

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion

Département des Sciences Economiques

MEMOIRE

**En vue de l'obtention du diplôme de
MASTER EN SCIENCES ECONOMIQUES**

Option : ECONOMIE MONETAIRE ET BANCAIRE

THEME

**Le financement des start-up entre maîtrise
des risques et incertitudes**

Réalisé par :

Mlle ACHOUR Linisa

Mlle ISSAIDEN Tinhinane

Dirigé par :

Dr. HACHEMAOUI Bahidjeddine

Année universitaire : 2021/2022

Remerciements

Avant tout, louange à Allah le miséricordieux pour le courage et la force qui nous a accordé pour qu'on puisse accomplir ce travail.

Tout d'abord, on est très reconnaissantes envers notre encadrant Dr HACHEMAOUI Bahidjeddine, qui nous a guidés tout au long de la réalisation de ce mémoire. On vous remercie pour votre grande disponibilité, votre écoute et votre patience. Vos commentaires pertinents nous ont poussé à affiner nos réflexions et ont permis d'élever notre travail à un niveau supérieur. Merci pour tout !

Je remercie très chaleureusement également les membres de jury, notamment Mr Mme Et Mr Mme....., de l'honneur qui ils ont accordé en acceptant de lire, de corriger et évaluer notre modeste travail.

Je tiens aussi à remercier l'ensemble des enseignants du département sciences économiques de l'université de Bejaia pour tous leurs efforts fournis, ainsi que les connaissances qui nous transmise durant notre formation.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à :

À la mémoire de mon cher père

À ma chère mère, qui je ne saurais remercier pour son soutien, son encouragement, sa bienveillance ainsi que tout son sacrifice tout au long de ma vie

À ma chère sœur et à mon cher frère pour leur aide, leur soutien, leur patience durant les moments difficiles

À toutes les personnes qui m'ont soutenu durant ce projet ;

Et à tous ceux dont les noms n'ont pas été cités, mais qui ne sont pas moins chers

Tinhinane

Dédicaces

Je dédier ce modeste travail à :

À mes chers parents, pour tous leurs sacrifices, leur amour, leur tendresse, leur soutien et leurs prières tout au long de mes études

À ma chère sœur et à mon cher frère pour leur aide, leur patience durant les moments difficiles

À toutes les personnes qui m'ont soutenu durant ce projet et à tous ceux dont les noms n'ont pas été cités, mais qui ne sont pas moins chers,

Merci d'être toujours là pour moi.

Linisa

Liste des abréviations

ANPT : L'Agence nationale de promotion et de développement des parcs technologiques

ANSEJ: Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes

ANADE : L'Agence Nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat

ANGEM : L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit

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

ADN: Acide désoxyribonucléique

ASF: Algerian Start-up Fund

BDL : Banque de développement local

BNA : Banque Nationale d'Algérie

BEA : Banque Extérieure d'Algérie

CNAC : Caisse nationale d'assurance chômage

CDTA : Centre de Développement des Technologies Avancées

CIREM : Centre d'initiatives et de recherches européennes en méditerranée

CNEP : Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance

EURL : L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée

KPI: Key Performance Indicator

MVP: Minimum viable Product

NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

PME : Petite moyen entreprise

PFE : Projets de Fin d'Études

PIB : Produit Intérieur Brut

R&D : La recherche et le développement expérimental

SARL : Société à responsabilité limitée

SCS : Société en commandite simple

SCPA : Société en commandite par action

SNC : La société en nom collectif

SPA : Société par actions

TIC : Technologies de l'information et de la communication

Sommaire

Sommaire

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Introduction générale 1

Chapitre I: Généralités sur les start-up

1. Contexte des start-up 7

2. Les particularités des start-up 15

Chapitre II: Modes de financement des start-up

1. Les différentes méthodes de financement 24

2. La start-up face aux risques et incertitudes 33

Chapitre III: Le financement des start-up en Algérie

1. L'écosystème des start-up en Algérie : 44

2. La méthodologie de l'enquête et l'analyse des résultats 51

Conclusion générale 62

Annexes

Bibliographie

Liste des figures

Liste des tableaux

Liste des annexes

Résumé

Introduction générale

Les entreprises sont essentielles à l'économie d'un pays, car leur réussite constitue le moteur du développement et de la croissance économique d'une nation. Elles participent de façon directe à la création de la richesse et à l'amélioration du PIB. Surtout par leur rôle dans l'économie qui se manifeste à travers la création d'emplois et l'innovation.

