure l'enregistrement de l'entreprise, l'obtention des licences et des permis, et la mise en place de la conformité fiscale et légale. Une structuration juridique et administrative solide garantit que l'entreprise opère dans un cadre légal et réglementaire approprié

3.2.5. Lancement et gestion de l'entreprise

Cette étape également par des étapes à savoir :

- **Mise en marché du produit ou service**

Le lancement implique d'introduire le produit ou service sur le marché à travers des stratégies de marketing ciblées qui visent à atteindre et à convaincre les consommateurs cibles. Cela nécessite souvent une combinaison de publicité, de promotions, et d'efforts de relations publiques pour générer une demande et construire une base de clients solide. Une stratégie de marketing efficace est cruciale pour atteindre et convaincre les clients cibles (KOTLER, 2016).

- **Gestion opérationnelle**

Une fois l'entreprise lancée, la gestion quotidienne devient une priorité. Cela inclut la gestion des opérations, des employés, des finances, et des interactions avec les clients. Une gestion efficace est cruciale pour assurer la qualité des produits ou services, maintenir la satisfaction des clients, et atteindre la rentabilité.

- **Croissance et expansion**

Pour les entreprises qui réussissent, la prochaine étape est la croissance et l'expansion. Cela peut impliquer l'entrée dans de nouveaux marchés, l'ajout de nouveaux produits ou services, ou l'expansion des opérations et des capacités. Planifier et gérer cette croissance nécessite une stratégie soigneusement conçue pour assurer que l'entreprise peut évoluer sans compromettre sa mission ou ses valeurs fondamentales.

Chaque étape de ce processus nécessite une attention minutieuse et une planification stratégique pour surmonter les défis et maximiser les chances de succès. Ces étapes sont soutenues par des stratégies marketing ciblées, une gestion opérationnelle efficace, et des plans de croissance bien conçus, permettant à l'entrepreneur de naviguer dans le paysage complexe de la création et du développement d'une entreprise

Section 02 : Généralités sur les start-up :

Les jeunes entreprises dynamiques et innovantes, appelées "start-ups", sont devenues un acteur important de l'économie mondiale depuis leur apparition dans les années 1960. Ce terme a été créé en Silicon Valley, où de jeunes entreprises technologiques ont commencé à changer les règles du jeu commercial. Bien que le terme a été introduit par l'économiste Everett Rogers en 1962, il n'a commencé à prendre de l'ampleur qu'à partir des années 1970 et 1980.

Depuis, ces entreprises innovantes à fort potentiel de croissance ne cesse d'attirer l'attention des entrepreneurs désirant créer leur projet innovant, les chercheurs et les pouvoirs publics qui tentent d'offrir un environnement adéquat pour que ces entreprises épanouissent et

participe au développement de l'économie. Cette section se concentre sur cette notion de start-up. Nous rappelons les concepts clés qui l'entourent tels que leurs définitions, leurs origines, leurs caractéristiques et leur importance, on faisant un rappel sur les start-up en Algérie.

1. Origine et évolution des Start-up

La Silicon Valley, célèbre pour son innovation technologique, a vu naître des entreprises emblématiques telles qu'Apple, Microsoft et Intel, contribuant à la diffusion du concept de start-up à travers le monde. Les start-up se caractérisent par leur recherche constante d'innovation, leur modèle d'affaires évolutif, leur agilité organisationnelle et leur croissance rapide. Elles opèrent principalement dans des secteurs à fort potentiel de croissance tels que la technologie, les logiciels, l'intelligence artificielle, la biotechnologie et les énergies renouvelables. Ces jeunes entreprises ont la capacité de s'adapter rapidement aux changements du marché et de perturber les industries établies grâce à leur approche entrepreneuriale flexible et leur esprit d'innovation.

Le mot "startup" a vu le jour dans les années 1960, lorsque la Silicon Valley a commencé à émerger en Californie, aux États-Unis. Cette région était connue pour sa concentration d'entreprises technologiques, ce qui a donné naissance au concept de start-up. Les premières utilisations du terme remontent à cette époque, lorsque de jeunes entreprises innovantes ont commencé à se développer.

Le mot "startup" a été créé par l'économiste américain Everett Rogers, qui l'a introduit dans son livre "Diffusion of Innovations" en 1962. Cependant, le terme n'a véritablement gagné en popularité que dans les années 1970 et 1980. Pendant cette période, la Silicon Valley a connu une explosion d'entreprises technologiques, dont certaines sont devenues aujourd'hui des géants de l'industrie. Des entreprises emblématiques telles qu'Apple, Microsoft et Intel ont été créées dans les années 1970 et ont contribué à la renommée mondiale de la Silicon Valley

Depuis lors, le terme "startup" s'est répandu à travers le monde et est devenu couramment utilisé pour décrire de jeunes entreprises à fort potentiel de croissance et d'innovation qui présentent certaines caractéristiques clés. Ces caractéristiques comprennent généralement une recherche constante d'innovation, un modèle d'affaires évolutif, une agilité organisationnelle, une forte croissance et une vision ambitieuse. L'évolution des technologies et l'essor d'Internet ont également contribué à l'émergence des start-up dans d'autres régions du monde, notamment en Europe, en Asie et en Amérique du Sud. Aujourd'hui, le terme "start-up" englobe une grande variété d'entreprises innovantes, allant des startups technologiques aux start-up dans des

secteurs tels que la santé, l'énergie, la finance, les services, etc. Chaque année, de nouvelles start-up voient le jour, alimentant l'économie mondiale avec de nouvelles idées, produits et services. Cependant, Certaines définitions de start-up peuvent être plus précises et nécessiter des critères spécifiques, tandis que d'autres peuvent être plus larges et inclusives

2. Définition des start-up

Une startup est une entreprise en phase de lancement, qui se concentre généralement sur l'innovation, la technologie ou un modèle d'affaires novateur. Le terme "startup" est souvent utilisé pour décrire une entreprise récemment créée qui cherche à développer un produit, un service ou une plateforme innovante, avec une forte croissance et une approche entrepreneuriale plus moderne.

Dans la littérature, il n'existe pas de définition unique pour une startup. Plusieurs auteurs ont proposé des explications, parmi les plus connues, celles d'Erik Ries et Steve Blank, ces deux auteurs se sont beaucoup intéressés aux start-up et leur écosystème. Leurs approches permettent de comprendre les fondements de ces entreprises innovantes. Erik Ries, dans son ouvrage *Lean Startup (2015),* décrit une startup comme une organisation humaine conçue pour offrir un produit ou service novateur dans un contexte d'incertitude extrême.

De leur côté, Steve Blank apporte une distinction clé : il définit la startup comme « une organisation temporaire à la recherche d'un business modèle industrialisable et permettant une croissance exponentielle » (Beggah, 2023 : 641). De ce fait, une start-up est une structure temporaire en quête d'un modèle économique viable, ce qui la différencie des entreprises classiques, qui exploitent déjà un modèle bien établi. Ce modèle doit être évolutif, rentable et reproductible.

En plus de leur caractéristique liée à la recherche d'un business plan, les start-up se distinguent souvent par leur agilité, leur capacité à s'adapter rapidement aux changements du marché et leur volonté de perturber les industries établies. Elles ont tendance à fonctionner dans des secteurs à fort potentiel de croissance, tels que la technologie, les logiciels, l'intelligence artificielle, la biotechnologie, les énergies renouvelables, etc.

2.1. Importance des startups pour l'économie moderne

Les jeunes entreprises ont un rôle crucial dans l'économie actuelle et contribuent grandement à la croissance économique et à l'innovation. Voici les points clés sur l'importance des startups :

- **Création d'emplois :** Les startups génèrent de nombreux emplois pour les jeunes talents, les professionnels expérimentés et les personnes cherchant une reconversion. Elles recrutent de manière flexible et encouragent l'innovation dans ce processus.
- **Innovation et technologies nouvelles** : Les startups sont souvent à l'avant-garde de l'innovation et de l'adoption de nouvelles technologies. Elles développent des produits, des services et des solutions pour répondre aux besoins changeants du marché. Ces innovations peuvent avoir un impact significatif sur les industries existantes et contribuer à la transformation numérique.
- **Dynamisme économique** : Les startups apportent du dynamisme et de l'agilité à l'économie. Elles sont souvent plus rapides dans leur prise de décision et leur capacité à s'adapter aux changements du marché. Leur approche entrepreneuriale favorise la créativité, l'expérimentation et la recherche de solutions innovantes.

Les startups ont des avantages évidents, tels que leur capacité à attirer des talents de différents domaines, comme les entrepreneurs, les ingénieurs, les designers et les spécialistes du marketing. Leur environnement de travail stimulant favorise la croissance personnelle et professionnelle. De plus, elles ont souvent accès à des investissements de capitaux-risqueurs et d'autres sources de financement, ce qui stimule l'économie locale.

Les startups ont un potentiel de perturbation des industries en introduisant des modèles d'affaires innovants et des approches alternatives. Elles peuvent remettre en question les normes existantes, créer de nouveaux marchés et améliorer l'efficacité des secteurs traditionnels.

L'impact des startups peut varier selon le contexte économique et régional. Certaines régions, telles que la Silicon Valley en Californie, sont connues pour leur concentration de startups et leur impact significatif sur l'économie mondiale. Toutefois, les startups jouent un rôle de plus en plus important dans de nombreux pays en contribuant à l'innovation, à la création d'emplois et à la croissance économique.

3. Caractéristiques et profil des startups

En revenants sur les définitions déjà développées, nous pouvons identifier les traits distinctifs d'une startup. Une start-up se caractérise par :

3.1. Elle est temporaire

Une start-up est une entreprise en démarrage qui n'a pas l'intention de rester ainsi tout au long de sa vie. Devenir une start-up n'est pas un but en soi. Le démarrage est une étape spécifique du processus entrepreneurial qui doit forcément mener vers d'autres étapes

Toutefois, l'objectif de toute entreprise est de transformer des idées en des projets réels et de trouver de nouvelles façons de fournir des services et de créer de la valeur.

3.2. Elle présente une innovation

Les startups mettent souvent l'accent sur la création de produits ou services novateurs, particulièrement dans des secteurs en pleine expansion tels que les technologies de l'information, la biotechnologie ou les énergies renouvelables. L'innovation constitue un élément central de leur stratégie économique, leur permettant de se distinguer et d'ouvrir de nouvelles opportunités de marché.

3.3. Avoir un modèle industrialisable/Reproductible

Un modèle industrialisable et reproductible permet à une startup de croître rapidement de manière efficiente, tout en préservant la qualité et en optimisant les coûts.

- ***Modèle industrialisable*** signifie qu'il peut être mis en œuvre à grande échelle de façon organisée et optimisée, similaire à un processus de production en usine. Cela veut dire que la startup doit être capable de structurer et standardiser ses méthodes de travail pour rendre ses services ou produits accessibles à un grand nombre de clients, tout en évitant que les coûts deviennent trop élevés.
- ***Modèle reproductible*** désigne la capacité d'une entreprise à appliquer le même modèle dans divers contextes géographiques ou sur différents marchés, tout en maintenant un niveau constant de qualité et de performance. Cela permet à la startup de se développer en adaptant et en reproduisant ce modèle avec succès dans de nouveaux lieux ou segments, sans compromettre ses standards. Exemple d'Airbnb et Uber (Beggah, 2023).

3.4.Un potentiel de croissance exponentielle

Une start-up possède un potentiel de croissance exponentielle grâce à ses caractéristiques basée essentiellement sur l'innovation, l'utilisation de la technologie et la scalabilité de son business modèle qui vise a toucher un plus grand nombre de clients ce fait augmenter les marges. De ce fait, l'entreprise pourra grandir très vite et se développer assez facilement.

4. Les startups en Algérie

Les nombreuses et différentes mesures d'appui que le Gouvernement a consacré à la promotion de l'entrepreneuriat ces deux dernières décennies, se sont traduites par une augmentation remarquable des entreprises créées entre 2010 et 2017. Leur nombre est en constante évolution en passant de 618515 en 2010 à 1074236 entreprises en 2017 pour atteindre à la fin du 1er semestre 2018, 1092 908 PME privées contribuant à la création de plus de 2668173 d'emplois (Bulletin d'information statistique nº33, 1er semestre 2018, du Ministère de l'Industrie et des Mines).

Ces résultats sont en deçà des objectifs fixés par les pouvoirs publics. En effet avec une densité de 23 PME pour 1000 Habitants, l'Algérie est loin de la moyenne internationale qui est de 45 PME/1000 habitants. Alors que le nombre de start-up dans cette catégorie de PME est insignifiant. La petite entreprise représente 2,53% et la moyenne entreprise est de 0,31%. Ces PME (personnes morales) activent principalement dans les services (52,52%), le BTPH 30,34%, les industries manufacturières 15,52%. Il en ressort implicitement de ces chiffres que les start-ups n'ont pas la taille critique pour figurer en bonne place dans ces statistiques.

En réalité, les nombreuses mesures et initiatives prises en matière de création de startup n'ont pas permis d'atteindre un grand nombre de start-up susceptible de contribuer à une croissance forte de l'économie nationale, à une amélioration des services destinés à la population, à l'émergence d'une industrie du contenu dans le secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ce secteur ne présente actuellement que 4 % du PIB sachant que la moyenne régionale est de 8% alors que l'Algérie a un potentiel d'atteindre 10% du PIB (Remouche, 2020).

4.1 Le cadre conceptuel de la start-up en Algérie :

Le paysage des start-up en Algérie connait une évolution fulgurante ces dernières années stimulée par une conjonction de facteurs favorables , dont l'émergence d'une jeunesse connectée et entreprenante, l'assouplissement progressif du cadre réglementaire et la mise en place d'incitations gouvernementales pour soutenir l'innovation et la création d'emplois

4.1.1. Aspect juridique

Sur le plan juridique, l'environnement des start-up en Algérie s'est considérablement amélioré ces dernières années. L'adoption des lois et de réglementations spécifiques, telles

que la loi n°16-09 du 15 novembre 2016 relative aux start-up, favorable à la création et au développement de ce type d'entrepris.

Cette loi définit les start-up comme des entrepris innovantes, de création récentes, à fort potentiel de croissance et employant un personnel hautement qualifié. Elle leur accorde plusieurs avantages, notamment ;

- Exonération d'impôts sur le revenu et sur la patente durant les deux premières années d'activité
- Accès facilité aux financements public et privés
- Simplifications des procédures administratives
- Mise en place d'un statut juridique spécifique pour les fondateurs de start-up

4.1.2. Aspect économique

Sur le plan économique, les start-up algériennes font face à un certain nombre de défis, notamment :

- Un accès limité au financement
- Un marché intérieur encore peu mature pour les produits et services innovants
- Un manque de compétences en gestion et en marketing
- Un cadre réglementaire parfois complexe et contraignant

4.2 .La start-up en Algérie (législation et démarches de création).

La start-up est un terme qui s'est imposé dans l'asphère économique politique et social ces cinq dernières années en Algérie, notamment par la mise en place du ministère délégué auprès du premier ministre chargé de l'économie de la connaissance et des start-up en 2019 dans le cadre de la transition économique visant a faire sortir le pays de l'économie rentière par la promotion de l'acte entrepreneurial productif et innovant.

A ce jour, plusieurs lois et décret régissent l'activité des start-up en Algérie, visant à créer un écosystème favorable aux start-up, en leur fournissant les outils nécessaires pour croître et se développer dans un environnement économique compétitif.

- ***La loi n°16-03 du 22/6/2016 relative à la promotion de l'investissement***. Cette loi a introduit plusieurs mesures favorables pour les start-up. Elle visait à promouvoir l'investissement en facilitant les conditions pour les nouvelles entreprises telles que les incitations fiscales et la simplification des démarches administratives.

- ***La loi n°19-4 du 23/12/2019 relatives aux start-up*. cette loi** a introduit des mesures spécifiques pour soutenir et encourager le développement des jeunes entreprises innovantes
- ***Le décret exécutif n°20-254 du 15/9/2020.*** Ce décret rémunère les conditions d'obtention du label start-up projet innovant.
- ***Le décret du 28/4/2021.*** Ce décret explique les modalités d'octroi des avantages fiscaux.
- ***La loi de finances 2021 et de 2023.*** Ces lois prévoient les avantages fiscaux destinées au profit des start-up algériennes.

La direction générale de la recherche scientifique et du développement technologique (DGRSDT) qui a établis en 2020 un guide sur le parcours de création de la start-up, et ce, dans le cadre de la sensibilisation des jeunes chercheurs et étudiants à l'entrepreneuriat et à la création de petites entreprises innovantes. D'après le guide en question, la création de la startup en Algérie passe par les étapes suivantes :

- L'idée (recherche, preuve de concept, protection de la propriété intellectuelle) :
- Le plan d'affaire :
- Les aides (l'accompagnement)
- Le financement
- Le choix du statut juridique
- Accomplissement des formalités de créations
- Création de la start-up

4.2.1. Définition juridique de la start-up en Algérie

La création d'un statut particulier dédié exclusivement à la start-up en Algérie est un choix qui s'est imposé de lui-même au fil du temps, ce cadre règlementaire, lui permettant d'accéder à des facilités (fiscales, parafiscales et autre avantages). Le but de la labellisation est de bénéficier de facilitations en termes de financement, fiscalité et d'accompagnement.

Le décret exécutif n°20-254 publié le 15 septembre 2020 dans le journal officiel de la république algérienne portant la création d'un comité national de labellisation auprès du ministre chargé des start-up, tout en fixant également les missions, la composition et le fonctionnement de cet organisme.

Le comité national est présidé par le ministre chargé des Start-up ou son représentant. Il est accompagné par huit (08) représentants de différents ministères (finances, agricultures, poste et

télécommunication, enseignement supérieur, industrie, pêche, numérique, énergies renouvelables). Ce comité a pour mission :

- L'attribution du label « Start-up » aux jeunes sociétés innovantes
- L'attribution du label « Projets innovants » aux porteurs de projets innovants n'ayant pas encore créé de société
- L'attribution du label « Incubateurs » [2]
- L'étude des demandes introduites après le refus d'attribution des labels « Start-up »,

4.2.1.1. L'octroi du label :

Le label « Start-up » est octroyé à la société pour une durée de quatre ans, renouvelable une seule fois. Selon la réglementation en vigueur. Les critères que doivent remplir les sociétés candidates au label sont les suivantes :

- La société ne doit pas dépasser les huit années d'existence
- Le modèle d'affaires de la société doit s'appuyer sur des produits, des services, le business model ou tout autre concept innovant, l'innovation dans toutes ses formes (architecturale, disruptive ou radicale) le caractère innovant doit permettre de gagner à terme un avantage concurrentiel
- Il est nécessaire que la moitié, au minimum, du capital social soit possédée par des individus, des fonds d'investissement autorisés ou des entreprises ayant reçu l'appellation "Start-up".
- Le potentiel de croissance de la société doit être suffisamment grand.
- La société ne doit pas avoir plus de 250 employés, car ce cadre réglementaire (Le label) n'intéresse pas les entreprises déjà bien établies. L'une des différences fondamentales qui sépare les startups des entreprises classiques est le caractère temporaire de leurs organisations.

