

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de
MASTER EN SCIENCES ECONOMIQUES
Option : Economie Industrielle

L'INTITULE DU MEMOIRE

**Conditions d'émergence et stratégies d'accompagnement des start-up
en Algérie.**

Préparé par :

- Ag Sidi Mohamed Bnou
- Ag Ahmed Ayouba

Dirigé par :

Pr. Farida Nemiri

Date de soutenance :

Jury :

Président :

Examineur :

Rapporteur :

Année universitaire : 2020/2021

REMERCIEMENTS

Nous remercions avant tout Dieu le tout puissant de nous avoir donné la foi, la volonté et le courage de mener à bien ce modeste travail.

Ensuite, nous tenons à adresser nos vifs remerciement avec nos plus profond respect et notre plus large considération à notre encadrante, Pr. Farida Nemiri d'avoir accepté d'assurer la direction du présent mémoire, pour ces suggestions et commentaires avisés ainsi qu'au temps qu'elle a consacré à la lecture et la révision de notre travail.

Nous remercions également l'ensemble du corps professoral et du personnel administratif de l'université Abderrahmane Mira pour l'aide, l'enseignement et les compétences apportés lors de notre parcours universitaire. Nous espérons que ce mémoire représente les valeurs d'éthique et d'excellence qui nous été transmises tout au long de ces années.

Nous invitons les membres de jury avec un énorme respect à bien vouloir juger notre présent travail, espérant qu'ils le trouvent correspondant à leurs attentes avec nos sincères remerciements.

Pour terminer, nous souhaitons nous adresser à nos familles respectives, à nos proches et amis afin de les remercier pour l'aide, le soutien et les conseils fournis tout au long de nos études.



DEDICACES

Nous dédions ce modeste travail :

A nos chers parents, pour avoir fait de nous ce que nous sommes aujourd'hui, ainsi que pour leurs sacrifices et leurs prières tout au long de nos études ;

A nos frères et sœurs pour leur soutien permanent et inconditionnel ;

A nos amis et collègues ;

A tous ceux qui, de loin ou de près nous ont donné la force de continuer.

LISTE DES ABREVIATIONS

ACSE : The Algerian Center for Social Entrepreneurship

ANPT : Agence Nationale de Promotion et de développement des Parcs Technologiques

PME : Petit et Moyenne Entreprise

R&D : Recherche et Développement

MVP : Minimum Viable Product

GAFAM : Google Apple Facebook Amazon

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication

TSF : Télégraphie Sans Fil

HP : Hewlett-Packard

IPO : Initial Public Offering

ICO : Initial Coin Offering

FAB-LAB : Laboratoire de Fabrication

WEF : World Economic Forum

CNAC : Caisse Nationale des Assurances Chômage

CASNOS : Caisse Nationale de Sécurité des Non-Salariés

B to C : Business to Consumer

COSOB : Commission d'Observation et de Surveillance des Opérations de Bourse

ADC : Algérie Digital Cluster

FINALEP : Financière Algérino-Europenne de Participation

IBO : Intermédiaire en Opération de Bourse

IBS : Impôt sur Bénéfices des Sociétés

VC : Venture Capital

CBA : Casbah Business Angels

TPE : Très Petite Entreprise

ANPT : Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques

ANVREDET : Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique

CDTA : Centre de Développement de Technologies Avancées

AC : Alliance Consulting

CVC : Corporate Venture Capital

PIB : Produit Intérieur Brut

BTPH : Bâtiment Travaux Public et Hydraulique

IOT : Internet des Objets

ONS : Office Nationale des Statistiques

KPI : Key Performance Indicator

GAAN : Groupement Algérien des Acteurs du Numérique

AI : Intelligence Artificielle

BAALDI : Business Angels Algérie-Diaspora

VTC : Véhicule de Transport avec Chauffeur

SOMMAIRE

Introduction générale.....	01
Chapitre 1 : L’entrepreneuriat et création d’entreprise.....	05
Section 1 : Concept de base de l’entrepreneuriat.....	05
Section 2 : L’esprit d’entreprendre et l’appui à l’entrepreneuriat.....	15
Chapitre 2 : L’innovation et l’émergence des start-up.....	27
Section 1 : L’innovation à l’ère de l’expansion technologique.....	28
Section 2 : Contexte des start-up.....	37
Chapitre 3 : L’écosystème des start-up en Algérie.....	57
Section 1 : Ecosystème entrepreneuriale : émergence des start-up en Algérie....	58
Section 2 : Etude de Cas.....	81
Conclusion Générale.....	89
Annexe.....	92
Bibliographie.....	93
Liste des illustrations.....	100
Table des matières.....	101
Résumé.....	104

Introduction générale

Dans la plupart des économies du monde, l'entrepreneuriat est considéré comme un instrument clé permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi. Chercheurs et preneurs des décisions s'accordent pour dire qu'une économie entrepreneuriale est une économie dynamique et innovatrice. Ces dernières années, la création des conditions favorables en vue d'assurer la naissance, la croissance et la pérennité des entreprises innovantes a suscité beaucoup d'intérêt dans l'économie de plusieurs pays. C'est pourquoi, les gouvernements tentent de mettre en place des politiques de stimulation, d'aide et d'accompagnement destinées aux entrepreneurs et aux porteurs de projets. Ces politiques ont pour but de mettre en place un climat économique général propice à la création des entreprises et de stimuler l'entrepreneuriat par un ensemble de mesures spécifiques incitatives telles que les aides financières, les exonérations fiscales en autres. Cette démarche passe aussi par l'implication de nouvelles structures et organismes d'accompagnement tels que les pépinières d'entreprises, les incubateurs et les pôles d'excellence (Isenberg, 2011)¹.

Le développement entrepreneurial dépend étroitement des politiques visant à réduire les contraintes réglementaires et administratives qui pèsent sur l'activité entrepreneuriale. En effet, l'entrepreneuriat peut-être stimulé lorsque les besoins des entrepreneurs trouvent un soutien à différent niveaux. Concrètement, cela revient à promouvoir la formation à l'entrepreneuriat, à faciliter l'accès aux financements, à la technologie, à l'innovation et aux marchés internationaux. Par écosystème entrepreneurial, il faut entendre non seulement sur les facteurs propices à l'entrepreneuriat, mais surtout sur les interactions complexes entre plusieurs dimensions politiques, financières, humains, culturelles, relatives aux marchés et aux supports infrastructurels, professionnels et institutionnels, dont les combinaisons confèrent à chaque écosystème un caractère idiosyncrasique. Ce qui nous amène à penser que l'établissement d'un écosystème entrepreneurial favorable peut pousser, encourager et inciter les porteurs de projets à se lancer dans l'entrepreneuriat².

¹ Isenberg D., (2011): « The Entrepreneurship Eco system Strategy as a news paradigm for economic Policy: principles for Cultivating Entrepreneurship.

² Kouraiche N (2018) : Le rôle de l'écosystème entrepreneurial dans la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie, Les cahiers du CREAD, vol.34-n°2-2018, p. 78.

Depuis plusieurs années, l'entrepreneuriat en Algérie est en évolution continue, l'Etat, tout comme le secteur privé, emploie des moyens importants pour la promotion de ce domaine et encouragent les citoyens à s'y investir de plus en plus, dans une perspective de développer l'économie du pays et trouver une alternative aux Hydrocarbures. Pour cela des entreprises nationales ont ouvert leurs portes pour former, financer et accompagner les jeunes entrepreneurs à créer des start-up. En revenant quelques années en arrière, le concept de START-UP était méconnu par la majorité des Algériens. Aujourd'hui, grâce au travail d'organisme évoluant dans le domaine de l'entrepreneuriat (INJAZ El Djazair, ACSE à titre d'exemple) et la création de multiples accélérateurs de start-up privés ou étatique (SYLABS, ANPT, incubateurs), le nombre de start-up créés est en grande augmentation d'année en année.

Pour encourager les porteurs de projet, le gouvernement algérien a annoncé plusieurs mesures incitatives et une réglementation simplifiée. La création d'un ministre délégué chargé des start-up et de l'innovation constitue une preuve. En effet, la loi de finances 2020 se penchait déjà sur le cas de start-up algérienne. Elle prévoyait notamment une ligne de dépenses pour le financement des actions d'aides aux PME et aux start-up, pour encourager ces derniers dans leurs activités professionnelles.

Bien évidemment, cela se poursuit avec la loi de finances pour 2021 favorable aux start-up en Algérie. Après avoir assuré la création du comité national de labélisation des start-up, avec le décret n°20-254 du 15 septembre 2020, le gouvernement a notamment pu revoir à la hausse les avantages fiscaux accordés aux start-up. Dans l'article 11 du décret exécutif n°20-254 nous pouvons notamment constater qu'une start-up est bien évidemment une société³.

Afin de permettre aux porteurs de projets innovants de concrétiser leurs idées, il était nécessaire de renforcer l'écosystème de l'innovation dans le pays pour le hisser au niveau des aspirations des jeunes. Cet écosystème doit leur garantir les mécanismes de financement adéquats"⁴.

³ Dzairdaily.com consulté le 22 Mai 2021

⁴ Les start-up seront la locomotive du nouveau modèle économique : Algérie presse service consulté le 14 avril 2021.

Intérêt du sujet

De nos jours, qui n'a jamais entendu parler de start-up ? Dans la presse, à la télévision, à la radio, sur internet ou sur les réseaux sociaux, elles font l'objet de toutes les attentions. Difficile donc de passer à côté de ses entreprises qui révolutionnent notre société et notre façon de consommer. Découvrir et comprendre en profondeur le monde étonnant des start-up, leurs parcours et leurs méthodologies, sont autant de motivations qui nous ont poussés à nous intéresser à ce thème. Qu'en est-il de l'évolution des start-up en Algérie ? Quelles sont les principales difficultés qui entravent l'essor des start-up en Algérie ? Quelles solutions d'accompagnement seront nécessaires pour les créateurs de start-up afin de les aider à s'en sortir ?

De ce fait nous allons tenter d'éclairer la question principale de notre recherche : **Les stratégies d'accompagnement mises en place en Algérie favorisent-elles l'émergence des start-up ?** Ainsi, l'objet de notre étude vise à vérifier s'il y a vraiment un écosystème favorable à la création et l'émergence des start-up en Algérie.

Pour ce faire, notre recherche se basera sur l'hypothèse de travail suivante.

Cette hypothèse énonce que le manque d'un écosystème favorable est un obstacle à la création et à l'émergence des start-up en Algérie.

Méthodologie du travail :

Pour pouvoir répondre à notre problématique et mener de la meilleure façon possible notre travail, nous avons effectué, en premier lieu, une recherche bibliographique et documentaire. La consultation d'ouvrages, articles et revues, thèses et mémoires et sites électroniques nous a permis de définir une méthodologie adéquate. En premier lieu, par une analyse approfondie, nous tenterons de mettre en exergue les conditions d'émergence des start-up en général et des startups algériennes en particulier. En second lieu, nous effectuerons une étude sur le terrain auprès de la start-up Yassir à l'aide d'un guide d'entretien semi-directif qui correspond bien à la nature du phénomène exploré pour vérifier nos hypothèses.

Notre travail est structuré en trois chapitres. Le premier chapitre intitulé l'entrepreneuriat et création d'entreprise se compose de deux sections. La première section présente les concepts de base de l'entrepreneuriat. La seconde section se focalise sur l'esprit d'entreprendre et l'appui à l'entrepreneuriat.

Le deuxième chapitre porte sur l'innovation et contexte d'émergence des start-up. Il est reparti en deux sections aussi. La première section présente de manière synthétique le concept de l'innovation. La seconde section aborde le contexte des start-up.

Enfin, le troisième étudie l'écosystème des start-up en Algérie. Il est aussi reparti en deux sections. La première section présente l'écosystème entrepreneurial en Algérie qui sous-tend l'émergence des start-up. La seconde section représente une de cas à travers la start-up Yassir.

Chapitre I : L'entrepreneuriat et la création d'entreprise

Le début du troisième millénaire est marqué par le renouveau de l'esprit d'entreprendre et du comportement entrepreneurial, lesquels affectent tous les pays et tous les domaines de la vie économique et sociale, les créations et les reprises d'entreprises, les entreprises existantes, les associations et même le service public.

Pendant de très nombreuses années, il était admis que l'esprit et la capacité d'entreprendre relevaient principalement, voire exclusivement, du goût du risque et des traits de personnalité de l'entrepreneur. Depuis le début des années 1980, cette vision d'un entrepreneur inné est remise en question. Entreprendre aujourd'hui, c'est aussi et surtout une discipline, dont les règles et les principes peuvent s'apprendre et être systématiquement appliqués⁵. En étant conscient que l'entrepreneuriat ne peut être réduit à la seule création d'entreprise, ce chapitre sera concentré sur l'entrepreneuriat comme levier de la création d'entreprise qui constitue un moteur important du développement économique. Dans les deux sections qui composent de chapitre présentent les concepts de base de l'entrepreneuriat, le profil de l'entrepreneur et ses motivations ainsi que les actions d'appui à l'entrepreneuriat.

Section 01 : Concepts de base de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat prend de plus en plus d'importance dans notre société. Les attentes sont multiples et revêtent des formes différentes et complémentaires. En tant que phénomène économique et social, l'entrepreneuriat est censé dynamiser les entreprises et participer à la création d'emploi. En effet, l'entrepreneuriat est étudié par des économistes, des sociologues, des anthropologues, des historiens et des chercheurs d'autres disciplines. Donc l'entrepreneuriat peut correspondre à une ou plusieurs terminologies selon la discipline du chercheur. Pour nous, nous le considérons comme activité économique.

1.1 Définition :

Il y a beaucoup de chemins différents où l'entrepreneuriat peut être défini. Une vue possible de la nature d'un phénomène entrepreneurial est de le considérer comme un phénomène d'organisation. Dans cette vision, l'analyse de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations ou d'activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

⁵ Alain Fayolle (2004) : Apprendre à entreprendre, Edition Dunod, deuxième édition, Paris, p.1

Selon Verstraet (2000, p.11)⁶ « l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation ». Pour lui, cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques. En effet, l'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui diffère avec la diversité des appuis théoriques, la diversité des points de vue, la diversité des approches et des méthodes, selon les pays et à travers le temps. Les définitions de l'entrepreneuriat sont multiples.

L'entrepreneuriat est un processus de création de valeur par de « nouvelle combinaison productives » qui constituent un formidable levier de croissance et d'innovation (Schumpeter 1911) cité dans l'article de Naasroun & Belataf (2013)⁷.

L'entrepreneuriat est aussi une dynamique de changement pour l'individu. Ce dernier, en s'investissant dans la création de son entreprise, est susceptible de changer de savoir-faire, d'attitude, de valeur, de statut social. , L'entrepreneuriat gagne à être compris comme une dialogique individu/création de valeur, c'est-à-dire une boucle où deux logiques sont à l'œuvre : celle de l'individu qui agit et impulse la création de valeur et celle de l'objet qui occupe une part prépondérante dans sa vie ; cet objet est entendu comme son activité, ses buts et ses moyens qui contraignent et façonnent celui qui le construit.

Dans l'article « *Paradigmes et entrepreneuriat* », (Terstraet & Fayolle (2005), identifient quatre paradigmes, qui permettent de cerner le domaine de la recherche en entrepreneuriat : la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaire (opportunité), la création d'une organisation, la création de valeur et d'innovation⁸.

Ces paradigmes sont complémentaires et peuvent se combiner, plutôt que s'opposer. Ils proposent alors de classer des différentes définitions de l'entrepreneuriat, avancées par différents auteurs, selon quatre paradigmes.

Le paradigme de l'opportunité d'affaires : ce paradigme définit l'entrepreneuriat comme étant la capacité à créer ou repérer des opportunités et à les exploiter. Il s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de celle-ci, ainsi

⁶ Thierry Verstraet (2000) : Histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat, édition management et société, p.11.

⁷ Nasroun Nacera & Belataf Matouk (2013) : L'entrepreneuriat et l'innovation : les facteurs stimulant de l'innovation dans les PME du secteur agroalimentaire de Bejaïa », revue n° 14 Management et sciences sociales.

⁸ Verstraet & Fayolle A. (2005) : Paradigme et Entrepreneuriat, Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, p. 34-43.

qu'aux individus qui les découvrent les évaluent et les exploitent. La construction de ce paradigme s'inspire largement des travaux de l'école autrichienne, et en particulier les contributions de Schumpeter (1935) et de Kirzner (1973, 1997). Cette école a fourni un éclairage intéressant du processus entrepreneurial.

Dans le même ordre d'idée, Schumpeter souligne notamment l'importance de l'innovation qui constitue l'essence de l'entrepreneuriat, alors que Kirzner met en évidence l'importance de la découverte d'opportunité dans la dynamique des marchés. L'ensemble de ces travaux ont en commun la mise en évidence de l'entrepreneur comme étant un acteur à la recherche d'opportunité et de profit. Ces auteurs présupposent que les opportunités existent dans la nature, en tant que telles, et qu'il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour les exploiter et les transformer en réalités économiques. Par contre pour Alain Fayolle, l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas le point de départ qu'il faut découvrir de ce processus.

Le paradigme de la création d'une organisation : Cette conception a été développée par Gartner (1988) qui a mis l'accent sur le processus qui conduit à l'apparition d'une nouvelle organisation. Dans cette approche, l'entrepreneuriat est entendu comme un processus de création d'une organisation par une ou plusieurs personnes. Ce qui sous-entend les activités par lesquelles le créateur de l'opportunité mobilise et combine les ressources informationnelles, matérielles et humaines pour concrétiser l'opportunité en un projet structuré, voire une entité. L'entrepreneuriat est vu comme un système complexe et un type spécifique d'organisation qui est impulsé par un entrepreneur. Cet entrepreneur agit pour tenter de concrétiser, au sien de la structure, la vision qu'il se fait de cette organisation. Il est donc indispensable d'étudier les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

La majorité des travaux qui ont succédé ceux de Gartner sont consacrés au phénomène d'émergence organisationnelle, son point de vue étant partagé par Brush et al (2003) qui affirment que la notion de création est caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat, et le processus d'émergence est le centre de gravité du domaine de la recherche en entrepreneuriat.

Le paradigme de la création de valeur : ce paradigme définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur qu'elle soit individuelle, économique ou

social. Les travaux portant sur le lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique peuvent être rattaché à ce paradigme.

Gartner (1990) a démontré que la création de valeur nouvelle est un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat. Ce paradigme relève de la dialogique individu/création de valeur définie comme une dynamique de changement où l'individu est à la fois acteur de la création de valeur. Ce dernier détermine les modalités et l'objet de la création de valeur, qui par l'intermédiaire de son support (projet, structure, etc.) l'investit voire le détermine.

Le paradigme de l'innovation : La théorie économique s'est intéressée tardivement à l'innovation. Parmi les précurseurs qui ont travaillé sur le concept, Joseph Schumpeter, qui considère que la firme innovatrice crée une rupture dans les conditions de la concurrence car elle dispose d'un avantage compétitif. L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste autrichien Joseph Schumpeter a évoqué la force du processus de destruction créatrice qui caractérise l'innovation (Fayolle, 2004, P10).

Drucker est l'un de principaux partisans de cette perspective. L'innovation est clairement selon lui la fonction spécifique de l'entrepreneuriat et le moyen d'utiliser le changement comme une opportunité ouverte sur une affaire ou un service différent (Drucker, 1985). Il considère l'innovation comme condition de création de valeur. P. André Julien et Michel Marchesnay ont affirmé que le moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation. Elle constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celle-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens et services, ou encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre (P. A. Julien et M. Marchesnay, 1996).

On ne peut pas parler d'entrepreneuriat, de création d'entreprise ou d'esprit d'entrepreneurial sans d'abord parler d'un élément clé de ce processus qui est l'entrepreneur. Alors, il est inutile de tenter de connaître et de comprendre ce que signifie l'entrepreneuriat si on ne s'intéresse pas à l'entrepreneur, ses caractéristiques et ses motivations.

1.2. L'entrepreneur

Il est admis que l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. La démarche entrepreneuriale est impulsée par cet individu. Le rôle essentiel joué par l'entrepreneuriat, dans le développement socio-économique des régions ces dernières décennies, fait de l'entrepreneur un élément qui a attiré l'attention des responsables politiques ainsi que des scientifiques. Plusieurs études ont été menées dans le but de mieux connaître ce personnage, qui n'a pas cessé d'évoluer dans le temps et dans l'espace.

Si l'entrepreneuriat est un phénomène complexe, et ne peut pas être réduit à une définition, le concept d'entrepreneur n'échappe pas aussi à cette contrainte. Selon les réalités et les époques, on trouve plusieurs définitions de l'entrepreneur. Alain Fayolle et Louis J. Filion ont affirmé que la conception de l'entrepreneur a évolué avec le temps et semble-t-il avec la complexification de l'activité économique⁹. Cependant nous allons évoquer quelques définitions d'après la littérature économique.

Dans son ouvrage, « Essai sur la nature du commerce général » Cantillon décrit cet acteur comme un agent de direction de la production et du commerce qui supporte seul les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix¹⁰. Les auteurs classiques tels que J.B. Say et Cantillon mettent l'entrepreneur au centre du processus économique. Pour eux, c'est un agent économique rationnel et dynamique qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque, garantissant véritablement l'équilibre économique. Cantillon et Say voyaient l'entrepreneur surtout comme un preneur de risque puisqu'il investit son propre argent.

Schumpeter, quand à lui, associe l'entrepreneur à l'innovation. Il voit l'entrepreneur comme un agent de changement et il affirme que : « un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie ». Il fait de l'entrepreneur l'acteur explicatif de la dynamique économique en adoptant une définition plus fonctionnelle dans laquelle le risque devient une variable parmi d'autres de l'environnement¹¹. Mark

⁹ Manuel Antonio & Rodrigues Monteiro (2015) : L'entrepreneuriat et l'utilité des incubateurs dans le lancement des projets innovants : cas de l'incubateur de Sidi Abdellah » mémoire en vue d'obtention du diplôme de master en sciences commerciales, UMMTO, p.10

¹⁰ Tounes Azzedine (2006) : l'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur » centre de recherche et d'étude en gestion des organisations, article n° 03-73, IAE de Rouen-CREGO, p. 4.

¹¹ Ibid., P. 14.

Casson à son tour, met l'accent sur la « coordination », et définit l'entrepreneur comme quelqu'un de spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination des ressources rares. Cette coordination est le résultat de plusieurs facteurs :

- L'accès à l'information à travers les réseaux sociaux et les expériences antérieures ;
- La fortune personnelle, capacité de réunir des capitaux, accession à certaines institutions ;
- Compétence en matière d'organisation (prévoir, déléguer, communiquer, innover)
- Compétence innées, l'imagination, la connaissance de soi et la capacité d'analyse.

Même si ces définitions ne sont pas tout à fait les mêmes, nous retrouvons des notions comme l'individu, l'action (initiative), l'opportunité, l'innovation, le risque, l'organisation et la création de valeur.

1.2.1. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Il existe chez l'entrepreneur quelque chose qui le distingue du reste de la population. Nous allons essayer de présenter les principales caractéristiques d'un entrepreneur en se référant à la littérature théorique et empirique que nous avons consultée.

a. L'entrepreneur comme initiateur :

L'entrepreneur est l'acteur du processus entrepreneurial. Les premières recherches dans le domaine d'entrepreneuriat ont porté sur l'entrepreneur comme initiateur, acteur du processus, ayant une intensité et une volonté pour s'introduire dans les domaines des affaires. Ces études portaient sur les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur. C'est ce qu'on appelle « l'approche par traits ».

b. Un besoin d'accomplissement :

Les travaux basés sur le critère du besoin d'accomplissement sont des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur.

L'entrepreneur préfère être responsable des solutions de ses problèmes, au lieu de subir des commandes (être un simple salarié), d'établir ses propres objectifs et les faire réaliser par soi-même (contrôler). « Etre son propre patron ». En se référant à la pyramide de Maslow,

le besoin d'accomplissement est au sommet de la pyramide, c'est-à-dire, que l'individu après la satisfaction de ses besoins primaires et de ses besoins de sécurité, il a besoin de se réaliser.

c. Entrepreneur innovateur :

J. SCHUMPER (1935)¹² souligne que les individus capables d'innover méritent seuls l'appellation d'entrepreneur. Ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions et le monde économique des innovations. C'est à dire que l'entrepreneur profite des connaissances des savants (inventions) pour créer des produits utiles (en innovant).

d. Un preneur de risque :

Créer une entreprise ou commercialiser une innovation présente un risque supérieur. Plusieurs études ont montré que, le plus souvent, le jeune entrepreneur connaît mal ses coûts et les potentialités du marché. Les spécialistes s'accordent pour considérer la prise de risques comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus¹³. Lors de création de son entreprise, l'entrepreneur va assumer des risques de différentes natures :

Risque financier : engager des fonds et rembourser des dettes.