La création d'entreprise est la démarche par laquelle un individu ou un groupe d'individus procèdent pour mettre en place une structure dont l'activité consiste à rassembler divers facteurs de production, produisant pour la vente de biens ou services et distribuant des revenus en contrepartie de l'utilisation des facteurs. En effet, selon Verstraet (2006), « *l'importance accordée aujourd'hui à la création d'entreprise n'est pas le fruit du hasard, mais le résultat d'une évolution progressive vis-à-vis des perspectives de croissance économique relatives à la création d'emplois, la création de nouvelles richesses porteuses de valeurs ajoutées, grâce notamment au processus d'innovation qu'apporte les entreprises nouvellement créées, ainsi que l'augmentation des revenus et l'amélioration des niveaux de vies* ».

La création d'entreprise constitue un élément central du phénomène entrepreneurial, car elle est devenue aujourd'hui la source de développement et de croissance. Elle se base sur deux éléments importants, l'entrepreneur et le milieu.

Tous les pays recherchent des moyens de promouvoir et faciliter une dynamique d'entrepreneuriat ainsi une culture entrepreneuriale vibrante et éveilleuse de potentialités pour stimuler plus d'activités porteuses de valeurs ajoutées. Ce qui les pousse à mettre en œuvre des politiques et des stratégies qui encouragent les initiatives entrepreneuriales.

Dès ses premières manifestations, l'entrepreneuriat a été orienté vers l'innovation à l'intérieur des organisations. Il est défini « *comme l'ensemble des démarches ou des comportements stratégiques et organisationnels, liés à la découverte et à l'exploitation de nouvelles occasions de création de valeur au sein d'organisations existantes* » (Basso, Fayolle, & Witmeur, 2009). Cependant, l'entrepreneuriat peut tout de même amener à la création de nouvelles organisations. En effet, tel que l'indique Carrier (2008), « *la mise en marche de processus d'innovation à grande échelle à l'intérieur d'une organisation peut amener à la création de filiales de cette organisation ou de nouvelles organisations* ». Celui qui met en place l'entrepreneuriat, c'est-à-dire l'entrepreneur, doit avoir la capacité à concevoir des visions et des stratégies, ainsi que convaincre les autres personnes de suivre son projet. L'implantation de l'entrepreneuriat semble donc être un processus complexe

demandant de l'intégration de multiples variables, de la disponibilité de ressources ainsi que l'ouverture d'esprit au changement de processus et de règles au sein de l'organisation.

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 encourage les citoyens à s'y investir de plus en plus. Dans une perspective de développer l'économie du pays et de trouver une alternative aux Hydrocarbures, l'Etat algérien a mis en place des structures et des dispositifs pour former, financer et accompagner les jeunes entrepreneurs à créer leur propre entreprises, mais aussi encourager les porteurs de projets innovants à créer leur start-up.

Au cours de ces dernières années, le pays s'est engagé dans une démarche qui encourage la promotion des start-up à travers la création du ministère des start-up, qui sont dédié à l'accompagnement des jeunes porteurs d'idées. Ainsi, le nombre de start-up créés est en augmentation chaque année. Le concept start-up a aujourd'hui atteint le droit de cité. Si les éléments d'innovation et de créativité sont toujours présents, le processus de gestion lui-même est encore proche de celui d'une entreprise traditionnelle.