L'obtention du Label se fait via le portail électronique national des start-up. Les documents à fournir sont :

[2] L'entrepreneur Algérien, Comment obtenir les labels : Start-up , Projet innovant , Incubateur , en Algérie ? , visité : 20/12/ 2021 https://lentrepreneuralgerien.com/startup/item/106-commentobtenir-les-labels-startup-projet-innovant-et-incubateur-en-a

- Un extrait du registre du commerce et des Cartes d'Identification Fiscale (NIF) et Statistique (NIS).

- Une copie des statuts juridiques de la société .

- Une attestation d'adhésion à la caisse nationale des assurances sociales (CNAS) avec une liste nominative des salariés .

- Une attestation d'adhésion à la caisse nationale de sécurité sociale des non-salariés (CASNOS)
- Une copie des états financiers de l'année en cours (bilan comptable et compte de résultat.
- Un plan d'affaires détaillé .

- Les qualifications scientifiques et techniques et l'expérience du personnel de la société ;

- Tout titre de propriété intellectuelle et tout prix ou récompense obtenus.

Le label « Start-up » est octroyé à la société pour une durée de quatre (4) ans, renouvelable une seule fois.

Les entreprises disposant du label « Start-up » se voient octroyer les avantages fiscaux suivants :

- Exonération sur la taxe sur l'activité professionnelle (TAP),
- Exonération sur l'impôt sur le revenu global (IRG) ou de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) et cela pour une durée de quatre (4) ans, à compter de la date d'obtention du+
- « label start-up », avec une année supplémentaire, en cas de renouvellement.
- Exonération de la TVA et soumises à 5 % de droits de douane pour les équipements acquis entrant directement dans la réalisation de leurs projets d'investissement. (Selon l'article 86 de la loi finance 2021 qui modifie l'article 33 de la loi de finance complémentaire 2020)

4.2.1.2. Le label Projets Innovants

Sur la plateforme en ligne startups.dz, il est clairement indiqué que ce label est destiné uniquement aux individus qui ont des projets, mais, qui n'ont pas encore créé leur propre entreprise. Cela leur permet d'accéder aux mêmes avantages que ceux offerts par le label startup pendant une période de deux ans, renouvelable deux fois. Ainsi toute personne physique ou groupe de personnes physiques peut prétendre au « label projets innovants », pour tout projet se rapportant à l'innovation en Algérie.

La personne souhaitant obtenir le « label projets innovants » est invitée à déposer une demande via le portail électronique national des Startups accompagnée des documents suivants:

- Une présentation du projet et ses aspects d'innovation .
- Les éléments prouvant le fort potentiel de croissance économique (business model, business plan…) .
- Les qualifications scientifiques et/ou techniques et l'expérience de l'équipe en charge du projet .
- Tout titre de propriété intellectuelle et tout prix ou récompense obtenus.

Conclusion

Les start-up sont au cœur de l'entrepreneuriat, apportant une dynamique d'innovation et de perturbation économique. Au fil des années, ces jeunes entreprises ont su évoluer et s'imposer comme des acteurs clés de l'économie moderne, contribuant à façonner le paysage économique mondial..

L'Algérie présente un terrain fertile pour l'entrepreneuriat et les start-up. Les jeunes algériens sont de plus en plus nombreux à vouloir se lancer en affaire. Le gouvernement encourage les start-up via des avantages de natures différentes.

Chapitre II: l'écosystème entrepreneurial

Introduction

L'environnement dans lequel évolue les entrepreneurs appelé également écosystème entrepreneurial joue un rôle important dans la croissance et le succès des entreprises. Un écosystème dynamique crée un environnement favorable qui facilite grandement l'accès aux financements nécessaires pour se développer, et ce auprès de diverses institutions telles que les banques, les fonds d'investissement, les business angels et autres.

Au-delà de l'aspect financier, l'écosystème entrepreneurial offre de nombreuses autres opportunités. Il facilite la collaboration avec des acteurs issus du secteur public et privé, ouvrant la voie à des partenariats fructueux à l'échelle locale, nationale et internationale. Les entrepreneurs peuvent ainsi bénéficier des retours d'expérience et des meilleures pratiques de dirigeants expérimentés dans une multitude de domaines et de contextes géographiques.

Un écosystème dynamique et interconnecté joue donc un rôle essentiel pour permettre aux entreprises, en particulier les plus jeunes et innovantes, de se développer, de se diversifier et de conquérir de nouveaux marchés, tout en s'appuyant sur un réseau solide de soutien et d'expertise.

Dans ce chapitre, nous nous intéressons à la notion d'écosystème entrepreneurial. Dans un premier temps, il nous semble important de mettre en lumière quelques définitions pertinentes de l'écosystème entrepreneurial, sa structuration et ses différentes dimensions. Dans la deuxième section, nous revenons sur l'écosystème entrepreneurial en Algérie. Nous allons essayer de l'analyser afin d'avoir une vu d'ensemble sur les avantages que ce dernier présente aux start-up ainsi que les contraintes et les défis qui semblent épuiser les entrepreneurs.

Section 01 : Généralités sur l'écosystème entrepreneurial

1. Quelques définitions de l'écosystème entrepreneurial

L'écosystème entrepreneurial a fait l'objet de plusieurs définitions selon les diverses études menées sur le sujet, qui suscite un intérêt grandissant, compte tenu du rôle essentiel de l'entrepreneuriat dans les économies nationales et internationales. Cependant, il n'y a pas encore de définition standard et universellement admise de ce concept.

L'environnement entrepreneurial a fait l'objet de nombreuses études approfondies, comme le démontre l'article d'Edward J. Malecki publié en 2018 dans la revue Geography

Compass. Dans cet article, l'auteur passe en revue les diverses définitions du concept à travers les multiples travaux de recherche, résumées dans le tableau ci-après :

Tableau 1: Définitions de l'écosystème entrepreneuriales

Acteur	Définition
Cohen (2006)	Les écosystèmes entrepreneuriaux sont définis comme un groupe interconnecté d'acteurs locaux dans une communauté engagée dans le développement durable à travers le soutien et la facilitation de nouvelles entreprises durables
Senberg (2010)	L'écosystème de l'entrepreneuriat se compose d'un ensemble d'éléments individuels, tels que le leadership, la culture, les marchés des capitaux et l'ouverture d'esprit des clients, qui se combinent de manière complexe. Ignorer la nature interconnectée des éléments de l'écosystème peut conduire à des résultats pervers. (P 43, P 50)
Feld (2012)	Affirmant qu'un écosystème prospère a quatre caractéristiques : (a) il est dirigé par des entrepreneurs ; (b) il est inclusif où tout le monde est le bienvenu ; (c) les personnes impliquées sont engagées à long terme (au moins 20 ans) dans l'écosystème ; et (d) il y a de nombreuses occasions de rassemblement, c'est-à-dire de nombreux événements. (PP 25–28)

Mason and Brown (2014)	Un ensemble d'acteurs entrepreneuriaux interconnectés (potentiels et existants), d'organisations entrepreneuriales (par exemple, des entreprises, des investisseurs en capital-risque, des investisseurs providentiels et des banques), des institutions (universités, organismes du secteur public et organismes financiers) et des processus entrepreneuriaux (par exemple, l'entreprise le taux de natalité, le nombre d'entreprises à forte croissance, les niveaux d'"entrepreneuriat à succès", le nombre d'entrepreneurs en série, les niveaux d'ambition entrepreneuriale) qui s'unissent de manière formelle et informelle pour connecter, arbitrer et gouverner la performance au sein de l'entreprise.. (P 9)
Audretsch and Belitski (2017)	le système entrepreneurial étant institutionnel et organisationnel ainsi que d'autres facteurs systémiques qui interagissent et influencent l'identification et la commercialisation des opportunités entrepreneuriales.(P 2

Source : J.Edward, Malecki (2018 : 6), https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/gec3.12359

Ce tableau montre l'absence d'une définition unique du concept d'écosystème entrepreneurial. Par ailleurs, Christina Theodoraki, propose une définition qui semble plus complète car elle regroupe plusieurs facette de cet écosystème entrepreneurial.

Dans cette perspective, «l'écosystème entrepreneurial est un ensemble d'acteurs interconnectés, d'institutions et de processus qui interagissent pour renforcer l'entrepreneuriat au sein de l'environnement local.

Cette notion représente les différents groupements d'acteurs (publics ou privés, institutions et entreprises, universités) et de facteurs qui définissent le milieu dans lequel les acteurs évoluent en constante interaction".

2. Structuration de l'écosystème entrepreneurial

Tous les écosystèmes entrepreneuriaux ont leur propre caractère distinctif. En réalité, il n'existe pas de modèle universel, car chacun est composé d'une multitude d'éléments spécifiques que l'on peut regrouper en six grands domaines : une culture favorable a l'égard de l'entrepreneuriat, des politiques et un leadership appropriés, des financements adéquats, des ressources humaines de qualité, des marchés propices aux entreprises et des soutiens institutionnels et infrastructurels.

Bien que ces six domaines se retrouvent dans tous les écosystèmes entrepreneuriaux, chacun d'entre eux est unique et implique de nombreux éléments complexes en interaction. C'est un aspect essentiel que les dirigeants et les organisations de soutien aux entrepreneurs doivent prendre en compte, comprendre et surveiller.

Selon Kouraich (2018), le Forum Économique Mondial a présenté un modèle d'écosystème entrepreneurial reposant sur huit éléments clés : des marchés accessibles, un bassin de main-d'œuvre qualifiée, des sources de financement, un système de soutien, un cadre réglementaire et des infrastructures adaptées, des programmes éducatifs et de formation, le rôle moteur des grandes universités, ainsi qu'une culture favorisant la prise de risque et l'acceptation de l'échec.

L'étude de Masson et Brown (2014), montre que l'une des caractéristiques des écosystèmes entrepreneuriaux est le flux d'informations au cours du processus entrepreneurial. Dans cet environnement « riche en informations », les individus peuvent avoir accès aux connaissances des acheteurs, aux nouvelles technologies, aux possibilités d'exploitation, à la disponibilité des équipements, aux concepts de marketing et donc trouver les opportunités de produits et de services qui sont nécessaires, ainsi les auteurs de cette étude propose à leurs tours les différents domaines composant l'écosystème entrepreneurial comme étant décrit dans le tableau suivant

Tableau 2:Domaines de l'écosystème entrepreneurial selon Masson et Brown (2014)

Domaines	**Composantes du domaine**
Domaine politique	-facilitation à créer une entreprise -incitations fiscales et des lois qui pourraient être favorables aux entreprises. -l'accès aux infrastructures de base, aux télécommunications et aux transports
Domaine des finances	-ensemble de personnes, d'institutions et d'organisations qui facilitent la création d'entreprises et leur expansion . -des incubateurs et des accélérateurs ainsi que des réseaux entrepreneuriaux
Domaine de la culture	-la tolérance au risque et à l'échec de l'entrepreneuriat, -la préférence pour le travail indépendant, les réussites et les modèles - la culture de la recherche - l'image positive de l'entrepreneuriat et la célébration de l'innovation
Domaine du capital humain	-les compétences en gestion et le talent technique, l'expérience de l'entreprise, la disponibilité de l'externalisation et l'accès à la main-d'œuvre étrangère. La combinaison de ces éléments peut affecter le rythme de croissance des entreprises. En outre, dans le domaine du capital humain, on considère que l'éducation (l'éducation du capital humain est composée de l'enseignement pré-universitaire et universitaire ainsi que de la formation spécifique aux entrepreneurs) et la formation...
Domaine des marchés	-le marché intérieur et étranger -les petites, moyennes et grandes entreprises en tant que clients -les achats du gouvernement

Source : Masson et Brown (2014)

3. Importance de l'écosystème pour les start-up

L'écosystème entrepreneurial joue un rôle essentiel dans le dynamisme économique d'un territoire. Il offre aux jeunes entreprises un accès crucial au capital, que ce soit sous forme de financements, d'investissements ou d'aides publiques. Cet accès au financement permet aux startups de se lancer et de se développer facilement.

Au-delà du capital financier, l'écosystème start-up fournit un accès privilégié aux talents, en attirant et en formant les profils les plus qualifiés dans des domaines clés comme le numérique, la R&D ou le management. Les startups peuvent ainsi s'entourer des compétences nécessaires pour réussir. De plus, cet afflux de talents crée un véritable bassin d'expertise locale, qui bénéficie à l'ensemble de l'économie.

Par ailleurs, un écosystème start-up dynamique favorise un important réseau de connexions et de collaborations. Les start-up peuvent ainsi nouer des partenariats stratégiques avec des entreprises établies, des institutions de recherche ou des clients potentiels. Ces interactions permettent de développer de nouvelles synergies et de stimuler l'innovation de manière collective.

La présence d'un écosystème start-up prospère a un impact direct sur la création d'emplois locaux. Les start-up, en pleine phase de croissance, génèrent de nombreux postes, souvent dans des secteurs d'avenir. Cela contribue à dynamiser l'économie locale et à valoriser les talents du territoire.

D'une manière générale, l'écosystème entrepreneurial des start-up représente un moteur essentiel pour l'innovation, l'entrepreneuriat et le développement économique d'une région. C'est un atout majeur pour attirer les investisseurs, stimuler la créativité et créer de la valeur sur le long terme.

Section 02 : Dimensions et caractéristiques d'un écosystème entrepreneurial

1. Les différentes dimensions d'un écosystème entrepreneurial

Généralement présenté sous forme schématique, un écosystème entrepreneurial implique diverses parties prenantes et comporte plusieurs éléments essentiels. Parmi les modèles les plus connus, celui d' (Isenberg D, 2011). Son modèle se compose de six volets distincts : une culture bienveillante, des politiques et financements adéquats, des ressources humaines qualifiées, des

marchés ouverts aux produits, ainsi qu'un éventail de soutiens institutionnels. Chacun de ces volets comprend également des sous-composantes.

1.1. Le capital humain

1. 1.1.Talents et compétences

La présence d'une main-d'œuvre qualifiée et compétente est cruciale pour l'essor des entreprises. Un écosystème fort attire et nourrit les talents. Les entreprises doivent mettre en place des programmes de formation continue et de développement des compétences afin de maintenir un niveau élevé de connaissances et de savoir-faire au sein de leur personnel. Cela leur permet d'être plus réactifs face aux évolutions du marché.

1.1.2. Éducation et formation

Des programmes d'éducation et de formation adéquats permettent de développer les compétences nécessaires à l'entrepreneuriat. Il est important que ces programmes soient adaptés aux besoins spécifiques des entrepreneurs, en mettant l'accent sur des compétences telles que la gestion d'entreprise, le marketing, l'innovation et la prise de décision. Ces programmes doivent également encourager l'esprit d'initiative et la créativité chez les participants.

1.1.3. Culture entrepreneuriale

Une culture qui valorise l'initiative, la prise de risques et l'innovation est un atout majeur pour l'entrepreneuriat (Bruyat, Julien, 2001). Les entreprises doivent promouvoir une culture d'entreprise qui récompense les idées nouvelles et les prises de risque réfléchies. Cela peut se traduire par la mise en place de systèmes de reconnaissance et de récompenses pour les employés qui font preuve d'entrepreneuriat. De plus, les dirigeants doivent être des modèles en matière d'innovation et d'esprit d'entreprise afin d'inspirer leurs équipes.

1.2. Le capital financier

Le financement est la ressource indispensable à la création d'entreprise et à son développement (OCDE, 2005) via :

1.2.1.Financement public

Les subventions, les prêts et les programmes d'incitation de l'État soutiennent les entreprises en démarrage. Ces aides financières permettent aux entrepreneurs de bénéficier d'un coup de pouce essentiel lors des premières années d'activité, lorsque les fonds propres sont souvent limités. Les pouvoirs publics jouent ainsi un rôle crucial dans la création et le développement des jeunes entreprises, qui constituent un moteur économique important.

1.2.2. Accès au crédit

Un système bancaire performant et accessible facilite l'obtention de prêts pour les entrepreneurs. Les banques proposent une gamme de produits adaptés aux besoins des start-ups, tels que des prêts à l'innovation, des prêts d'amorçage ou des facilités de trésorerie. Grâce à ces solutions de financement, les entrepreneurs peuvent investir dans leurs projets et accélérer leur croissance. Un accès aisé au crédit bancaire est donc un levier majeur pour la réussite des jeunes entreprises.

De plus, certains établissements financiers proposent des services d'accompagnement et de conseil aux start-up, afin de les guider dans leurs démarches de financement et de les aider à renforcer leur dossier de candidature. Cette expertise permet aux entrepreneurs de mieux naviguer dans l'écosystème bancaire et d'optimiser leurs chances d'obtenir les prêts nécessaires au développement de leur activité.

1.3. Le capital social

1.3.1. Réseaux professionnels

Les organisations professionnelles, les associations et les événements de réseautage jouent un rôle essentiel pour les entrepreneurs. Ils permettent de créer et d'entretenir des contacts précieux, d'échanger des informations, de partager des expériences et de s'entraider mutuellement. Ces interactions favorisent la mise en place de collaborations fructueuses et l'accès à de nouvelles opportunités d'affaires. Les entrepreneurs peuvent ainsi développer leur réseau, acquérir de nouvelles compétences et bénéficier de conseils avisés pour faire progresser leur entreprise.

1.3.2. Collaboration

La collaboration entre les entreprises et les institutions telles que les universités, les centres de recherche ou les organismes de soutien à l'innovation est primordiale pour stimuler la croissance et favoriser l'émergence de nouvelles idées. Ce type de partenariats permet aux

entrepreneurs d'avoir accès à des ressources, des technologies et un vivier de talents complémentaires à leur activité. Cela se traduit souvent par le lancement de projets innovants, la création de synergies bénéfiques et un renforcement mutuel des compétences. Une telle dynamique collaborative est essentielle pour demeurer compétitif dans un environnement économique en constante évolution.

1.3.3. Mentorship

Les programmes de mentorat offrent aux entrepreneurs une opportunité unique d'apprendre des expériences et du savoir-faire de personnes ayant déjà connu le succès dans leur domaine. Ces mentors, souvent des chefs d'entreprise chevronnés, partagent leurs connaissances, leurs méthodes de travail et leurs conseils avisés. Ils guident les entrepreneurs dans la résolution de problèmes complexes, les aident à prendre les bonnes décisions stratégiques et les encouragent dans leurs projets. Ce mentorat personnalisé permet d'accélérer l'apprentissage, d'éviter certaines erreurs et de bénéficier d'un accompagnement précieux pour faire prospérer son entreprise.