Risque professionnel : quitter un emploi pour créer une entreprise, de s'engager dans l'inconnu.

Risque d'ordre familial : créer une entreprise revient à consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille. En cas d'échec, cela conduit à l'apparition des difficultés familiales.

L'entrepreneur supporte les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. Il effectue des achats à des prix certains pour fournir tous les facteurs nécessaires à sa production. Ses ventes et ses recettes sont par contre aléatoires. Son revenu, le profit, est incertain (Tounés, 2007). Face à toutes ces difficultés, le créateur est un individu qui cherche à minimiser ses risques. Alors les entrepreneurs sont considérés comme « risk takers » selon cette perception le risque est expliqué en raison de trois points :

Une caractéristique personnelle de l'individu : parce qu'ils se croient capables de diriger et d'influencer les autres, et en même temps le besoin d'une certaine autonomie.

¹² Hernandez E-M, (2001) : L'entrepreneuriat, approche théorique, l'harmattan, France, p.64

¹³ Cachon J-C, (1991) : Entrepreneurs : pourquoi ? Comment ? Quoi ?, institut franco-ontarien université Laurentienne, p.22

L'influence du milieu familial et professionnel : l'entrepreneur est un aventurier, un sentiment découlé des conditions familiales et d'expériences professionnelles.

Le vécu par l'individu : les entrepreneurs sont des éternels insatisfaits, c'est-à-dire des individus qui acceptent de prendre le risque à cause d'un besoin matériel (insatisfaction du matériel) ou bien d'un besoin d'accomplissement (insatisfaction liée à un état psychologique (pyramide de Maslow)).

Plusieurs chercheurs ont essayé d'identifier les caractéristiques qui différencient les entrepreneurs des autres individus. Ils ont cherché à déterminer d'une manière exhaustive les caractéristiques du modèle type d'entrepreneurs.

Tableau n°1 : Les caractéristiques des entrepreneurs (l'approche comportementale)

Innovateur	Besoin de réalisation
Leaders	Internalité
Preneurs de risque modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Energétique	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation des ressources
Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientés vers les résultats	Agressivité
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillards	Argent comme mesure de performance

Source : Berber (2014 p. 21).

1.2.2. Les typologies d'entrepreneurs

Les caractéristiques psychologiques, sociologiques et managériales de l'entrepreneur ont donné une certaine classification. Une première typologie donnée par J. Schumpeter en distinguant l'entrepreneur «innovateur» et «imitateur». Une deuxième typologie fondée sur le niveau d'éducation distingue «l'entrepreneur artisan» et l'entrepreneur « opportuniste ». Le premier est caractérisé par une compétence technique et un faible niveau de formation ; il possède une forte volonté d'autonomie et d'indépendance et une forte liaison au milieu familiale. Le second est mieux formé ; il détient un niveau de formation élevé et des expériences dans le domaine de gestion.

Julien P-A (1994)¹⁴ distingue quatre principaux types de chefs d'entreprise : **L'entrepreneur innovateur** qui a les qualités d'innovateur, de preneur de risque et d'organisateur. L'innovateur vise la nouveauté des produits et services ne présentant pas un risque élevé. L'entrepreneur technicien recherchant une performance moyenne et stable. L'entrepreneur manager et le professionnel qui est guidé par le souci de performance de son organisation.

Le profil du dirigeant évolue. L'innovateur se transforme en manager dans le souci d'une meilleure performance. Deux profils « entrepreneur » et « manager » sont à distinguer. Le premier est entrepreneur est propriétaire, organisateur, gestionnaire de l'entreprise et crée de des emplois et des richesses. Le second est manager, il est salarié, gestionnaire, organisateur, ne supporte pas des risques.

On peut aussi distinguer deux types d'entrepreneurs en se basant sur les trois inspirations suivantes : La pérennité et l'indépendance de l'entreprise. La pérennité de l'entreprise est liée au souci de durée, notamment dans l'espoir de le transmettre à un repreneur ou un membre de la famille ou de l'entreprise. L'indépendance traduit le souhait d'être indépendant en termes de propriété de capital, ou autonome en termes de prise des décisions. Ce sont les deux formes distinctes de la volonté d'indépendance. La croissance c'est la volonté de puissance et le désir de pouvoir.

1.3. Les motivations de l'entrepreneur

La notion d'entrepreneur est étroitement associée à celle de création d'entreprise. L'entrepreneur joue un rôle clé dans la création des nouvelles organisations. Cette association « entrepreneur/création d'entreprise » suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau, celui de la gestion d'une organisation. Ces motivations et goût personnels, jouent un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour lui un acte essentiel dans

¹⁴ Julien Pierre André (1994) : Les PME, édition, Economica, Paris

lequel il s'exprime personnellement et se projette dans l'avenir. Il apparaît dès lors intéressant d'identifier les facteurs de motivation de l'entrepreneur.

1.3.1. Les motivations d'ordre personnel.

a. L'accomplissement personnel :

L'entrepreneur a, avant toute autre motivation, un souhait d'épanouissement et de développement. Il a la volonté de réaliser ses ambitions. Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. De même, la volonté d'être fier de sa profession, d'être satisfait de son travail peut se ranger dans cette volonté d'accomplissement¹⁵. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer son propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions de son entourage professionnel.

b-. L'indépendance personnelle

Le passage au statut d'entrepreneur peut être vu comme un épanouissement et un développement personnel. Le statut d'entrepreneur permet d'échapper aux contraintes parfois trop fortes qu'un travailleur peut subir dans son environnement professionnel. Cette notion est rapprochée de l'accomplissement personnel, étant entendu que le changement de statut est perçu comme une échappatoire à des conditions de travail trop pénibles. Finalement, le fait d'être son propre patron est également la garantie d'un emploi stable pour l'entrepreneur.

1.3.2. Les motivations d'ordre familial :

Le poids de la tradition familiale pèse lourd sur les motivations avouées des nouveaux entrepreneurs. L'environnement familial peut exercer une double influence¹⁶: D'une part, il peut inciter un jeune à imiter un membre de la famille (souvent son père) et de décider à créer sa propre affaire. La plupart des entrepreneurs ont des parents qui sont propriétaires ou ont créé leur propre affaire. D'autre part, reprendre et agrandir l'affaire familiale est souvent considéré comme un devoir qui pousse les enfants à continuer l'œuvre de leur aîné.

¹⁵ Van Caillie & Lambrecht C (1995) : L'entrepreneur, ses motivations sa vision stratégique ; ses objectifs , Working paper, « Chaire PME » de la caisse nationale du crédit professionnel, Belgique, p. 11.

¹⁶ Ibid., p.12-13.

1.3.3. Les motivations d'ordre financier

a. L'alternative au chômage

Le licenciement peut avoir un rôle déclencheur, surtout s'il est associé à une opportunité de reprendre une affaire. En effet, certaines personnes sont prêtes à tout pour éviter de rester sans emploi, et le statut d'entrepreneur leur permet d'échapper aux contraintes de l'environnement. Certains créateurs sont des chômeurs de longue durée n'ayant généralement d'autre issue que de tenter de créer leur propre emploi.

b. Les incitations financières

La recherche d'un enrichissement personnel, même si elle n'est pas le principal argument, n'est pour autant absente. Les études empiriques effectuées sur le sujet ont démontré que certaines personnes peuvent être motivées par la recherche d'un salaire plus élevé ou des compensations financières. Le statut d'entrepreneur apparaît à certains comme un moyen d'atteindre une indépendance financière.

Section 02 : L'esprit d'entreprendre et l'appui à l'entrepreneuriat

2.1. L'esprit d'entreprendre

L'esprit d'entreprendre est la mentalité qui conduit un individu à prendre des initiatives, à relever des défis et à devenir acteur de son propre avenir personnel et professionnel. Afin d'aborder l'esprit d'entreprendre, nous proposons tout d'abord quelques éléments concernant cette notion. Ensuite nous développons la notion de culture et le leadership. Enfin, nous terminons par quelques perspectives futures liés à la génération Y. Cette partie est basée sur le travail de Fayolle & Degreorge (2012)¹⁷. Le comportement de l'entrepreneur est influencé, mais pas déterminé, par une large gamme de facteurs culturels et sociaux. Pourtant plusieurs initiatives contribuent à faire évoluer la culture entrepreneuriale et l'esprit d'entreprendre. Pour cela, les individus et les entreprises doivent s'engager dans des démarches de changements (culturels, organisationnels, etc.).

¹⁷ Alain Fayolle & Jean-Michel Degeorge (2012) : Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur, 1er édition, p.193.

L'esprit d'entreprendre se différencie de l'esprit d'entreprise. L'esprit d'entreprise se développe dans une sphère économique, alors que l'esprit d'entreprendre se focalise plus sur l'individu. L'esprit d'entreprendre vise avant tout une question de mentalité, d'état d'esprit, un ensemble d'idées, une façon de penser et une capacité de repérer, explorer et exploiter ce qui représente une opportunité. Il se traduit par une prise d'initiative, une prise de risque, une orientation vers les opportunités. L'esprit d'entreprendre ne doit pas uniquement s'appliquer à la création d'entreprise. C'est une attitude individuelle qui peut être mise en œuvre dans différentes situations privées ou professionnelles.

Le projet de création d'entreprise est lié au désir d'indépendance et d'autonomie chez les jeunes qui sont encore étudiants. C'est un défi pour les individus en recherche d'emploi et un espoir d'épanouissement pour ceux qui travaillent déjà. L'entrepreneuriat semble davantage combler un manque et un besoin que correspondre à un projet spécifique. La création d'entreprise semble correspondre à deux mots clés : l'innovation et la créativité. Ceci semble corroborer l'analyse précédente. Les individus idéalisent la création d'entreprise, ce qui ne correspond pas nécessairement à la réalité. Dans les faits, les entrepreneurs le deviennent souvent par nécessité de création de leur emploi.

La formation à l'entrepreneuriat revêt d'autant plus d'importance que les spécialistes considèrent qu'entreprendre n'est pas un phénomène inné et naturel, mais une technique. Autrement dit, on ne naît pas entrepreneur, on le devient. Peter Drucker considère la capacité d'entreprendre comme n'étant pas qu'un trait de la personnalité mais aussi, et principalement, une pratique et une discipline, dont les règles peuvent s'apprendre et demandent à être systématiquement appliquées.

2.1.1. La culture comme axe de développement des entrepreneurs

Les entrepreneurs ne sont pas des robots prédestinés à une fonction économique. Ce sont des humains agissant dans une société qui définit la culture, qui les détermine également. Une culture est une matrice sociale qui façonne les conduites de membres d'une société. Cette matrice engendre une personnalité de base (Kardiner, 1939). La personnalité de base se compose de : les institutions primaires telles que la famille et l'éducation et les institutions secondaires telles que les systèmes de valeurs et les idéologies.

La culture a, entre autres, comme rôle d'opérer l'intégration de l'individu dans le milieu social. L'analyse de la culture concerne tout d'abord le domaine de l'anthropologie, mais elle s'est répandue dans le monde économique. La culture entrepreneuriale passe plus par la famille que l'école et il faut accepter des mots comme acceptations du risque, oser ou échec.

L'influence de la culture sur l'orientation entrepreneuriale ne doit pas être exagérée. Cependant, ses composantes concernent l'entrepreneuriat à plusieurs niveaux : les différents schémas cognitifs, les croyances et la religion, les attitudes sociales, les attitudes envers l'innovation et l'existence de différents réseaux.

2.1.2. Le leadership

Le leadership est une composante essentielle de l'esprit d'entreprendre. Il existe de nombreuses distinctions entre un entrepreneur et un manager non entrepreneur au niveau du leadership. A la suite des travaux de Max weber (1922), il est considéré que le leadership repose sur l'autorité, qui permet d'avoir une influence sur ses subordonnés. Il existe différents types liés aux qualités intrinsèques d'une personne. Les résultats de la recherche montrent que les caractéristiques du leader sont très proches de celles de l'entrepreneur. Au niveau des comportements, le manager assure l'équilibre de l'organisation, alors que le leader insuffle une transformation et l'établissement d'un ordre nouveau.

2.1.3. Génération Y et Z : un désir commun tourné vers l'entrepreneuriat

Les individus de la génération Y sont appelés les « digital natives ». Ils sont nés entre la fin des années 1980 et le début des années 1990 et ont connu le monde sans les téléphones portables, les ordinateurs, les jeux vidéo ni les réseaux sociaux. Ils ont pourtant été rapidement imprégnés par le web 1.0 et l'arrivée du web social 2.0. Ces jeunes de la génération Y (génération « why ») se différencient considérablement de la génération précédente de la génération de leurs parents. Cette génération fait passer le pourquoi avant le comment, la flexibilité avant la sécurité, l'exemplarité avant le statutaire, l'ambition de s'accomplir avant celle de réussir¹⁸.

La génération Y est symptomatique d'un monde qui change, évolue et se transforme à une vitesse incomparable. Le numérique nous donne ce pouvoir d'impacter le monde à coups de

¹⁸ Suez Emmanuel Fondatrice, the Boson Project-Women'Up « positive Economic Forum-le Havre 2015 »

clavier pour créer de nouvelles règles. Michel Serres décrit également les digital natives comme une génération mutante ou comme la première génération du numérique à n'avoir pas du tout les mêmes envies, valeurs et façons de voir la vie que leurs parents. Avec la génération Y, nous sommes passés de la subordination à la collaboration. Ses membres ne considèrent plus le monde du travail de la même manière que leurs parents et rêvent de rapports hiérarchiques égaux. La génération suivante, la Z, est bercée par le numérique et les réseaux sociaux. Pour elle, ce ne sont plus les entreprises qui leur donneront du travail, il lui incombe de mettre ses talents et compétences à disposition des entreprises.

Les jeunes générations Y et Z se trouvent confrontés à un monde actuel en désaccord avec leurs idées. Ils s'attacheront à le transformer en innovant. Ils ont un fort potentiel à faire bouger les choses, de créer, de transformer et de devenir entrepreneur.

2.1.4. Diversité des situations entrepreneuriales

La création d'entreprise est une notion à multiple facettes et les nouvelles entreprises constituent un objet hétérogène. Elle peut prendre plusieurs formes entrepreneuriales. Ces différentes situations varient selon les personnes et la façon de création, mais aussi le type d'entreprises à créer. Dans ce contexte nous allons citer les formes de création d'entreprise données Fayolle (2004, p. 64) dans son ouvrage « Apprendre à entreprendre ».¹⁹

La création ex nihilo : C'est la création d'une nouvelle entreprise par un individu ou un groupe d'individus. Cette forme exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité et nécessité du temps pour avoir les ressources suffisantes et implanter le produit sur le marché et les risques doivent être bien évalués.

La création par essaimage : Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprises. Les projets peuvent être variés et concernent la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériels, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le risque de l'entrepreneur.

La création en franchise : Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisée ailleurs. Ce type de

¹⁹ Alain Fayolle (2004) : Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre, édition Dunod, Paris, p.64-66

création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

La création de filiale : L'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir à la condition de pouvoir y accéder, à celui qui va entreprendre mais qui ne le fait pas par peur des risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle ou familiale.

La création d'activité nouvelle : Ce cas est assez proche du précédent. Tout se passe dans une organisation existante avec les avantages et les inconvénients liés à ce positionnement. Très fréquemment, ce type de situation fait davantage appel à des qualités et des compétences utiles pour innover. Les entrepreneurs potentiels créatifs sont dotés d'une capacité réelle de management de projet d'innovation et peuvent être concernés par la création d'activités nouvelles, qu'ils aient initiées ou non le processus.

La reprise d'entreprise : Elle se définit comme un processus par lequel une personne physique ou morale, le repreneur, acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction général.

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas été créée. Il est alors possible de s'appuyer sur les données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Au moins deux cas peuvent être examinés ici :

- **La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé :** la principale difficulté est d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite, il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre de temps dans l'apprentissage du métier du chef d'entreprise.

- **La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté** : si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît également comme une condition importante.

La réactivation des entreprises : Correspond au redémarrage des activités d'une entreprise mise en sommeil, ou un changement d'activité.

L'intrapreneuriat : Cette forme d'entrepreneuriat est pratiquée à l'intérieure de l'entreprise contrairement à la création d'entreprise essaimant. Ici, on encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certain comportement entrepreneuriaux au sein de l'organisation ou d'une grande entreprise. Cette entreprise peut ainsi développer des projets stratégiques et des projets d'innovation, sans toutefois créer une nouvelle entreprise. Ceci permet aux salariés d'apprendre progressivement le métier d'entrepreneur sans toutefois qu'il est une prise de risque ou une perte du statut social de l'entreprise.

2.2. L'appui à l'entrepreneuriat

De l'intention d'entreprendre à la création d'une entreprise, un ensemble de facteurs peuvent simultanément jouer positivement ou négativement, selon que le milieu valorise ou non l'entrepreneuriat.

La plupart des économies conviennent maintenant de l'existence de liens directs entre le niveau de création d'entreprises et d'innovation et la croissance économique. Cependant, les performances de la création d'entreprises dépendant de multiples facteurs sociologiques, économiques, financiers, technologiques, législatifs, et institutionnels. C'est pourquoi les pouvoirs publics de la part des pays industrialisés et de certains pays émergents leur accordent maintenant une attention accrue, car, ils font de l'entrepreneuriat une priorité de la politique économique.

L'intérêt accru des pouvoirs publics pour le développement des nouvelles entreprises, gage de progrès économique et social, est à la base de la mobilisation des recherches sur la thématique des mécanismes et aux organismes d'appui à la création d'entreprises ex-nihilo principalement. Les résultats de ces recherches démontrent que ces vingt dernières années, les systèmes d'appui à l'entrepreneuriat se sont progressivement imposés pour faire face,

d'une part, aux enjeux collectifs en termes d'emplois, de renouvellement des tissus économiques et, d'autre part, aux enjeux individuels des nouveaux entrepreneurs²⁰.

2.2.1- Définition du concept d'appui à l'entrepreneuriat

Le concept « appui à l'entrepreneuriat » a été souvent employé par les chercheurs pour désigner les divers mécanismes d'aide aux entrepreneurs et aux entreprises en démarrage et/ou en difficulté, cependant le terme « appui » est souvent lié à des concepts comme l'accompagnement, support, aide ou soutien.

Nous recensons, d'une part, des mécanismes gouvernementaux d'aide à la création d'entreprise tels que l'appui financier, l'appui logistique et l'hébergement, l'appui réglementaire et fiscal et, d'autre part, des organismes publics et privés spécialisés dans la sensibilisation, l'information et l'orientation, l'accompagnement, le suivi et la formation des porteurs de projets d'entreprises pendant les différentes phases du processus de créations et de démarrage.

2.2.2. Les outils et mécanismes d'appui à l'entrepreneuriat

Aujourd'hui, grâce à une meilleure connaissance des phénomènes entrepreneuriaux, rendue possible, à la fois à travers les effets d'expériences empiriques et par la progression des recherches en entrepreneuriat, nous assistons à une adaptation du concept d'appui à l'entrepreneuriat. Ainsi, les outils et mécanismes sont mis en œuvre à chaque phase du processus de création et de développement des entreprises. Autrement dit, il existe des structures et des organismes d'appui qui interviennent avec des outils d'appui spécifique aux besoins des créateurs et des entreprises.

Masmoudi Raef (2007, p. 57)²¹ nous clarifie que les outils d'appui sont généralement du ressort des structures et des organismes privés et publics. Ces outils définissent généralement des objets de l'organisme ou de la structure d'appui alors que les mécanismes sont généralement du ressort des pouvoirs publics et sont d'ordre politique comme les mécanismes d'appui financiers (dons, subventions, crédits, primes d'aménagement),

²⁰ Albert P., Fayolle A. & Marion S. (1994) : L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprise, revue Française de gestion, n°101, p. 112.

²¹ MASMOUDI Mohamed R. (2001) : Etude exploratoire des processus et modèle d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes, thèse pour le doctorat en science de gestion, université du sud Toulon-var, p. 58.

réglementaire (garanties, guichet unique, assouplissement des procédures), social (exonération de charges sociales), fiscal (dégrèvement, exonération fiscale, zone franche), logistique (construction d'hôtels, d'entreprises publiques, construction des pépinières d'entreprises publiques, constructions de pôles technologiques et des centres d'incubations).

Pour accroître la création et la pérennité de nouvelles entreprises, les systèmes d'appui proposent une panoplie d'outils et mécanismes pour répondre à la complexité de l'environnement des entreprises. Nous recensons quelques services prestés par les systèmes d'appui :

2.2.3. La sensibilisation

La sensibilisation à l'entrepreneuriat a la vocation d'agir sur les acquis d'une personne pour favoriser l'acte d'entreprendre. Elle a donc pour objet d'agir sur l'intention entrepreneuriale des personnes visées²².

Elle vise à stimuler l'esprit d'entreprendre chez la population. La sensibilisation peut se faire à l'aide de pratiques comme les actions pédagogiques (cours, modules, conférence), les manifestations associatives (conférences, journées d'information), les actions incitatives (concours, subventions, prêts, les actions de communications, campagnes télévisées, radio, journaux...).

2.2.4. L'accompagnement et conseil

L'accompagnement se présente comme une pratique d'aide à la création d'entreprise fondée sur une relation qui s'établit dans la durée entre un entrepreneur et un tiers. Tout d'abord, l'accompagnement d'un créateur d'entreprise suppose que ce dernier dispose d'un (des) projet(s) (ou idées de projet) plus ou moins précis et ainsi l'aider le projet aboutisse à la création viable.

L'objectif est d'encadrer et d'aider les créateurs dans le but, de les aider à faire face aux contraintes liées à la création (le montage de projet, la rédaction du business plan, la

²² CHELLY A. (2006) : Les processus de génération d'opportunités entrepreneuriales : une recherche exploratoire auprès d'entrepreneurs tunisiens, thèse pour le doctorat en science de gestion, université du sud Toulon-Var,

négociation, la création effective) et faire en sorte que le créateur devienne autonome. L'accompagnement peut également s'envisager à partir d'un réseau de soutien.

2.2.5. La formation

Les compétences nécessaires au lancement et au management d'une entreprise peuvent être développées et stimulées par une formation adéquate. Même si la formation ne peut pas assurer qu'une personne devienne un entrepreneur, la formation entrepreneuriale est aujourd'hui reconnue comme étant primordiale pour la bonne conduite des nouveaux projets entrepreneuriaux et pour améliorer les compétences des entrepreneurs.

La formation cherche à développer les capacités associées à l'esprit d'entreprendre et a pour objectif de combler les lacunes des entrepreneurs en matière de gestion et de management.

Généralement, on distingue les formations ante création, qui sont orientées vers l'évaluation initiale du projet et l'élaboration effective du projet d'entreprise, des formations post création qui concernent les entrepreneurs déjà établis qui ont pour objectif de répondre à des besoins pratiques spécifiques en gestion, en stratégie, en comptabilité, en marketing, etc.

2.2.6. La logistique

L'appui logistique a pour objectif de faciliter les processus de création en fournissant aux entrepreneurs naissants les moyens matériels nécessaires tels que le secrétariat, l'accès à l'information, les informatiques, les moyens administratifs afin qu'ils puissent donner le temps nécessaire à l'étude de leur projet. L'appui logistique permet de minimiser les coûts de création et de démarrage des nouvelles entreprises. Généralement, les pépinières, les incubateurs et les centres d'affaires proposent des services d'appui logistique.

2.2.7. Le financement

La création d'une entreprise exige en plus d'une idée de départ, d'avoir à disposition des moyens afin de concrétiser le projet, des moyens humains mais également des moyens financiers. L'opération de financement consiste à obtenir des ressources monétaires nécessaires à la réalisation d'un projet (levée des fonds).

L'appui financier s'est beaucoup développé avec la vague de la création de start-up d'internet des PME de haute technologique. L'objectif de l'appui financier est de subvenir

aux besoins des créateurs au cours des phases critiques de pré-crédation. Ainsi, la notion de « financement (capital) d'amorçage »²³ s'est peu à peu développée et diversifiée dans le paysage entrepreneurial. D'autres pratiques privées d'appui financier se sont développées telles que le financement privé de personnes physiques connues, sous le nom de « Business Angels », le financement privé à risque ou « le capital risque » et l'appui financier d'entreprises industrielles (clients, fournisseurs, partenaires), etc.