Le développement de l'économie du numérique, de l'intelligence artificielle et l'économie de la connaissance incitera inéluctablement les jeunes porteurs de projet ayant des idées innovantes à fonder leur entreprise et à développer les TIC et leurs utilisations. Bien que, les jeunes entrepreneurs se heurtent à des difficultés pour l'obtention des financements nécessaires au démarrage de leur start-up. L'Etat déploie de plus en plus d'efforts pour soutenir la création d'entreprise. A ce titre, l'Algérie met en place de nombreux programmes de soutien et de mise à niveau des entreprises et des start-ups, afin d'améliorer leur compétitivité au niveau national et international.

La problématique

L'Algérie s'intéresse de plus en plus aux start-ups pour cela elle a commencé à mettre en place une politique de soutien à la création d'entreprise qui date depuis les années 90. Ce dernier été concrétiser par la création du ministère de la PME en 1992, la promulgation du code des investissements en 1993 ainsi que la mise en place de différents dispositifs d'aides à la création d'entreprises.

La loi de finances de 2020 s'est penchée 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 afin d'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 labellisation des start-up, avec le décret n°20-254 du 15 septembre 2020, le gouvernement a notamment pu revoir à la hausse des avantages fiscaux accordés aux start-up.

Dans l'article 11 du décret exécutif n°20-254¹, Afin soutenir 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. Nous citons l'agence Nationale du Développement de l'Investissement (ANDI), la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) et d'autres organismes qui financent la création de nouvelles entreprises et qui aident les entreprises en difficulté à financer leurs croissances ou à maintenir leurs activités².

Le financement est une étape importante pour la création des start-up. Les start-up ne peuvent pas compter uniquement sur leurs fonds propres pour couvrir tous leurs besoins financiers, et cela que ça soit au début de leur projet ou dans les différentes phases de croissance. De ce fait elles recourent habituellement aux ressources externes pour financer ces besoins. Mais vu la particularité qui caractérise ces entreprises, elles peuvent rencontrer des difficultés à obtenir des financements de la part des canaux conventionnels tels que les banques, en raison des taux d'intérêt élevés et des garanties demandées qu'elles ne peuvent présenter dans tous les cas.

Ces dernières années, nous assistons au développement plusieurs modes de financement afin de créer de nouvelles entreprises innovantes et de faciliter aux jeunes entrepreneurs de se lancer dans de nouveaux projets qui permettront le développement de l'économie algérienne.

Dans ce cadre nous nous sommes intéressées aux différents modes de financement auxquels ces entreprises spécifiques peuvent avoir recours en particulier face à une incertitude et des risques élevés lié à l'environnement dans lequel elles se lancent et évoluent.

¹Dzairdaily.com consulté le 22 Mai 2022

² Benzaid S, et Benouaret M. (2020). Le financement des pme et start-up en Algérie, université ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

C'est dans ce contexte particulier que nous nous posons comme question principale : **Quels sont les principaux modes de financement auxquels les start-up ont recours en Algérie?**

Afin de pousser notre recherche au-delà de l'aspect du financement, nous nous sommes posées questions subsidiaires suivantes :

Quels sont les types de risques auxquels sont exposées les Start-up en Algérie ?

Par quelles mesures ces start-up réduisent ces risques?

Les hypothèses de la recherche

Les hypothèses de recherche que nous avons supposées pour répondre à notre question de recherche sont les suivantes :

Hypothèse1 : Malgré l'appui de l'État en matière d'encouragement et d'accompagnement des start-up, le financement de ces dernières reste conditionné par les modes classiques de financement.

Hypothèse 2 : Faute d'une réglementation les l'accès aux modes de financement non conventionnels reste inexistant en Algérie

Hypothèse 3 : les risques élevés et la forte incertitude rendent difficile l'accès au financement

Méthodologie de la recherche

Dans le but de centrer les différents aspects du thème de recherche, et de répondre à la problématique posée, nous avons en plus d'une recherche bibliographique qui nous a permis de cerner notre sujet d'étude sur le plan théorique, nous aussi effectuer une enquête de terrain afin de répondre à notre problématique ainsi que d'affirmer ou d'infirmer nos hypothèses.