1.4. Le capital technologique

1. 4.1. Infrastructures numériques

Un accès fiable et rapide à l'Internet et aux technologies numériques est crucial pour les entreprises. De nos jours, la connectivité numérique est devenue un élément essentiel pour la compétitivité et la productivité des organisations. Une infrastructure numérique performante permet aux entreprises d'accéder à une multitude d'outils et de services en ligne, d'automatiser certaines tâches, de communiquer efficacement avec leurs clients et partenaires, et de tirer parti des innovations technologiques.

Cependant, de nombreuses régions peinent encore à offrir une couverture haut débit suffisante, ce qui peut handicaper le développement des entreprises locales.

1.4.2. Innovation technologique

Un écosystème qui encourage la recherche et le développement technologique est un moteur de croissance essentiel. L'innovation technologique permet aux entreprises de se différencier, d'améliorer leurs procédés et leurs produits, et de répondre plus efficacement aux

besoins changeants du marché. Des pôles d'excellence, des collaborations université-entreprise et des incitations fiscales sont autant de leviers pour stimuler l'innovation technologique.

Cependant, de nombreuses PME peinent à allouer des ressources suffisantes à la R&D, en raison de contraintes budgétaires. Un soutien public ciblé pourrait les aider à surmonter ces défis.

1.4.3. Transfert de technologies

Des mécanismes efficaces pour transférer les technologies des laboratoires aux entreprises sont essentiels. Le transfert de technologies permet aux entreprises de s'approprier plus rapidement les dernières innovations et de les intégrer dans leurs processus. Cela peut prendre la forme de licences, de partenariats de recherche ou de services de conseil technologique. Toutefois, ce transfert peut être freiné par des barrières culturelles, réglementaires ou organisationnelles. Une meilleure coordination entre les acteurs de la recherche et de l'entrepreneuriat, ainsi que des incitations adaptées, seraient bénéfiques pour dynamiser ce transfert de connaissances.

1.5. Le capital réglementaire

1. 5.1.Simplicité administrative

La réglementation est essentielle pour stimuler l'entrepreneuriat et l'innovation. Wtterwulghe (1998 : 53) suggère qu'une « Intervention étatique trop importante, une administration trop lourde, une fiscalité étouffante ou une législation trop compliquée peuvent limiter l'entrepreneuriat ». C'est pourquoi les pouvoirs publics s'attachent à simplifier et accélérer les démarches administratives.

1.5.2. Protection de la propriété intellectuelle

La protection des innovations et créations des entreprises est un enjeu majeur pour encourager l'investissement et la prise de risque. Un cadre juridique clair et robuste assure aux entrepreneurs la reconnaissance et la valorisation de leur propriété intellectuelle.

Cela leur permet de sécuriser leurs actifs immatériels tout en favorisant la diffusion des connaissances au sein de l'écosystème économique.

1.5.3. Cadre fiscal favorable

Pour stimuler la croissance des entreprises, les pouvoirs publics mettent en place un système fiscal incitatif. Cela se traduit par des dispositifs d'exonération, de réduction d'impôts ou de crédits d'impôts, notamment pour encourager l'investissement productif, l'embauche ou encore les activités de recherche et développement.

Cette politique fiscale volontariste vise à renforcer la compétitivité des entreprises et à dynamiser l'économie dans son ensemble.

1.6. L'infrastructure

1.6.1. Bureaux et espaces de travail

Des bureaux accessibles en termes de coûts et adaptés aux besoins spécifiques des startups et des PME sont essentiels pour permettre à ces entreprises de se développer dans de bonnes conditions. Ces espaces de travail doivent être suffisamment flexibles pour s'adapter à l'évolution des équipes et des activités. Ils doivent également offrir un environnement propice à la créativité et à la collaboration, avec des aménagements modernes et des infrastructures adaptées.

1.6.2. Logistique et transport

Un système de transport efficace et fiable, combinant différents modes de transport (routier, ferroviaire, aérien, maritime), est crucial pour les entreprises, notamment pour assurer la distribution de leurs produits et l'approvisionnement en matières premières ou composants. La proximité d'infrastructures de transport (autoroutes, aéroports, ports, etc.) peut être un atout considérable pour faciliter les déplacements et les livraisons.

1.6.3. Connectivité et télécommunications

Un réseau de télécommunications performant, avec Bureaux et espaces de travail. Des bureaux abordables et adaptés aux besoins des startups et des PME sont essentiels pour favoriser un environnement de travail productif et stimulant. Ces espaces doivent être conçus de manière à offrir des zones de collaboration, des salles de réunion fonctionnelles et des postes de travail ergonomiques. La flexibilité dans l'aménagement et la possibilité d'évolution sont également des éléments clés pour s'adapter à la croissance et aux besoins changeants des entreprises.

1.6.4. Logistique et transport

Un système de transport efficace et fiable est crucial pour les entreprises, notamment pour la distribution et l'approvisionnement. Des infrastructures de transport modernes, telles que des réseaux routiers bien entretenus, des liaisons ferroviaires performantes et des services de livraison rapides, permettent aux entreprises de minimiser les coûts et les délais de livraison, tout en assurant une chaîne d'approvisionnement fluide et réactive. L'accès à des plateformes logistiques bien équipées, comme des entrepôts adaptés, des aires de chargement sécurisées et des services de manutention, est également primordial pour optimiser les opérations.

1.6.5. Connectivité et télécommunications

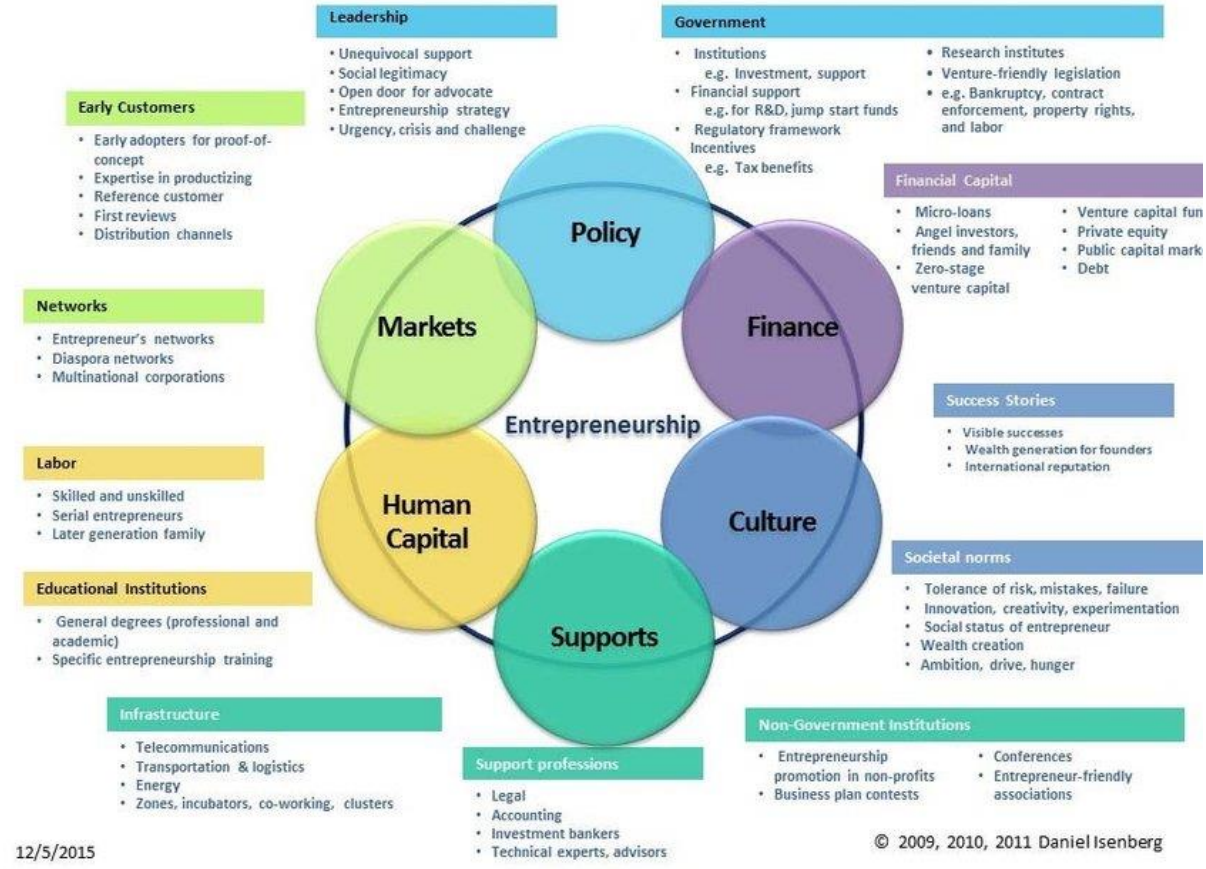
Un réseau de télécommunications performant et accessible est essentiel pour les entreprises afin de rester compétitives dans un marché mondialisé. Une connexion internet haut débit, stable et fiable, ainsi que des services de téléphonie et de visioconférence de qualité, permettent aux entreprises de communiquer efficacement avec leurs clients, leurs fournisseurs et leurs collaborateurs, quel que soit leur emplacement. L'accès à ces technologies de l'information et de la communication (TIC) est également crucial pour faciliter le télétravail, la mobilité et la collaboration à distance, des éléments devenus indispensables dans de nombreux secteurs d'activité.

1.6.6.Énergie et ressources

Un accès fiable et abordable à l'énergie et aux ressources est crucial pour les entreprises afin de maintenir leur activité de manière pérenne. L'approvisionnement en électricité, en eau, en gaz et en autres ressources essentielles doit être garanti, avec des tarifs stables et compétitifs. Les entreprises doivent également pouvoir compter sur des infrastructures de distribution et de traitement de ces ressources performantes et bien entretenues. L'accès à des sources d'énergie renouvelables et à des solutions d'efficacité énergétique peut également représenter un avantage concurrentiel pour les entreprises soucieuses de leur impact environnemental.

Les différentes dimensions sont récapitulées dans le modèle d'Isenberg (2011) ci-après

Figure 1:dimensions sont récapitulées dans le modèle d'Isenberg (2011



Source: (Isenberg D, 2011)

En 2013 un autre modèle a été développé par le Forum Économique Mondial (World Economic Forum, 2013), comprenant huit piliers :

- **Des marchés accessibles** : Cela inclut non seulement les marchés locaux et régionaux, mais également les marchés étrangers qui offrent de nouvelles opportunités d'expansion et de diversification.
- **Un environnement favorable à l'entrepreneuriat :** Cela implique de mettre en place un écosystème propice qui fournit les ressources, les infrastructures et les soutiens nécessaires aux entrepreneurs potentiels. Cet écosystème doit inclure notamment des incitations fiscales et réglementaires pour faciliter la création d'entreprises, l'accès à des financements adaptés (subventions, capital-risque, prêts bancaires, etc.), des espaces de travail abordables et des services de conseil et d'accompagnement (formation, mentorat, réseaux professionnels, etc.).
- **Des institutions solides**: Il est crucial que les organismes publics, tels que les agences gouvernementales et les collectivités territoriales, travaillent en étroite collaboration avec les

acteurs privés, comme les incubateurs, les réseaux d'entrepreneurs et les investisseurs, afin de créer un écosystème favorable à l'entrepreneuriat.

- **Une éducation et une formation adaptées**: Il est important de former les entrepreneurs, en leur donnant les outils et les connaissances nécessaires pour réussir. Cela passe par des programmes éducatifs et de formation professionnelle sur mesure, qui permettent d'acquérir un large éventail de compétences, telles que la gestion d'entreprise, le marketing, la finance, l'innovation et le leadership. Il est également l'esprit d'initiative, la prise de risque, la créativité et la résilience. Ces aptitudes sont tout aussi déterminantes pour la réussite d'une entreprise.

- **La recherche et le développement :** Les investissements dans la recherche et le développement (R&D) permettent de stimuler la créativité et la découverte de nouvelles technologies, de produits et de services innovants.

- **L'accès au financement** Il est essentiel de faciliter l'accès aux différentes sources de capitaux disponibles, qu'il s'agisse de prêts bancaires, d'investissements en capital-risque ou encore de financements participatifs. Des mesures concrètes peuvent être mises en place pour soutenir ces entreprises en phase de démarrage ou de développement. Par exemple, la création de fonds d'investissement dédiés, la mise en place de garanties publiques pour les prêts, ou encore le développement de programmes d'accompagnement et de mentorat peuvent grandement aider les startups et PME à surmonter les obstacles liés à l'obtention de financements.

- **L'infrastructure physique et numérique :** L'infrastructure, qu'elle soit physique ou numérique, joue un rôle essentiel dans le succès et la croissance des entreprises. Une infrastructure solide et bien développée permet de soutenir efficacement les activités et les opérations de l'entreprise.

  - Sur le plan physique, une infrastructure adéquate comprend des bâtiments, des installations de production, des réseaux de transport et de logistique performants. Cela garantit la fluidité des processus, la livraison rapide des produits et services aux clients, et la gestion optimale des flux de matières premières et de marchandises.

  - Sur le plan numérique, une infrastructure informatique et de télécommunications robuste est tout aussi cruciale. Cela inclut des serveurs, des réseaux, des logiciels et des outils numériques permettant une connectivité fiable, une gestion efficace des données et une agilité dans les processus de l'entreprise. Une telle infrastructure numérique favorise l'innovation, l'automatisation et l'amélioration continue des performances.

- **La culture entrepreneuriale :** Encourager une mentalité favorable à l'entrepreneuriat est essentiel pour stimuler l'esprit d'entreprise au sein d'une société. Cela implique de promouvoir une mentalité positive envers le fait de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale et de valoriser les qualités nécessaires pour réussir en tant qu'entrepreneur.

2. Quelques exemples réussis des écosystèmes entrepreneurials

- **Silicon Valley (États-Unis):** Le berceau de nombreuses entreprises technologiques mondiales Situé dans la région de la baie de San Francisco en Californie, Silicon Valley est reconnu comme l'un des écosystèmes d'innovation les plus dynamiques et influents au monde. Cette région a donné naissance à de nombreuses entreprises technologiques de premier plan, telles qu'Apple, Google, Facebook, Intel, Hewlett-Packard et bien d'autres.

Cet écosystème est réputé pour son innovation, ses investissements en capital-risque et sa concentration d'entrepreneurs talentueux. La proximité de plusieurs universités comme Stanford et Berkeley, ainsi que la présence d'un vaste réseau d'investisseurs en capital-risque, ont grandement contribué à l'essor de la Silicon Valley. Cet environnement favorable a permis à de nombreuses start-up de se développer et de devenir des géants de la technologie.

La Silicon Valley se distingue également par sa culture de l'innovation, de la prise de risque et de l'esprit d'entreprise. Cette dynamique a favorisé l'émergence d'un écosystème très fertile pour les entrepreneurs, qui peuvent bénéficier de nombreuses ressources, de l'expertise et du soutien financier nécessaires à la croissance de leurs projets. Aujourd'hui, la Silicon Valley demeure un pôle d'attraction majeur pour les talents du monde entier, attirés par les opportunités offertes dans ce berceau de l'innovation technologique**.**

- **Londres (Royaume-Uni) :** Londres est en train de rattraper la Silicon Valley et aspire à devenir le principal écosystème entrepreneurial au monde. La ville a connu une véritable explosion de startups ces dernières années, portée par un environnement favorable à l'innovation et à l'entrepreneuriat. Des initiatives telles que Level39, un accélérateur de startups technologiques installé dans le quartier de Canary Wharf, ont contribué de manière significative au succès de l'écosystème londonien.

De son côté, Bangalore, surnommée la "Silicon Valley indienne", s'est imposée comme un centre incontournable pour les startups dans des secteurs tels que l'informatique, les technologies vertes et les biotechnologies.

- **Berlin (Allemagne) :** Berlin s'est imposée comme une véritable capitale de l'entrepreneuriat en Europe ces dernières années. Avec sa scène artistique florissante, ses coûts de la vie relativement abordables et son environnement très propice au développement des startups, la ville attire de plus en plus d'innovateurs, d'artistes et d'entrepreneurs du monde entier.

Bénéficiant d'un écosystème dynamique et d'infrastructures adaptées, les start-up peuvent y trouver les conditions idéales pour se lancer et prospérer. De nombreux espaces de coworking, accélérateurs et incubateurs ont vu le jour ces dernières années, offrant aux entrepreneurs un soutien précieux en termes de financement, de mentorat et de réseautage.

Grâce à ces multiples atouts, Berlin confirme son statut de hub entrepreneurial majeur en Europe, attirant chaque année de plus en plus d'investisseurs et d'entrepreneurs à la recherche d'un écosystème dynamique et créatif pour développer leurs projets.

- **Bangalore(INDE)** : également connue sous le nom de "Silicon Valley de l'Inde", est une ville dynamique et en pleine expansion qui s'est imposée comme un pôle majeur de l'innovation technologique en Inde. Située dans l'État du Karnataka, cette métropole attire un grand nombre d'entreprises du secteur des hautes technologies et des services informatiques, qui viennent y bénéficier d'un écosystème particulièrement propice.

La principale force de Bangalore réside dans la qualité de sa main-d'œuvre. La ville abrite en effet de nombreuses universités et écoles d'ingénieurs réputées, qui forment chaque année des milliers de diplômés hautement qualifiés dans les domaines des sciences, de l'informatique et de l'ingénierie. Ces talents alimentent en permanence le vivier de compétences des entreprises technologiques installées à Bangalore.

Parallèlement, la ville bénéficie d'importants investissements, notamment de la part de grands groupes internationaux qui y implantent des centres de recherche et de développement. Ces investissements permettent de financer l'innovation et la création de nouvelles start-ups, contribuant ainsi à renforcer la dynamique entrepreneuriale locale.

3. L'écosystème des start-up en Algérie

3.1. L'écosystème entrepreneurial en Algérie : vue d'ensemble

Depuis plus de deux décennies, l'Algérie a mis en place une politique ambitieuse de soutien à l'entrepreneuriat afin d'aider les jeunes porteurs de projet à créer des PME et

récemment des start-up. Cette stratégie a engendré la mise en place de diverses mesures et programmes visant à stimuler l'esprit d'entreprise et accompagner les entrepreneurs tout au long de leur parcours. Ces mesures on permit aux nombre de PME de progressé de manière constante pour atteindre 1359 803 entreprises à la fin de l'année 2022 (Bulletin d'analyse statistique n°42).

Parmi les principaux acteurs de cet écosystème entrepreneurial, on peut citer les dispositifs d'aide et de soutien à la création d'entreprise tel que l'ANSEJ, l'ANGEM, l'ANADE. Ces structures offrent un ensemble de services allant de l'assistance administrative à l'accès au financement. Les incubateurs, les accélérateurs, les maisons de l'entrepreneuriat les pépinières d'entreprises jouent également un rôle essentiel dans l'accompagnement des start-up.

De plus, les organismes de financement, les banques, les sociétés de capital risque, les business angels, constituent des acteurs clés en injectant les capitaux nécessaires à la croissance des startups et PME innovantes. Leur implication permet non seulement de financer les projets, mais également de participer à la diversification des moyens de financement mis à la disposition des entrepreneurs.