L'appui à la création intervient pour apporter aux nouveaux entrepreneurs des conditions d'accès plus facile aux ressources qui leurs sont nécessaires, afin de faciliter et d'accélérer ce processus. Plusieurs agents opèrent aujourd'hui dans le secteur de l'appui à l'entrepreneuriat afin de sensibiliser et stimuler l'initiative afin qu'il y ait plus de création d'entreprise ; limiter les échecs des porteurs de projets et de nouvelles entreprises en démarrage ; assurer aux jeunes entreprises de plus grandes possibilités de développement.

CONCLUSION

Le rôle de l'entrepreneur dans la création de nouvelles entreprises et dans le développement de celles déjà établies, sa contribution dans la création d'emplois, démontrent l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique d'une région. Vu la nécessité de créer des conditions pour faire émerger l'esprit entrepreneurial et ainsi construire une société entrepreneuriale. A travers la formation, l'accompagnement et le financement, comme forme d'appui à l'entrepreneuriat, on cherche à faciliter le travail de l'entrepreneur, en minimisant les obstacles et baisser le taux d'échec et de disparition d'entreprises.

²³ Il s'agit d'un financement des entreprises (surtout des jeunes entreprises à fort potentiel de croissance) dans leur phase démarrage. C'est le premier apport en capital d'une entreprise, parfois réunis avant la création même de l'entreprise, et il est utilisé, généralement, pour financer tous les frais préalables à la mise sur le marché du premier produit de la société : frais de R&D, prototype, business plan, conseil et expertise, loyers, etc.

CHAPITRE 2 : Innovation et contexte des start-up

Introduction

La compétitivité mondiale du XXI siècle est marquée par l'essor économique des pays dotés d'entreprises fortement intensives en R&D et d'un système de l'information et de recherche tournés vers l'innovation. Dans ce contexte, il est vital pour les nations et les régions au sein des nations développer, maintenir et soutenir leur compétitivité. Un facteur important à cet égard est le développement des produits et services innovants, qui à son tour dépend étroitement de l'efficacité du transfert de technologie des institutions universitaires et de recherche dans le milieu des affaires.

Les nouvelles entreprises de haute technologie sont les vrais pionniers de notre société²⁴. Elles défrichent de nouveaux territoires, tant dans le domaine de la production que dans celui des échanges entre les hommes. En tant que structures innovantes, elles sont différentes des entreprises traditionnelles et des grands entreprises.

Dans ce sens, une région pour être active doit générer des entrepreneurs innovateurs qui représentent un gage de dynamisme économique contribuant à renforcer la compétitivité du système productif via l'innovation et la création d'entreprises innovantes. Cette dernière n'est pas une tâche facile et son succès dépend des plusieurs facteurs liés à l'acteur principal de ce processus, l'entrepreneur, et la qualité innovatrice de son environnement. Plusieurs dispositifs peuvent être mis en place avec pour objectifs de soutenir l'innovation et ainsi renouveler, diversifier et animer le tissu économique d'une région. Ces mesures favorisent la création des nouvelles entreprises et permettent aux entreprises existantes de développer de nouvelles technologies et d'améliorer leur compétitivité.

²⁴ Michel Bernasconi, Mette Monsted, et Coll (2000) : Les start-up Hight Tech : création et développement des entreprises technologiques, édition Dunod, Paris, p.1

SECTION 1 : L'innovation à l'ère de l'expansion technologique

Nous nous situons actuellement dans une nouvelle ère, placée sous le signe de l'innovation et de la technologie qui se développent à un rythme accéléré. Concrètement cette accélération se matérialise par différents indicateurs : le cycle de vie des nouveaux produits est plus court, les nouveaux produits se diffusent rapidement, les nouvelles technologies permettent de communiquer rapidement et différemment. Reconnue comme source de croissance et de compétitivité, l'innovation fait l'objet d'attention soutenues de la part des entreprises, qu'elles soient multinationales ou des PME, et des décideurs publics.

1.1. Définition de l'innovation

Les définitions existantes de l'innovation sont nombreuses. Le sens commun porte sur la description d'un objet ou d'une pratique caractérisée par leur nouveauté. Dans l'analyse économique classique, l'innovation, synonyme du progrès technique, est réduit à une dimension technique.

« Le nouveau ne sort de l'ancien, mais apparaît à côté de l'ancien, lui fait concurrence jusqu'à le ruiner » (Schumpeter, 1951, p.40). Il va sans dire que l'économiste Schumpeter est le pionnier au niveau des sciences sociales par ces travaux sur l'innovation en la qualifiant comme un processus de « destruction créatrice ». L'idée s'explique par l'émergence de nouvelles entreprises très innovantes mais souvent en difficulté qui entraîne la disparition d'entreprises existantes qui n'ont pas su ou pu adopter leurs produits, leurs services ou renouveler leurs technologie. D'après Schumpeter, les entrepreneurs constituent le moteur de la « destruction-créatrice » en identifiant les opportunités et en développant les technologies et les concepts qui donneront naissance à des nouvelles activités économique²⁵.

Schumpeter distingue l'innovation de l'invention, dans le sens où sa validation par le marché et son utilisation effective induisent un changement économique et social d'une manière radicale ou progressive.

²⁵ BOUZIT Naima, (2012), mémoire de magister intitulé : Entrepreneuriat familial : Etat des lieux et perspective, cas de la willaya de Bejaia, Université Abderrahmane MIRRA de Bejaia, p.21

Vuarin et Rodriguez ²⁶ avancent que l'innovation est une création d'un objet, d'une idée ou d'une pratique qui n'existait pas dans un territoire donné ou à l'intérieur d'un domaine technique. Dans son ouvrage « Diffusion of innovation », Everett ²⁷ définit quant à lui l'innovation comme étant une idée, une pratique ou un objet perçu comme étant nouveau par l'individu.

Thomas Robertson²⁸ propose une définition plus complexe de l'innovation, basée sur quatre critères :

La nouveauté par rapport aux produits existants : n'est considérée nouveau que ce qui est différent de ce qui existe déjà sur le marché. La nouveauté au fil du temps : le temps requis pour l'introduction d'une innovation n'est pas si long. La nouveauté par pénétration du marché cible : tant que le volume des ventes d'un produit n'a pas atteints 10% du marché potentiel, ce dernier est considéré comme nouveau. La nouveauté du produit aux yeux des consommateurs : un produit n'est considéré nouveau que s'il est perçu comme tel par les consommateurs.

Ainsi, le Manuel d'Oslo²⁹ définit l'innovation comme « la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures ».

L'innovation est un concept très vaste qui fait l'objet d'une littérature abondante. Toutes fois, les auteurs consultés sont unanimes sur le fait que l'innovation a une finalité commerciale et synonyme de nouveauté.

²⁶ Vuarin P. & Rodriguez M (1994): Innovation and communication within leader, leader magazine, n°7, p.13-16.

²⁷ ROGERS Everett M. (1983): Diffusion of innovation, Third edition, The Free press, New York, p. 11.

²⁸ CHENCH Oussama (2011) : Les déterminants de l'adoption de l'e-Banking par les institutions financière et la clientèle organisationnelle, et son impact sur l'approche relationnelle : cas de l'internet-Banking en Tunisie, mémoire présenté à l'université de Québec à Montréal, p.6.

²⁹ Manuel d'Oslo, (2005) : Principe directeurs pour les recueils et l'interprétation des données sur l'innovation, 3^e édition, OCDE, Paris, p. 54.

1.2. Typologie d'innovation

En dépit de la diversité des critères utilisés par les différents auteurs pour définir le concept de l'innovation, nous allons présenter les typologies en deux types selon l'objet de l'innovation et selon le degré de nouveauté :

1.2.1. Typologie selon l'objet de l'innovation

En prenant pour base la dernière définition ci-dessus (manuel d'Oslo), on peut noter qu'il y'a quatre caractéristiques de l'innovation³⁰.

a. Innovation de produit :

Une innovation de produit correspond à l'introduction d'un bien ou d'un service nouveau ou sensiblement amélioré sur le plan de ses caractéristiques ou d'usage auquel il est destiné. Elle est perçue souvent comme une modification du contenu technologique du bien ou une amélioration de ses conditions d'utilisation. L'objectif est généralement d'améliorer les prestations offertes aux clients et répondre à de nouveaux besoins.

b. Innovation de procédé :

Une innovation de procédé concernant essentiellement la mise en œuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle, ou sensiblement améliorée. Les méthodes peuvent impliquer des modifications portant sur l'organisation de la production, pour diminuer les coûts unitaires de productions ou de distribution et sur l'amélioration de la qualité (notamment pour développer des nouveaux produits qui peuvent aussi avoir des besoins spécifiques en termes de production et de distribution). Cette notion implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel pour le logiciel. Ces changements visent en générale à simplifier le processus de production et à réduire les coûts, afin de préserver et de renforcer la compétitivité de l'entreprise.

c. L'innovation Organisationnelle :

Une innovation d'organisation est la mise en œuvre d'une nouvelle organisation dans les pratiques, du lieu du travail ou des relations extérieurs de l'entreprise. Elle peut avoir pour but d'améliorer les performances d'une entreprise en réduisant les coûts administratifs ou de

³⁰ Ibid., p.56-61.

transaction, en améliorant le niveau de satisfaction au travail, en accédant à des biens non marchands (comme le savoir extérieur et non codifié) ou en réduisant les coûts des approvisionnements. Ainsi, elle forme une facette de l'innovation de procédé.

d. Innovation de commercialisation :

Les innovations de commercialisation visent à mieux satisfaire les besoins des consommateurs, ouvrir de nouveaux marchés ou positionner d'une manière nouvelle un produit de l'entreprise sur le marché afin d'augmenter les ventes. Elles consistent à la mise en œuvre de nouvelles méthodes de commercialisation impliquant des changements significatifs de la conception et du conditionnement, de la promotion ou de la tarification d'un produit. Elles correspondent à des innovations de procédé et elles sont souvent nécessaires au succès des innovations de produit.

1.2.2. Typologie selon le degré de nouveauté

Les innovations peuvent également être classées selon leur degré de nouveauté³¹.

a. L'innovation radicale :

L'innovation radicale ne se manifeste pas fréquemment. Elle correspond à l'introduction d'une technologie générique qui affecte l'organisation du travail et dans la productivité dans un grand nombre d'activités, aussi bien du de vue de l'entreprise qui l'a introduite que du point de vue du marché qui l'a reçu. Elle modifie de manière conséquente un produit. Elle ne s'adresse pas nécessairement à une demande bien identifiée, mais elle crée une demande précédemment non exprimée. Cette demande implique souvent une nouvelle structure du marché et même, de l'émergence de nouvelles industries et de nouveaux concurrents.

b. Innovation incrémentale :

L'innovation incrémentale (ou mineure) constitue un changement progressif découlant d'une innovation radicale qui permet d'améliorer une technologie afin de l'adapter aux spécificités des secteurs et des marchés qui vont l'adopter. Elle concerne l'introduction par l'entreprise d'améliorations des produits existants par ailleurs sur le marché ou bien

³¹ Rahmouni M. & Yildizoglu M. (2011) : Motivation et déterminants de l'innovation technologique : un survol des théories moderne, document de travail n°2011-09, Ecole des Hautes études en science sociales, Université d'Aix-Marseille 2 et 3, p.5-6.

l'introduction dans l'entreprise d'équipements et de composants novateurs qu'elle n'aurait pas mis au point elle-même.

La classification des innovations selon leur degré de nouveauté est importante parce qu'elle permet de différencier les innovations qui introduisent des hauts degrés de nouveauté de celles qui donnent lieu à légères améliorations. D'abord, il y a le fait que la nouveauté d'une innovation est relative et change en fonction du temps.

Ainsi, une innovation qui était considérée comme radicale deviendra incrémentale avec le temps à mesure que la base de connaissances sous-jacente devient plus commune. Aussi, une innovation peut être radicale pour une entreprise et apparaître comme incrémentale pour une autre³².

1.3. Le rôle de l'innovation

A partir des années 1990, la mondialisation a imposé un contexte concurrentiel basé sur l'esprit d'entreprise et l'innovation. L'innovation est un moyen privilégié d'y parvenir puisqu'elle peut placer l'entreprise en position quasi monopolistique pour une durée plus ou moins longue (Liouville, 2006). Les entreprises recherchent des innovations sous toutes les formes, puisqu'elles permettent une augmentation de la valeur pour les clients et les actionnaires (Drucker, 1985). Elles permettent de capter et de conserver des parts de marché et d'en augmenter la rentabilité.

L'innovation devient un facteur essentiel pour la compétitivité, la croissance et la création de valeur des entreprises (Niosi, 2003)³³. Donc, ces entreprises mènent une réflexion sur l'innovation qui apparaît comme une source majeure de leur croissance. En effet, grâce à l'innovation, les entreprises peuvent acquérir plusieurs avantages qu'on peut résumer en deux grands points :

- Adapter l'entreprise au niveau de développement technologique de ses concurrents et ce dans le but de ne pas être devancée par ses rivales.
- Créer un avantage concurrentiel par l'innovation de « se démarquer des concurrents».

³² Kompaore B. E. O. (2008) : les facteurs déterminants de la capacité à réussir l'innovation dans les PME manufacturières, mémoire présenté à l'Université du Québec à trois Rivières, p.9.

³³ Nasroune Nacera & Pr BELATTAF Matouk (2013) : L'entrepreneuriat et l'innovation : les facteurs stimulant l'innovation dans les PME du secteur agroalimentaire de Bejaïa, p.9.

L'innovation permet aux entreprises d'augmenter leur productivité, d'améliorer la qualité de leurs produits ou de leurs services et d'améliorer leur compétitivité. Qu'elle provienne de sources internes (recherche et développement) ou externes (le marché, clients et fournisseurs, développer des réseaux d'alliance), par l'influence qu'elle peut avoir sur le fonctionnement de l'entreprise, dans la mesure où elle peut le rendre souple, sur la réactivité et d'une manière générale sur la compétitivité de cette dernière, l'innovation devient importante et déterminante pour la réussite de beaucoup d'entreprises.

1.4. Les caractéristiques de l'innovation

L'innovation répond généralement au besoin de renforcement de la situation financière et concurrentielle de l'entreprise. ROGERS, identifie cinq caractéristiques de l'innovation qui sont : l'avantage relatif, la comparabilité, la caractéristique, la possibilité d'essai d'une innovation et l'observation qui être bien détaillé dans ce tableau :

Tableau n° 2 : Les caractéristiques de l'innovation

Caractéristiques de l'innovation	Explication
L'avantage relatif	L'avantage relatif est la différence de la valeur perçue par les individus entre la nouvelle et l'ancienne innovation ou entre la situation nouvelle découlant après l'adoption de l'innovation et l'ancienne situation. C'est le degré auquel la nouvelle innovation est perçue comme étant meilleur que celle déjà existante. Une innovation ne doit peut être pas posséder des avantages mais il est important que les individus la perçoivent comme étant avantageuse.
La comparabilité	Il s'agit de la mesure dans laquelle une innovation est perçue correspondante aux valeurs existantes. Et une idée qui est incompatible avec les valeurs et normes actuelles va prendre plus du temps pour être adoptée.
La complexité	Il s'agit de la mesure dans laquelle une innovation est perçue comme étant difficile à comprendre ainsi qu'a utilisé. Les nouvelles idées qui sont simples à comprendre seront adoptées plus rapidement que d'autres qui vont nécessiter plus de compétence avant de pouvoir comprendre.
Possibilité d'essai d'une innovation (testabilité).	Elle désigne la facilité avec laquelle une innovation peut-être expérimentale ou modifiée à faible échelle avant son adoption complète. Cela permettra aux éventuels utilisateurs d'avoir plus de confiance dans le produit car il aura la possibilité d'apprendre à utiliser cette innovation
L'observabilité	Elle désigne la possibilité d'observer les effets de l'innovation, ou le degré auquel les résultats et bénéfices d'une innovation sont clairs. Plus ces effets sont visibles, plus l'innovation se diffuse rapidement et les individus l'adoptent facilement.

Source : Lougar Sabrina & Loumi Lynda (2019, p.26).

1.5. Les enjeux et les risques de l'innovation

L'innovation agit généralement sur un marché concurrentiel dans le quel sa survie dépend de sa capacité à évoluer et à s'adapter. L'innovation est souvent présentée comme un enjeu majeur de la compétitivité de l'entreprise, mais elle engendre pour les entreprises innovantes une réelle prise de risque.

1.5.1. Les enjeux de l'innovation

L'innovation constitue une réponse parmi d'autres au besoin de durer dans un environnement commercial, artisanal ou industriel au niveau locale, nationale ou internationale. Les entreprises innovantes, sont plus aptes maintenir leurs positions sur le marché, ainsi elles ont une meilleure croissance et conquièrent de nouveaux marchés ce qui leur permet d'être plus actives à l'export en diversifiant leurs activités et leurs produits.

1.5.2. Le risque de l'innovation

Les risques pouvant mener à l'échec d'une démarche d'innovation sont de quatre natures : financière, technique, commerciale et organisationnelle (tableau 3).

L'avantage compétitif n'est plus seulement le prix mais la capacité à définir de nouveaux produits, à modifier rapidement les procédés de fabrication, à organiser la production et la construction de façon plus flexible. Il faut trouver une configuration favorable dans les trois domaines d'innovation : procédés, produit et méthodes.

Tableau n°3 : Les différents risques d'innovation

Risques de l'innovation	Explications
Risque financier	Si le coût de l'innovation s'avère trop élevé les retombées espérées seront absentes, il faut donc : Bien évaluer le cout de l'innovation, estimer un budget et y affecter des fonds propre de l'entreprise, faire le tour des aides financières et soigner le dossier de financement, prévoir éventuellement une protection s'il s'agit d'un nouveau produit.
Risque technique	Le manque d'information sur la technologie et le manque des compétences techniques sont des obstacles à l'atteinte des performances visées dans les objectifs du projet, en particulier si le projet vise à développer un niveau produit ou à conquérir une nouvelle technologie, il faut : avoir recours à la formation, embauché une personne qualifiés, s'adjoindre une aide externe (bureau d'étude, conseil pôle d'innovation), faire des essais.
Risque Commerciale	Le marché s'avère finalement absent car il n'est pas assez mûr, ou ses besoins ont été mal analysées, de cette effet, il aura lieu de : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Procéder à une étude du marché ✓ Faire des sondages, ✓ Bien évaluer la concurrence, ✓ Elaborer une stratégie commerciale (avec l'aide éventuelle d'un prestataire)
Risque Organisationnel	L'entreprise se voit déstabilisée par la nouvelle organisation, par les nouvelles méthodes, par les nouveaux outils. Des freins sociaux apparaissent. Un manque de souplesse dans l'organisation peut être fatal. Une réglementation peut constituer un obstacle non négligeable.

Source : Lougar Sabrina & Loumi Lynda (2019, p.26).

SECTION 02 : Le contexte des start-up

Les start-up qui ont réussi sont nées d'une idée révolutionnaire et surtout de la persévérance d'un entrepreneur. Après les années 2000, marquées par l'éclatement de la bulle internet et ses dérives spéculatives, le concept start-up a aujourd'hui atteint le droit de cité. Si la composante de l'innovation et de la créativité est toujours très présente, les processus de management se sont, quant à eux, restent proches de ceux de l'entreprise traditionnelle.

2.1. Définition d'une start-up

Initialement, ce mot est anglais et plus précisément il vient des États-Unis. Il se traduit par « commencement » ou « départ ». C'est une ellipse du mot «start-up company » qui se traduit par « firme qui démarre » ou « firme qui débute» en français possède différentes expressions comme « jeune pousse » ou « société en démarrage » ou « firme qui débute ».³⁴

Elle est généralement un simple projet ou une société lancée par un entrepreneur dans le but de développer et de faire valider un business model de manière évolutif. Contrairement aux types d'entreprises qui n'ont pas pour objectif de s'accroître de manière conséquente, ces firmes ont pour ambition de devenir très grands. Quand elles réussissent ces dernières deviennent facilement pérennes. Les firmes de ce type qui réussissent sont appelées « licornes » car elles arrivent à être valoriser à plus de un milliard de dollars. Une de ses particularités est l'innovation, c'est-à-dire, un concept qui vise à améliorer des produits et des services anciens en proposant quelque chose de nouveau.

Une firme qui démarre est lancée par un petit comité de personnes (des co-fondateurs) ou généralement par un seul fondateur dans le but de trouver une solution à un problème. Dans un premier temps, le créateur de la firme débute doit faire valider son projet sur le marché puis il passera par un entretien concernant la solution proposée par sa firme et ensuite par la réalisation du produit minimum viable, aussi appelé MVP (Minimum Viable Product). Ce dernier est une stratégie dans le but de développer un produit ; elle est pratiquée pour effectuer rapidement des tests de mise sur le marché d'un service ou d'un concept conçu par

³⁴ <https://sokeo.fr> « start-up définition » consulté le 23/05/2021

la boîte. Autrement, dit c'est le prototype du produit afin de le faire valider au niveau du marché, cela permet de comprendre son utilité et pourquoi il peut être intégré.

En effet de nombreuses définitions peuvent être trouvées dans la littérature portant sur les start-ups et sans prétendre à l'exhaustivité nous citons les définitions suivantes :

- La définition succincte du Larousse : start-up signifie « jeune entreprise innovante, dans le secteur des nouvelles technologies ».
- Une start-up est généralement définie comme une nouvelle entreprise que les entrepreneurs lancent en combinant des idées commerciales et des ressources.
- Une start-up peut-être aussi définie comme « une organisation temporaire conçue pour rechercher un modèle économique reproductible et évolutif ».

La lecture des différentes définitions précédente fais ressortir trois spécificités caractérisant une start-up :

- La dimension innovante : la start-up se caractérise avant tout par un changement fondamental dans la façon de créer et la volonté d'innover.
- L'incertitude : une start-up se situe sur un marché nouveau, dont on ne connaît pas forcément la taille, les caractéristiques ou l'avenir potentiel. Cette forte incertitude entraîne pour la start-up un haut niveau de risque
- La recherche d'un Business Model spécifique : un projet est qualifié de start-up tant que le business model n'est pas établi.

Start-up et PME : quelles différences ?

Par la définition de Larousse, une PME est « une entreprise d'importance petite et moyenne, dans laquelle le chef d'entreprise assume personnellement et directement les responsabilités financières, techniques, sociales et morales de l'entreprise, quelle que soit la forme juridique de celle-ci. ».

Une start-up est une structure qui réunit quatre conditions : une forte croissance potentielle ; l'usage d'une technologie nouvelle ; le besoin d'un financement massif ; la présence sur un marché nouveau dont le risque est difficilement mesurable³⁵.

³⁵ Bekaddour Aicha (2020) : start-up et écosystème en Algérie, Annales de l'université de Bechar en Sciences Economiques, volume 07/ N°3, p.534

Ces particularités constituent peut-être les principales différences entre une start-up et une PME :

Première différence : Une start-up ne se caractérise pas en fonction de sa taille ou son nombre d'employés. Par exemple, Twitter, qui a 10 ans et compte près de 4000 salariés, n'est plus une start-up. Or, l'entreprise n'a toujours pas trouvé son point d'équilibre, elle n'a pas défini de modèle d'affaires rentable. Beaucoup d'économistes la désignent encore comme une start-up. Par conséquent, la différence fondamentale entre une start-up et une PME est le business model. En effet, la PME applique un business model défini alors que la start-up recherche son business model.

Seconde différence : Une start-up n'est généralement pas structurée par un organigramme et est fortement axée sur un esprit d'équipe propice à la créativité.

Troisième différence Une start-up est dans une phase temporaire. Elle est amenée à évoluer et se transforme en PME/multinationale.

2.2. Les points historiques de la start-up

Même s'il est difficile de dater avec précision le début de l'entrepreneuriat, celui-ci reste intrinsèquement lié à l'émergence du capitalisme moderne. Cette volonté d'entreprendre a réellement commencé avec la révolution industrielle soit le début du 19^{ème} siècle permettant l'émergence de nouvelle richesse comme Rockefeller et Henry Ford aux Etats-Unis alimentant le fameux rêve américain. Cependant, le mot start-up a commencé à émerger dans les années 20 sur le continent américain. Mais c'est en 1976 qu'on commence réellement à l'utiliser, c'est le célèbre magazine Forbes qui le cite dans un de ces articles : « unfashionable business of investing in startups in the electronic data processing filed »³⁶.