Plan de rédaction

Le présent travail est structuré en trois chapitres qui traitent en premier lieu généralités sur les start-up en suite nous avons abordé les modes de financement des start-up. le troisième chapitre concerne l'enquête de terrain dans laquelle nous avons interrogé un échantillon de start-up concernant les modes de financement et les risques auxquels ces entreprises sont exposées.

Chapitre I

Généralités sur les start-up

Introduction

Une start-up est une institution qui cherche à commercialiser et lancer un nouveau produit ou service innovant ciblant un large marché, quels que soit la taille, le secteur ou le domaine d'activité de l'entreprise. Retour pour atteindre une croissance forte et rapide avec la possibilité de récolter d'énormes profits en cas de succès.

Etant donné le grand rôle qu'elle joue dans la promotion du développement économique et social que se soit dans les pays développés ou en développement en raison de leurs caractéristiques qui rend leur rôle plus efficace que les entreprises classiques dans la lutte contre divers problèmes qui entravent le processus de développement économique.

L'Algérie est parmi les pays en développement qui accordent une grande importance à ce type d'institution, les start-up sont considérées comme le pilier de l'économie nationale algérienne pour leur contribution à créer une valeur ajoutée ainsi que relancer et diversifier les sources et les ressources à l'économie.

L'objet de ce chapitre est d'éclaircir les aspects théoriques sur les start-up. Ce chapitre est divisé sur deux sections. La première sera consacrée à nous donner la définition et le point historique des start-up ainsi que leurs caractéristiques, principes et leurs divers formes juridiques. La deuxième section portera la différence entre une start-up et une entreprise classique ainsi que son rôle dans l'économie, ensuite on montera ses forces et ses faiblesses.

1. Contexte des start-up

1.1 Définition de la start-up

Au cours de la quatrième révolution industrielle du XXe siècle, l'émergence de nouvelles technologies et de nouveaux modes de communication comme Internet a contribué à l'augmentation de la croissance économique. Cette nouvelle économie est définie comme « *l'économie liée au développement des firmes utilisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication, en particulier Internet.*»³

Le mot start-up et plus précisément vient des États-Unis. Après les années 2000, marquées par l'éclatement de la bulle internet et la spéculation à outrance, le concept start-up est désormais citoyen. Le nom start-up vient du verbe anglais « to Start up ». D'origine américaine, cette jeune entreprise au concept innovant se démarque des autres formes juridiques de société. En effet, elle dispose d'un potentiel de croissance élevé et d'une envie d'imposer un produit / une idée unique (ou peu développée) sur le marché.

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 types de firmes ont pour ambition de devenir très grand. Quand elles réussissent ces dernières deviennent facilement pérennes. Les firmes de ce type qui réussissent sont appelées «licornes» car elles arrivent à être valorisées à plus d'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.

De cette manière, 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 qui débute doit faire valider son projet sur le marché puis 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 la boîte. Autrement dit, c'est le prototype du produit afin de le faire valider au niveau du marché, cela permet de comprendre son

³Nouvelle Economie (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Partie, France. Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/economie/27630/locution?q=marche>

utilité et pourquoi il peut être intégré. C'est Eric Ries qui l'a rendu célèbre dans son ouvrage «The Lean Start-up »⁴.

L'absence d'un consensus autour du concept « Start-up » nous pousse à donner les définitions suivantes selon plusieurs auteurs : SteveBlank a défini la start-up comme étant « une organisation temporaire à la recherche d'un business model industrialisable, rentable et permettant la croissance »⁵.

Pour Eric Ries : « Une start-up est une institution humaine avec la mission de livrer un nouveau produit ou service dans des conditions d'incertitude extrême ». (La traduction française : « adopter l'innovation continue », Eric RIES (2011).

Eric Ries utilise « Start-up Lean » qui est une nouvelle approche qui se distingue du management traditionnel. Selon cet auteur, il faut changer la façon dont les start-up se développent et la façon dont les projets sont menés. Cette approche s'intéresse à deux leviers de croissance : les capitaux et la créativité humaine. Elle s'appuie sur «l'apprentissage validé » et sur un certain nombre de pratiques contre-intuitives qui permettent de raccourcir les cycles de développement du produit, de mesurer les progrès et d'apprendre ce que les clients veulent vraiment.