L'écosystème entrepreneurial en Algérie s'est progressivement amélioré, avec l'émergence de nombreux acteurs complémentaires qui interviennent à différents stades du cycle de vie des entreprises. Cette dynamique a permis de stimuler l'innovation, la création d'emplois et le développement économique du pays.

3.1.1. Secteurs d'activité privilégiés par les Start-up algériennes

Les entreprises émergentes en Algérie ont fleuri dans divers domaines d'activité, démontrant ainsi la richesse des possibilités économiques et des nécessités du pays. Voici quelques-uns des secteurs phares des jeunes pousses algériennes**.**

- **Technologies de l'information et de la communication (TIC) :** Les jeunes entreprises algériennes dans le secteur des technologies de l'information et de la communication se sont spécialisées dans la création de logiciels, de services en ligne, d'applications mobiles, de solutions de cybersécurité, d'intelligence artificielle et de réalité virtuelle. Leur objectif est de répondre à la demande croissante de numérisation et de transformation numérique des entreprises et des consommateurs.
- **Énergies renouvelables** : L'Algérie recèle un gisement considérable d'énergies renouvelables, principalement l'énergie solaire et l'énergie éolienne. Les jeunes entreprises

algériennes se sont engagées dans la mise en œuvre de projets d'énergies renouvelables, tels que des centrales solaires, des parcs éoliens et des solutions de stockage d'énergie. Leur contribution s'inscrit dans la dynamique de transition énergétique et de développement d'une économie plus écologique.

- **Agrotechnologie (AgriTech)** : L'agriculture joue un rôle essentiel en Algérie, et des entreprises innovantes émergent pour apporter des solutions dans ce secteur. Ces startups travaillent sur divers projets, comme l'optimisation des pratiques agricoles, l'irrigation intelligente, la gestion des cultures et la traçabilité alimentaire. Leur objectif est d'accroître la productivité agricole tout en encourageant des pratiques plus durables.

- **Santé et bien-être** : Les entreprises naissantes algériennes se concentrent également sur le domaine de la santé et du bien-être, en concevant des solutions novatrices dans des domaines tels que la télémédecine, les applications de santé sur [3]mobile, les équipements médicaux et la gestion des données de santé. Leur objectif est d'accroître l'accessibilité aux soins de santé et de favoriser le bien-être des individus.

- **FinTech** : Le secteur financier attire les jeunes entreprises innovantes en Algérie. Ces startups Fintech se consacrent au développement de diverses solutions, comme les paiements électroniques, les services bancaires mobiles, les prêts entre particuliers et la gestion financière personnelle. Elles jouent un rôle important dans l'inclusion financière et la modernisation de l'industrie bancaire**.**

Les entreprises algériennes sont animées par un esprit d'innovation, de créativité et d'ambition. Leur objectif est de moderniser les secteurs traditionnels et de contribuer à la croissance économique de leur pays.

3.1.2.Quelques exemples de Start-up en Algérie

L'écosystème des jeunes entreprises en Algérie connaît une transformation dynamique, offrant un aperçu fascinant de leur rôle grandissant dans l'économie nationale. Nous allons explorer quelques exemples de start-up en Algérie et analyser leurs caractéristiques et leur contribution à l'économie du pays.

- **Yassir**

Yassir est une start-up algérienne qui propose un service de réservation de taxis en ligne. Elle a développé une application mobile conviviale qui permet aux utilisateurs de réserver un

[3] https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/649/5/2/211257

taxi à partir de leur emplacement actuel. Yassir a innové en introduisant un modèle de réservation de taxi en ligne, ce qui facilite grandement le processus de réservation pour les utilisateurs.

Yassir a créé un système permettant de relier facilement les clients aux chauffeurs de taxi et de prélever une commission sur chaque course réalisée via leur plateforme. Leur objectif est de moderniser le secteur du taxi en Algérie en proposant une solution de déplacement urbain pratique et sûre pour les utilisateurs.

Yassir se distingue par ses caractéristiques clés, telles que :

- **Large couverture géographique :** Yassir est disponible dans plusieurs villes à travers l'Algérie, offrant une couverture étendue pour répondre aux besoins de déplacement des utilisateurs.
- **Choix de véhicules** : Yassir offre une gamme complète de moyens de transport, des véhicules économiques aux modèles haut de gamme, permettant à chacun de trouver la solution qui convient le mieux à ses besoins et à son budget.[4]
- **Sécurité et confiance :** Yassir accorde une grande importance à la sécurité des utilisateurs. Les chauffeurs sont soumis à un processus de sélection rigoureux, et les utilisateurs peuvent évaluer et donner leur avis sur les chauffeurs après chaque trajet.
- **Tarifs compétitifs :** Yassir s'efforce de proposer des tarifs compétitifs pour ses services, offrant ainsi une alternative abordable aux autres moyens de transport.

Le parcours de Yassir montre comment son entreprise a eu un effet bénéfique sur la façon de se déplacer en Algérie. La société a su répondre aux attentes des usagers en matière de transport en ville, et a permis de rendre ces déplacements plus efficaces et accessibles. De plus, elle a créé des possibilités économiques en offrant à de nombreux conducteurs un emploi flexible et autonome.

Yassir a réussi à se positionner comme l'un des acteurs majeurs de l'industrie des services de transport en Algérie. Son succès témoigne du potentiel des startups algériennes à répondre aux besoins locaux, à introduire l'innovation et à transformer les secteurs traditionnels de l'économie

[4] 14https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/147/10/4/179721

- **Ouedkniss**

Ouedkniss est une entreprise algérienne innovante spécialisée dans les petites annonces en ligne. Créée en 2006 par un groupe de lycéens, elle s'est rapidement imposée comme un acteur majeur du commerce électronique dans le pays. La plateforme web de Ouedkniss permet aux utilisateurs de publier facilement des annonces pour acheter ou vendre divers produits et services, offrant ainsi une solution pratique et sécurisée sur le marché des petites annonces. Son modèle économique repose sur la publicité en ligne et la vente de services premium aux annonceurs. Aujourd'hui, Ouedkniss est l'un des sites de petites annonces les plus populaires en Algérie.

- **Plateforme de petites annonces :** Ouedkniss offre à ses utilisateurs la possibilité de publier gratuitement des annonces dans une variété de domaines, allant de l'automobile à l'informatique, en passant par l'immobilier et l'emploi. Les vendeurs peuvent créer des annonces détaillées pour présenter leurs offres, tandis que les acheteurs peuvent les consulter pour trouver ce qu'ils recherchent.
- **Vaste public :** Ouedkniss est largement utilisé par les Algériens, qu'ils soient vendeurs ou acheteurs. La plateforme a acquis une audience importante en Algérie et est devenue une référence pour les transactions en ligne dans le pays
- **Modèle économique** : Le modèle économique d'Ouedkniss repose sur les publicités payantes et les mises en avant d'annonces pour les professionnels qui souhaitent augmenter leur visibilité. La publication d'annonces de particuliers reste gratuite
- **Sécurité et confiance** : Ouedkniss a mis en place des outils pour aider ses utilisateurs à se protéger, comme la possibilité de signaler les annonces douteuses ou trompeuses. Néanmoins, comme sur toute place de marché en ligne, les utilisateurs doivent faire preuve de prudence et de vigilance lors de leurs transactions.
- **Chiffre d'affaires :** Il varie d'une année à une autre selon les fluctuations du marché. En effet Ouedkniss a atteint 3.5 millions de dollars ces dernières années.
- **Impact économique :** Ouedkniss a joué un rôle important dans la facilitation du commerce en ligne en Algérie. En offrant une plateforme où les vendeurs et les acheteurs peuvent interagir facilement, il a aidé à dynamiser le marché de l'e-commerce dans le pays.

3.2. Financement des start-up en Algérie

Dans sa volonté d'encourager les start-up et de les impliquer dans le processus de développement du pays, l'Algérie mis à la disposition des start-up des mécanismes de financement diversifiés que nous allons essayer de mettre en évidence dans ce qui suit :

3.1.1. Moyens de financement traditionnel

Ce mode de financement est basé sur le recours aux prêts bancaires, qui dans la majorité des cas semble être difficile à avoir. Les banques affichent une certaine méfiance vis-à-vis du financement des start-up. Le financement octroyés par les différents dispositifs publics d'appuis et de soutiens à la création des entreprises constitue également une source de financement sollicité par les entrepreneurs afin de répondre à leur besoins de financement tel que le dispositif ANADE (ex ANSEJ) et CNAC

3.1.2. Moyens de financement alternatif

Se mode de financement est basée sur des moyens plus développé susceptible de répondre mieux aux besoins des entrepreneurs, nous pouvons citer :

- **Le fond national de financement des start-up (ASF) :** Le fond national de financement des start-up (Algerian startup fund) est une société publique de capital risque créée en 2020 par six banques publiques (CNEP-banque, BNA, BEA, BADRE, BDL, CPA) avec un capital social de 1.2 milliard de dinars. L'ASF prend en charge le financement des start-up en fonds propres et en quasi-fond propre dans divers secteurs d'activité. De ce fait l'ASF est sensé assurer un appui financier sous forme de prise de participation minoritaire dans le capital de la start-up pour une durée limitée mais aussi assurer un suivie et un accompagnement technique et juridique pour la startup en question afin de renforcer son développement et sa croissance[5]
- **Les Business Angels (BA) :** Un business angel (BA) appelé également ange d'affaire ou encor investisseur providentiel est une personne physique issue généralement du monde de l'investissement et des affaires; les BA sont généralement des chefs d'entreprise d'âge moyen avec des revenus importants, des personnes diplômés et ayants des expériences professionnelles et managériales dans le monde des entreprises. La contribution des BA au financement des start-up ne date pas d'aujourd'hui, Ford et Amazon on été financé par des BA

[5]Bonnet.Ch, Finance entrepreneuriale : financer la création et la croissance de l'entreprise innovante, édition lumière paris, 2019.p 68.

dans les années 90[6], et en 2005, plus de 50 % de financement des nouvelles entreprises au USA est assuré par des BA. En Algérie, le monde des BA est difficile à cerner a cause d'un manque flagrant d'études et de statistiques sur l'activité de ces acteurs et leur participation dans le financement des start-up[7]. Au-delà des BA qui activent de manière isolée, on peut distinguer quatre réseaux dont Casbah Business Angels (CBA) est le plus actif. Ce réseau date de 2012 et regroupe environ 50 BA qui proposent des financements sous forme de prise de participation entre 4% et 35%[8]. Les trois autres sont Markitor Business Angels, Créateurs d'Avenir et Business Angels Algérie-Diaspora (BAALDI). Ces derniers orientent leurs efforts vers les entrepreneurs algériens résidents ou ceux issus de la diaspora.

- **Le capital investissement (venture capital) : En** Algérie, l'activité de capital investissement existe depuis les années 90, et exercée via cinq sociétés dont l'activité est régie par le décret exécutif n°08-56 du 11 février 2008. Les sociétés du capital investissement activant en Algérie sont : la société Djazair Istithmar, la société ICOSIA Capital spa, La Société Algerian Investment Fund spa (AIF)**.**
- **Le financement participatif ou collaboratif (Crowdfunding) :** Le financement participatif, collaboratif ou encor financement à la foule 'est un mode de financement innovant apparu suite au développement des technologies de l'information et de la communication. Ce dernier est considéré comme une bonne alternative au mode de financement traditionnel notamment pour les start-up dans la mesure où il met en relation directe le demandeur et l'offreur de fonds. La particularité liée à cette méthode de financement c'est que la procédure de demande et d'offre se fait via une plateforme web spécialisée. En Algérie, il existe 03 trois plateformes de crowfinding : TWIZA et CHRIKY créées en 2013 et la plateforme NINVESTI créée en 2019. L'Algérie bien qu'étant la pionnière à créer une plateforme de crowfinding au Maghreb, n'a réussi à lancer que 57 compagnes dont 29 seulement ont atteint leur objectif de collecte de fonds[9].

3.3. L'accompagnent des start-up en Algérie

De nombreux incubateurs et accélérateurs ont été créés en Algérie pour accompagner les startups, notamment :

[6] BOUMENDIL, M. (2022). Les Sources de Financement des Start-Up en Algérie : Etude Sur 20 Start-Up Labellisées. *Etude Sur 20 Start-Up Labellisées*, *22*(01).
[7] BOUMENDIL, M, (2022), Op-Cite.
[8] BOUMENDIL,M., (2022), Op-Cite.
[9] BOUMENDIL, M, (2022), Op-Cite.

- **Algeria Venture** qui est le premier accélérateur public en Algérie. La mission de l'accélérateur est d'établir un réseau de jeunes entrepreneurs à travers l'Algérie, en leur fournissant une formation, un soutien et un accompagnement pour gérer efficacement leurs entreprises et leurs projets.
- **Le fond d'appui et de développement de l'écosystème start-up** publié dans la loi de finance 2020
- **Sylabs** qui est une entreprise algérienne spécialisée dans l'accompagnement des Start-up. Elle propose des formations, du mentorat et des services de conseil pour les jeunes entreprises.
- **Les incubateurs et pépinières d'entreprises** dont les missions et le statut sont définit via la loi n° 3/78 du 25/2/2003[10]. Plusieurs incubateurs existent en Algérie. Leur mission principale consiste à assurer un hébergement et un accompagnement pour une durée qui varie entre 24 et 36 mois selon le degré de maturité du projet. Parmi les incubateurs nous avons le Cyberparc de Sdi Abdellah d'Alger, la Technoparc de Ourgla, celui d'Annaba, celui d'Oran, et celui de Setif.

3.3.1. Le rôles des incubateurs :

Les incubateurs et accélérateurs jouent un rôle clé dans le soutien des start-up en Algérie. Voici comment ils les accompagnent :

3.3.1.1. Soutien financier

Les incubateurs et accélérateurs offrent un soutien financier aux startups sous différentes formes :

- Investissement direct en capital pour les aider à démarrer et se développer ;
- Aide à l'obtention de financements publics et privés en les accompagnants dans la préparation de leurs dossiers ;
- Mise en relation avec des investisseurs potentiels comme les business angels et fonds de capital-risque

3.3.1.2. Accompagnement opérationnel

Ils fournissent un accompagnement opérationnel sur mesure aux startups, notamment :

- Mise à disposition d'espaces de travail et de services mutualisés pour réduire leurs coûts

[10] Bekaddour, Aicha. Start-up et écosystéme d'accompagnement en Algérie. Annales de l'université de Bechard en Sciences Economiques, vol 7, n°3. 2020. P 539.

- Coaching et mentorat par des entrepreneurs expérimentés pour les aider à surmonter les défis de la création d'entreprise ;
- Formation en gestion, marketing, levée de fonds pour développer leurs compétences.

3.3.1.3.Écosystème et réseautage

Les incubateurs et accélérateurs jouent aussi un rôle de catalyseur de l'écosystème via

- Mise en relation avec des partenaires stratégiques (clients, fournisseurs, etc.)
- Organisation d'événements de networking pour favoriser les synergies entre startups
- Représentation des startups auprès des pouvoirs publics pour défendre leurs intérêts

2. Les défis de l'écosystème entrepreneurial en Algérie

L'écosystème entrepreneurial en Algérie offre en effet de nombreuses opportunités pour ceux qui souhaitent se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. Le pays dispose notamment d'une main-d'œuvre jeune et qualifiée, ainsi qu'un marché intérieur en pleine croissance qui recèle un fort potentiel. Cependant, cet écosystème reste confronté à des défis importants qu'il est nécessaire de relever pour permettre l'émergence et le développement durable des startups algériennes.

- Le gouvernement a certes entrepris des efforts notables ces dernières années pour simplifier les formalités administratives et réduire la bureaucratie qui entravait jusqu'alors la création d'entreprises. Néanmoins, les réglementations restent encore trop complexes et les processus administratifs trop lourds. Ces obstacles représentent un frein majeur à l'esprit d'entreprise et dissuadent de nombreux porteurs de projets de se lancer.
- Par ailleurs, un effort conséquent doit être consenti en matière d'infrastructures numériques. Malgré les progrès accomplis ces dernières années, le réseau internet reste encore largement insuffisant, surtout en dehors des grandes agglomérations. Or, dans un environnement économique mondialisé, l'accès à des infrastructures de télécommunications performantes est une condition sine qua non pour permettre aux startups algériennes de s'insérer dans les chaînes de valeur globales et de se projeter à l'international.
- Enfin, la question du financement demeure un défi majeur. Les start-ups en Algérie sont confrontées à plusieurs difficultés lorsqu'il s'agit d'accéder au financement. Voici quelques-unes des principales contraintes auxquelles elles font face :

- L'accès restreint au financement traditionnel **:** Le système bancaire est principalement orienté vers le soutien des grandes entreprises établies, rendant ainsi difficile pour les jeunes

entreprises d'obtenir des prêts. Les critères de sélection rigoureux et les garanties exigées limitent considérablement l'accès des start-up aux ressources financières indispensables à leur développement.

- Manque de capital-risque **:** Bien que le capital-risque soit essentiel pour soutenir la croissance des startups peu d'investisseurs sont prêts à s'engager dans ce type de projets entrepreneuriaux encore à leurs débuts. Cette pénurie de financement à risque freine le développement de ces nouvelles initiatives.

- Réglementation et lourdeurs administratives **:** Les procédures bureaucratiques complexes et les réglementations financières strictes peuvent ralentir le processus de financement des start-ups en Algérie. Les entrepreneurs sont confrontés à des formalités administratives longues et coûteuses pour obtenir des prêts ou des subventions gouvernementales, ce qui peut décourager les investisseurs potentiels et retarder la croissance des start-up.

- Manque de compréhension des investisseurs envers les jeunes entreprises : Les investisseurs traditionnels algériens connaissent souvent peu le fonctionnement et les modèles d'affaires des start-up. Ils peuvent hésiter à financer ces entreprises en phase de démarrage en raison de l'incertitude et des risques qu'elles comportent. Le manque de sensibilisation et de formation sur le potentiel des start-up restreint les possibilités de financement.

Conclusion

L'écosystème regroupe plusieurs dimensions de nature différentes. L'intervention des pouvoirs publics parait déterminante pour la qualité de cet écosystème. Le pouvoir de l'Etat peut significativement influencer les choix des individus. Des mesures incitatives peuvent être un facteur de motivation notamment pour les jeunes.

L'Algérie s'est lancée dans une politique publique visant à encourager les activités entrepreneuriales innovantes et productives. Pour cela une panoplie de mesures ont été mise en place. En dépit de ces mesures il semble que l'environnement des affaires est difficile en Algérie et les entrepreneurs rencontrent toujours des défis à relever.

Chapitre III: Enquête de terrain sur l'ecosystème des startup en Algérie

Introduction

Les start-up sont essentielles pour le développement économique d'un pays, notamment dans le cadre de la mondialisation et du développement technologique actuel. Les start-up avec leurs caractéristiques basées sur l'innovation, la créativité, et leur business modèle flexible ont la capacité de transformer l'activité économique dans son ensemble dans un pays, c'est le cas d'ailleurs des start-up de la Silicone Valley aux USA.