A la fin du 20^{ème} siècle, aux Etats-Unis, ces firmes dynamiques spécialisées dans les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont donnée naissance à des grandes inventions numériques. Cela a commencé dans des endroits peu conventionnels. En outre, quand on parle de grandes firmes du numérique et des dernières technologies qui ont réussi, on pense au mythe du garage. HP, Apple, Google ont tous commencé leurs

³⁶ <https://sokeo.fr> « start-up définition » consulté le 23/05/2021

réalisations dans leur garage avant de devenir des géants du numérique. Ces trois garages sont situés très proche de la célèbre Silicon Valley.

En 1939, c'est dans son garage situé dans la ville californienne de Palo Alto que David Packard a conçu et développe sa firme connu sous le nom de HP(Hewlett-Packard). Sa firme a connu un énorme succès dans le domaine d'informatique.

En 1976, c'est au tour de Steve jobs de lancer son concept d'ordinateurs dans son garage, au cotée de son ami Steve Wozniak. Ils vont développer et concevoir le tout premier ordinateur d'Apple : l'Apple I. Par la même occasion ils vont créer leur firme connue sous le nom d'Apple. C'est à la même période que Microsoft, un de ses plus gros concurrents, s'est développé.

En 1997, l'un de plus célèbre moteurs de recherche web va voir le jour dans un garage. En effet, c'est dans leurs garages, situé dans la ville californienne de Menlo Park, que ces deux amis Larry page et Sergey Brin vont concevoir Google. www.google.com sera enregistré à la date du 15septembre 1997. D'autres grandes firmes qui ont été des start-ups au départ vont voir le jour entre le milieu années 90 le début des années 2000 telles Amazon en 1994 et Facebook en 2004

La plupart de ces firmes ont évolué dans un univers dynamique, universitaire et attaché aux nouvelles technologies comme internet, l'informatique et le web. L'endroit qui a concentré tous ces domaines : la Silicon Valley.

La Silicon Valley signifie « la vallée du silicium » en français. Son nom est l'origine du matériau de silicium qui l'ingrédient de base pour la réalisation des puces électroniques.

Ces puces sont le symbole des grandes firmes d'ordinateurs car ces ordinateurs sont composés de ces mêmes puces. Le terme de Silicon Valley a été inventé par un journaliste américain Don Hoefler. Ce lieu emblématique des start-ups est situé en Californie plus précisément en San Francisco. L'université de Stanford trouve son emplacement au même endroit. D'ailleurs, les deux créateurs de Google étaient des étudiants de cette même université avant de la quitter pour fonder Google. C'est le berceau d'un grand nombre de campus et de firmes du numérique. On appelle ça un technopôle. Les grandes firmes américaines des TIC sont implantées dans ce technopôle : Google, Apple, Facebook, HP, Adobe Systems, Intel, Oracle corporation, Dolby, Yahoo, Sandisk et bien d'autres encore.

De plus, son équivalent français est la french Tech, c'est le label des firmes françaises. A Aix-en-Provence, il y a un campus dédié aux transitions sociales et technologiques qui s'inspire de la Silicon Valley, c'est the camp. L'apparition et le développement des applications durant ces dernières années ont donné un renouveau à cet entrain d'entreprendre en créant une multitude de nouvelles possibilités pour répondre à des très nombreux besoins tels que Spotify, Instagram, ou encore Tender. Le modèle de start-up et l'envie d'entreprendre sont donc plus que jamais d'actualité.

2.3 Les besoins et les enjeux des start-up

L'objectif de cette partie est de comprendre l'évolution des jeunes entreprises innovantes, ainsi que les spécificités en matière de développement et de financement à travers divers contexte économique et sociaux. Une grande partie des besoins et les enjeux des start-up est tiré du livre de David Heller, Sylvain de Chadirac, Lana Halaoui et Camile Juvet « l'émergence des start-up »³⁷.

2.3.1 Les caractéristiques des start-up

Les start-up constituent une catégorie d'entreprise bien particulière dans l'univers professionnel, et plusieurs niveaux³⁸.

✓ Des projets risqués

Tout d'abord, un projet de création d'une start-up est plus risqué qu'un projet plus classique. En plus du risque propre à la création d'une entreprise, l'entreprise doit également faire face au risque lié à l'innovation.

✓ Des structures agiles

Une start-up est une structure agile. Elle doit avoir la capacité de s'adapter très rapidement à son environnement puis à ses évolutions. Généralement, ces entreprises évoluent sur des

³⁷ David Hiller, Sylvain de Chadirac, Lana Halaoui & Camile Juvet (2019) : l'émergence des start-up, Vol1. p.6

³⁸ Lecoindesentrepreneurs.fr

marchés en création dans lesquels les règles ne sont pas encore définies. L'agilité est un facteur clés de succès.

✓ **Un état temporaire**

L'état de start-up est temporaire. Le projet peut échouer, et donc disparaître, ou réussir puis devenir une entreprise classique lorsque son modèle est trouvé et cesse d'évoluer.

✓ **Des besoins importants en financement**

Pour leur démarrage et leur développement, les start-up ont souvent besoin de beaucoup de financement. D'abord pour démarrer, car elles ne génèrent que peu de revenu au départ, voire, pas du tout, mais ont des besoins à financer (recrutement, développement des produits ou services). Ensuite pour accélérer, car ces entreprises recherchent la croissance rapide. Elles n'ont donc pas le temps de s'autofinancer et doivent parfois lever des fonds pour se développer plus vite.

✓ **Une rentabilité élevée**

La plupart des projets start-up ont des potentiels élevés de rentabilité. Dans un premier temps, l'entreprise perd de l'argent car les premiers coûtent plus chers que ce qu'ils apportent. Ensuite, plus l'entreprise accélère, plus la marge par client n'augmente car son modèle est scalable³⁹. La start-up comme une entreprise ayant une forte croissance, utilisant une technologie nouvelle s'adresse à un marché nouveau à fort potentiel et rencontre un besoin en financement important, d'où l'appel aux levées de fonds.

Le contexte dans lequel ces structures se créent est une composante directe de leur réussite. Les critères de réussite d'une start-up varient selon les projets, mais certains critères sont primordiaux :

L'idée ou le concept : c'est le besoin auquel elle répond

L'équipe qui va réaliser les objectifs : la capacité à trouver les compétences nécessaires ;

³⁹ La scalabilité d'une entreprise signifie sa capacité à produire plus et à réaliser des économies d'échelle. Cette stratégie doit permettre d'adapter votre business model à une forte croissance de votre entreprise et de passer en quelques temps du statut de start-up à celui de grande entreprise tout en restant performant et rentable.

Le financement pour accompagner son développement ; ses coûts ;

Le timing du marché.

Le financement représente la problématique centrale d'une start-up, qui se trouve confronté à des besoins en financement important pour soutenir son développement et sa croissance. Se tourner vers des financeurs externes est un passage obligé pour toutes ces structures. Malgré cela, les alternatives proposées à ces structures se sont multipliées et permettent aujourd'hui à un grand nombre de projets de faire face à ces problèmes.

2.4. Motivation de financement et théories des jeunes entreprises innovantes

Les choix des investissements dans les start-up se fait selon de nombreux critères ⁴⁰:

Le risque de rentabilité et d'illiquidité : pour les investissements en capital-risque, après l'analyse du projet et de l'équipe, les investisseurs expérimentés prêtent une attention particulière au scénario de sorties envisagées par les porteurs de projets. En effet, la sortie est l'unique moyen de rentabiliser l'investissement. Ces voies sont principalement : La cession industrielle, l'introduction en bourse, la cession des titres aux actionnaires historiques et la cession à des nouveaux investisseurs.

Seules les cessions à un industriel ou les introductions en bourse permettent de faire des multiples de rentabilité importants. L'analyse de la situation du marché ainsi que la présence de puissants industriels, l'évaluation de la puissance boursière des zones est un élément incontournable. Le facteur géographique est donc central dans la décision.

La projection financière : la proposition de valeur et le potentiel du marché : prend en compte la nature de l'investissement, les délais pour atteindre le seuil de rentabilité, le niveau de développement de la société et la maturité de la levée de fonds (capacité à avoir des investissements garantis). Il est primordial que le projet dispose des données financières claires indiquant le délai avant d'atteindre le seuil de rentabilité. Un marché important (en matière démographique et de richesse) et stable (en matière économique, politique et social) est donc essentiel.

⁴⁰ David Heller, Sylvain de Chadirac, Lana Halaoui & Camille Jouvét (2019) : L'émergence des Start-up », Volume 1, p.8.

La protection juridique : joue également un rôle au sein de ce marché. Le projet doit pouvoir protéger ses principaux résultats de sa R&D par des brevets et un système de protection intellectuel efficace et valorisant.

Le critère macro-économique à l'échelle du portefeuille de participation : la décision d'investissement va dépendre de l'espérance de rentabilité globale du portefeuille et de la capacité pour celui-ci d'atteindre les objectifs de rentabilité. Ce critère est d'autant plus vrai pour les investissements en phase d'amorçage pour lequel le taux de sinistralité est important. Il peut être calculé en estimant les flux générés par la société à court terme (l'investissement en capital-risque ne dépasse pas les 7 ans pour les plus longues prises de participation).

a. Théorie de l'agence

La théorie de l'agence consiste à étudier les conséquences économiques de la séparation entre la source du capital (les investisseurs) et les managers (les dirigeants de la start-up). La définition la plus exacte serait « une relation d'agence est un contrat par lequel une ou plusieurs personnes (le principal) engage(nt) une autre personne (l'agent) pour exécuter en son nom une tâche quelconque qui implique une délégation d'un certain pouvoir de décision à l'agent ». Elle peut se traduire par la formule suivante :

$U = U(W, P, A, J) + U(B, C)$ Où :

U= l'utilité de manager ;

W= le poste (ou l'ordre) de manager ;

P= le statut social de manager ;

A= la réalisation de soi-même ;

J= la rémunération de manager ;

B= les revenus invisibles de manager ;

C= les revenus requis par prévarication.

Cette théorie peut expliquer les relations entre les acteurs d'une start-up financée. Ces derniers ont pour unique objectif en commun de faire fructifier leur investissement. Se pose ainsi un problème de l'information entre l'investisseur et le manager qui veut conserver son poids dans sa société.

b. Théorie d'asymétrie de l'information

La question de l'information à disposition est essentielle pour l'investisseur quelles que soient sa taille et sa capacité de financement. Nous étudierons ici les conséquences d'une mauvaise communication, mais il est possible d'introduire la théorie de Modigliani Miller (1958) à ce stade.

La théorie explique qu'en l'absence de problèmes informationnels entre l'entrepreneur et ses bailleurs de fonds externes, le coût de financement est égal à leur seul coût d'opportunité, les sources de financement (externe et internes) sont substituables. Mais en cas d'asymétrie d'information, cette problématique crée une prime de finance qui accroît le coût des financements externes, parfois jusqu'à empêcher l'opération pour des raisons de confiance mutuelle.

c. Théorie de la Silicon Valley

L'illustration la plus fidèle de cette théorie est la suivante : « Google n'aurait jamais existé sans les 99 999 entreprises qui ont, au même moment, échoué ou moins bien réussi [...]. Le succès global de la démarche de l'entrepreneuriat innovant, au sein d'une économie, repose tant sur cette unique entreprise qui connaîtra un succès planétaire que sur l'écosystème qui aura permis aux 100 000 entreprises d'exister afin que l'une d'elles puisse émerger à la manière d'un cygne noir dans un flux d'échecs » (Martinaud, 2012). L'auteur avance que le ratio dans la Silicon Valley⁴¹ était d'une licorne⁴² pour 100 000 entreprises créées qui n'atteindront pas un niveau de réussite raisonnable

Cette théorie met en avant l'importance de l'écosystème dans le développement et la réussite d'une start-up, qui passe inévitablement par une série de tours de financement rendus possible par un écosystème start-up.

⁴¹ Désigne le pôle d'industrie de pointe situé au sud de la baie de San Francisco.

⁴² Une licorne est une start-up qui atteint une valorisation d'au moins 1 milliard de dollars.

2.4.1. Le financement des jeunes pousses

La question des méthodes de financement des start-up est essentielle. Pour assurer leur développement, elles ont un besoin récurrent de fonds. Plusieurs solutions s'offrent à elles. En règle générale, elles font appel à des dilutifs ou non dilutifs.

a. Les solutions de financement classiques

Pour se financer, les start-up font appel aux solutions « classiques » ou historiques, chacune ayant ses spécificités. Les premiers fonds viennent de l'entrepreneur lui-même, son épargne accumulée, parfois complétée par un crédit bancaire. Il peut passer le premier moi dans un incubateur qui lui met à disposition un local et des services contre un petit pourcentage de la jeune société.

➤ La love money

Les premiers investisseurs sont souvent des membres de la famille ou des amis. La motivation première est l'affect puis l'intérêt pour le projet plutôt que des raisons financières. Les montants réunis sont le plus souvent quelques dizaines de milliers d'euros.

➤ Banque et prêt personnel

C'est une des formes les plus utilisées pour se financer en tant que PME. Mais, lorsqu'il s'agit d'investir dans les start-up, les banques sont plus frileuses. L'objectif est de convaincre, grâce un business plan, d'injecter de l'argent dans un projet à risque. En revanche, dans ce cas de figure, la banque n'acquiert pas de parts de la société. Elle se tourne donc vers des garanties plus ou moins lourdes. Le financement externe peut avoir pour origine les banques ou les sociétés de capital-risque. Mais, avec la banque, la firme fait face à un problème d'anti-section, alors que l'expertise du capital-risqueur lui permet d'identifier objectivement les risques liés à l'entreprise.

➤ Les Business Angels

Ce sont des personnes physiques qui cherchent à mettre à disposition leurs compétences d'anciens cadres ou chefs d'entreprise, tout en investissant une partie de leur patrimoine personnel pour bénéficier d'une exonération fiscale. On les retrouve assez tôt dans la vie de l'entreprise. Ils fournissent une aide concrète au développement de la start-up.

Ils ont donc une place importante dans la vie de ces jeunes pousses comme financeurs et mentors. Ils tiennent également une place prééminente dans la société, en participant aux financements juste après la création d'entreprise. Ils espèrent généralement un taux de rendement interne de 20%.

➤ **Le capital-risque ou Venture capital**

Ce sont des sociétés qui interviennent sur des montants légèrement plus élevés (500 000€ à 5 000 000€) et à un moment de maturité plus avancé. Cette étape intervient pour professionnaliser la société dans une optique de développement rapide et global. Le capital-risque lève des fonds pour investir lorsqu'un business Angel investit ses propres fonds. Leur présence est indissociable du développement des écosystèmes start-up. Ils exigent un taux de rendement interne de 36 à 45%.

➤ **Investisseur en dette**

Il n'est pas conseillé de recourir à cette alternative dans le cas des start-up de l'internet ou du service à la personne. Ce n'est que si la jeune pousse utilise des actifs dont la valeur est indépendante de son activité qu'elle peut recourir à l'endettement. Les secteurs concernés sont à priori la restauration, le commerce et le transport. C'est ne que lorsque la start-up valide un business model fiable qu'elle peut envisager cette alternative.

b. Les nouvelles solutions de financement

Depuis le début du XXI^e siècle, d'autres modes de financement émergent. Fortement influencé par internet, le financement est dorénavant plus direct entre un nombre plus important d'investisseurs et les projets innovants. Les investissements profitent également des avancées technologiques du XXI^e siècle, telles que la révolution numérique, qui offre des opportunités vastes par l'interconnexion des acteurs et des espaces. On voit émerger de nouvelles solutions d'investissement qui démocratisent des modèles plus classiques, ouvrant de nombreuses occasions favorables aussi bien pour les investisseurs que pour les projets en recherche des fonds.

➤ **Le Crowdfunding**

Le Crowdfunding⁴³ est un financement participatif qui signifie « financement par foule ». C'est un mécanisme qui permet de collecter des apports financiers, généralement des petits montants, d'un grand nombre de particuliers, au moyen d'une plateforme internet, en vue de financer un projet ou une entreprise. Les investisseurs acquièrent des parts de la société et en deviennent des actionnaires. A travers l'histoire de nombreuses œuvres ont été financées par la foule. Un cabinet spécialisé dans le domaine de crowdequity estime que les plateformes de Crowdfunding auraient permis près de 26 milliards de dollars de financement dans le monde en 2015.

➤ **ICO**

ICO, ou Initial Coin Offering⁴⁴, est une levée de fonds en crypto monnaie. Les start-up de la blockchain⁴⁵ peuvent collecter des millions en seulement quelques jours. Le principe de l'ICO est de recevoir des investissements en contrepartie de jetons ou tokens. En 2017, plus de 4 milliards ont levés via des ICO à travers le monde. C'est une pratique qui se développe rapidement (2 ICO par semaine) avec des montants atteints en temps record : Filecoin⁴⁶ a levé près de 257 millions de dollars, Brave a levé 35 millions de dollars en 30 secondes. L'une des limites est la forte volatilité qui ne garantit pas la valeur de l'investissement.

⁴³ Financement participatif.

⁴⁴ Initial Coin Offering désigne une levée de fonds en crypto monnaie.

⁴⁵ Technologie de stockage et de transmission d'information sécurisés sans organe central de contrôle.

⁴⁶ Crypto monnaie.

Par ailleurs, on retrouve deux types de tokens : les equity tokens⁴⁷ et le utility tokens⁴⁸.

➤ **La cagnotte en ligne**

Le financement est participatif, sous forme de dons aux entreprises ou entrepreneurs sans retour d'actions de remboursement de montant. Le donateur peut, en échange de sa contribution, recevoir une rétribution en nature comme un objet, une citation. Certains ouvrages théoriques se sont intéressés à la question du choix entre les différents mode de financement pour une start-up. C'est ainsi que certains chercheurs ont étudiés l'impact de la mise en concurrence des acteurs du financement : les banques, les sociétés de capital-risque, les business Angel et les sociétés de financement « externes »

Cette expérience montre qu'il est important de disposer de nombreuses solutions pour faciliter à la fois le financement des jeunes pouces, mais également leur développement rapide. La théorie montre que pour optimiser un écosystème, il faut permettre aux projets de bénéficier de nombreuses opportunités de marché et opportunités financières, à l'image de la Silicon Valley et des modèles qui s'en sont inspirés.

De plus, l'apparition et le développement des applications durant ces dernières années ont donné un renouveau à cet entrain d'entreprendre en créant une multitude de nouvelles possibilités pour répondre à des très nombreux besoins tels que Spotify, Instagram, ou encore Tender. Le modèle de start-up et l'envie d'entreprendre sont donc plus que jamais d'actualité.

2.5. Les cycles d'une Start-up : un accompagnement permanent

Le capital-risque a plus réussi aux Etats-Unis. Il a fourni non seulement les financements, mais aussi l'expertise dans la gestion ». « Il est naïf d'attendre du capital-risque de mener à un stade précoce le développement risqué de tout nouveau secteur économique aujourd'hui, tel que les technologies propres par exemple. Dans les biotechnologies, les nanotechnologies et l'internet, le capital-risque est arrivé 15 à 20 ans après les premiers investissements⁴⁹.

⁴⁷ Jeton donnant droit à un actif de la société.

⁴⁸ Jeton donnant droit à un service.

⁴⁹ Ibid. p.14.

Cela laisse entendre que les investissements publics ont une importance, mais que la présence des investisseurs privés est également essentielle aux premières étapes de croissance des start-up.

2.5.1 Les étapes de création d'une start-up

Chaque start-up passe par plusieurs étapes et le modèle d'Alfred Marshall⁵⁰ est considéré comme le premier modèle qui décrit les différentes étapes de création d'une entreprise. La figure 1 explique bien ces étapes.

La création

A partir d'une idée qui permet de satisfaire des besoins solvables d'un segment des clients bien ciblés. Elle constitue la raison de la naissance d'une start-up.

Le démarrage

Constitue le point de départ, cette étape est caractérisée par un trou noir car le taux d'échec est très élevé. Le taux de mortalité des jeunes entreprises est de 70% durant les deux premières années et 90% dans les cinq premières années. La plupart des start-up recourent à l'autofinancement fondé sur les fonds propres, l'aide de la famille, des amis et parfois sur des particuliers-investisseurs avec l'absence de la banque dans le financement. Le capital d'amorçage est nécessaire dans cette phase critique de la start-up.

La croissance

Dans cette phase, la start-up élargit ses activités, ses produits et ses services horizontalement et verticalement pour avoir une bonne position sur le marché. Les start-up ont une ambition vers une expansion majeure où la créativité et l'innovation constituent le moteur des changements positifs dans un environnement concurrentiels. A ce stade, les start-up n'ont pas les capacités financières nécessaires malgré le fait que le risque ici est caractérisé comme ayant un niveau inférieur. Le financement par le capital reste toujours le moyen le plus préféré dans la phase de croissance malgré le recours au financement classique.

⁵⁰ Mr. Mohamed Djelti & Bouchama Chouam (2008) : Etat et lieux des incubateurs en Algérie : Cas de l'INTTIC d'Oran, université d'Oran 2, p.43.

La maturité

Au cours de son parcours, il y a des start-up qui se trouvent dans une situation de saturation de marché, ou elles doivent chercher des solutions possibles pour promouvoir la demande en recourant à la différenciation et à l'innovation incrémental dans toutes les activités. A ce stade, les risques ont tendance à diminuer et les start-up ont les capacités d'emprunter auprès des banques classiques. Dans cette étape, le financement des projets par le capital-risque représente une part importante dans le développement des start-up.

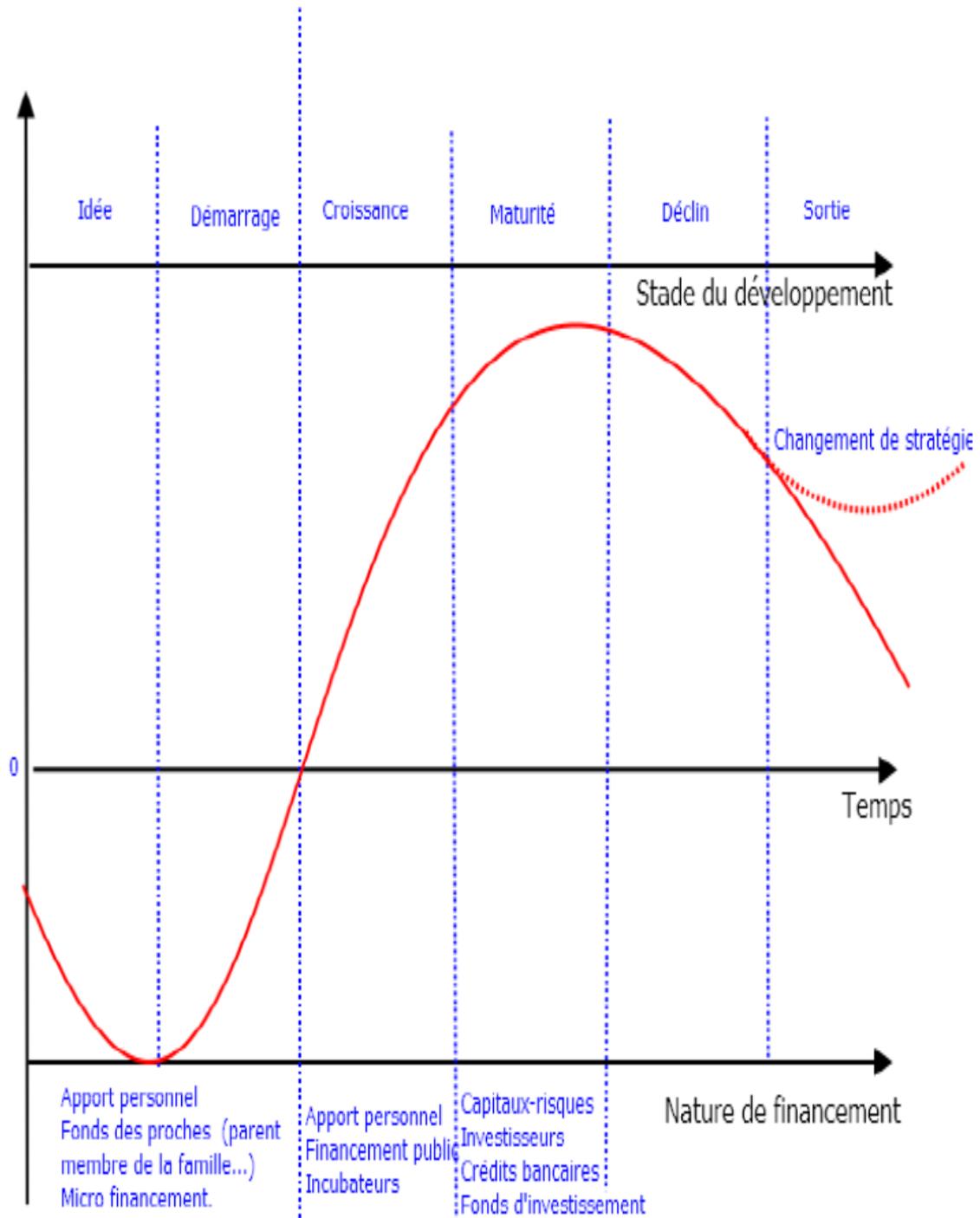
Le déclin

C'est une étape de vieillissement où l'entreprise se trouve confrontée à plusieurs problèmes, y compris la question de l'héritage, le transfert de propriété et la distribution de la richesse.