De nombreuses définitions peuvent être trouvées dans la littérature portant sur les start-up 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 (Low & MacMillan, 1988).

Blank et Dorf (2012), indiquent qu'une start-up comme « une organisation temporaire conçue pour rechercher un modèle économique reproductible et évolutif ».

⁴<https://sokeo.fr>« start-up définition » consulté le 25 Avril 2022

⁵<https://www.l-expert-comptable.com/a/534017-start-definition-modele-economique-mentalite.html> consulté le 25 Avril 2022

1.2 Point historique de la start-up :

Le phénomène start-up est apparu aux États-Unis. LE terme a commencé à apparaître sur le continent américain dans les années 1920. Mais nous avons vraiment commencé à l'utiliser en 1976, lorsque le célèbre magazine Forbes l'a cité dans l'un de ses articles: "unfashionable business of investing in start-up in the electronic data processing field".

À la fin du 20ème siècle, aux États-Unis, ces firmes dynamiques spécialisées dans les TIC (technologies de l'information et de la communication) ont donné 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 réalisations dans leur garage avant devenir des géants du numérique. Ces trois garages sont situés très proches 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 développé sa firme connue sous le nom de HP (Hewlett-Packard). Sa firme a connu un énorme succès dans le domaine informatique.

En 1976, c'est au tour de Steve Jobs de lancer son concept d'ordinateurs dans son garage, au côté 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 grands concurrents, s'est développé.

En 1997, l'un des plus célèbres moteurs de recherche web va voir le jour dans un garage. En effet, c'est dans leur garage, situé dans la ville californienne de Menlo Park que les deux amis Larry Page et Sergey Brin vont concevoir Google. www.google.com sera enregistré à la date du 15 septembre 1997. D'autres grandes firmes qui ont été des start-up au départ vont voir le jour entre le milieu des années 90 et le début des années 2000, telles qu'Amazon en 1994 et Facebook en 2004. La plupart de ces firmes ont évolué dans un univers dynamique, universitaire et attaché aux nouvelles technologiques 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 à l'origine du matériau de silicium qui était l'ingrédient de base pour la réalisation de 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-up est situé en Californie plus précisément à 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, eBay, Facebook, HP, Adobe Systems, Intel, Oracle Corporation, Dolby, Yahoo!, SanDisk et bien d'autres encore.

L'émergence et le développement des applications ces dernières années ont insufflé un nouveau souffle à cet esprit entrepreneurial en créant une pléthore de nouvelles possibilités pour répondre à une demande massive, comme Spotify, Instagram ou encore Tinder. Par conséquent, les start-up et la volonté entrepreneuriale sont plus importantes que jamais d'actualité⁶.

1.3 Les caractéristiques des start-up

1.3.1 Temporaire

Une start-up n'a pas vocation à le rester toute sa vie. Être start-up n'est pas un objectif en soi. Une start-up est une phase particulière, et le principal objectif est d'en sortir. Il s'agit comme le dit Peter Thiel, célèbre entrepreneur de la Silicon Valley : « de passer de Zero-to-One, de transformer une idée en entreprise, de trouver une nouvelle manière de rendre un service, de créer de la valeur ». (Thiel, 2021)

1.3.2 Recherche d'un Business Model :

Être une start-up, c'est apporter de la valeur à des clients avec un produit ou un service que personne n'a jamais fait avant. L'enjeu d'une start-up est de trouver et construire le Business Model qui va avec.

Un Business Model qui n'est pas calqué sur une structure existante, et qui n'est pas forcément évident au lancement de la structure.

Là, il y'a lieu de ne pas confondre Business Model (l'ensemble du modèle, des mécanismes, qui permettent à l'entreprise de générer des revenus) et Business Plan.

⁶<https://sokeo.fr/start-up-definition/> consulté le 25/04/2022

Le business plan est un document écrit qui permet de formaliser un projet d'entreprise. Il constitue la deuxième phase de création d'une société qui est réalisée après l'évaluation du projet et peut également être utilisé lors du développement de nouvelles activités dans une société préexistante.