Pour que les start-up puissent jouer ce rôle efficace, ont besoins d'un écosystème favorisant l'entrepreneuriat dans son ensemble, et plus particulièrement les projets innovants. Après avoir définit l'entrepreneuriat, l'écosystème et les différentes dimensions qui le composent ainsi que ses caractéristiques dans le contexte algérien, il nous semble important de compléter notre partie théorique par une enquête de terrain via un questionnaire destiné aux start-up.

Dans ce chapitre nous allons dans un premier temps exposer notre méthodologie et les caractéristiques de notre échantillon pour ensuite procéder à l'analyse des résultats obtenus qui vont servir de base pour répondre à nos hypothèses de recherche.

Section 01 : Méthodologie de recherche et caractéristique de l'échantillon :

Dans cette section, nous allons successivement présenter notre enquête en terme de méthodologie, conditions de réalisation, instrument utilisé pour la collecte de données, échantillon retenu et déroulement pour passer ensuite à l'analyse des résultats.

1. Méthodologie choisie et objectifs

Pour notre travail, nous jugeons que l'enquête par questionnaire est la méthode la plus adéquate. Elle est particulièrement pertinente lorsque l'on souhaite recueillir des informations auprès d'un nombre de personnes. Cette approche collective et quantitative permet de répondre à un besoin d'informations pour résoudre un problème, répondre à une question, ou encore analyser, expliquer et comprendre un phénomène.

Dans le cadre de notre travail, l'enquête par questionnaire nous semble la plus appropriée. Ce type d'enquête et le plus utile, notamment lorsqu'il s'agit de s'informer auprès d'un nombre d'individus. C'est une méthode collective et quantitative utilisée pour répondre à un besoin d'informations afin de résoudre un problème, répondre à une question et/ou étudier, expliquer et comprendre un phénomène. Il est important de souligner que l'importance du

questionnaire repose sur sa capacité à interroger un groupe varié (échantillon) sur divers aspects.

Ces questions peuvent concerner l'identité du participant, ses opinions, ses besoins, ses expériences, ses attentes, ou encore évaluer son niveau de satisfaction et ses perceptions à l'égard d'un sujet spécifique. Dans cette perspective, l'objectif de notre enquête consiste à recueillir l'information auprès de quelques start-up et d'identifier leurs perceptions sur l'écosystème en vigueur et aussi identifier les contraintes rencontrées dans la création et le développement de leur satrt-up.

Toutefois, les expériences et les connaissances particulières des personnes enquêtées peuvent apporter des éléments de réponses à notre problématique de recherche et aussi proposer des recommandations basées sur leurs attentes.

Nous avons conçu un questionnaire répondant aux objectifs de notre étude, visant à analyser diverses opinions, en se basant sur certaines dimensions de l'écosystème que nous considérons essentielles et influentes tel que le financement, l'accompagnement et les procédures administratives. Il s'agit également d'examiner les perceptions des entrepreneurs concernant l'efficacité des organismes publics, les obstacles entravant le bon déroulement de leurs activités, ainsi que leurs attitudes face aux initiatives de l'État visant à créer un écosystème favorable au développement des start-up.

2. Caractéristiques de l'échantillon

L'échantillon de notre enquête est constitué de 10 start-up créées entre 2016 et 2023. Cette période coïncide avec la volonté de l'Etat à promouvoir les start-up en Algérie. Les start-up de notre enquête opèrent dans des secteurs variés tels que le commerce électronique, la santé, le marketing et la logistique, ce qui permet de capturer une variété de situations et de défis aux quels ces entreprises sont confrontées. Par exemple, certaines start-up, comme "Ibnhamza", est spécialisée dans la recherche et développement de solutions technologiques pour le secteur de la santé, illustrant la numérisation croissante de ce domaine.

Au début de l'enquête, nous avons tenté d'inclure un plus grand nombre de start-up. Cependant, l'indisponibilité de base de données sur le nombre de start-up existantes, la difficulté de trouver des interlocuteurs adéquats, le refus de certains entrepreneurs de participer

en raison de leur méfiance et le temps réduit pour remettre notre travail, nous ont obligé à limiter la taille de notre échantillon à 10 start-up.

3. Le profil des start-up enquêtées

Afin d'identifier les caractéristiques des start-up enquêtées et des profiles de leurs entrepreneurs dans notre enquête, des analyses statistiques uni-variées sont effectuées, en procédant par des tris à plat pour chaque variable.

3.1. La répartition des répondants selon l'année de création

Les résultats montrent que les start-up étudiées sont récentes. En effet, leurs dates de création varient de 2016 à 2023 comme le montre le graphe suivant

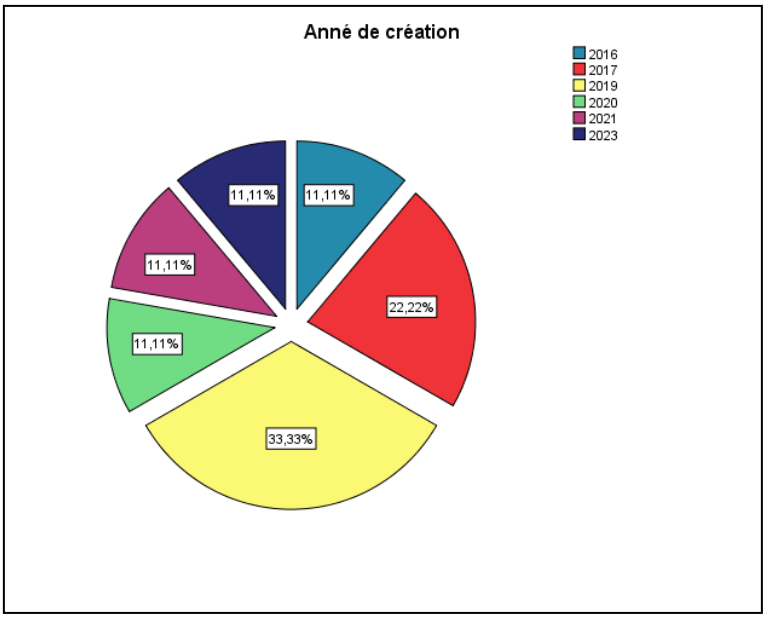


Figure 2:répartition des répondants selon l'année de création

3.2. La répartition des répondants selon le Secteur d'activité

Les start-up étudiées sont actives dans divers secteurs comme le montre le tableau suivant :

Tableau 3:la répartition des répondants selon le Secteur d'activité

10 start-up	Secteur d'activité
Barbaros E-Commerce	commerce électronique
Beehisa	Santé
BRIM	Marketing
CASTROL AUTO SERVICE	maintenance des véhicule (vidange huile moteur)
Easy Relay	logistique et du transport routier
Goldencorp	développement informatique
Ibnhamza	Spécialisée dans la conception, la Recherche et développement des solutions technologiques dédiées au secteur de la santé
Kotoob	librairie en linge
Vox events	marketing et publicité
Yassir	propose des services de VTC (voitures de transport avec chauffeur) via une application mobile disponible sur iOS et Android

Ce tableau montre la répartition des start-ups étudiées selon leur secteur d'activité. Il illustre la diversité des domaines couverts, allant du commerce électronique à la santé, en passant par la logistique et le marketing. Cela reflète un écosystème entrepreneurial dynamique en Algérie avec des entreprises innovantes dans des secteurs en pleine expansion.

3.3. La répartition des répondants selon le Nombre d'employés

Tableau 4:la répartition des répondants selon le Nombre d'employé

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide
Valide	**5**	3	30%	**37,5%**
	10	1	10%	**12,5%**
	20	1	10%	**12,5%**
	49	1	10%	**12,5%**
	50	2	20%	**25,0%**
	Total	8	80%	**100,0%**
Manquant	Système	2	20%	
Total		10	100,0	

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

Les résultats montrent que 37,5 % des start-ups comptent cinq employés, tandis que 20 % emploient 50 personnes. Cela suggère que la majorité des entreprises sont de petite taille, mais certaines commencent à croître significativement, atteignant un effectif plus élevé. Ces résultats sont aussi représentés par le graphe suivant

3.4. La répartition des répondants selon la Forme juridique

Tableau 5:la répartition des répondants selon la Forme juridique

	Fréquence	Pourcentage
SARL	8	80%
E. Individuelle	2	20%
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

La majorité des entreprises sont des SARL (80 %), ce qui est courant dans le paysage des start-ups. Les SARL offrent une certaine flexibilité tout en protégeant les entrepreneurs avec une responsabilité limitée. Seules quelques entreprises sont des entités individuelles, montrant une préférence pour des structures plus formelles.

3.5. La répartition des répondants selon le Sexe

100% des start-up enquêtées sont des hommes. Cela signifie que les hommes sont plus attirés par les start-up dans le cas de cette étude. Le domaine de start-up se caractérise par un degré d'incertitude et de risque élevé.

3.6. La répartition des répondants selon le Niveau d'études

Tableau 6:la répartition des répondants selon le Niveau d'études

	Fréquence	Pourcentage
Secondaire	1	10%
Universitaire	8	80%
Autre	1	10%
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

La majorité des entrepreneurs interrogés (80 %) possèdent un diplôme universitaire, ce qui reflète un lien fort entre l'éducation supérieure et la création d'entreprises en Algérie. Cela

montre aussi que l'entrepreneuriat attire des individus bien formés, ayant potentiellement les compétences nécessaires pour gérer une start-up avec succès.

La figure suivante représente aussi bien ces résultats :

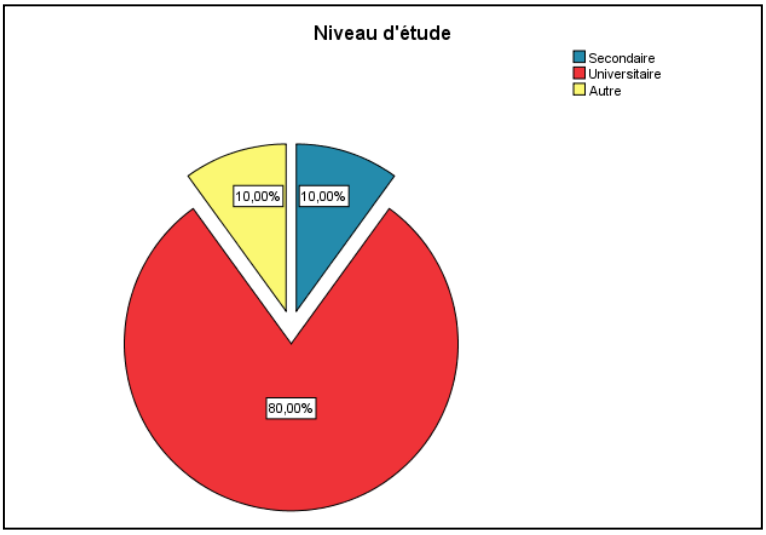


Figure 3:répartition des répondants selon le Niveau d'études

Section 02 : Analyse et interprétation des résultats

Dans la section suivante, nous allons analyser les résultats de notre enquête en commençant par une analyse descriptive simple, reposant sur le calcul des fréquences en utilisant le logiciel SPSS 24. Par la suite on va essayer de mener une analyse par trie croisé qui va nous permettre de vérifier l'existence de relation entre les variables du questionnaire.

1. Analyse descriptive et calcules de fréquences

1.1. Financement des start-up

Les questions relatives à cet axe consiste à vérifier la connaissance des entrepreneurs des différents modes de financement existants autres que le financement traditionnel basé sur les prêts bancaires, ainsi que leur perception par rapport la difficulté d'obtention un financement

Tableau 7:la répartition des répondants selon la connaissance des différents modes de financement dédiés aux start-up

	Fréquence	Pourcentage
Oui	8	80%
Non	2	20%
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

Comme le montre le tableau précédent, nous constatons que la majorité des entrepreneurs (80%) connaissent les différents modes de financement dédiés aux start-up. Cela est expliqué par le fait que la plus part des répondant à la base ont un niveau d'étude universitaire. Seulement 20% des répondants n'ont pas de connaissances sur les différents modes de financement dédiés aux start-up.

La figure suivante représente ces résultats :

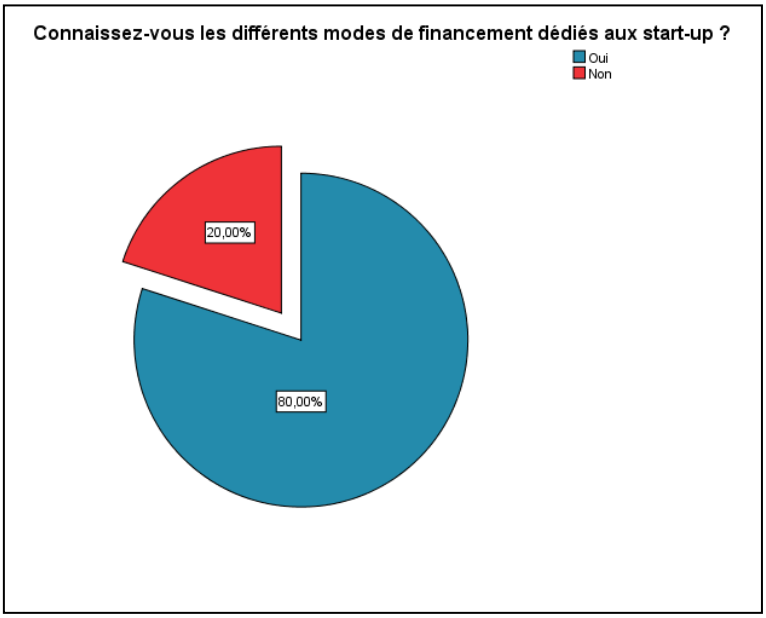


Figure 4:répartition des répondants selon la connaissance des différents modes de financement dédiés aux start-up

Tableau 8:: la répartition des répondants selon leur avis sur les différents modes de financement existants

	Fréquence	Pourcentage
Diversifiés et répondent aux besoins des start-up	3	30%
Limités et ne répondent pas aux attentes des start-up (délais, difficultés d'obtention, mentant, procédures…)	7	70%
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

70 % des entrepreneurs estiment que les modes de financement actuels sont limités et ne répondent pas aux attentes des start-ups, notamment en raison des délais, des procédures complexes et des montants insuffisants. Cela montre qu'il existe des obstacles importants à l'accès au financement, freinant le développement des entreprises émergentes.

Ces résultats sont illustrés dans la figure suivante :

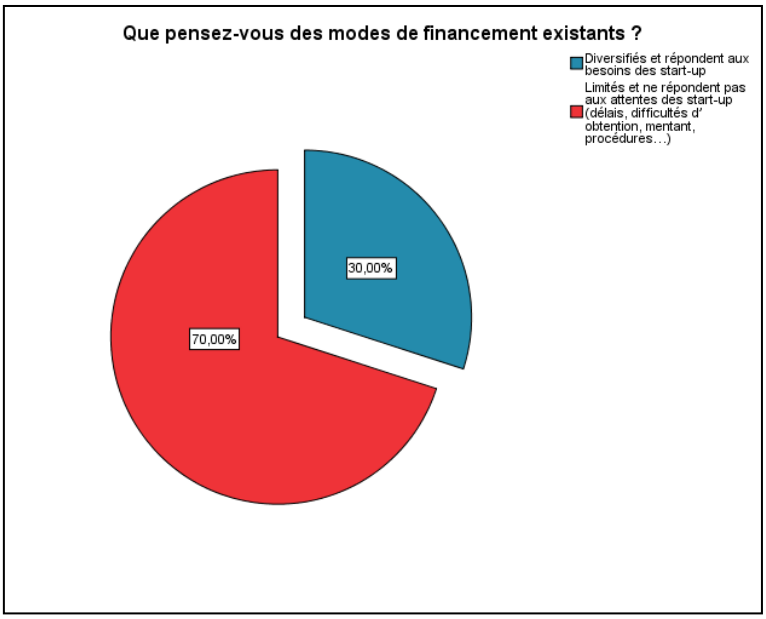


Figure 5:: répartition des répondants selon leurs avis sur les différents modes de financement existants

Tableau 9: la répartition des répondants selon leurs modes de financement sollicités

Mode de financement	Oui	Non
Fonds propres	60%	40%
Love money	0	100%
Emprunt bancaire	30%	70%
Capital risque	20%	80%
Busines Angels	0	100%
Fond public	10%	90%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

La majorité des entrepreneurs (60 %) ont recours aux fonds propres pour financer leur start-up, avec l'emprunt bancaire arrivant en deuxième position (30 %). Les modes de financement alternatifs tels que le capital-risque et les fonds publics sont moins utilisés. Le "Love money" et les "Business Angels" ne sont pas sollicités, ce qui pourrait indiquer un manque de confiance ou de connaissance de ces options.