La relance ou la stratégie d'un changement

C'est la phase plus cruciale dans la vie de l'entreprise, il faut adopter une stratégie pour faire survivre la start-up, c'est l'innovation. La relance doit se faire par exemple, en améliorant nettement le modèle d'un produit.

Figure n° 1 : Le cycle de vie d'une start-up



Source : Djelti & Chouam (2008, p.43)

Le tableau suivant présente la typologie des accompagnateurs ainsi que leurs rôles dans l'accompagnement des start-up où l'offre non proposée (point noirs), offre principale de l'accompagnateur (points verts), offre secondaire de l'accompagnateur (points orange).

Tableau n°4 : Les typologies des accompagnateurs et leur rôle dans le développement de la Start- up

	Couveuse	Incubateur	Fab Lab	Accélérateur	Pépinière	Espace de coworking	Réseau d'entrepreneurs
Idéation	●	●	●	●	●	●	●
Création	●	●	●	●	●	●	●
Amorçage	●	●	●	●	●	●	●
Scaling	●	●	●	●	●	●	●
Expansion	●	●	●	●	●	●	●
Environnement et infrastructure	●	●	●	●	●	●	●
Conseil et business développement	●	●	●	●	●	●	●
Financement	●	●	●	●	●	●	●

Source : Heller, Chadirac, Halaoui & Juvet (2019, p.15.)

Couveuse : accompagne les entrepreneurs lors de l'idéation (mûrir le projet et tester sa validité avant la création de la société).

Incubateur : se concentre sur création des start-up et leur accompagnement à ce stade. Il met à disposition de l'entreprise un lieu de travail partagé avec d'autres entrepreneurs avec un accès à des outils et des solutions technique.

Pépinière : intervient à partir de l'amorçage et lors des problématiques d'expansion. Propose un écosystème de travail et des entrepreneurs idéalement du même secteur. Il n'y a pas de proposition d'offre de financement ou de business développement.

Fab-Lab : autrement appelé le « laboratoire de fabrication », s'adresse aux start-up qui créent un produit matériel et les accompagne dans la conception du prototype. Ouvert aux entrepreneurs, mais également aux étudiants et aux citoyens en général pour faire des expérimentations.

Accélérateur : se concentre sur le stade d'amorçage et la phase de croissance (scale-up). Il met à disposition des experts métiers et secteurs, des formations. Il propose surtout des solutions de financement en cas d'intérêt mutuel.

2.6. Les différents secteurs d'activités des Start-up :

Le modèle de la start-up s'est démocratisé depuis quelques décennies et s'étend sur de nombreux secteurs d'activités tels que la finance, l'informatique, le marketing digital, le tourisme, la restauration, la santé etc.

Cependant, le modèle de start-up le plus répandu est celui alliant technologie et finance donnant le mot « **Fintech**⁵¹ ». Ce terme détermine les jeunes entreprises utilisant les nouvelles technologies pour améliorer les services financiers. Parmi les Fintech les plus connues nous avons N26 une néo banque allemande créée en 2013 et comptant déjà 3,5 millions de clients dans le monde ou encore Paypal une entreprise de paiement en ligne fondé en 1998.

⁵¹ Fintech : détermine les jeunes entreprises utilisant les nouvelles technologies pour améliorer les services financiers

Cependant ces entreprises ne se limitent pas uniquement au milieu de la finance, en effet le développement du modèle des start-up a entraîné une démocratisation des secteurs dans lequel elle s'est implantée.

Moins connu que les "Fintech" il existe les start-up qualifiées de "**Foodtech**⁵²". ce terme désigne les entreprises utilisant la technologie dans le domaine de l'alimentation. Cela va de la production, la réservation, la livraison, voire même la création de nouveau produit alimentaire. L'idée est de changer la manière dont le grand public consomme de la nourriture. Parmi les Foodtech les plus connues nous avons Deliveroo un service de livraison des repas à domicile ou encore Eawith qui permet de manger chez l'habitant aux quatre coins du monde.

Le modèle de la start-up ne s'est pas arrêté uniquement à la vente de produits de grande consommation mais s'est aussi étendue au domaine de la santé donnant les "**Biotech**⁵³".

Ce terme regroupe les "**Healtech**⁵⁴" et les "**Medtech**" soit plus généralement des start-up en lien avec le monde médical qui grâce aux avancées technologiques ont comme objectif d'améliorer la santé de chacun. Le champ d'application de ces start-up est très large. En effet elles peuvent travailler sur des pansements, des fauteuils roulants mais aussi des organes artificiels ou des robots chirurgiens.

Le modèle start-up ne se cantonne pas uniquement à des milieux déjà existants. En effet, les start-up cherche à tirer leur épingle du jeu en apportant des solutions innovantes afin de résoudre des problèmes climatiques tels que le réchauffement climatique et la pollution plastique, on appelle cela les **Cleantech**⁵⁵. Comme l'indique ce terme, ces entreprises cherchent donc à avoir un impact social positif en développant des technologies propres afin de réduire l'impact négatif de l'espèce humaine sur l'environnement. De plus, c'est une activité en forte croissance. A titre d'exemple, en 2018, 1,5 milliards d'euro ont été investis dans les Cleantech françaises. Parmi les Cleantech les plus connues nous avons le moteur de recherche Ecosia qui plante des arbres grâce aux recherches internet de ses utilisateurs et aurait déjà planté près de 110 millions d'arbres.

⁵² Foodtech : désigne les entreprises utilisant la technologie dans le domaine de l'alimentation

⁵³ Biotech : utilisation de la technologie dans le domaine médicale

⁵⁴ Healtech : start-up spécialisé dans le domaine de la santé

⁵⁵ Cleantech : start-up qui intervient dans le secteur du nettoyage ou du recyclage

Conclusion partielle

L'innovation est un véritable vecteur de croissance. C'est aussi un levier de la puissance économique et du développement commercial futur des entreprises. La création d'une entreprise innovante et technologique n'est pas une tâche facile ; les capacités de l'entrepreneur et de l'entreprise à réussir le processus d'innovation sont souvent mises à l'épreuve.

La politique d'innovation consiste alors à positionner l'entreprise et les entrepreneurs innovateurs dans un environnement qui met à la disposition de ces derniers toutes les connaissances et compétences leur permettant d'innover. Destinée à accueillir des entreprises dynamiques utilisant des nouvelles technologies et soutenir la création et le développement d'entreprises innovantes, les parcs scientifiques et technologiques jouent un rôle très important dans la valorisation et la promotion de l'innovation dans une région.

Ce type de mécanisme aspire à la création de synergie entre les différents acteurs du processus d'innovation à savoir les universités et les centres de recherche, les entreprises, les structures d'accompagnement et les institutions de financement.

Chapitre III : L'écosystème des start-up en Algérie

Introduction :

Au cours de vingt dernières années, les start-up ont constitué un vecteur d'accélération de la productivité et du développement des nations grâce à l'innovation et à la créativité et un nouvel esprit d'entreprise. L'importance de ce nouvel état d'esprit d'entreprise c'est donc peu à peu imposée, conduisant à la mise en place de cadres institutionnels, de dispositifs et de politiques pour appuyer les entrepreneurs émergents à chaque étape de leur parcours (financement de démarrage, formation technique, accès au base de données commerciales) ; fluidifier le marché du travail et normaliser les règles en vigueur en matière de création d'entreprise.

Un écosystème start-up est formé de personnes, de start-up à leurs différentes étapes et divers types d'organisations dans un endroit (physique ou virtuelle), interagissant comme un système de création et de mise à l'échelle de nouvelles entreprises en démarrage. Ces organisations peuvent être de différentes catégories telles que les universités, les organismes de soutien, les incubateurs, les accélérateurs, les espaces de coworking etc.) et les grandes entreprises, les gouvernements locaux et les organisations gouvernementales, telles que le département de commerce, de l'industrie jouent également un rôle très important dans l'écosystème des start-up. Un écosystème d'entrepreneuriat est la totalité de tous les éléments qui affectent une start-up et échappent au contrôle immédiat de l'entrepreneur. La croissance et le succès des start-up sont directement liés à celui-ci⁵⁶ : opportunités, compétences, ressources.

Ces trois facteurs sont affectés par les cadres juridiques et la culture environnants. Les opportunités reflètent les services/biens manquants sur le marché du pays. Les marchés sont régis par une réglementation définis par les autorités : les politiques et par la compétitivité du pays. Les ressources se traduisent en capital (finances), éléments de R&D et infrastructures. Les personnes qualifiées sont les capacités entrepreneuriales des individus, autrement dit le capital humain.

⁵⁶ Aimar Imadeddine & Goudjil Abdeldjalil (2019) : Smart innovation Solution : A business Approach, Analysis and Implementation , mémoire de master en ingénierie de la production, université de Tlemcen, p.16

Section 1 : L'écosystème entrepreneurial : émergence des start-up en Algérie

1.1.L'émergence et définition du concept écosystème entrepreneurial :

Dans le champ de l'entrepreneuriat, le terme écosystème a été introduit pour la première fois sous le concept « écosystème entrepreneurial ». Alors que nombre de chercheurs ont développé d'autres concepts tels que « l'environnement entrepreneurial », afin d'expliquer l'influence des conditions environnementales qui peuvent influencer le développement de l'activité entrepreneuriale dans les pays⁵⁷.

A titre d'exemple, (Gnyawal & Fogel, 1994)⁵⁸ classent les facteurs environnementaux en cinq catégories à savoir : les politiques des pouvoirs publics ; les facteurs socio-économiques ; le savoir-faire existant en matière d'entrepreneuriat ; les ressources financières et les moyens non financiers. Cependant, la recherche sur l'écosystème entrepreneurial est récente et n'a émergé que dans les années 2000 et le manque de connaissances sur ce concept représente une lacune importante dans la recherche en entrepreneuriat. Actuellement, l'écosystème entrepreneurial fait l'objet d'une attention croissante de la part des chercheurs et les organismes qui s'intéressent à l'entrepreneuriat.

Définition de l'écosystème entrepreneurial

Il n'y a pas encore de définition largement partagée. Cela s'explique en partie par le fait que ces écosystèmes sont définis de manière très différente, à différentes échelles et avec différents modèles de recherche et données. Par conséquent, de nombreuses définitions différentes ont été proposées.

Pour (Cohen, 2006)⁵⁹ les écosystèmes entrepreneuriaux durables sont définis comme un groupe interconnecté d'acteurs dans une communauté géographique locale engagée dans le développement durable à travers le soutien et la facilitation de nouvelles entreprises durables. Isenberg (2010)⁶⁰, souligne que « l'écosystème de l'entrepreneuriat se compose d'un ensemble d'éléments : individuels comme le leadership, la culture, les marchés financiers et l'ouverture d'esprit des clients qui se combinent de manière complexe ».

⁵⁷ Aicha Bekaddour (2020) : Start-up et écosystème en Algérie », Annales de l'université de Bechar en Sciences Economiques, volume 07/ N°3, p.532-547

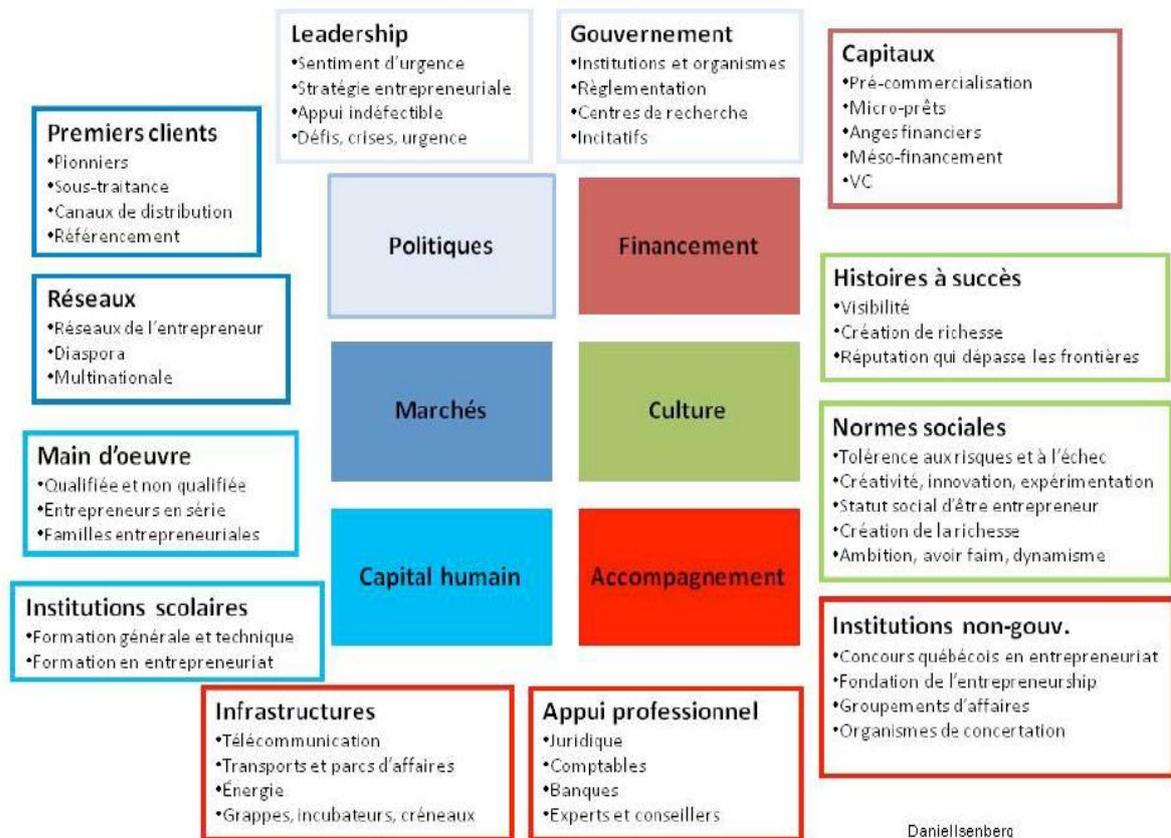
⁵⁸ Ibid. p.535

⁵⁹ Ibid. p.536

⁶⁰ Ibid. p.536

Présenté sous forme de diagramme, un écosystème entrepreneurial comprend plusieurs acteurs où parties prenantes ainsi qu'un ensemble d'ingrédients nécessaires à l'écosystème. Parmi les modèles les plus célèbres nous citons celui de (Isenberg D, 2011), composé de six domaines : une culture favorable, des politiques et la disponibilité de financements appropriés, un capital humain de qualité, des marchés favorables aux produits et une gamme de soutiens institutionnels. Chaque domaine est également constitué de sous-domaines.

Figure n° 2 : Le modèle d'écosystème entrepreneurial d'Isenberg(2011)



Source : Kouraiche (2018, p.83).

Un autre modèle de l'écosystème entrepreneurial a été présenté en 2013 par le Forum Économique Mondial (World Economic Forum, 2013), comprenant les huit piliers suivants :

- Des marchés accessibles (marchés locaux et étrangers, grandes entreprises en tant que clients, petites et moyennes entreprises en tant que clients, gouvernements en tant que clients, marché étranger.) ;
- Le capital humain et la main-d'œuvre (compétences managériales, compétences techniques, possibilité de sous-traitance, accès à la main-d'œuvre issue de l'immigration, etc.) ;
- L'investissement et la finance (famille et ami, business Angels, capital-risque, accès aux prêts, etc.) ;
- Un système de soutien (conseil, mentorat) l'existence (et la qualité) du mentorat et de conseillers, de services professionnels, d'incubateurs et d'accélérateurs et de réseaux d'entrepreneurs) ;
- Le cadre réglementaire et infrastructures (politique fiscale incitative, facilité pour le démarrage d'une entreprise, accès aux infrastructures de base [eau, électricité], accès aux télécommunications/à la bande passante, accès aux transports, politiques et législation favorable aux affaires). ;
- L'éducation et la formation (formation spécifique pour les entrepreneurs, mains-d'œuvre disponibles ayant une formation universitaire, main-d'œuvre disponible ayant une formation pré-universitaire) ;
- Les grandes universités comme catalyseurs (elles jouent un rôle clé dans la fourniture de diplômés aux nouvelles entreprises, dans le développement de nouvelles idées de création d'entreprise, et elles promeuvent une culture de respect de l'entrepreneuriat) ;
- Le soutien culturel tolérance au risque et à l'échec Préférence pour le travail indépendant, Histoires de réussite/modèles, Culture de recherche, mage positive de l'entrepreneuriat -Célébration de l'innovation.

Le modèle six + six comprend six piliers et six types d'acteurs. Les six piliers sont : (identification, formation, communication, préservation, finances, autonomisation et célébration des entrepreneurs. Et les six types d'acteurs impliqués dans l'activité éco systémique (ONG, Fondations, Universités, Investisseurs, Gouvernement, Entreprises). Ces facteurs doivent interagir pour créer un environnement favorable à l'entrepreneuriat.

Ainsi, l'approche par l'écosystème entrepreneurial va donc plus loin dans la mesure où elle insiste non pas seulement sur les facteurs propices à l'entrepreneuriat mais surtout sur les interactions complexes entre plusieurs dimensions politiques, financières, humaines, culturelles, relatives aux marchés et aux supports infrastructurels, professionnels et institutionnels, dont les combinaisons confèrent à chaque écosystème un caractère idiosyncratique.

1.2. Présentation de l'écosystème des start-up en Algérie

Quand on parle d'écosystème aujourd'hui, le facteur d'impact direct à prendre en compte est son environnement immédiat ou plutôt son écosystème à venir. Chaque écosystème a ses règles et ses réglementations, ses formats de support et les moyens permettant à une start-up donnée de se développer. En conséquence, les futurs entrepreneurs doivent prendre en compte différentes approches pour s'attaquer aux limitations et concentrer leur stratégie de croissance pour ne pas perdre du temps à faire face aux obstacles dès le début.

L'écosystème des start-up algérien pèse lourdement sur le démarrage et le succès des entreprises. Le premier écueil réside dans le financement. En effet, il est extrêmement difficile d'obtenir le crédit en tant que start-up, du fait de l'absence de culture de risque de la part d'un système bancaire obsolète. Le second écueil réside dans les lenteurs bureaucratiques et la mauvaise gouvernance de l'administration à tous les niveaux. Ces lenteurs sont sources de découragement. A cela s'ajoute un cadre juridique confus, inadapté et qui a peine à distinguer les différentes formes d'entrepreneuriat, ce qui rend les actions d'appui au bénéfice des start-up difficile.

L'absence de concurrence au niveau de marché crée des barrières artificielles et un environnement commercial défavorable. Cette situation est aggravée par une faible numérisation de l'administration publique et de l'environnement, y compris les banques ; la faiblesse des infrastructures de TIC et les réseaux de transmission des données et des messageries⁶¹. Le tableau suivant donne les forces et les faiblesses de l'écosystème algérien.

⁶¹ Abdelrahmi Bessaha (2021) : Pour une nouvelle approche des start-up en Algérie : transformer les problèmes en opportunités, édition économie d'EL WATAN.

Tableau n°5 : Analyse SWOT de l'écosystème Algérien⁶²

Forces	Faiblesses
- Population jeune et instruite	-Bureaucratie, lenteur administrative, cadre juridique inadapté, faible numérisation de l'administration publique,
- Volonté politique	
- Plusieurs manifestations start-up organisées auparavant	-Système financier à moderniser, ouverture et faciliter l'accès du paiement en ligne aux start-up (trop de démarches administratives)
- Cadre réglementaire établi	
- Une caisse de subvention a été mise en place par le gouvernement	-Amélioration de l'infrastructure TIC : fibre optique, débit internet faible, data center...
- Forte implication de la communauté intellectuelle afin de réussir le programme	-Très faible présence de service providers des TIC ou gadgets électroniques
	-Taux de présence des grandes entreprises très faible
	-Manque de laboratoires de recherche
	-Faible présence d'infrastructures d'accompagnement en région intérieures
Opportunités	Menaces
-Marché vierge en solution technologiques -Faible niveau d'automatisme des entreprises	-Nouveaux entrants : arrivée des sociétés étrangères sur le marché
-Les entreprises algériennes tendent vers la digitalisation de ses activités	-Incompréhension du concept start-up
	-Inefficacité de la cohésion : contexte économique et start-up
-Le citoyen est à la recherche des solutions qui facilitent son quotidien	

Source: Commission Start-up GAAN, « écosystème start-up diagnostic ».

⁶² <https://www.gaan.dz>

Les mesures d'aide et soutiens aux start-up

Depuis plus de deux décennies, l'Algérie développe une politique de soutien pour pouvoir aider les jeunes porteurs de projet à créer des startups et des PME innovantes. Des mesures ont été prises et des programmes ont été introduits donnant lieu à la genèse de plusieurs acteurs entrepreneuriaux qui interviennent aux différents stades de l'essor des start-up.

Le mot Start-up est cité dans 04 textes juridiques dont 02 décrets exécutifs, 01 décret présidentiel et une loi⁶³. La faiblesse des capitaux privés et l'inexpérience des porteurs de projets, a orienté les pouvoirs publics algériens vers des modes de soutien et d'accompagnement en vue d'assurer la promotion et le développement de l'activité entrepreneuriale. Dans ce sens, un ensemble d'institutions, d'organismes et de programmes est mis en place. En 2020, le gouvernement a lancé une série des mesures en faveur des start-up qui concernent notamment :

- ✓ la création de départements ministériels en charge des start-up et de l'économie numérique ;
- ✓ Le lancement du premier accélérateur public de start-up «Algeria Venture» qui offre des financements, des formations et de l'encadrement aux start-up en phase de démarrage ;
- ✓ Le lancement de projets de partenariat en coopération avec les États-Unis (Algerian Startup Initiative, World Learning) qui ont permis la formation de milliers de jeunes entrepreneurs et le lancement de nombreuses entreprises à travers le pays ;
- ✓ Un mécanisme de financement des start-up comprenant le Fonds d'appui et de développement de l'écosystème start-up, des avantages fiscaux et des lignes budgétaires des comptes d'affectation spéciale du trésor.

⁶³ Décret présidentiel n° 16-309 du 28 Safar 1438 correspondant au 28 novembre 2016 portant composition et fonctionnement du Conseil national Économique et social.

Décret exécutif n° 17-272 du 16 Moharram 1439 correspondant au 7 octobre 2017 portant organisation de l'administration centrale du ministère de la poste, des télécommunications, des technologies et du numérique. Décret exécutif n° 13-81 du 18 Rabie El Aouel 1434 correspondant au 30 janvier 2013 fixant les missions et l'organisation de la direction générale de la recherche scientifique et du développement technologique.

La loi n° 17-02 du 11 Rabie Ethani 1438 correspondant au 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le Développement de la petite et moyenne entreprise.

La loi de finance 2020 n° 19-14 du 14 Rabie Ethani 1441 correspondant au 11/12/2019.

Soutien financier du gouvernement : Le financement est difficile à obtenir en termes de procédure administrative requise. Le processus est fastidieux. Il est aussi difficile d'obtenir la garantie légale des prêts nécessaires. Pour y parvenir, le gouvernement a créé plusieurs fonds visant à obtenir l'esprit d'entreprise en tant que mission directe.

L'Etat a mis en œuvre des organismes d'aide et de soutien pour les porteurs de projets. Parmi les acteurs les plus importants sont les dispositifs d'aide et soutien à la création d'entreprise tels que la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) et l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ). Les dispositifs CNAC/ANSEJ devraient jouer le rôle dans le financement des porteurs de projets et start-up en octroyant notamment des prêts. Cependant, les dispositifs précédents sont orientés vers l'entrepreneuriat dans l'économie traditionnelle et ne sont pas adaptés aux start-up. Parmi les obstacles d'accès aux financements de ces dispositifs ou de leur inadéquation, on peut noter :

Eligibilité : Il est demandé aux porteurs de projets d'être en situation de chômage total (attestations de non affiliation à la CNAS et CASNOS faisant foi). Or, de nombreux entrepreneurs peuvent être gérants d'une/autres entreprise(s)/startup(s) par ailleurs ou cumuler un mandat social et un contrat de travail en exercent un métier à temps-partiel, ou encore en étant étudiant, ceci en plus de leur aventure entrepreneuriale. Pour y être éligible, il faudrait créer l'entreprise dans le cadre de l'ANSEJ. Dans le cas où la startup serait préalablement établie, elle n'est plus éligible au dispositif.

Emploi des fonds : La startup ne dispose pas de son capital librement. Seuls les prestations/achats de matériel sont pris en charge indirectement par l'ANSEJ. L'ANSEJ octroierait une prime finançant le fonds de roulement et qui pourrait être utilisable à ces fins. Cependant, son montant est limité « 500 KDA » et il est difficile de vérifier l'information sur le terrain « sur son existence ».

La suscription à des services auprès de fournisseurs étrangers comme les plateformes de développement étrangères/suscriptions aux logiciels est indispensable au développement technologique des startups et non présents en Algérie (où l'offre parallèle locale serait imparfaite) n'est également pas possible.

Modification des statuts : Toute modification future qui serait apportée aux statuts de l'entreprise, affecterait les avantages « notamment fiscaux » dont elle bénéficie dans le cadre de l'ANSEJ.

A Titre d'exemple, si la startup réalise postérieurement une opération de levée de fonds qui modifie la structure capitalistique de l'entreprise, voire, sa forme juridique ou encore si l'équipe fondatrice se verrait renforcer par une nouvelle personne apportant ses compétences au projet, ceci affecterait la continuité de son adhésion au dispositif. De ce fait, les avantages fiscaux seraient supprimés sachant que l'adhésion à celui-ci est un avantage aux yeux des potentiels investisseurs.

Tableau n°6 : Projets financés par l'ANSEJ dans le secteur de TIC⁶⁴

	Projets financés	Projets financés TIC	Taux (%)
Depuis la création 31/12/2010	140 503	6 858	5%
2011	42 832	451	1%
2012	65 812	616	1%
2013	43 039	591	1%
2014	40 856	750	2%
2015	23 676	655	3%
2016	11 262	628	6%
Depuis la création au 31/12/2016	367 980	10 549	3%

Source : ANSEJ, 2016

Le tableau 6 reflète le nombre des start-up et de projets innovants financés par l'ANSEJ. En effet, sur la période 31/12/2010 au 31/12/2016, seules 6% du total des projets financés par l'ANSEJ étaient des startups technologiques et/ou innovantes. L'encouragement de la création de projets innovants et de qualité et générateur d'une valeur ajoutée (TIC et start-up) à travers un accompagnement spécifique réservé aux diplômés universitaires a permis de relever la part des projets financés dans ce secteur de 2% en 2014, à 3% en 2015 et 6% en 2016.

Crowdfunding

Appelé également financement participatif ou collaboratif, faisant appel à la masse pour contribuer au financement d'un projet, il n'a pas encore connu le développement recherché lui permettant de se positionner pleinement comme étant un mode de financement alternatif pour les startups. Ce type de financement convient mieux aux projets BtoC. Cette situation est la résultante de l'indisponibilité en Algérie de deux facteurs indispensables au développement du Crowdfunding : l'absence d'une législation encadrant cette pratique et le développement du paiement électronique.

⁶⁴ <http://www.ansej.org.dz/?q=fr/content/le-dispositif-de-soutien-emploi-des-jeunes>.

Au moins deux plateformes algériennes (Tiwiza et Chriky), se sont positionnées depuis quelques années dans ce registre, et dont l'essor reste tributaire de ces deux facteurs. Dans le même sillage que le crowdfunding, le développement de l'ICO « Initial Coin Offering » qui est la levée de fonds en cryptomonnaies ou par émission de jetons numérique « tokens », reste compromis en Algérie. La loi de finance de 2018 ayant interdit l'achat et la possession de monnaie virtuelle « ce qui force l'exile par exemple d'une start-up Fintech blockchain algérienne Kodepay Kdbox ».

La pratique a connu quelques scandales d'escroquerie, de piraterie ou d'opacité de par le monde. La réguler est certainement une bonne chose, comme le font de nombreux gouvernements, cependant, l'interdire sans faire appel à consultation « que pourrait prendre part de nombreux spécialistes algériens qu'ils soient des startups ou des représentants, groupements ou associations spécialistes de Blockchain algériennes, d'autres acteurs peuvent apporter leur contribution, ça pourrait être notamment le cas de la COSOB qui régule notamment le marché boursier d'Alger, le cluster des entreprises du numérique ADC, ou encore des cabinets de conseil. Le risque ici, est que le débat n'ait pas lieu et que cette interdiction ferme une porte de financement potentielle « et privée » à des nombreuses start-up algériennes.

Fonds de capital-risque : Il existe plusieurs fonds d'investissement actuellement fonctionnels en Algérie. Les premiers sont des fonds publics d'investissement. La FINALEP (Financière Algéro-Européenne de Participation) qui a été créée en 1991 à l'initiative de deux banques algériennes et deux partenaires européens. Cette activité est restée longtemps sous-développée à cause d'une législation incomplète⁶⁵ avant que celle-ci ne soit complétée par d'autres lois ⁶⁶ d'autant qu'un environnement avantageux fiscalement leur est accordés contrairement à l'activité de business Angels qui reste encore non légiférée. A titre d'exemple, la société de capital investissement est soumise au taux réduit de 5% au titre de l'IBS et n'est pas soumise à cet impôt pour les revenus provenant des dividendes, des produits de placement et plus-values de cession des actions et des parts sociales.

⁶⁵ La loi n° 06-11 du 24-06-2006 et le décret exécutif n° 08-56 du 11-02-2008 sur le capital-investissement.

⁶⁶ La loi n° 15-18 portant loi de finance 2016, le décret exécutif n° 16-205 du 25-07-2016 et les arrêtés du 19-04-2017 relatifs aux sociétés de gestion de fonds d'investissement, complétant ainsi la législation permettant le développement des fonds d'investissement en Algérie.

Les intermédiaires en opération de bourse (IOB) ont également la possibilité d'exercer cette activité, faisant ainsi élargir les possibilités d'apparition de nouveaux acteurs enrichissant le paysage algérien des fonds d'investissement. Si quelques fonds d'investissements privés nationaux et étrangers exercent en Algérie, leurs investissements ont été orientés de façon quasi-exclusive vers les PME de l'économie traditionnelle. Ceci peut se comprendre du fait des nombreuses opportunités qu'offrent encore ces secteurs d'activités et marchés en Algérie, certainement moins risqués et non encore saturés. Ils restent, de ce fait, porteurs pour ces fonds et leurs sont également plus compréhensibles, contrairement aux startups de la nouvelle économie numérique, notamment dans leurs phases d'amorçage, qui restent plus innovantes et de ce fait plus risquées. Cependant, leurs promesses « de par leur scalabilité » et le retour sur investissement, sont sans équivoque et sans équivalents dans l'économie traditionnelle.

L'autre facteur qui incite les fonds d'investissement privés (Venture Capital VC) , à la prudence vis-à-vis de l'investissement au sein des startups est l'absence de grandes success-stories ayant marqué les esprits au-delà de la première vague de startups algériennes, qui exercent depuis une dizaine d'années en réussissant leurs évolutions vers des PME « Ouedkness, Guiddini, Emplotic », et dont certaines commencent à s'internationaliser à juste titre.

L'Algérie n'a pas encore connu de cas de succès tel que ce qu'a pu être démontré par des startups de pays proches en région Afrique-Moyen-Orient : Zawya ; Maktoob et Souq (jabbar Group) ; Careem ; Bubizzle ; Noon ; Properyfinder etc.

Business Angels : A cette étape, ce sont généralement les Business Angels qui entrent en jeu, en tant qu'acteurs du financement des start-up. Ils apportent, au-delà de leurs expertise et réseaux, des fonds qui permettent à l'entreprise de poursuivre son développement. Les sommes investies et les tickets moyens diffèrent d'une start-up à une autre, d'un écosystème à un autre d'un pays à un autre. Ils vont de \$20K à \$500K, apportés individuellement à « un seul investisseur » ou de façon fédérée « un groupe d'investisseurs ». En Algérie, des Business Angels opérant individuellement sont actifs « souvent des chefs d'entreprise, mais aussi des professionnels ou des commerçants ayant réussi leurs carrières, ou encore des entrepreneurs ayant réussi leurs affaires ».

Cependant, des statistiques ou des études n'ont pas encore été menées pour identifier ces acteurs importants de l'écosystème, de connaître leur volume d'investissement, le nombre d'opérations menées, la somme des capitaux investis, les typologies des business Angels et les entreprises investies.

Au-delà de l'absence d'études et statistiques éclairant les faits énumérés ci-avant, les opérations qui sont réalisées actuellement se font discrètement et ne font pas l'objet d'une promotion ou médiatisation par leurs acteurs, sauf pour quelques rares exceptions « ceci soit pour des raisons stratégiques, mais aussi culturelles ou encore par négligence des répercussions positives que pourrait avoir cette médiatisation sur l'écosystème.

En effet, cette médiatisation pourrait être profitable également à l'écosystème dans sa globalité. L'engagement des business Angels, pourrait faire des émules parmi de potentiels investisseurs et futurs business Angels. La promotion de ce type de financement auprès du gouvernement pourrait améliorer l'écosystème start-up algérien qui souffre d'une sous-médiation que ce soit en interne mais surtout à l'international, ce qui ne contribue pas à attirer les différentes parties-prenantes et les acteurs internationaux en Algérie tels que les start-up étrangères, réseaux régionaux ou mondiaux d'incubateurs, d'accélérateurs, de ventures en capital.

Au-delà de ces personnes qui investissent dans les start-up de façon isolée, il existe un seul réseau de Business Angels actif en Algérie, il s'agit de Casbah Business Angels CBA qui fédère une dizaine d'investisseurs. En plus de CBA, trois autres structures ont été identifiées (dont deux basées à l'étranger) et orientant leurs efforts d'investissement vers les entrepreneurs algériens résidents ou ceux issus de la diaspora, cependant elles offrent peu de visibilité sur leurs activités : Markitor Business Angels ; Créateurs d'Avenir ; Business Angels Algérie-Diaspora BAALDI.

Ce faible développement des réseaux de business Angels peut s'expliquer principalement par l'absence d'une réglementation promouvant ce mode de financement. En effet, celui-ci devrait s'insérer, d'un point de vue fiscal, dans un environnement incitant sa pratique « notamment lorsque ces investisseurs se regroupent en holding de business Angels ». Ceux-là investissent leur argent personnel, il leur sera possible de répartir le risque en investissant dans différentes start-up et de façon collective et mutualisée, accompagnés par d'autres fellow investisseurs.

Le fait de se regrouper, leur permet également de s'aligner à plusieurs sur les projets qu'ils jugent promoteurs, ce qui ferait augmenter potentiellement les tickets moyens investis en fonction des besoins des start-up. Cela reste plus difficile à faire pour un investisseur isolé. Il leur sera possible d'industrialiser leurs investissements et de diversifier leurs portefeuilles, ce qui leur permet d'atténuer le risque lié à leurs investissements. Ils auront une visibilité plus grande et pourront également se faire solliciter par un plus grand nombre de start-up, alors que pour ces dernières et en entrant en contact avec ces réseaux, elles pourront s'adresser plus aisément à de nombreux investisseurs sans se disperser, ce qui leur fera gagner un temps précieux, sachant qu'une opération de levée de fonds dure en moyenne de 6 à 9 mois.

En attendant qu'une réglementation spécifique aux business Angels ne soit réalisée, le recours actuel pour ces investisseurs qui souhaitent se regrouper et bénéficier d'un cadre fiscal plus avantageux, serait de se constituer en fonds d'investissement. Il faut souligner que le passage économique algérien est assez propice à l'émergence de ce type de financement puisque il est dominé par les entreprises familiales⁶⁷.

Une seconde approche d'investissement est possible pour ces familles qui entretiennent et développent leurs richesses et qui font appel aux Family Offices « single ou multi-family office ». Cette configuration du tissu économique algérien, dominé par le caractère familial de ses entreprises, correspond aux pratiques des affaires en Algérie et pourrait se constituer comme une alternative supplémentaire mise à la disposition de ces investisseurs et des start-up. A ce titre, les family offices investissent soit directement dans les start-up, mais également via des réseaux de business Angels, ou encore dans des fonds de capital-investissement.

Les structures d'incubation : Parmi les composantes essentielles de l'écosystème entrepreneurial figurent les incubateurs et les pépinières d'entreprises car ils jouent un rôle crucial dans l'accompagnement entrepreneurial. Ils constituent le pont entre les entrepreneurs et l'environnement externe. Notre analyse est établie en répartissant les structures d'incubation en quatre acteurs : les centres de facilitation, les pépinières d'entreprises, les incubateurs des parcs technologiques et les incubateurs universitaires.

⁶⁷ Ceci à différents niveaux de leur typologie : de la TPE, à la PME et jusqu'aux grandes entreprises.

Les centres de facilitation : ils sont créés par le décret exécutif n° 03-79 du 25 février 2003. Ils constituent un espace d'animation économique destinés à rendre l'information disponible et à assister les porteurs de projets à concrétiser leur investissement. Parmi ces objectifs, on peut recenser :

- ✓ Développer la culture d'entreprise ;
- ✓ Offrir un guichet adapté aux besoins des créateurs d'entreprise et des entrepreneurs ;
- ✓ Réduire les délais de création, d'expansion et de reprise d'entreprise ;
- ✓ Accompagner les créateurs de projets et les entrepreneurs dans le domaine de la formation et de la gestion ;
- ✓ Favoriser le développement de nouvelles technologies auprès des porteurs de projets.

Les Pépinières d'Entreprises : La pépinière d'entreprise⁶⁸ est une structure publique d'appui, d'accueil, d'accompagnement et de soutien aux promoteurs de projets où on offre des services logistiques, administratifs et de consultation. La durée d'hébergement varie entre 24 et 36 mois renouvelables selon le degré de maturité des projets ainsi que les besoins en accompagnement sollicités par les porteurs de projets. L'assistance apportée aux promoteurs consiste essentiellement à :

- ✓ héberger à durée déterminée les porteurs de projet ;
- ✓ accompagner les porteurs de projet dans toutes les démarches auprès : des institutions financières, des fonds d'aide et de soutien et wilayas, communes et autres organismes en rapport avec leurs projets.
- ✓ Offrir les conseils personnalisés au plan financier, juridique, fiscal, Commercial et technique ;
- ✓ organiser toute forme d'animation, d'assistance, de formation spécifique et de suivi des porteurs de projets jusqu'à maturation et création de leur entreprise. Bien que la création des pépinières d'entreprises occupe une place grandissante dans le cadre de la stratégie générale de développement national et régional, leur nombre demeure en deçà des objectifs. En effet, le programme de mise en place de structures d'appui locales prévoit la création de 28 pépinières d'entreprises afin de promouvoir l'entrepreneuriat, cependant, il n'existe actuellement que 16 pépinières opérationnelles implantées dans les wilayas suivantes : Annaba, Oran, Bordj Bou Arreridj, Ghardaïa, Biskra, Khenchela, Mila, Sidi Bel Abbes, Ouargla, Batna, Adrar, El Bayadh, Oum El Bouaghi, Bouira, Tiaret et Béchar.

⁶⁸ Dénommée également incubateur dans la loi n°03/78 du 25 février 2003 qui définit le statut type des pépinières d'entreprises.

Les incubateurs des parcs technologiques : l'Agence nationale de promotion et de développement des parcs technologiques (ANPT) est l'instrument de l'Etat qui consiste à exécuter la stratégie nationale de développement des technologies de l'information et de la communication, par le biais de technoparcs chargés de faciliter la création de start-up. La mise en place de l'ANPT a permis la création de quatre Technoparcs : Sidi Abdallah d'Alger en janvier 2010, le Technoparc d'Ouargla en 2012, d'Annaba en 2014 et d'Oran lancé en 2017. Actuellement, elle travaille à la mise en place d'autres parcs technologiques. Il s'agit des Technoparcs de Sétif, Constantine et Boughezoul. La mission principale des incubateurs de L'ANPT est la prise en charge des porteurs de projets innovants dans le domaine des TIC et leur accompagnement jusqu'à la création de la start-up à travers l'expertise, l'assistanat, le coaching personnalisé et la formation.

Les incubateurs universitaires : Les incubateurs universitaires constituent des structures d'accueil et d'accompagnement de projets innovants ayant un lien direct avec la recherche. Ils aident les porteurs de projets à formaliser leurs idées et à valider la faisabilité des projets. Ils sont chargés de deux missions : mission valorisation et mission sensibilisation. La mission valorisation consiste en développement de la création d'activités par la valorisation des résultats de la recherche scientifique et technique, essaimage par un processus de détection et d'incubation de projets innovants issus d'une activité de recherche, et création d'entreprises innovantes. La sensibilisation consiste à promouvoir la culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire et la culture scientifique dans l'environnement immédiat par la formation. Parmi les incubateurs dédiés à la valorisation des résultats de la recherche scientifique et technique sont : l'incubateur INTILAK situé au niveau de l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET) et l'incubateur Fikra-Tech du Centre de Développement des Technologies Avancées «CDTA» créé en partenariat avec l'ANVREDET.

Les structures et les programmes d'accompagnement privés : La participation du secteur privé est un facteur déterminant pour instaurer un écosystème favorable à l'innovation et au développement des TIC. En Algérie, depuis peu, nous assistons à l'émergence d'un certain nombre d'initiatives privées en tant qu'acteurs d'accompagnement à la création d'entreprise sous diverses formes : incubateur, accélérateur, coworking, Réseau Business Angels. Les incubateurs privés participant au dynamisme de l'écosystème des start-up sont au nombre de deux : Alinov et Ooredoo.

L'incubateur Alinov : Il est le premier incubateur privé d'entreprises innovantes en Algérie. Il a été lancé en février 2009 par le cabinet Alliance Consulting (AC) avec le soutien du réseau de consulting international Médaf CO-Développement. Les services de l'incubateur Alinov sont proposés gratuitement aux start-up innovantes ainsi qu'aux jeunes créateurs d'entreprises grâce aux soutiens financiers de l'Ambassade Royale de la Norvège à Alger et de la Fondation allemande Friedrich Naumann pour la liberté.

Le principal objectif d'Alinov est de contribuer chaque année à la création de vingt start-up algériennes innovantes dans les secteurs suivants : technologies de l'information et de la communication/ recherche et développement, conseil et formation, énergies renouvelables, agriculture et agro-alimentaire, protection de l'environnement tourisme & loisir.

L'incubateur d'Ooredoo : Dans le cadre de la mise en œuvre de ses programmes tStart (soutien) et Istart (de création d'applications mobiles locales et d'objets connectés) lancés en 2013, Ooredoo a créé deux incubateurs à Alger et à Annaba pour mieux encourager les jeunes pour la création de Start up dans le secteur des technologies de l'information et de la communication (NTIC) tels que les logiciels, les télécoms, le web, la sécurité informatique, ou encore les technologies vertes ou l'énergie.

Les accélérateurs : Il existe deux accélérateurs privés : Sylabs et The pivot.

Sylabs est né d'une initiative privée en 2015 pour améliorer l'écosystème des start-up en Algérie. Il travaille en partenariat avec le gouvernement, la Wilaya d'Alger et d'autres entreprises comme General Electric pour créer un climat favorable à l'essor des start-up.

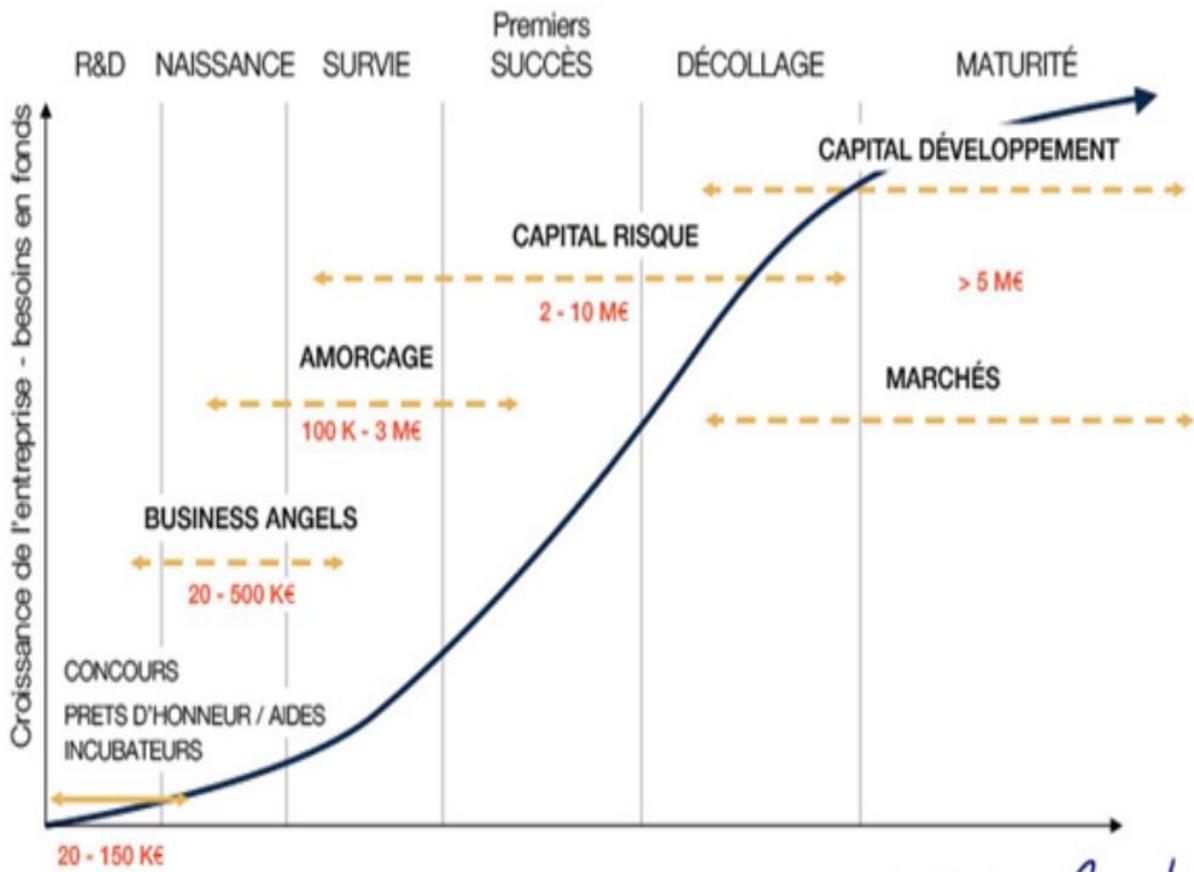
The pivot est créé en 2018 par l'agence Innopreneurs, spécialisée dans le conseil à la création et le développement des entreprises depuis 2013. Il a pour objectif d'assurer formation, mentorat, coaching, réseautage, ainsi que tous les besoins d'une jeune startup. Il est réservé aux start-up en cours de création, ou ayant développée un produit ou un service testé auprès de premiers clients ou utilisateurs.

Coworking space : Le Coworking ou Co-travail est un type d'organisation du travail qui regroupe deux notions. Il s'agit d'un espace de travail partagé, mais aussi un réseau de travailleurs encourageant l'échange et l'ouverture. Les postes de travail peuvent être loués à la journée ou pour une période plus longue, selon les centres. L'idée à l'origine est de permettre aux travailleurs indépendants de ne pas rester isolés chez eux et de pouvoir trouver, dans ce lieu et à travers ce réseau, un espace de socialisation comparable à une entreprise.

The Address est la première structure ayant introduit le concept en Algérie. Lancée en 2016 à Alger, elle s'étend sur 100m² au niveau de Mohammadia Mall (El Mohammadia), à l'est de la ville. Fondée par Marouan Aoudia, the Address invite freelancers, start-ups, associations et autres TPE à travailler en coworking, et d'utiliser les services de conciergerie et autres salles de réunion de l'espace. L'espace propose 4 formules, allant jusqu'à 12 000 DA par mois pour les start-ups résidentes. Tous les packs incluent l'accès à internet, à l'impression, à la cafétéria, au parking ainsi qu'à l'espace de détente.

Sylabs lancé en mars 2016 est situé au cœur d'Alger. Lancé en tant que coworking space, sylabs, dévient également peu à peu un accélérateur de start-up, avec 7 start-up installées, dont l'application VTC Yassir. A la faveur d'un partenariat avec la wilaya d'Alger, Sylabs organise fréquemment des événements autour de l'écosystème start-up. Et enfin on peut en citer d'autres comme : Baobab à Alger, Mon atelier à Sétif, Cosy Office à Constantine et Firststep à Blida en plus d'être un coworking space, il propose une dimension Fab Lab à ses adhérents.