Les effectifs sont illustrés dans la figure suivante :

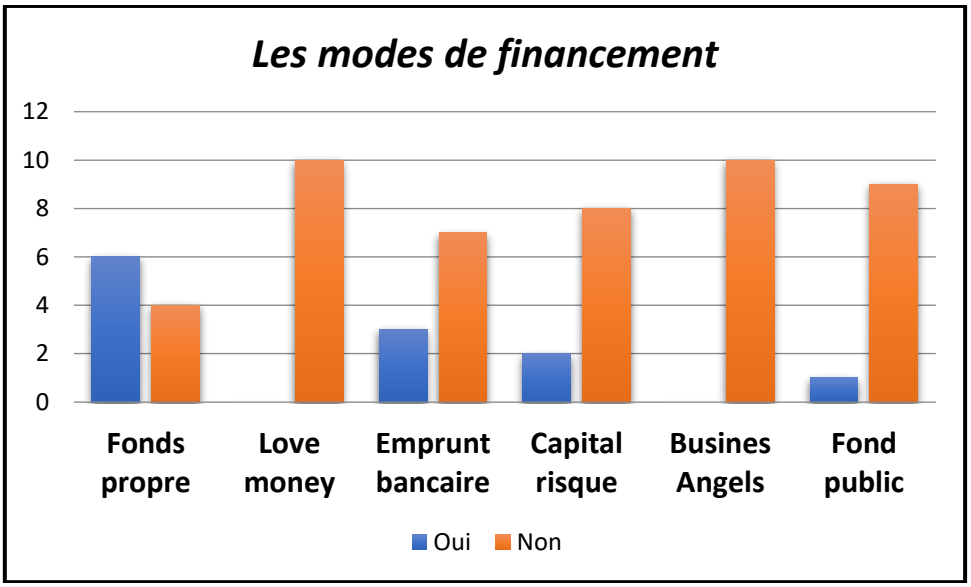


Figure 6:répartition des répondants selon l leurs modes de financement sollicités

Tableau 10:la répartition des répondants selon l'existence des difficultés de financement

	Fréquence	Pourcentage
Oui	8	80%
Non	2	20%
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

80 % des entrepreneurs interrogés ont rencontré des difficultés de financement lors de la création de leur start-up, ce qui met en évidence l'importance de résoudre les obstacles financiers pour soutenir la croissance des jeunes entreprises. comme le montre la figure suivante :

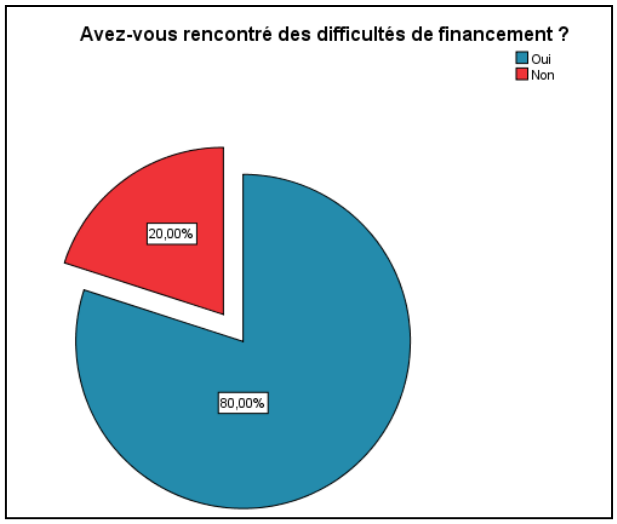


Figure 7:répartition des répondants selon l'existence des difficultés de financement

Tableau 11:: la répartition des répondants selon la phase qui a confronté des difficultés de financement

Difficulté au niveau de	Oui	Non
Phase de création	40%	60%
Phase de démarrage	80%	20%
Phase de développement	0	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

La phase de démarrage est particulièrement difficile en termes de financement, avec 80 % des entrepreneurs déclarant avoir rencontré des problèmes à ce stade. Cela indique un besoin de soutien accru dans cette phase critique du cycle de vie des start-ups. La figure suivante illustre les effectifs des répondants:

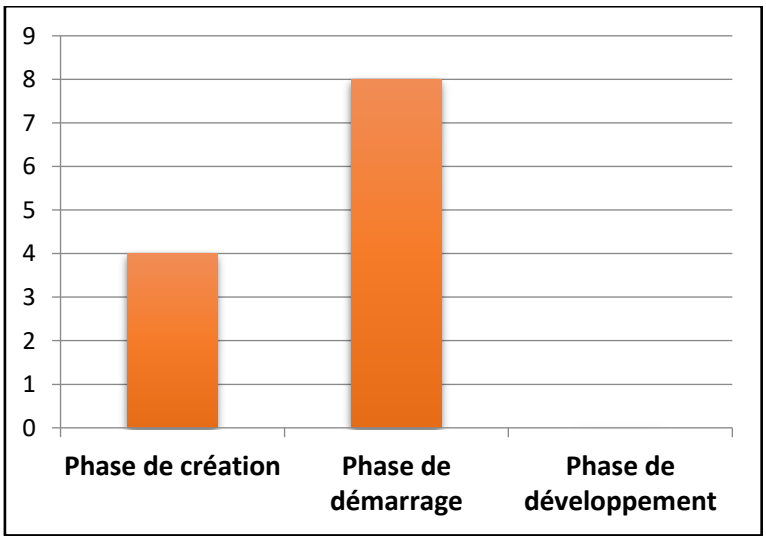


Figure 8:répartition des répondants selon la phase qui a confronté des difficultés de financement

Tableau 12:la répartition des répondants selon leurs tentatives de surmonter cette difficulté

Mesures pour surmonter les difficultés de financement	Oui	Non
Recherche de financement alternatif	40%	60%
Recherche de mentors et conseils externes	20%	80%
Collaboration avec les autorités pour résoudre les problèmes administratifs	0	100%
Mise en place de stratégies de marketing et de réseautage	70%	30%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

La mesure la plus courante pour surmonter les difficultés de financement est la mise en place de stratégies de marketing et de réseautage (70 %). En revanche, la collaboration avec les autorités ou la recherche de mentors sont beaucoup moins utilisées, ce qui suggère un manque de soutien ou de réseaux dans ces domaines.

La figure suivante illustre les effectifs des répondants:

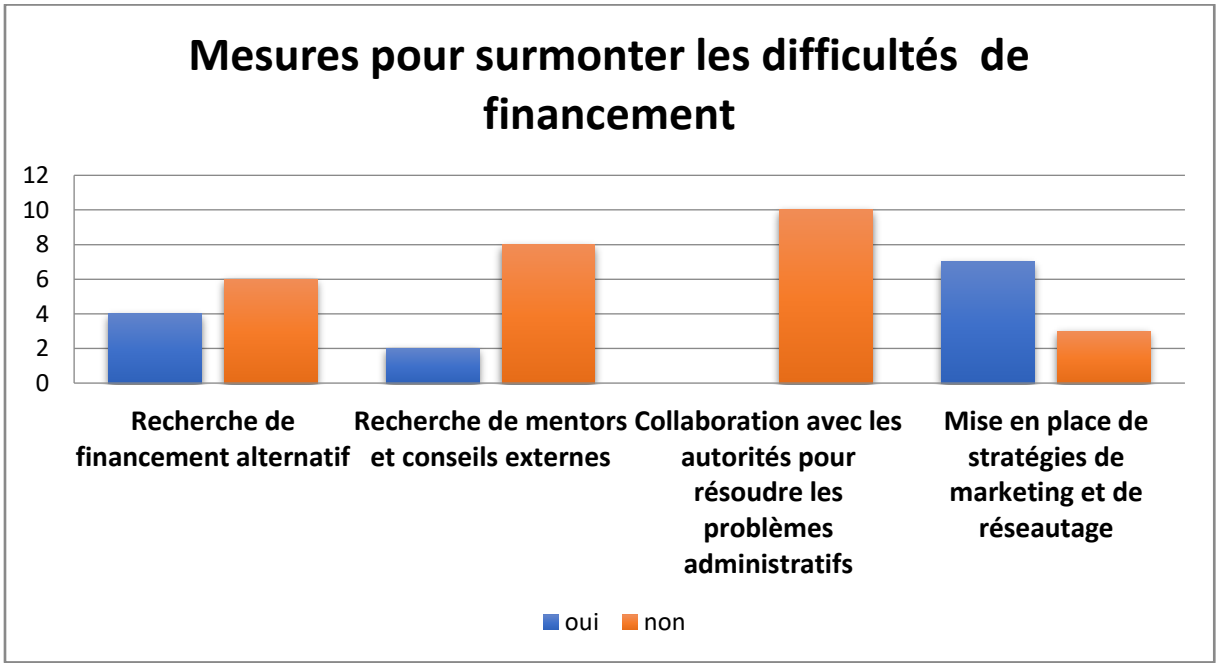


Figure 9:répartition des répondants selon leurs tentatives de surmonter cette difficulté

Tableau 13:la répartition des répondants selon les causes de la difficulté d'accès à un financement

Mesures pour surmonter les difficultés de financement	Oui	Non
Manque de confiance vis-à-vis des nouveaux créateurs	50%	50%
Conditions d'accès et d'octroi des crédits	10%	90%
Moyens de financement limités et non développés	70%	30%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

La figure suivante illustre les effectifs des répondants:

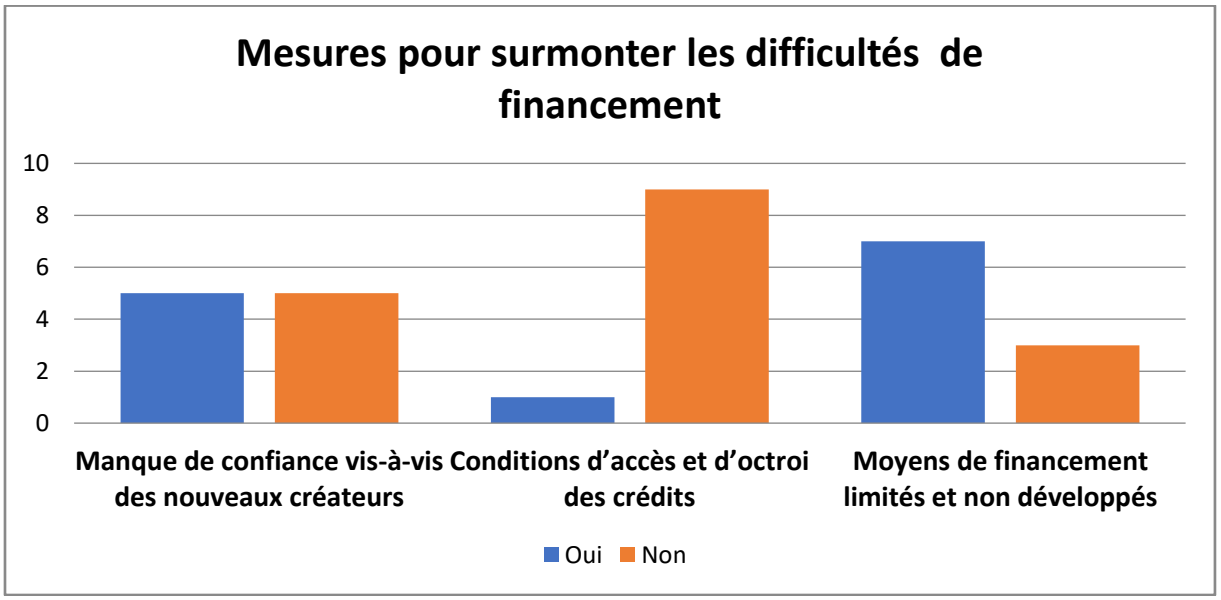


Figure 10:répartition des répondants selon les causes de la difficulté d'accès à un financement

1. 2. Accompagnement et suivi des start-ups

Les questions relatives à cet axe sont liées à l'accompagnement des start-up via les incubateurs. Les différentes perceptions des entrepreneurs enquêtés sur l'apport et l'efficacité de ces derniers sont exposées ci- après.

Tableau 14:: la répartition des répondants selon l'accès du soutient des incubateurs ou des accélérateurs

	Fréquence	Pourcentage
Oui	7	70%
Non	3	30%
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

La majorité des entrepreneurs (70 %) bénéficient du soutien des incubateurs ou des accélérateurs, ce qui montre l'importance de ces structures pour aider les start-ups à se développer. Toutefois, 30 % des entrepreneurs interrogés ne reçoivent aucun soutien, ce qui pourrait les désavantager dans leur parcours entrepreneurial. Comme le montre aussi la figure suivante :

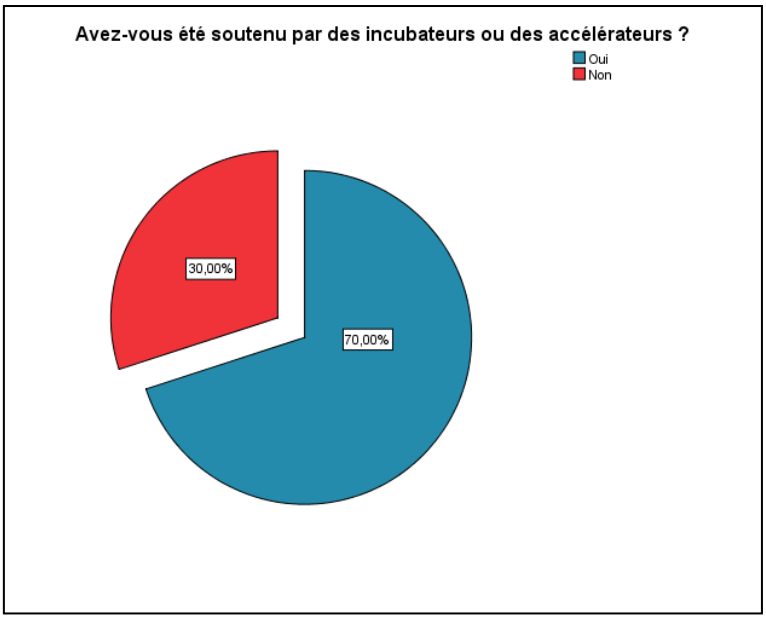


Figure 11:: répartition des répondants selon l'accès du soutient des incubateurs ou des accélérateurs

Tableau 15:la répartition des répondants selon la principale difficulté rencontrée lors de l'incubation de votre startup

Mesures pour surmonter les difficultés de financement	Oui	Non
Accès aux ressources financement	80%	20%
Manque de soutien et d'accompagnement	40%	60%
Manque de conseil et d'orientation	20%	80%
Difficulté à trouver des partenaires et des clients	0	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

L'accès aux ressources de financement est la principale difficulté rencontrée par 80 % des start-ups lors de l'incubation. Les entrepreneurs soulignent également le manque de soutien et d'accompagnement (40 %), mais la difficulté à trouver des partenaires ou des clients semblent moins préoccupants, puisque aucun des répondants n'a choisi cette option. La figure suivante illustre les effectifs des répondants:

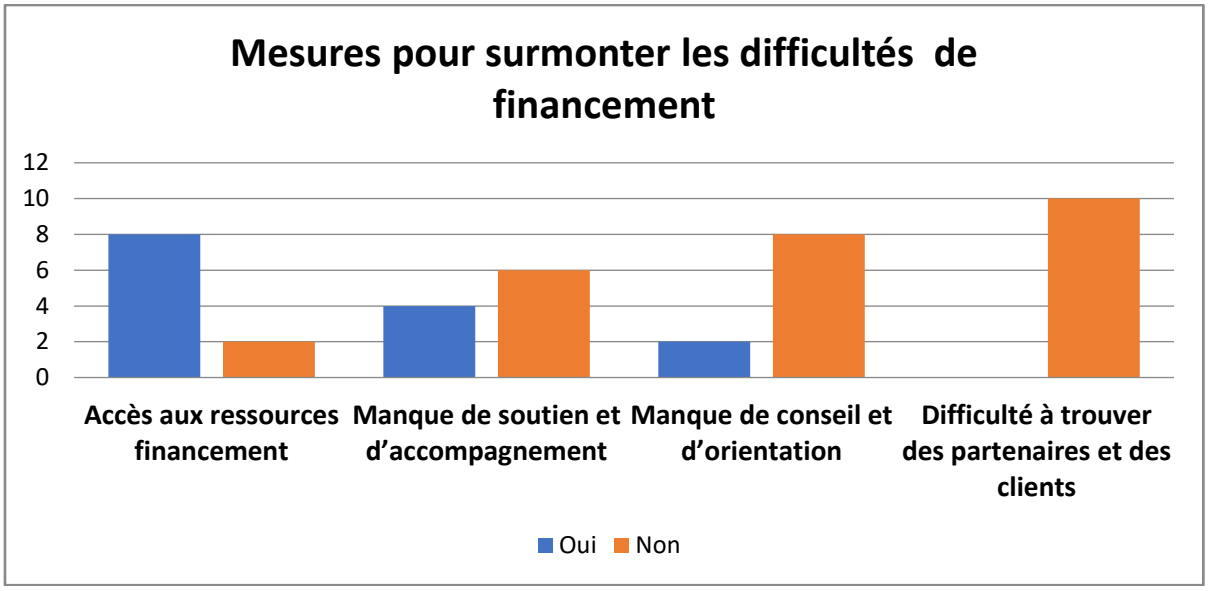


Figure 12:: répartition des répondants selon la principale difficulté rencontrée lors de l'incubation de votre startup

Tableau 16:: la répartition des répondants selon l'importance de l'incubateur pour la création des startups

	Fréquence	Pourcentage
Oui	7	70%
Non	3	30%
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

La plupart des entrepreneurs (70 %) considèrent que l'incubateur est un élément indispensable pour la création de start-ups, ce qui souligne l'importance de ces structures dans l'écosystème entrepreneurial. Cependant, 30 % estiment que l'incubateur n'est pas nécessaire, ce qui pourrait indiquer que certaines start-ups sont plus autonomes ou ne trouvent pas de valeur ajoutée dans ces programmes. Comme le montre aussi la figure suivante :

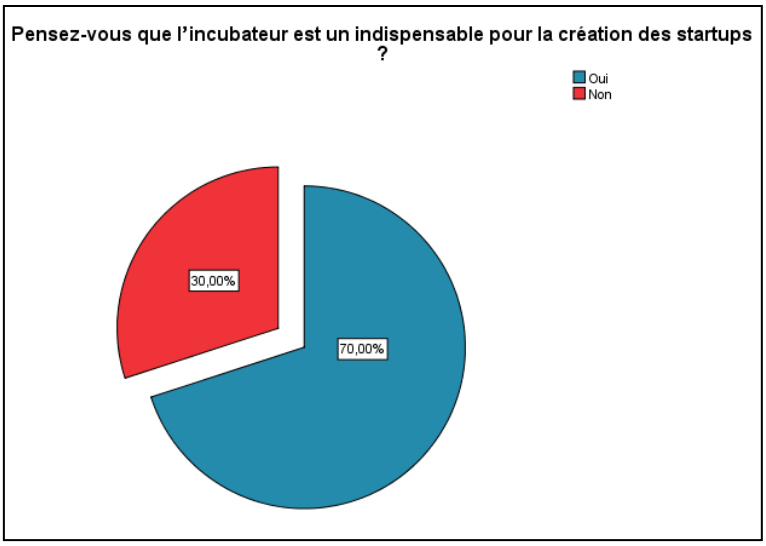


Figure 13:: répartition des répondants selon l'importance de l'incubateur pour la création des startups

Tableau 17:: la répartition des répondants selon la relation entre l'incubation de la start-up et son succès

	Fréquence	Pourcentage
Oui	9	90%
Non	1	10%
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

La quasi-totalité des entrepreneurs (90 %) estiment que l'incubation augmente les chances de succès de leur start-up. Cela montre une forte corrélation perçue entre l'accompagnement par un incubateur et la réussite des jeunes entreprises. Comme le montre aussi la figure suivante :

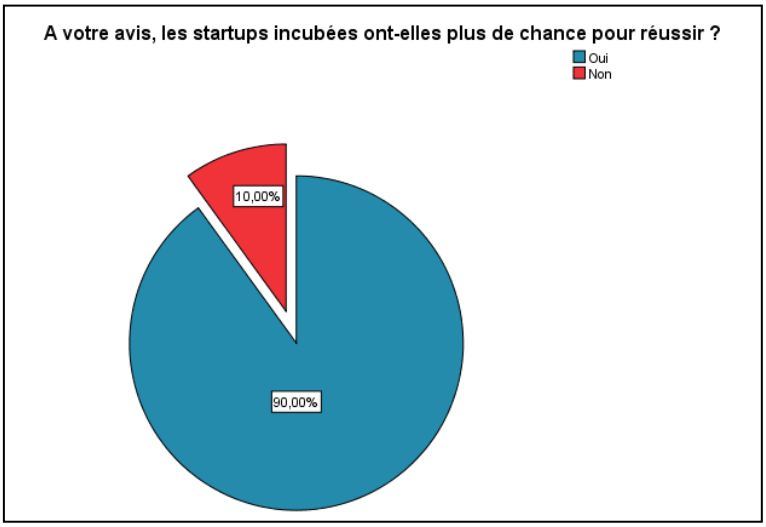


Figure 14:: répartition des répondants selon la relation entre l'incubation de la start-up et son succès

Tableau 18:la répartition des répondants selon le degré de satisfaction de leurs incubateurs

	Fréquence	Pourcentage
Très satisfait	5	55.6%
Moyennement satisfait	3	33.3%
Pas du tous satisfait	1	11.1%
Total	9	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

Plus de la moitié des entrepreneurs (55,6 %) se déclarent très satisfaits de leur incubateur, tandis que 33,3 % sont moyennement satisfaits. Un faible pourcentage (11,1 %) se dit insatisfait, ce qui montre que, malgré quelques réserves constaté dans les réponses relative à la question 2 de cet axe, la majorité des entrepreneurs apprécient l'accompagnement fourni par les incubateurs.