Figure n°3 : cycle de vie et financement des start-up



Source : Hakim Hattou, (2019) première partie

L'écosystème entrepreneurial devrait répondre aux besoins de toutes les étapes dans le cycle de vie d'une start-up. Dans l'état actuel de l'environnement de l'écosystème des start-up algérien, il sera difficile pour les startups en place d'arriver à un stade de développement acceptable leur permettant de se faire financer par les VC (venture capital).

1.3. Etat des lieux des start-ups en Algérie

Les 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 618 515 en 2010 à 1 074 236 entreprises en 2017 pour atteindre à la fin du 1er semestre 2018, 1 092 908 PME privées contribuant à la création de plus de 2668173 d'emplois (Bulletin d'information statistique n°33, 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 de 45 PME/1000 habitant alors que le nombre de start-up dans cette catégorie de PME est insignifiant. La petite entreprise représente 2,53% et la moyenne entreprise 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 statistiques⁶⁹.

A fin 2019, l'Algérie comptait environ 34 000 start-up.

A titre comparatif, les États-Unis comptaient 137 millions, la France 1,5 million, la Royaume-Uni 5,5 millions, la Russie 633 000, le Canada 2,8 millions et la Chine 579 000. Le rythme de création de start-up est assez modeste (environ 3 par mois), en comparaison d'environ 5 en France, 20 au Royaume-Uni, 1 en Russie et 90 aux États-Unis. L'Algérie se situe à la 8^e place en termes de nombre de start-up en Afrique et au 50^e rang dans le monde. La part des start-up dans l'économie algérienne est insignifiante puisqu'elle représente environ 0,01 % du PIB. Les start-up interviennent au niveau du secteur des services, notamment les TIC, l'éducation, les transports, la santé, le tourisme et les services professionnels⁷⁰.

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).

Ces constats montrent que l'Algérie n'a pas encore de véritable écosystème favorable à la création de startups. Le réseau des structures publiques en matière d'incubation est très restreint. Il est composé d'un nombre limité d'acteurs qui accompagnent des porteurs de projets. Il s'agit de 15 incubateurs seulement sur un global de 634 en Afrique dont 34 au Maroc, 27 au Sénégal, 90 au Nigéria, 56 en Egypte, 150 en Afrique du Sud.

⁶⁹ Aicha Bekaddour, (2020) : Start-up et écosystème d'accompagnement en Algérie, Annales de l'université de Bechar en Science Economique, Volume : 07/ N°03 (2020), p.532-547.

⁷⁰ Abdelrahmi Bessaha, (2021) : Pour une nouvelle approche des start-up en Algérie : transformé des problèmes en opportunités, édition Economie d'El Watan

Les statistiques reprises dans le tableau ci-après, illustrent l'évolution très timide de l'activité des seize pépinières opérationnelles soit en matière d'hébergement ou en création d'entreprises durant la période de 2014 au 30/06/2018.

Tableau n°7 : Evolution des nombre des projets hébergés (2014 au 31/06/2018)

Année	2014	2015	2016	2017	30/06/2018	Total
Nombre d'entreprises hébergées	120	135	158	161	127	701
Nombre d'entreprises créées	75	84	70	83	50	362

Source : Kouraiche (2018, p.544).

Il ressort des données que le nombre de projets hébergés a atteint 701 dont 362 entreprises ont été créées soit un taux de 51.64%. Le même constat est fait pour les incubateurs des parcs technologiques ou universitaires. L'exemple de l'incubateur de Sidi Abdallah est illustratif. Bien qu'il dispose des infrastructures de qualité, il n'a permis, depuis, le lancement du processus d'incubation en 2010 jusqu'en 2015, que la création de 23 jeunes entreprises TIC seulement. Il manque beaucoup d'opportunités et il ne présente pas toutes les conditions nécessaires pour la réussite des start-up. Ces dernières se heurtent à un certain nombre d'obstacles qui freinent leur développement comme le problème de collaboration avec les entreprises de technologies de communications comme Ooredoo, Mobilis, Djezzy et Algérie Télécom du fait de l'éloignement de leur siège, et le problème d'accessibilité lié à l'éloignement du Cyber parc.

Quant aux incubateurs universitaires, le concept est encore récent dans le contexte des universités algériennes. Il n'est pas véritablement mis en œuvre. Pourtant, le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique reconnaît la nécessité d'impulser la création de ses structures dans les universités. En effet, l'état des lieux montre que, les tentatives de création des incubateurs au sein des établissements de l'enseignement supérieur restent timides et loin des objectifs souhaités.

1.4. Les facteurs défavorables à la création des start-up

Les contraintes actuelles sont majeures à un quadruple niveau : la culture ambiante ; les capacités techniques de la start-up ; l'écosystème de l'entreprise et les politiques publiques.

a- L'absence d'une culture de l'entrepreneuriat. Ce manque empêche de ce fait la mise en place de réseaux intégrés d'appui aux jeunes entrepreneurs (les universités, les entreprises, les banques, les organisations patronales et les pouvoirs publics).

b- Les capacités techniques des leaders des start-up. Une fois mise place, la nouvelle entreprise exige un savoir-faire technique, commercial et financier qu'une formation auprès d'un incubateur ne saurait apporter, ce qui peut compromettre le succès de la start-up.

c- Les politiques publiques. Elles manquent de vision comme en témoignent l'absence de stratégie de développement à long terme. Il y a un manque d'ambition en direction de secteurs de pointe (économie du savoir, numérisation, vert, TIC) et un manque de plan de numérisation de l'économie au moment où les trends mondiaux amorcent des tournants considérables, transforment les structures des valeurs ajoutées de nombreux pays et offrent des opportunités.

d- L'écosystème des start-up est pesant. Celui qui affecte lourdement sur le démarrage et le succès des entreprises, notamment :

- ✓ Le financement qui est le premier écueil, car il peut être extrêmement difficile d'obtenir du crédit en tant que start-up, du fait de l'absence de culture de risque de la part d'un système bancaire obsolète ;
- ✓ Les lenteurs bureaucratiques et la mauvaise gouvernance de l'administration à tous les niveaux, source de corruption et de découragement ;
- ✓ Un cadre juridique confus, inadapté et qui peine à distinguer les différentes formes d'entrepreneuriat, ce qui rend les actions d'appui au bénéfice des start-up difficiles ;
- ✓ L'absence de concurrence au niveau des marchés qui créent des barrières artificielles et un environnement commercial défavorable ;
- ✓ Une faible numérisation de l'administration publique et de l'environnement, y compris des banques ;
- ✓ La faiblesse des infrastructures de TIC et des réseaux de transmissions des données et des messageries.

1.5. Les perspectives

L'état a un rôle de régulateur dans l'écosystème. Le gouvernement tente d'amorcer une rupture sur le plan de la gouvernance macroéconomique pour définir un autre modèle de croissance économique avec une nouvelle politique industrielle qui s'appuiera sur la redynamisation d'un secteur public reformé et l'implication du secteur privé à travers un réseau de PME et de start-up. Ces dernières font donc partie intégrante des défis du pays. Il est donc important de mettre en place un écosystème adéquat qui va appuyer la création, le développement et l'expansion des start-up algériennes.

Les meilleurs atouts dans cette vision sont doubles. Premièrement, les énormes marges en termes de numérisation économique et les gros besoins de l'administration et des populations à divers niveaux (santé, éducation, transports, loisirs, etc.). Deuxièmement, l'esprit créateur de la jeunesse du pays et sa volonté d'emprunter le chemin de l'entrepreneuriat pour transformer des problèmes en opportunités. Ce dernier n'est pas facile dans un pays en récession, ce qui implique une nouvelle approche, des ambitions et de la persistance. En raison du contexte économique difficile, l'approche s'articule en deux temps.

A court terme : les objectifs à court terme s'articulent autour des points suivants :

- ✓ La consommation des crédits du Fonds de soutien aux start-up de façon rigoureuse et transparente pour favoriser le démarrage de start-up dans les domaines prioritaires (éducation, santé, social, transports, etc.).
- ✓ La simplification et la rationalisation des procédures et démarches administratives en mettant en place une plateforme électronique à cet effet.
- ✓ La mise en place des mécanismes de coordination de tous les intervenants qui forment l'écosystème des start-up.
- ✓ La clarification du rôle de l'Etat qui soit se cantonner à articuler des politiques publiques adéquates et non jouer le banquier, l'investisseur et encore moins le distributeur d'avantages fiscaux

A moyen terme : les objectifs à moyen terme s'articulent autour des points suivants :

Trois axes d'action sont à explorer dans le contexte d'une nouvelle stratégie de développement privilégiant le vert et le numérique qui peuvent offrir des opportunités considérables aux start-up :

- ✓ Créer une culture de l'entrepreneuriat et de l'innovation (mise en place de centres d'excellence employant des compétences locales et internationales, renforcement des relations avec les réseaux de start-up étrangers, amélioration du cadre des affaires à tous les niveaux, haut débit). Une telle culture permettra aux entrepreneurs d'opérer avec flexibilité, développer des idées et en récolter les fruits le plus rapidement possible ;
 - ✓ Développer des compétences, des attitudes et des comportements entrepreneuriaux dans les systèmes scolaires à tous les niveaux pour tous les âges et dans le cadre d'un processus d'apprentissage tout au long de la vie pour produire des entrepreneurs efficaces capables d'initier le changement ;
 - ✓ Restructurer les programmes d'investissement pour favoriser le vert, la numérisation sectorielle et promouvoir l'économie du savoir ;
 - ✓ Repenser le mode de financement des start-up (domestique et international avec une création éventuelle d'une banque mixte qui financerait le savoir) pour transformer des risques en flux de revenus pour les entrepreneurs et les investisseurs et au bénéfice des finances publiques ;
 - ✓ Lever les restrictions sur les transferts au titre du compte courant de la balance des paiements pour favoriser les échanges avec l'extérieur.

D'autres recommandations données par la Commission Start-up GAAN. La *Construction du cadre juridique adapté au cadre des start-up*, en consultation avec les représentants des différents secteurs en constitue la priorité. Cet objectif vise à clarifier les rôles des organismes publics pour éviter les redondances et gagner en efficacité⁷¹. Encourager les domaines à forte valeur ajoutée pour l'économie, prioriser les projets dans le numérique, encourager la création de réseaux d'investisseurs sont autant de challenges qui sont mis en perspective.

⁷¹ Il s'agit de l'incubateur de Sidi Abdellah, pépinières entreprises (16 en tout), centre de facilitation (23 en tout) les maisons d'entrepreneuriat dans les universités, les bureaux de liaison entreprise/université et de l'ANVREDET.

Section 02 : Etude de Cas : Start-up Yassir

Le contexte algérien, demeure aujourd'hui différent de celui des pays développés. Les start-up en Algérie souffrent d'une absence d'écosystème favorable due à l'étroitesse des marchés de financement des start-up ; des contraintes administratives importantes ; des erreurs stratégiques de la part des entrepreneurs en matière de gestion et de levée de fonds ; des cultures nationales en matière d'entrepreneuriat et de risque.

L'absence de moyen de paiement en ligne, un e-commerce qui peine à se développer sont autant d'obstacles qui freinent l'émergence d'un écosystème favorable aux start-up. Dans ce qui suit, nous présenterons les résultats de l'entretien que nous avons eu à faire auprès du siège de Yassir à Bejaia tout en décrivant les axes abordés, à savoir l'identification de la start-up Yassir et l'écosystème dans lequel elle a émergé.

Nous avons structuré le travail en deux grands axes pour nous simplifier la tâche. Dans le premier axe, nous allons aborder toutes les questions liées à l'identification de Yassir pour comprendre son identité, sa date de création, son business model, son secteur d'activité etc. Dans le deuxième axe nous allons évoquer les questions liées à l'écosystème et l'émergence de ainsi que les obstacles auxquels il se confrontés dans le but de vérifier notre problématique principale, à savoir, si les conditions d'émergence et les stratégies d'accompagnement mise en place en Algérie permettent-elles la réussite des start-up ?

2.1. Le choix de la méthode de l'étude de cas

la méthode de l'étude de cas est une technique particulière de cueillette, de mise en forme et de traitement de l'information qui cherche à rendre compte du caractère évolutif et complexe des phénomènes concernant un système social comportant ses propres dynamiques. Ainsi le choix de la méthode des cas est entièrement justifié compte tenu des réalités complexes et évolutives des start-up. Nous nous sommes limités à un seul cas. Le recours au cas unique est justifié dans trois situations. Le chercheur peut souhaiter tester une théorie pour la confirmer, la réfuter ou la compléter. Il peut également avoir identifié un cas présentant un caractère extrême ou unique. L'unicité résulte alors de la rareté du phénomène étudié. Le chercheur peut enfin, à l'aide d'un cas unique, révéler un phénomène qui, sans être rare, n'était pas encore accessible à la communauté scientifique.

Notre étude de cas s'inscrit parfaitement dans cette troisième optique. Bien que l'émergence de l'écosystème des start-up ne soit pas un phénomène rare, il reste néanmoins peu étudié dans le contexte algérien.

Ainsi la Start-up Yassir objet d'analyse, a été sélectionnée sur la base de critères liés aux spécificités de son émergence malgré un écosystème embryonnaire. Elle est l'une des start-up algériennes qui ont pu s'internationaliser. Nous avons voulu connaître le secret de sa réussite dans un écosystème considéré comme défavorable pour la majorité des start-up algériennes et.

Pour réaliser cette étude, nous nous sommes heurtés à un certain nombre de contraintes. Il y'a eu en premier la difficulté de repérer une start-up en raison de la rareté de ces entreprises innovante en Algérie et particulièrement à Bejaïa. Ensuite, la prise de rendez-vous avec le dirigeant de la start-up n'a pas été facile en raison de son indisponibilité. Enfin le temps dont nous disposons n'est pas suffisant pour réaliser un entretien en profondeur.

2.2. La collecte des données

L'information est collectée au moyen d'un entretien semi-directif qui correspond bien à la nature du phénomène exploré. L'entretien peut être vu comme une conversation avec un objectif. C'est un dispositif de face à face où un enquêteur a pour objectif de favoriser chez un enquêté la production d'un discours sur un thème défini dans le cadre d'une recherche » [FRY 97]⁷². Afin de maximiser la qualité de la collecte, et limiter les biais, nous avons interviewé le dirigeant dans un endroit neutre, calme, confortable et isolé du monde extérieur.

L'entretien se déroule à partir d'un guide bien défini au préalable qui liste les thèmes qui doivent être abordés durant l'entretien. Notre objectif étant de comprendre si l'écosystème entrepreneurial algérien est favorable à l'émergence des start-up, les axes abordés apportent des réponses à différentes questions posées dans le guide de l'entretien dont les principaux sont : L'identification de la start-up Yassir (axe 1) et l'écosystème et l'émergence de Yassir (axe 2).

⁷² Ibid. P. 4

Axe 1 : Identification de la start-up Yassir.

Lancé en 2017 par deux co-fondateurs Mehdi Yettou et Nouredine Taibi. Les deux co-fondateurs sont diplômés de l'école polytechnique d'Alger et qui étaient partis poursuivre leurs études en Amérique du Nord.

Mehdi Yettou : Il est l'un des deux fondateurs et directeur général. Après avoir fait une année d'étude en France, il rejoint l'université de Sherbrooke au Canada où il prépare son Doctorat, il devient par la suite enseignant et chercheur dans divers centres et universités canadiennes avant de rentrer en Algérie et entamer l'aventure Yassir.

Nouredine Taibi : il est le deuxième fondateur et a réalisé un parcours similaire. Il a enchaîné les études et a décroché plusieurs masters et un doctorat aux États-Unis. Il a créé par la suite sa propre start-up qui est devenue une compagnie « assez importante ».

Les deux co-fondateurs sont restés en contact depuis leurs années d'études. Ils se sont rencontrés dans cette même ville en mars 2016 et ont décidé de « faire quelque chose ». Mehdi Yettou explique que l'idée de start-up était de « prouver que le modèle de start-up qui sont en croissance rapide dans le monde était possible aussi en Algérie et ce, malgré un risque élevé. Ce risque est lié à la disponibilité de l'internet. Cependant, le besoin de transport à combler était une idée de projet prometteuse.

La création de la start-up Yassir remonte à septembre 2017. Elle est la première plateforme de VTC (voitures de transport avec chauffeurs) du pays. Yassir permet de relier un client potentiel (demandeur de service) à un chauffeur (prestataire de service), expliquent les initiateurs de ce projet. Elle facilite la demande de transport, le suivi en temps réel du véhicule et l'estimation des durées. Yassir est très vite une réussite. La plateforme s'avère être une solution pratique à la problématique du transport urbain à Alger et dans les grandes villes du pays. Elle permet également d'offrir des revenus complémentaires à des milliers de propriétaire de véhicules.

Si l'aventure a commencé avec le service Yassir Go, les créateurs ne se sont pas arrêtés là. Dans la quête de son développement les créateurs ont lancé deux nouveaux services : Yassir Business et Yassir Food.

Yassir Business est une application destinée à toutes les entreprises leur assurant une solution pour le déplacement de leurs collaborateurs à moindres coût et à moindre efforts. Cette solution destinée aux professionnels a pour but d'aider toutes les entreprises à optimiser leurs ressources organisationnelles et financières sans aucun engagement budgétaire au préalable.

Yassir Food quant à elle, est un service de livraison de repas : rapides, traditionnels et gastronomiques ; mettant à la disposition du consommateur une panoplie de restaurants au large choix d'entrées, plats et desserts et cela 7 jours sur 7 et en adéquation à toutes les bourses.

Dès le début les deux fondateurs avait cette ambition de devenir une start-up africaine. « Au début c'était algérois, là on est maghrébins plus tard ça sera africain » a affirmé le dirigeant de Yassir. Lancée sur Alger, l'application s'est propagée par la suite dans 25 wilayas du pays à l'échelle nationale puis au Maroc et en Tunisie à l'échelle maghrébine. La compagnie a élargi ses offres dans d'autres pays tels que la France et le Canada. Yassir est en expansion continue « notre mission est de faciliter la vie de nos citoyens tout en insufflant des valeurs sociales ».

Yassir compte aussi un réseau de partenaires de 13 000 chauffeurs dont 350 femmes sur le territoire national. Les partenaires-chauffeurs de Yassir doivent, en effet, être propriétaire d'un véhicule aux normes, de moins de 10 ans, avec un document de contrôle technique valide, présenter un permis de conduire et un casier judiciaire vierge. A la fin de chaque trajet, les clients et les chauffeurs ont la possibilité d'évaluer le trajet effectué, chacun de son côté. Les chauffeurs partenaires de Yassir payent leurs impôts depuis janvier 2019 « tous leurs gains sont soumis à 5% d'impôt » selon la loi des finances 2019. Yassir fait également appel à des petites boites en Informatique et en Communication comme partenaires. D'après le responsable dans le cadre de leur plan d'expansion soigneusement étudié, Yassir prévoit d'avoir plus de 100 000 chauffeurs-partenaires à travers l'Algérie et plus 3 000 000 de clients sur tout le territoire national.

Les concurrents de Yassir sont nombreux nous pouvons citer : TemTem, Wassalni, Coursa, Bind et Tymô, ou même Ercab, Hani ou Atlaa. Chacune de ces applications tend à se distinguer des autres en offrant des fonctionnalités différentes à des clients algériens tantôt satisfait tantôt sceptiques.

Axe 02 : L'écosystème et l'émergence de Yassir

Après avoir inclure dans leur plateforme VTC « Yassir Food » et « Yassir Business » les dirigeants de Yassir Technologie veulent plus, beaucoup plus. D'après le responsable « la stratégie de Yassir depuis le début était de créer un écosystème, cela n'a jamais été uniquement le transport.

Nous avons commencé par ce secteur car il y'a un potentiel de croissance très important et rapide. Nous sommes leaders sur le marché algérien et nous continuons de grandir. Notre objectif est de diversifier nos activités. Nous serons présents dès la fin de l'année dans cinq nouveaux pays. Nous l'annoncerons au moment opportun. Je peux assurer que Yassir aura bientôt une présence dans les cinq continents et compte prendre des parts de marché là ou nos concurrents sont déjà bien installés ».

Le dirigeants de Ya technologies dit suivre avec intérêt la démarche des autorités algériennes en matière de promotion se start-up. L'actuel gouvernement compte un ministère de Microentreprise, des start-up et de l'économie de la connaissance. La création d'un écosystème favorable à l'éclosion de ce genre d'entreprises est abordée en permanence par les membres de l'exécutif qui disent qu'ils sont en train de préparer un écosystème favorable aux start-upeurs et auto-entrepreneurs.

Chaque département ministériel se penche actuellement sur la valorisation de ses jeunes pousses. Mais le dirigeant estime qu'une trop forte implication des fonctionnaires dans un concept de libre entreprise pourrait faire échouer l'initiative gouvernementale. Selon lui « le gouvernement peut jouer un rôle très actif. Cependant, du côté officiel, les personnes qui peuvent participer efficacement à la mise en place d'un écosystème doivent avoir une réelle expérience. Il n'est pas possible de demander à des personnes qui ont toujours été salariées dans l'administration de créer un écosystème pour les start-up. Il est également question des lenteurs dans la prise de décision pour améliorer l'écosystème dans lequel évoluent les start-up mais pas seulement les obstacles qui entravent l'essor des start-up sont essentiellement d'ordre financier sans omettre la quasi-absence de l'esprit d'entrepreneuriat tant l'activité comporte des risques qu'il nous faut prendre.

« Je ne crois pas que les récentes mesures de soutien en faveur des start-up sont une solution durable qui apportera les fruits escomptés. Un bon écosystème pour le développement des start-up ne peut être établi sur un financement d'un fond du gouvernement. Les start-up algériennes rencontrent ce problème d'accès au financement traditionnel disponible raison pour laquelle ils font appel à des investisseurs privés.

La start-up Yassir s'est autofinancée. Le dirigeant affirme qu'il y'a quelques facilitations dans la création de registre de commerce, des réductions dans les paiements des impôts et taxes. Mais, il considère ces mesures insuffisantes « *Sincèrement, je pense que c'est une erreur de croire que cela va régler la situation. Une start-up est une compagnie qui se développe vite et qui a besoin de beaucoup de fonds pour atteindre sa croissance. L'état n'a pas la vocation de supporter ce genre de financement* ».

L'interlocuteur réaffirme que c'est plutôt un écosystème qui attire les fonds privés locaux et étrangers qu'il faudra bâtir tout en protégeant le marché local des start-up algériennes de leurs concurrents étrangers ayant des moyens beaucoup plus importants.

Il ajoute qu'il faut bien comprendre que le développement du numérique et des start-up, réside dans le développement et la maîtrise du savoir-faire, des compétences et d'expertise en matière des technologies du numériques. Il faut plutôt favoriser les start-up ou les sociétés qui font appel à ces compétences techniques locales en protégeant leur marché local tout en ouvrant le champ aux investisseurs étrangers ou même à des concurrents étrangers potentiels à investir dans ces start-up algériennes.

Selon les dirigeants de la start-up Yassir, le rôle de l'Etat consiste à favoriser le climat d'investissement, tout en empêchant les concurrents des start-up locales de s'installer en Algérie mais en les poussant plutôt à investir dans celles algériennes. Ils témoignent que « l'aide de quelques jeunes à réaliser des prototypes ou même de lancer une compagnie est insuffisante car si on veut vraiment avoir un impact sur l'économie nationale, régionale et internationale à mon humble avis, il faut changer notre manière de penser ».

Les obstacles auxquels nous faisons face sont plutôt de l'ordre de la communication et de la relation avec les différentes administrations qui ne comprennent pas encore les enjeux et les stratégies à suivre dans le domaine des start-up et du numérique en général.

A titre d'exemple, il y'a maintenant plus de 3 ans que nous avons lancé l'activité de réservation de chauffeur à travers la plateforme numérique et bien que le cadre juridique soit clair et légal, nos chauffeurs subissent encore des dépassement de la part des services de police qui les sanctionnent par des retrait de permis et des mises en fourrière en prétextant qu'ils n'ont pas un agrément du ministère des transports.