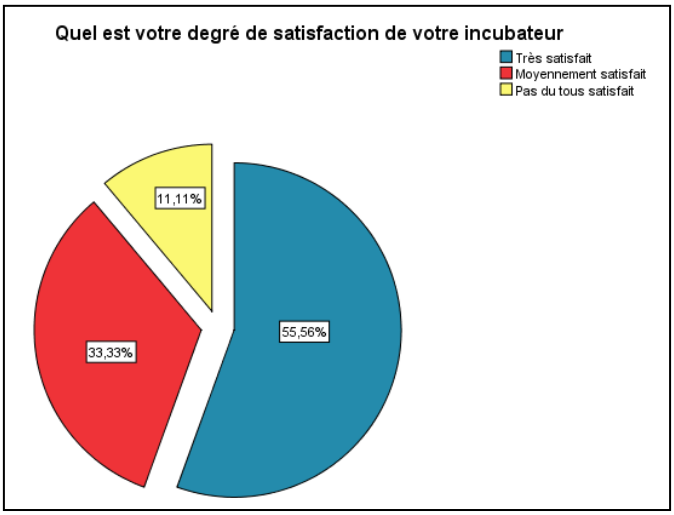


Figure 15:répartition des répondants selon le degré de satisfaction de leurs incubateurs

1.3. Labellisation des start-up

Tableau 19:: la répartition des répondants selon la labellisation de la start-up

	Fréquence	Pourcentage
Oui	10	100%
Non	0	0
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

Toutes les start-ups (100 %) étudiées ont obtenu un label, ce qui montre que la labellisation est une étape courante et essentielle pour le développement des start-ups en Algérie. Ce processus pourrait aider à renforcer la crédibilité des jeunes entreprises et à attirer des financements ou des partenariats. Comme le montre la figure suivante :

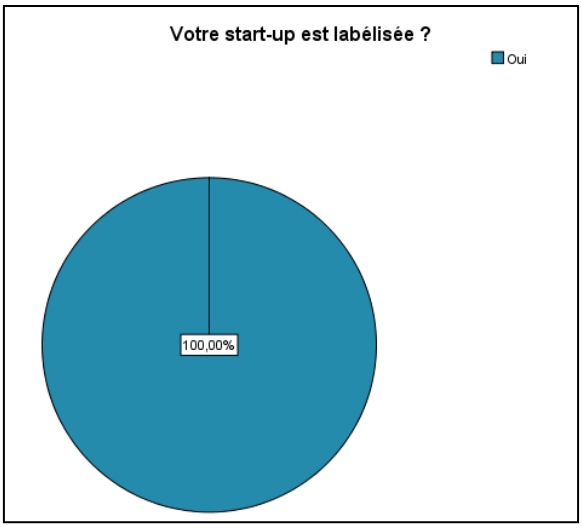
2. 

Figure 16:répartition des répondants selon la labellisation de la start-up

Tableau 20: la répartition des répondants selon la labellisation de la start-up

	Fréquence	Pourcentage
Facile	10	100%
Difficile	0	0
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

Tous les entrepreneurs interrogés affirment que l'obtention du label pour leur start-up a été facile. Cela suggère que les critères de labellisation sont accessibles et ne constituent pas un obstacle majeur pour les entrepreneurs. Toutefois, la procédure se fait via internet ce qui réduit la bureaucratie. La figure suivante montre les résultats obtenus :

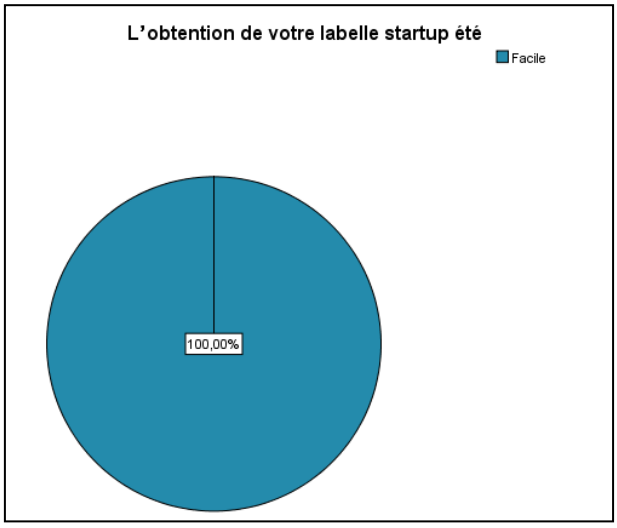


Figure 17:répartition des répondants selon la labellisation de la start-up

1.4. Perceptions des répondants sur l'écosystème des affaires

Tableau 21:la répartition des répondants selon les principaux freins à la création et au développement des start-up en Algérie

Mesures pour surmonter les difficultés de financement	Oui	Non
L'individu (compétence, comportement, personnalité, motivations…)	80%	20%
Le projet	20%	80%
L'environnement externe (réglementation et environnement des affaires)	40%	60%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

Les freins à la création et au développement des start-ups sont principalement liés à l'individu (80 %), ce qui souligne l'importance des compétences et des motivations personnelles dans la réussite des projets. L'environnement externe, comme la réglementation et l'écosystème des affaires, représente également un obstacle pour 40 % des répondants, tandis que le projet en lui-même est perçu comme moins limitant (20 %). La figure suivante illustre les effectifs des répondants:

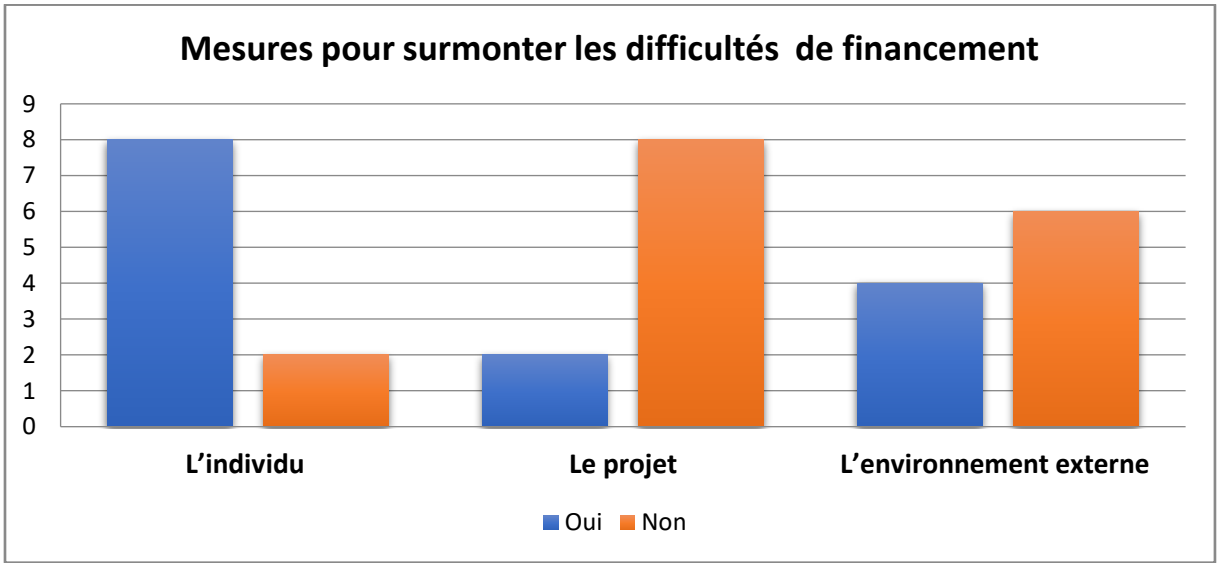


Figure 18:répartition des répondants selon les principaux freins à la création et au développement des start-up en Algérie

Tableau 22:la répartition des répondants selon la favorabilité de l'écosystème entrepreneurial en Algérie

	Fréquence	Pourcentage
Favorable pour la création et le développement des start-up	6	60%
Défavorable pour la création et le développement des start-up	4	40%
Total	10	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

60 % des entrepreneurs considèrent que l'écosystème entrepreneurial en Algérie est favorable à la création et au développement des start-ups, tandis que 40 % le trouvent défavorable. Cette division reflète des opinions contrastées sur l'environnement entrepreneurial, suggérant qu'il existe encore des défis à surmonter. La figure suivante les résultats obtenus:

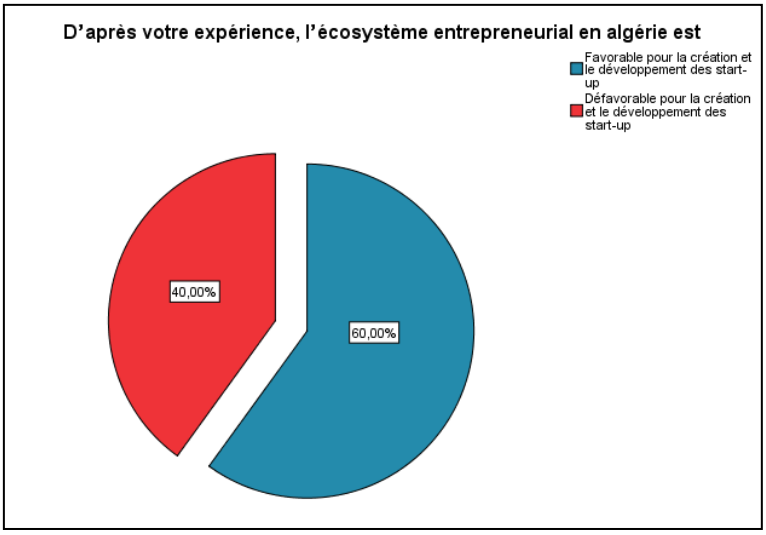


Figure 19:: répartition des répondants selon la favorabilité de l'écosystème entrepreneurial en Algérie

Tableau 23:: répartition des répondants selon la favorabilité de l'écosystème entrepreneurial en Algérie

	Fréquence	Pourcentage
Oui	7	77.8%
Non	2	22.2%
Total	9	100%

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

Une majorité des entrepreneurs (77,8 %) estiment que les politiques publiques visant à soutenir la création et le développement des start-ups en Algérie ont atteint leurs objectifs. Cependant, une minorité (22,2 %) pense que ces objectifs ne sont pas encore réalisés, ce qui pourrait indiquer des attentes non satisfaites dans certains domaines.

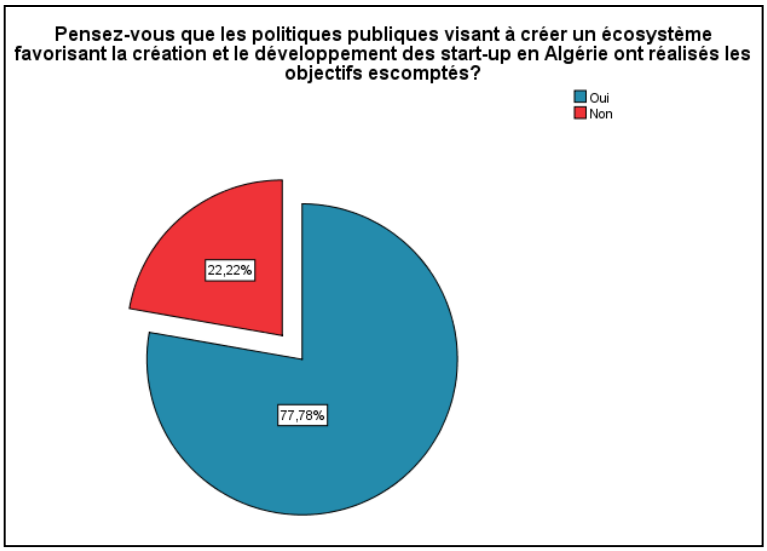


Figure 20: répartition des répondants selon la réalisation des objectifs escomptés des politiques publiques

2. Les tris croisés

Afin d'identifier les relations entre les réponses recueillies, des analyses statistiques multi-variées sont effectuées, en procédant par des tris croisés pour chaque couples de variables.

Notons que le calcul est entre les questions : ***Quel est votre degré de satisfaction de votre incubateur*** *et* ***D'après votre expérience, l'écosystème entrepreneurial en Algérie est favorable ou non :***

Les résultats sont récapitulés dans les tableaux suivants :

Tableau 24:Tableau croisé Quel est votre degré de satisfaction de votre incubateur * D'après votre expérience, l'écosystème entrepreneurial en Algérie est

		D'après votre expérience, l'écosystème entrepreneurial en Algérie est		Total
		Favorable pour la création et le développement des start-up	**Défavorable pour la création et le développement des start-up**	
Quel est votre degré de satisfaction de votre incubateur	**Très satisfait**	5	0	5
	Moyennement satisfait	0	3	3
	Pas du tous satisfait	0	1	1
Total		5	4	9

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

Il est tout à fait clair que tous les entrepreneurs (5) qui sont très satisfaits de leurs incubateurs voient que l'écosystème entrepreneurial en Algérie est favorable pour la création et le développement des start-up ; tandis que ceux qui sont moyennement satisfait (3) ou pas du tous satisfait (1) de leurs incubateurs pensent que l'écosystème entrepreneurial en Algérie est défavorable pour la création et le développement des start-up. Ce qui reflète une relation positive entre le degré de satisfaction de l'incubateur et la vision sur l'écosystème entrepreneurial en Algérie.

Cette relation a été prouvée par le test statistique de Khi-deux comme le montre le tableau suivant :

Tableau 25:Test de Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
khi-deux de Pearson	9,000	2	,011
Phi	1,000	/	,011
V de Cramer	1,000	/	,011
N d'observations valides	9		

Source : traitement questionnaire par logiciel SPSS

Nous constatons que la valeur de Khi-deux a atteint 9 qui est une valeur élevée, en plus la valeur de Sig. (0.011) est inférieure à la valeur du test 0.05, alors, nous rejetons l'hypothèse nulle et nous acceptons l'hypothèse alternative qui dit qu'il existe une relation positive entre les deux variables. Donc la relation entre le degré de satisfaction de l'incubateur et la vision sur l'écosystème entrepreneurial en Algérie est statistiquement significative. Comme les valeurs des coefficients de Phi et de V de Cramer sont égales à un, cette relation est très forte ce qui est évident.

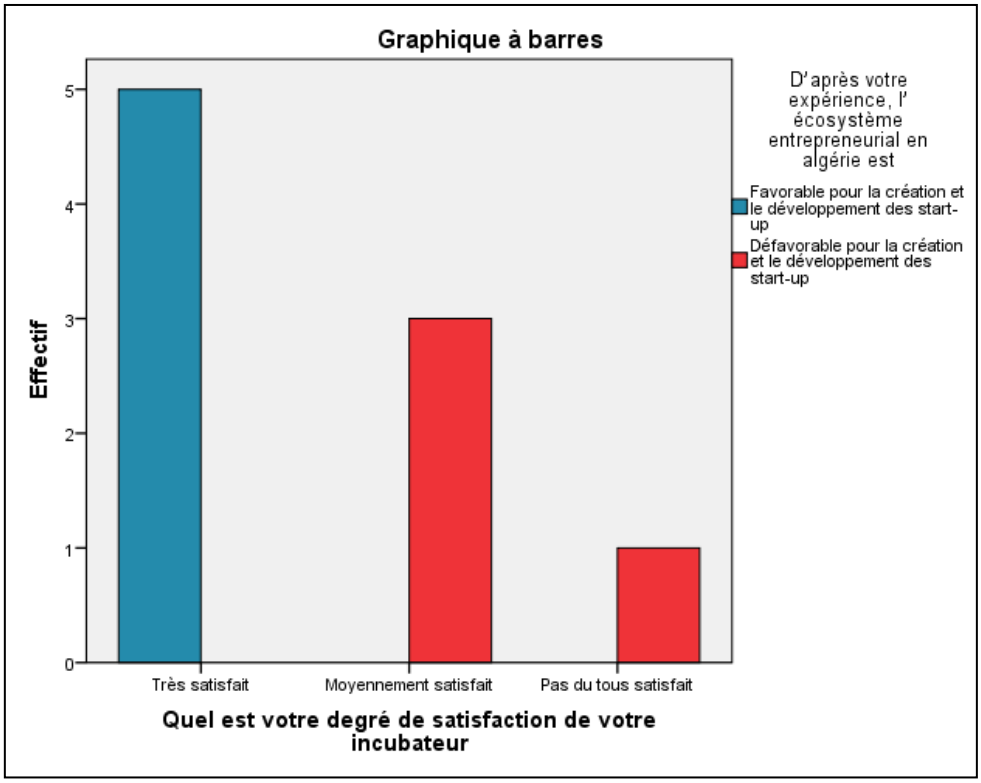


Figure 21:répartition des répondants selon la réalisation des objectifs escomptés des politiques publiques

Conclusion générale

Conclusion générale

Ce mémoire a permis d'explorer en profondeur les mécanismes de l'entrepreneuriat et des start-ups, tout en analysant leur impact sur le développement économique, en particulier dans le contexte algérien. L'objectif principal de cette étude était d'identifier les facteurs clés de la réussite entrepreneuriale, les défis à surmonter, et les opportunités à saisir dans un écosystème en constante évolution.

Dès les premiers chapitres, nous avons défini les concepts théoriques fondamentaux qui sous-tendent l'entrepreneuriat, en mettant en lumière des piliers comme l'innovation, la prise de risque, et la flexibilité. Les théories contemporaines, telles que l'effectuation et l'apprentissage entrepreneurial, ont montré que les entrepreneurs avancent dans des processus itératifs, ajustant leurs stratégies en fonction des opportunités émergentes et des aléas du marché. Ces paradigmes ont renforcé l'idée que l'entrepreneuriat est un chemin dynamique, souvent non linéaire, où l'innovation reste un levier essentiel de création de valeur.

L'analyse des start-ups, en particulier en Algérie, a souligné le rôle crucial de l'innovation, de la scalabilité et de leur potentiel de croissance rapide. Bien que l'écosystème entrepreneurial algérien soit en développement, il présente un fort potentiel, notamment dans des secteurs comme les technologies de l'information et de la communication (TIC), les énergies renouvelables, et la FinTech. Des initiatives récentes, telles que l'adoption de lois favorisant les start-ups et la création de structures d'accompagnement, sont des signaux encourageants vers la construction d'un environnement propice à l'innovation.

L'un des éléments centraux de cette recherche a été l'utilisation d'un questionnaire destiné aux entrepreneurs algériens, visant à recueillir leurs perceptions sur les défis et opportunités dans leur parcours entrepreneurial. Le questionnaire a permis de mesurer la perception des entrepreneurs formés en entrepreneuriat, en ce qui concerne l'efficacité des outils et méthodes à leur disposition, ainsi que les obstacles qu'ils rencontrent dans la pratique. Les résultats ont révélé que, malgré un optimisme certain concernant le potentiel d'innovation, de nombreux répondants ont signalé des difficultés majeures en matière d'accès au financement et de lourdeurs administratives, qui freinent leur essor.

Cette étude s'appuyait sur plusieurs hypothèses, dont l'une posait que l'innovation et la transformation numérique seraient des moteurs essentiels pour la croissance des start-ups en Algérie. Une autre hypothèse portait sur l'importance d'un cadre juridique et financier favorable pour soutenir la dynamique entrepreneuriale. Les données collectées ont confirmé ces

hypothèses, mettant en évidence que les entrepreneurs qui adoptent des technologies innovantes réussissent mieux, à condition qu'ils aient un accès suffisant aux ressources financières et un soutien institutionnel efficace.

Cependant, cette recherche présente certaines limites. D'une part, l'échantillon du questionnaire, bien qu'indicatif, pourrait être élargi pour obtenir des résultats plus généralisables. D'autre part, le manque de données exhaustives sur certaines start-ups algériennes, en particulier celles qui n'ont pas encore franchi le cap de la maturité, a rendu l'analyse plus délicate. Il est également à noter que la diversité des secteurs d'activité des start-ups algériennes n'a pas permis d'approfondir certaines spécificités sectorielles.

En conclusion, ce mémoire a révélé que l'entrepreneuriat et les start-ups sont des moteurs essentiels pour la transformation économique de l'Algérie. Pour que cet élan entrepreneurial atteigne son plein potentiel, il est crucial de renforcer l'accès aux financements, de simplifier les démarches administratives, et de promouvoir une culture d'innovation plus ouverte à la prise de risque. Le développement des start-ups doit être soutenu par des politiques publiques ambitieuses et un écosystème entrepreneurial solide, accompagné de formations et d'accompagnements adaptés. Enfin, les résultats de cette étude offrent une base pour des recherches futures qui pourraient approfondir l'analyse des défis spécifiques à chaque secteur d'activité et des stratégies d'adaptation des start-ups en contexte algérien.

Bibliographie

Bibliographique

Antonioli,A. Le droit d'apprendre d'entreprendre. Paris. L'Harmattan, 2017. – 141 p

Baraton, P., &Huault, I. (2017). Les subventions aux start-up : un exemple de régulation par la ressource. Revue d'économie industrielle, 160(4), 9-35.

Baron, R. A., & Tang, J. (2011). The Role of Entrepreneurs in Firm-LevelInnovation : Joint Effects of Positive Affect, Creativity, and EnvironmentalDynamism. Journal of Business Venturing, 26(1), 49-60.

Bessière, V., &Bessière, C. (2019). Les fonds d'amorçage : acteurs de la reconfiguration des écosystèmes. Revue de gestion. 43(266), 51-68.

Boudiaf, N., &Belaid, F. (2020). Access to Financing and Entrepreneurial Ventures : Evidence from Algerian Startups. Journal of Global EntrepreneurshipResearch, 10(1), 1-14.

Boutillier, S. & Tiran, A. (2016). La théorie de l'entrepreneur, son évolution et sa conceptualisation. Innovations, 50, 211-234.

Caillard JF, Paris T. et Niel X. La fabrique des start-up : Maitriser les clés du nouvel entrepreneuriat. Pearson, 2018, p180.

Djebar, A. (2019). L'écosystème startup en Algérie : un état des lieux. Revue internationale d'économie sociale, 1(1), 45-60.

Drouiche,H. Menai,L. Revue Algérienne du Droit des Affaires, Volume : 03 / N° :01 / Juillet 2022.

Drucker,PInnovation et entrepreneuriat, Economica, Paris, 1986.

Gartner.W.B, 1993. « Words lead to deeds, towards an organizational emergence vocabulary ». In Journal of Business Venturing, Vol 8, No 3, 1993. PP 231-239.

Girard, A., & Valette-Florence, P. (2017). Les déterminants de l'obtention de subventions publiques pour les jeunes entreprises innovantes : une analyse empirique. Management International, 21(1), 61-73.

Gouritin, Antoine, « « Légitimité de la critique et critique de la légitimité entrepreneuriale. Retour d'expérience » », Savoir/Agir, vol. 51, no. 1, 2020, pp. 33-40

Hernandez.E.M, (2001). L'entrepreneuriat : Approche théorique. L'Harmattan, 2001. Paris.

Julien.P-A, Marchesnay.M, (1996). L'entrepreneuriat. Edition Economica, Paris, 1996.

Lahlouh, S., & Amara, N. (2020). Algerian Startups and EntrepreneurshipEcosystem : Cases StudyAnalysis. Journal of Entrepreneurship Education, 23(3), 1-16.

Meziane, A., & Boudiaf, N. (2020). Accès au financement des start-ups en Algérie : enquête exploratoire. Revue internationale de gestion des PME, 35(1), 27-51.

Ries, E. (2011). The Lean Startup : How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business

Steve Blank, « Why the Lean Start-Up Changes Everything » sur Harvard Business Review, mai 2013.

Stevenson.H., Une perspective sur l'entrepreneuriat, Havard Business Article, 1983.

Verstraet. T, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions EMS, 2000, p11.

Verstraete.T, Fayolle.A. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat. Revue de l'Entrepreneuriat. Vol 4, n°1, pp 33-52.

Annexes

Questionnaire aux start-up :

ϖ Thème du mémoire de fin d'études :

ϖ Présentation du thème : Dans le cadre de notre projet de fin d'étude nous nous sommes intéressées sur l'ecosystéme entrepreneurail des start-up en algérie

Ce questionnaire a pour but la réalisation d'un mémoire de Master en sciences de gestion option entrepreneuriat à l'université de BEJAIA au sujet de « l'écosystème entrepreneuriale…. ». L'objectif de ce questionnaire est d'analyser l'environnement entrepreneurial dans lequel évoluent les start-up algériennes, pour cela, votre contribution sera précieuse pour mener à bien notre travail et nous vous remercions pour le temps que vous allez consacrer pour y répondre.

1. **Informations sur la start-up**

- Nom de la startup
- Année de création
- Secteur d'activité
- Nombre d'employés
- Forme juridique de votre start-up :

□ EURL

□ SARL

□ SPA

□ SNC

□ E. Individuelle

□ Autre (précisez)

2. **Informations sur l'entrepreneur**

- Sexe :

□ Homme

□ Femme

- Niveau d'études :

□ Primaire

□ Moyen

□ Secondaire

□ Universitaire

☐ Autre

3. Financement

➢ Connaissez-vous les différents modes de financement dédiés aux start-up ?

☐ Oui

☐ Non

➢ Que pensez-vous des modes de financement existants ?

☐ Diversifiés et répondent aux besoins des start-up

☐ Limités et ne répondent pas aux attentes des start-up (délais, difficultés d'obtention, mentant, procédures…)

➢ Quel a été votre mode de financement sollicité?

☐ Fonds propres
☐ Love money
☐ Emprunt bancaire
☐ Capital risque
☐ Busines Angels

☐ Fond public

☐ Autres

➢ Avez-vous rencontré des difficultés de financement ?

☐ Oui

☐ Non

➢ Si oui, durant quelle phase ?

☐ Phase de création

☐ Phase de démarrage

☐ Phase de développement

➢ Comment avez vous-même essayé de surmonter cette difficulté ?

☐ Recherche de financement alternatif

☐ Recherche de mentors et conseils externes
☐ Collaboration avec les autorités pour résoudre les problèmes administratifs
☐ Mise en place de stratégies de marketing et de réseautage
☐ Autre réponse à précisez

➢ D'après vous, la difficulté d'accès à un financement est dû aux :

- Manque de confiance vis-à-vis des nouveaux créateurs
- Conditions d'accès et d'octroi des crédits
- Moyens de financement limités et non développés
- Autres (à préciser)

Soutien et accompagnement

- Avez-vous été soutenu par des incubateurs ou des accélérateurs ?

- Oui
- Non

- Quelle est la principale difficulté rencontrée lors de l'incubation de votre startup ?

- Accès aux ressources financement
- Manque de soutien et d'accompagnement
- Manque de conseil et d'orientation
- Difficulté à trouver des partenaires et des clients
- Autre réponse a précisez

- Pensez-vous que l'incubateur est un indispensable pour la création des startups ?

- Oui
- Non

- A votre avis, les startups incubées ont-elles plus de chance pour réussir ?

- Oui
- Non

- Quel est votre degré de satisfaction de votre incubateur

- Très satisfait
- Moyennement satisfait
- Pas du tous satisfait

➢ Votre start-up est labélisée ?

 Oui

 Non

➢ L'obtention de votre labelle startup été

 Facile

 Difficile

Si c'est difficile, la difficulté est liée à quoi ?

➢ D'après votre expérience, les freins à la création et au développement des start-ups en Algérie sont liés principalement à :

 L'individu (compétence, comportement, personnalité, motivations…)

 Le projet

 L'environnement externe (réglementation et environnement des affaires)

➢ D'après votre expérience, l'écosystème entrepreneurial en algérie est

 Favorable pour la création et le développement des start-up

 Défavorable pour la création et le développement des start-up

➢ Pensez-vous que les politiques publiques visant à créer un écosystème favorisant la création et le développement des start-up en Algérie ont réalisés les objectifs escomptés?

 Oui

 Non

Table des matières

REMERCIEMENTS I
LISTE DES TABLEAUX II
LISTE DES FIGURES III
LISTE DES ABRÉVIATIONS IV
SOMMAIRE V
INTRODUCTION GÉNÉRALE 1
CHAPITRE I : LA GÉNÉRALITÉ SUR L'ENTREPRENEURIAT ET LES START-UP
INTRODUCTION 6
SECTION 01 : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT 6
1. QUELQUES CONCEPTIONS THÉORIQUES SUR L'ENTREPRENEURIAT 6
1.1. L'ENTREPRENEURIAT SELON LE PARADIGME DE L'OPPORTUNITÉ D'AFFAIRE : 6
1.2.L'ENTREPRENEURIAT SELON LE PARADIGME DE LA CRÉATION DE VALEUR 7
1.3.L'ENTREPRENEURIAT SELON LE PARADIGME DE L'INNOVATION 7
1.4. AUTRES CONCEPTIONS THÉORIQUE : 7
1.4.1. La théorie de l'effectuation : *7*
1.4.2. La théorie de l'apprentissage entrepreneurial : *8*
1.4.3. La théorie de l'asymétrie d'information : *8*
2. LES CONCEPTS ESSENTIELS DE L'ENTREPRENEURIAT 8
2.1. L'ENTREPRENEURIAT 8
2.2. L'ENTREPRENEUR 9
2.3. L'INNOVATION ET L'ADAPTATION 9
2.4.PRISE DE RISQUE 10
2.5. L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL 11
3. LE PROCESSUS ENTREPRENEURIAL 12
3.1. DÉFINITION DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL 12
3.2. LES ÉTAPES DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL 12
3.2.1. Identification de l'idée *12*
3.2.2. Évaluation de la faisabilité *12*
3.2.3. Développement du concept *12*
3.2.4.Montage du projet et planification *13*
3.2.5. Lancement et gestion de l'entreprise *13*
SECTION 02 : GÉNÉRALITÉS SUR LES START-UP : 14
1. ORIGINE ET ÉVOLUTION DES START-UP 15
2. DÉFINITION DES START-UP 16
2.1. IMPORTANCE DES STARTUPS POUR L'ÉCONOMIE MODERNE 16
3. CARACTÉRISTIQUES ET PROFIL DES STARTUPS 17

3.1. ELLE EST TEMPORAIRE 18
3.2. ELLE PRÉSENTE UNE INNOVATION 18
3.3. AVOIR UN MODÈLE INDUSTRIALISABLE/REPRODUCTIBLE 18
3.4.UN POTENTIEL DE CROISSANCE EXPONENTIELLE 18
4. LES STARTUPS EN ALGÉRIE 19
4.1 LE CADRE CONCEPTUEL DE LA START-UP EN ALGÉRIE : 19
4.1.1. Aspect juridique 19
4.1.2. Aspect économique 20
4.2 .LA START-UP EN ALGÉRIE (LÉGISLATION ET DÉMARCHES DE CRÉATION) 20
4.2.1. Définition juridique de la start-up en Algérie 21
4.2.1.1. L'octroi du label : 22
4.2.1.2. Le label Projets Innovants 23
CONCLUSION 24

CHAPITRE II: L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL

INTRODUCTION 26
SECTION 01 : GÉNÉRALITÉS SUR L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL 26
1. QUELQUES DÉFINITIONS DE L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL 26
2. STRUCTURATION DE L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL 29
3. IMPORTANCE DE L'ÉCOSYSTÈME POUR LES START-UP 31
SECTION 02 : DIMENSIONS ET CARACTÉRISTIQUES D'UN ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL 31
1. LES DIFFÉRENTES DIMENSIONS D'UN ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL .. 31
1.1. LE CAPITAL HUMAIN 32
1. 1.1.Talents et compétences 32
1.1.2. Éducation et formation 32
1.1.3. Culture entrepreneuriale 32
1.2. LE CAPITAL FINANCIER 32
1.2.1.Financement public 33
1.2.2. Accès au crédit 33
1.3. LE CAPITAL SOCIAL 33
1.3.1. Réseaux professionnels 33
1.3.2. Collaboration 33
1.3.3. Mentorship 34
1.4. LE CAPITAL TECHNOLOGIQUE 34
1. 4.1. Infrastructures numériques 34
1.4.2. Innovation technologique 34
1.4.3. Transfert de technologies 35
1.5. LE CAPITAL RÉGLEMENTAIRE 35
1. 5.1.Simplicité administrative 35

1.5.2. Protection de la propriété intellectuelle *35*
1.5.3. Cadre fiscal favorable *36*
1.6. L'INFRASTRUCTURE 36
1.6.1. Bureaux et espaces de travail *36*
1.6.2. Logistique et transport *36*
1.6.3. Connectivité et télécommunications *36*
1.6.4. Logistique et transport *37*
1.6.5. Connectivité et télécommunications *37*
1.6.6.Énergie et ressources *37*
2. QUELQUES EXEMPLES RÉUSSIS DES ÉCOSYSTÈMES ENTREPRENEURIALS ... 40
3. L'ÉCOSYSTÈME DES START-UP EN ALGÉRIE 41
3.1. L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL EN ALGÉRIE : VUE D'ENSEMBLE 41
3.1.1. Secteurs d'activité privilégiés par les Start-up algériennes *42*
3.1.2.Quelques exemples de Start-up en Algérie *43*
3.2. FINANCEMENT DES START-UP EN ALGÉRIE 46
3.1.1. Moyens de financement traditionnel *46*
3.1.2. Moyens de financement alternatif *46*
3.3. L'ACCOMPAGNENT DES START-UP EN ALGÉRIE 47
3.3.1. Le rôles des incubateurs : *48*
3.3.1.1. Soutien financier *48*
3.3.1.2. Accompagnement opérationnel 48
3.3.1.3.Écosystème et réseautage 49
2. LES DÉFIS DE L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL EN ALGÉRIE 49
CONCLUSION 50

CHAPITRE III: ENQUÊTE DE TERRAIN SUR L'ECOSYSTÈME DES STARTUP EN ALGÉRIE

INTRODUCTION 52
SECTION 01 : MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE ET CARACTÉRISTIQUE DE L'ÉCHANTILLON : 52
1. MÉTHODOLOGIE CHOISIE ET OBJECTIFS 52
2. CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON 53
3. LE PROFIL DES START-UP ENQUÊTÉES 54
3.1. LA RÉPARTITION DES RÉPONDANTS SELON L'ANNÉE DE CRÉATION 54
3.2. LA RÉPARTITION DES RÉPONDANTS SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ 54
3.3. LA RÉPARTITION DES RÉPONDANTS SELON LE NOMBRE D'EMPLOYÉS 55
3.4. LA RÉPARTITION DES RÉPONDANTS SELON LA FORME JURIDIQUE 56
3.5. LA RÉPARTITION DES RÉPONDANTS SELON LE SEXE 56
3.6. LA RÉPARTITION DES RÉPONDANTS SELON LE NIVEAU D'ÉTUDES 56
SECTION 02 : ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS 57

1. ANALYSE DESCRIPTIVE ET CALCULES DE FRÉQUENCES 57

1.1. FINANCEMENT DES START-UP 57

1. 2. ACCOMPAGNEMENT ET SUIVI DES START-UPS 63

1.3. LABELLISATION DES START-UP 67

1.4. PERCEPTIONS DES RÉPONDANTS SUR L'ÉCOSYSTÈME DES AFFAIRES 69

2. LES TRIS CROISÉS 71

CONCLUSION GÉNÉRALE 75

BIBLIOGRAPHIQUE 78

ANNEXES

TABLE DES MATIERES

Résumé

Le présent mémoire explore l'écosystème entrepreneurial des start-up en Algérie, avec un accent particulier sur son impact sur la création et la croissance de ces entreprises innovantes.

La recherche met en évidence les dimensions clés de cet écosystème, telles que le financement, l'accompagnement, la réglementation, et l'incubation, en s'appuyant sur une enquête menée auprès de dix start-up situées dans les wilayas de Béjaïa et Alger. Les résultats montrent que bien que des initiatives gouvernementales aient été mises en place pour soutenir les start-up, des obstacles importants subsistent, notamment en ce qui concerne l'accès au financement et les lourdeurs administratives.

Ce mémoire propose également des recommandations pour améliorer cet écosystème et ainsi favoriser l'essor des start-up en Algérie, en particulier par la simplification des démarches et l'amélioration des infrastructures de soutien.

Mots clés : *start-up, entreprenariat, écosystème*

Abstract

This thesis explores the entrepreneurial ecosystem of start-ups in Algeria, with a particular focus on its impact on the creation and growth of these innovative companies.

The research highlights the key dimensions of this ecosystem, such as financing, support, regulations, and incubation, based on a survey conducted with ten start-ups located in the wilayas of Béjaïa and Algiers. The results show that although government initiatives have been implemented to support start-ups, significant challenges remain, particularly regarding access to financing and administrative burdens.

This thesis also offers recommendations to improve this ecosystem and thereby promote the development of start-ups in Algeria, notably through the simplification of processes and the enhancement of support infrastructures.

Keywords: *start-up*, entrepreneurship, ecosystem