Pourtant, l'activité de la start-up n'a aucune relation avec le ministère des transports et des travaux publics. Cette activité est classée dans le domaine de la location de véhicule avec chauffeurs, une activité commerciale qui n'a besoin d'aucun agrément. Ainsi, bien que nos chauffeurs s'acquittent de leurs impôts de manière transparente, ils se voient subir des retraits de permis à tort par les services de police. Nous avons demandé à maintes reprises des audiences auprès du ministre de l'intérieur mais jusque-là et depuis 3 ans, aucun retour. Ceci n'est qu'un exemple, je pense que les obstacles sont plus au niveau des mentalités et des personnes qui devraient faciliter les affaires. Les procédures n'ont pas beaucoup changé et les mêmes erreurs et agissements du passé se répètent.

Concernant le problème de paiement en ligne, nous avons déjà intégré l'e-paiement sur nos applications et le client peut aujourd'hui avoir accès aux services Yassir au moyen du paiement par la CIB et bientôt avec la carte Edahabia également. Toutefois, il y'a un grand travail en matière d'éducation et de promotion de l'utilisation du e-paiement sur les plateformes numérique du e-commerce et du e-service.

C'est encore d'ordre culturel, il faut dire que l'algérien fait toujours plus confiance au paiement en espèce qu'au paiement en ligne. En ce qui est de l'internet, des coupures récurrentes pendant le bac, une diminution du débit internet, les autorités ne prennent pas en compte les intérêts des citoyens et des entreprises pour qui internet est devenu un outil de travail indispensable y'a pas que Yassir, le commerce électronique, le télétravail, la vente à distance et la livraison à domicile. Ces coupures récurrentes envoient un mauvais message dans un monde de plus en plus connecté, où les données sont au centre des enjeux, un monde où les TIC et internet sont plus que jamais devenues essentielles.

2.3. Les limites de l'étude :

La collecte des données auprès d'une seule start-up, constitue la limite principale de notre étude. En effet, nous avons été confrontés à des contraintes d'accès au terrain surtout dans cette période de la pandémie du covid-19 ainsi qu'à des limites de temps. Ces impératifs ne nous ont pas permis d'étudier un nombre important de cas des start-up.

En se référant à un seul cas, limite un peu les possibilités de généralisation des résultats. D'autres études doivent être menées à ce sujet et avec une taille d'échantillon plus importantes, en vue d'unifier les résultats et permettre l'établissement de suggestions plus approfondies, qui permettront une compréhension plus large sur les conditions d'émergence et les stratégies d'accompagnement des start-up en Algérie.

Conclusion partielle

Nous avons vu dans la première section portant sur l'écosystème des start-up, que depuis deux décennies, il existe en Algérie toute une multitude d'organismes, d'institutions et de programmes publics et privés dont le but consiste à promouvoir et soutenir l'entrepreneuriat. Force est de constater aujourd'hui, et en dépit des efforts déployés par les pouvoirs publics, cet écosystème entrepreneurial peine à assurer sa mission pour créer une réelle dynamique de l'entrepreneuriat en Algérie.

Notre étude de cas dans la deuxième section sur la start-up Yassir nous a permis de confirmer cela. Selon le dirigeant interviewé « à l'heure actuelle des obstacles importants entravent la croissance et la compétitivité des start-up quel que soit leur taille. L'urgence est de mettre en place un écosystème favorable à l'entrepreneuriat pour booster la croissance des entreprises, la stimulation et la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie, et de ce fait, impulser une nouvelle dynamique dans la pratique des affaires pour l'émergence d'une nouvelle génération d'entrepreneurs et managers où les jeunes seront appelés à jouer un rôle déterminant dans le développement économique du pays. »

Toutefois, les efforts déployés par les pouvoirs publics n'ont abouti qu'à des résultats jugés encore insuffisants.

Conclusion Générale

Avant de fournir un résumé des résultats obtenus à la suite des différentes étapes de nos recherches, nous souhaitons effectuer un bref rappel des raisons et du contexte qui nous ont encouragés à choisir ce sujet de mémoire.

En effet, en tant qu'étudiants en dernière année en sciences économiques, la thématique de l'écosystème des start-up et son impact sur leur émergence nous est rapidement apparue comme une évidence. Au-delà de leurs dimensions fondamentales dans le contexte actuel, le sujet de la pérennité de ses jeunes entreprises innovantes a particulièrement attisé notre curiosité par le rôle clé qu'elles s'approprient à jouer dans les années à venir. Nous avons dès lors décidé de nous y intéresser en adressant une attention particulière sur l'écosystème des start-up afin de mieux comprendre les facteurs de leur émergence et voir si l'écosystème algérien permet l'émergence de ces jeunes entreprises innovantes.

Afin de répondre à notre principale question de recherche sur les conditions d'émergence et stratégies d'accompagnement des start-up en Algérie, nous avons mobilisé un cadre théorique qui consistait à aborder le concept de base de l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et ses motivations ainsi que les actions d'appui à l'entrepreneuriat. Nous avons démontré le rôle de l'entrepreneur dans la création de nouvelles entreprises et dans le développement de celles déjà établies, sa contribution dans la création d'emplois, démontrent son importance dans le développement économique d'un pays. Vu la nécessité de créer des conditions pour émerger l'esprit entrepreneurial et ainsi construire une société entrepreneuriale, les gouvernements doivent apporter leurs soutiens aux entrepreneurs à travers les formations, l'accompagnement et le financement. A travers les formes d'appui à l'entrepreneuriat, on cherche à faciliter le travail de l'entrepreneur, en minimisant les obstacles et baisser le taux d'échec et de disparition d'entreprises.

En seconde phase de notre cadre théorique nous avons étudié le concept de l'innovation et le contexte start-ups. Nous avons vu que l'innovation est un véritable vecteur de croissance et c'est aussi un levier de la puissance économique et du développement commercial futur des entreprises. La création d'une entreprise innovante et technologique n'est pas une tâche facile. Les capacités de l'entrepreneur et de l'entreprise à réussir le processus d'innovation sont souvent mises à l'épreuve.

La politique d'innovation qui consiste alors à positionner l'entreprise et les entrepreneurs innovateurs dans un environnement qui met à la disposition de ces derniers toutes les connaissances et compétences leur permettant d'innover.

Les start-up ont constitué un vecteur d'accélération de la productivité et du développement des nations grâce à l'innovation et à la créativité et un nouvel esprit d'entreprise. Nous avons vu ce que c'est une start-up, la différence entre une start-up et une entreprise traditionnelle, l'historique des start-up ainsi que leurs caractéristiques et enfin leur mode de financement qui est composé de deux solutions de financement : les solutions classiques de financement et les nouvelles solutions de financement.

Une fois le cadre théorique exposé en deux chapitres, le troisième chapitre est composé de deux sections, l'une consiste à présenter l'écosystème des start-up en Algérie et l'autre est consacrée à une étude de cas de la start-up du VTC Yassir.

Les différents domaines constituant l'écosystème des start-up en Algérie ont été passés en revue. Il ressort que les autorités ont tenté de soutenir l'émergence des start-up en mettant en place un certain nombre d'initiatives. Cependant, il existe un fossé entre fournir le soutien et le rendre accessibles aux personnes intéressées.

Les composantes les plus essentielles dans l'écosystème des start-up en Algérie restent les structures d'aide et d'accompagnement pour la création des start-up. Ces structures d'aide existantes sont dispersées un peu partout à travers le pays mais sont plus nombreuses au niveau de la capitale Alger. Elles offrent leurs services aux entrepreneurs et promoteurs en termes de formation spécialisée et d'accompagnement pour la réalisation du business plan, coaching personnel.

Malgré ces structures d'aide, l'Algérie est un pays qui demeure peu dynamique d'un point de vue entrepreneuriale. La principale raison en est la faible qualité perçue des conditions pour entreprendre. Notamment, les procédures administratives, l'aide financière et un faible débit internet apparaissent comme les principaux obstacles à la création des start-up. Ainsi, la volonté de promotion de l'entrepreneuriat affichée par l'Etat reste à parfaire afin de susciter et consolider le développement d'un entrepreneuriat de pérennité.

CONCLUSION GENERALE

Il est donc opportun de renforcer l'écosystème de l'accompagnement existant et de le dynamiser en créant une synergie et interconnexions possibles entre tous les acteurs afin d'apporter une réponse à l'essoufflement des politiques de soutien à l'économie, en instaurant un écosystème favorable à l'innovation et à la création d'emplois et améliorer les performances économiques de l'Algérie.

Au final, l'étude nous a permis de collecter des informations sur la start-up Yassir et de vérifier la réalité de l'écosystème dans laquelle elle a évolué. Yassir facilite de manière considérable la demande de transport le suivi en temps réel du véhicule et l'estimation des durées. De plus, elle contribue grandement à élever les standards de qualité d'un transport sûr, confortable, rapide et facile.

Cependant, celle-ci a rencontré de nombreuses difficultés dont le manque de soutien financier, la validité des contrats de partenariat (client et partenaire Yassir) par les administrations concernés parfois tarde et parfois c'est sans réponse.

D'après le responsable interrogé, la création de nouvelles structures d'appui, d'incitation et diverses initiatives ainsi que les mesures mises en place par les pouvoirs publics, la culture entrepreneuriale reste peu répandue en Algérie et le manque de coordination entre ces différentes structures demeure aujourd'hui un frein majeur à l'expansion de cet esprit entrepreneurial. Ce constat est déjà signalé dans le but d'attirer l'attention des pouvoirs publics de la nécessité de la mise en place d'un écosystème attractif pour soutenir et promouvoir l'entrepreneuriat en Algérie.

A l'heure actuelle, l'Etat algérien conscient des différentes difficultés qui entravent le développement des start-up et leur écosystème, procède à la mise en place de nombreuses mesures dont le lancement du fonds national pour le financement des start-up qui permettra aux jeunes porteurs de projets d'éviter les banques et la lenteur bureaucratique qui en découle, à travers cet outil qui se distinguera par la flexibilité dont ont besoin les start-up.

Annexe :

Guide d'entretien

1 : profil du répondant	<ul style="list-style-type: none"> • Nom : • Prénom : • Sexe : • Profession :
2 : Identification de la start-up Yassir)	<ul style="list-style-type: none"> • Identité Yassir ? • Quelle est sa date de création ? • Quel est son business modèle ? • Quel est son secteur d'activité ? • Quelle est l'étendue de votre marché ? • Qui sont vos partenaires et vos concurrents ?
3 : l'écosystème et l'émergence de Yassir	<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que peut-on parler aujourd'hui d'un écosystème favorable aux start-up ? • Avez-vous fait recours aux dispositifs d'aide et d'accompagnement pour la création de votre start-up ? • A quel mode de financement aviez-vous recours pour financer votre start-up ? • Les récentes mesures d'aide et d'accompagnement du gouvernement vous-on-t-elles été d'une quelconque aide ? • Quels sont les obstacles que Yassir a rencontrés durant son démarrage ? • Quels sont les problèmes administratifs auxquels vous aviez été confrontés ? • Aviez-vous des problèmes dus à la déficience au niveau du débit internet ? • Le manque de paiement en ligne est-il un frein pour la croissance de Yassir ?

Bibliographie

Ouvrages

1. Alain Fayolle, Jean-Michel DEGEORGE « Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur » 1^{er} édition, 2012, P.193.
2. Alain Fayolle « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre » Dunod, paris, 2004. P.64-66
3. David Heller, Sylvain de Chadirac, Lana Halaoui et Camille Jouvét, « l'émergence des Start-up », Volume 1. P.6.
4. Michel Bernasconi, Mette Monsted, et Coll « les start-up Hight Tech : création et développement des entreprises technologiques », édition DUNOD, Paris, 2000, p.1
5. ROGERS Everett M., « Diffusion of innovation », Third edition, The Free press, New York, 1983, P. 11.
6. Manuel d'Oslo, « principe directeurs pour les recueils et l'interprétation des données sur l'innovation » 3^e édition, EDITION OCDE, Paris, 2005. P. 54.
7. David Hiller, Sylvain de Chadirac, Lana Halaoui et Camile Jouvét, « l'émergence des start-up », Vol1. P.6
8. Hernandez E-M, (2001) : L'entrepreneuriat, approche théorique, l'harmattan, France, p.64
9. Julien Pierre André (1994) : Les PME, édition, Economica, Paris, p.
10. Vuarin P. & Rodriguez M (1994): Innovation and communication within leader, leader magazine, n°7, p.13-16.
11. ROGERS Everett M. (1983): Diffusion of innovation, Third edition, The Free press, New York, p. 11.

Revue et Articles

1. Anis Hamdad et Dr. Lyes Gheddache « l'impact des nouvelles technologies sur l'économie de partage : cas d'une start-up algérienne »

2. Start-up en Algérie : état des lieux Mékioussa LALMAS (partenariat Réd-DIG-«'Liberté'» (RDL) INDJAZ EL Djazair Alumni)
3. Abdelrahmi BESSAHA « pour une nouvelle approche des start-up en Algérie : transformer les problèmes en opportunités ». Edition économie d'EL WATAN, consulte le 07/06/2021
4. Nassira KOURAICH « le rôle de l'écosystème entrepreneuriale dans la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie », P.83
5. Mr. Mohamed DJELTI, maître-assistant, INTTIC, université d'Oran 2 et Pr Bouchama CHOUAM, université d'Oran 2 « Etat et lieux des incubateurs en Algérie : Cas de l'INTTIC d'Oran », P.43.
6. Aicha BEKADDOUR, « start-up et écosystème en Algérie », Annales de l'université de Bechar en Science Economique, volume 07/ N°3 (2020), P.534
7. ALBERT P., FAYOLLE A. ET MARION S., « L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprise » revue Française de gestion, n°101,1994, P. 112.
8. RAHMOUNI M. et YILDIZOGLU M. « Motivation et déterminants de l'innovation technologique : un survol des théories moderne ». Document de travail n°2011-09, Ecole des Hautes études en science sociales, Université d'Aix-Marseille 2 et 3, 2011, P.5-6.
9. Suez Emmanuel Fondatrice, the Boson Project-Women'Up « positive Economic Forum-le Havre 2015 »
10. VAN CAILLIE D. et LAMBRECHT C., « l'entrepreneur, ses motivations sa vision stratégique ; ses objectifs », Working paper, 'Chaire PME 1995' de la caisse national du crédit professionnel, Belgique, P. 11.

Mémoires et thèses :

1. Manuel Antonio et Rodrigues Monteiro dans « l'entrepreneuriat et l'utilité des incubateurs dans le lancement des projets innovants : cas de l'incubateur de Sidi Abdellah » mémoire en vue d'obtention du diplôme de master en sciences commerciales, UMMTO, 2015, p.10
2. AIMAR Imadeddine et Goudjil Abdeldjalil « Smart innovation Solution : A business Approach, Analysis and Implementation, mémoire de master en ingénierie de la production, université de Tlemcen, 04 Juillet 2019, p.16

3. LOUGGAR Sabrina, LOUMI Lynda, « l'innovation comme facteur de compétitivité dans les entreprises industrielles : cas de l'entreprise nationale des industries de l'électroménager (ENIEM) de Tizi-Ouzou », Mémoire de master. P.26
4. KOMPAORE B. E. O., « les facteurs déterminants de la capacité à réussir l'innovation dans les PME manufacturières », mémoire présenté à l'Université du Québec à trois Rivières, 2008, P.9.
5. CHENCH Oussama, « Les déterminants de l'adoption du e-Banking par les institutions financière et la clientèle organisationnelle, et son impact sur l'approche relationnelle : cas de l'internet-Banking en Tunisie » mémoire présenté à l'université de Québec à Montréal, 2011, P.6.
6. BOUZIT Naima, « Entrepreneuriat familial : Etat des lieux et perspective, cas de la willaya de Bejaia ». Université Abderrahmane MIRRA de Bejaia, 2012. P21.
7. MASMOUDI Mohamed R. ; « Etude exploratoire des processus et modèle d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes » thèse pour le doctorat en science de gestion, université du sud Toulon-var, 2007, P. 58.
8. CHELLY A., « Les processus de génération d'opportunités entrepreneuriales : une recherche exploratoire auprès d'entrepreneur tunisien. » thèse pour le doctorat en science de gestion, université du sud Toulon-Var, juillet, 2006.

9. BERBER Nawel «L'entrepreneuriat en Algérie », mémoire de magister en management P.20

CHENCH Oussama (2011) : Les déterminants de l'adoption de l'e-Banking par les institutions financière et la clientèle organisationnelle, et son impact sur l'approche relationnelle : cas de l'internet-Banking en Tunisie, mémoire présenté à l'université de Québec à Montréal, p.6.

Sites internet :

<https://sokeo.fr> « start-up définition » consulté le 23/05/2021

<http://dzairdaily.com>, « les caractéristiques des start-up »

<http://www.ansej.org.dz/?q=fr/content/le-dispositif-de-soutien-lemploi-des-jeunes>.

<https://www.gaan.dz>

www.lecoindesentrepreneurs.f

<https://zone.biblio.laurentian.ca/dspace/bistream/10219/229/1/Cachon%20RNO%2013->

[14. Pdf](#)

Texte juridique, lois et règlements :

1. Décret présidentiel n° 16-309 du 28 Safar 1438 correspondant au 28 novembre 2016 portant composition et fonctionnement du Conseil national Économique et social,
2. Décret exécutif n° 17-272 du 16 Moharram 1439 correspondant au 7 octobre 2017 portant organisation de l'administration centrale du ministère de la poste, des télécommunications, des technologies et du numérique,
3. Décret exécutif n° 13-81 du 18 Rabie El Aouel 1434 correspondant au 30 janvier 2013 fixant les missions et l'organisation de la direction générale de la recherche scientifique et du développement technologique.
4. La loi n°17-02 du 11 Rabie Ethani 1438 correspondant au 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise et dernièrement dans la loi de finance 2020 n° 19-14 du 14 Rabie Ethani 1441 correspondant au 11 décembre 2019.

Liste des illustrations :

Tableau N°01 : Les caractéristiques le plus souvent attribués aux entrepreneurs par des spécialistes en comportement.....	12
Tableau N°02 : Les caractéristiques de l'innovation.....	34
Tableau N°03 : Les différents risques d'innovation.....	36
Tableau N°04 : Les typologies d'accompagnement et leurs rôles dans le développement de la start-up.....	53
Tableau N°05 : Analyse SWOT de l'écosystème Algérien.....	63
Tableau N°06 : Projets financés par l'ANSEJ dans le secteur de TIC.....	67
Tableau N°07 : Evaluation de nombres de projets hébergés (2014 au 31/06/2018).....	78
Figure N°01 : Le cycle de vie d'une start-up.....	52
Figure N°02 : Le model de l'écosystème entrepreneurial d'Isenberg.....	60
Figure N°03 : Le cycle de vie et financement d'une start-up.....	76

Table des matières

REMERCIEMENTS	2
DEDICACES	2
LISTE DES ABREVIATIONS	3
SOMMAIRE	5
Chapitre I : L’entrepreneuriat et la création d’entreprise	5
Introduction générale	1
Section 01 : Concepts de base de l’entrepreneuriat	5
1.1 Définition :	5
1.2. L’entrepreneur	9
1.2.1. Les caractéristiques de l’entrepreneur	10
a. L’entrepreneur comme initiateur :	10
b. Un besoin d’accomplissement :	10
c. Entrepreneur innovateur :	11
d. Un preneur de risque :	11
1.2.2. Les typologies d’entrepreneurs	12
b-. L’indépendance personnelle	14
1.3.2. Les motivations d’ordre familial :	14
1.3.3. Les motivations d’ordre financier	15
a. L’alternative au chômage	15
Section 02 : L’esprit d’entreprendre et l’appui à l’entrepreneuriat	15
2.1. L’esprit d’entreprendre	15
2.1.1. La culture comme axe de développement des entrepreneurs	16
2.1.2. Le leadership	17
2.1.3. Génération Y et Z : un désir commun tourné vers l’entrepreneuriat	17
2.1.4. Diversité des situations entrepreneuriales	18
2.2. L’appui à l’entrepreneuriat	20
2.2.1- Définition du concept d’appui à l’entrepreneuriat	21
2.2.2. Les outils et mécanismes d’appui à l’entrepreneuriat	21
2.2.3. La sensibilisation	22
2.2.4. L’accompagnement et conseil	22
2.2.5. La formation	23
2.2.6. La logistique	23
2.2.7. Le financement	23
Chapitre II : Innovation et contexte des start-up	27

SECTION 1 : L'innovation à l'ère de l'expansion technologique	28
1.1. Définition de l'innovation	28
1.2. Typologie d'innovation	30
1.2.1. Typologie selon l'objet de l'innovation	30
a. Innovation de produit :	30
b. Innovation de procédé :	30
c. L'innovation Organisationnelle :	30
d. Innovation de commercialisation :	31
1.2.2. Typologie selon le degré de nouveauté	31
a. L'innovation radicale :	31
b. Innovation incrémentale :	31
1.3. Le rôle de l'innovation	32
1.4. Les caractéristiques de l'innovation	33
1.5.1. Les enjeux de l'innovation	35
1.5.2. Le risque de l'innovation	35
SECTION 02 : Le contexte des start-up	37
2.1. Définition d'une start-up	37
2.2. Les points historiques de la start-up	39
2.3 Les besoins et les enjeux des start-up	41
2.3.1 Les caractéristiques des start-up	41
a. Théorie de l'agence	44
b. Théorie d'asymétrie de l'information	45
c. Théorie de la Silicon Valley	45
2.4.1. Le financement des jeunes pousses	46
a. Les solutions de financement classiques	46
b. Les nouvelles solutions de financement	48
2.5. Les cycles d'une Start-up : un accompagnement permanent	49
2.6. Les différents secteurs d'activités des Start-up :	54
Chapitre III : L'écosystème des start-up en Algérie	57
Section 1 : L'écosystème entrepreneurial : émergence des start-up en Algérie	58
1.1. L'émergence et définition du concept écosystème entrepreneurial :	58
1.2. Présentation de l'écosystème des start-up en Algérie	61
1.3. Etat des lieux des start-ups en Algérie	75
1.4. Les facteurs défavorables à la création des start-up	78
1.5. Les perspectives	79
Section 02 : Etude de Cas : Start-up Yassir	81
2.1. Le choix de la méthode de l'étude de cas	81

2.2. La collecte des données	82
2.3. Les limites de l'étude :	88
Conclusion Générale	89
Annexe :	92
Bibliographie	93
Liste des illustrations :	100
Résumé	

Résumé :

Au cours des vingt dernières années, les start-up ont constitué un vecteur d'accélération de la productivité et du développement des nations grâce à l'innovation et à la créativité et un nouvel esprit d'entreprise. L'importance de ce nouvel état d'esprit d'entreprise s'est donc peu à peu imposée, conduisant à la mise en place de cadres institutionnels, de dispositifs et de politiques pour appuyer les entrepreneurs émergents à chaque étape de leur parcours (financement de démarrage, formation technique, accès aux bases de données commerciales) ; fluidifier le marché du travail et normaliser les règles en vigueur en matière de création d'entreprises.

L'Algérie a pris conscience de l'importance d'avoir des start-up innovantes pour créer de la croissance et des exportations d'où la nécessité de la mise en place d'un écosystème favorisant la création et la pérennité des entreprises innovantes. Notre réflexion consiste à répondre à la problématique suivante : les stratégies d'accompagnement mise en place en Algérie favorisent-elles l'émergence des start-up ?

Notre objectif est de vérifier si l'écosystème entrepreneurial algérien avec toutes ses composantes favorise la création des start-up et répond aux objectifs visés par les pouvoirs publics. Les résultats de notre partie théorique et de l'étude de cas auprès de la start-up Yassir montrent que l'écosystème des start-up est encore en gestation et nécessite d'être développé.

Mots-clés : entrepreneuriat, start-up, écosystème, émergence, accompagnement, Algérie.

Abstract:

Over the past two decades, start-ups have been a vehicle for accelerating the productivity and development of nations through innovation and creativity and a new entrepreneurial spirit. The importance of this new entrepreneurial mindset has therefore gradually emerged, leading to the establishment of institutional frameworks, mechanisms and policies to support emerging entrepreneurs at each stage of their career (financing start-up, technical training, access to commercial databases); make the labor market more fluid and standardize the rules in force for setting up businesses.

Algeria has realized the importance of having innovative start-ups to create growth and exports, hence the need for the establishment of an ecosystem promoting the creation and sustainability of innovative companies. Our reflection consists in responding to the following problem: do the support strategies implemented in Algeria promote the emergence of start-ups?

Our objective is to verify whether the Algerian entrepreneurial ecosystem with all its components promotes the creation of start-ups and meets the objectives set by the public authorities. The results of our theoretical part and the case study with the start-up Yassir show that the start-up ecosystem is still in the making and needs to be developed.

Keywords: entrepreneurship, start-up, ecosystem, emergence, support, Algeria