1.3.3 Industrialisable/Reproductible :

Cela signifie qu'une start-up cherche un modèle qui, une fois qu'il fonctionne (i.e. on gagne de l'argent et on sait comment on en gagne), peut être réalisé à plus grande échelle, dans d'autres lieux, ou être fait par d'autres.

L'exemple le plus parlant est celui d'Airbnb ou d'Uber, qui se déploient ville par ville à partir d'une recette qui fonctionne (même s'il faut bien entendu parfois l'adapter aux contextes locaux).

1.3.4 Scalable (pour une croissance exponentielle) :

L'autre caractéristique d'une start-up, c'est sa scalabilité. Le fait d'avoir un modèle où plus le nombre de clients n'augmente, plus les marges sont grandes. Les premiers clients coûtent plus chers que les suivants, et ainsi de suite. C'est cette scalabilité et le fait que le modèle soit reproductible, qui permettent aux start-up de grandir si vite et si loin, en peu de temps, comparativement à une entreprise plus classique. Ce n'est donc pas parce que votre boîte est « cool », que les salariés portent des baskets et des sweats à capuches, ou encore parce qu'il y a un baby-foot dans la salle de pause, que vous êtes une start-up. Travailler dans le numérique ne suffit pas non plus. Créer la meilleure structure qui permettra de répondre aux problèmes que vous voulez résoudre. Et n'oublier pas de trouver un modèle économique.

1.3.5 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.

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

1.3.7 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.

1.3.8 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 elles coûtent plus chers que ce qu'ils apportent. Ensuite, plus l'entreprise accélère, plus la marge par client n'augmente car son modèle est scalable.

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 ;

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 problèmes⁷.

1.4 Principes de la start-up :

Le modèle start-up est un système qui associe la rigueur du management traditionnel et la nature hautement itérative de start-up. Il est susceptible d'être utilisé par toute organisation qui entend pratiquer l'innovation continue, indépendamment de sa taille, de son âge ou de sa mission. Les principes de la start-up sont ci-après (Reis, 2018).

1.4.1 L'innovation continue

Trop de leaders sont à la recherche de l'innovation-miracle. Mais la croissance de long terme repose sur un autre pré requis : une méthode qui permet d'identifier en permanence de nouvelles opportunités, en exploitant la créativité et les talents à tous les échelons de l'organisation.

1.4.2 La start-up comme unité de travail distincte

Si elles veulent créer des cycles d'innovation continue et identifier de nouvelles sources de croissance, les entreprises doivent se doter d'équipes capables d'expérimenter pour les découvrir. Ces équipes sont des start-up internes et constituent donc des entités distinctes.

1.4.3 La fonction manquante :

L'intégration de start-up dans l'écosystème d'une organisation impose de gérer celles-ci en prenant de la distance par rapport aux méthodes traditionnelles. Or la plupart des organisations manquent d'une compétence-clé, l'entrepreneuriat aussi vitale pour leur réussite future que la fonction marketing ou finance.

1.4.4 La seconde fondation :

Apporter ce changement fondamental à la structure d'une organisation équivaut à la fonder une seconde fois, qu'elle ait cinq ans ou cent ans d'existence.

1.4.5 La transformation continue :

Tout cela suppose de développer une nouvelle capacité organisationnelle : il faut réécrire l'ADN de l'organisation en réponse aux multiples défis qui s'offrent à elle. Il serait dommage de s'en tenir à une seule transformation. Dès lors que l'entreprise a réussi à se

⁷<https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/start-up-definition-particularites> consulté le 7/5/2022

transformer, elle peut et devrait se préparer à renouveler cette expérience⁸.start-up comme une entreprise ayant une forte croissance, utilisant une techno.

1.5 Les formes juridiques pour la création d'une start-up

Choisir une forme juridique adaptée est déterminant dans le développement d'un projet d'entreprise. C'est une étape cruciale qu'il convient d'étudier avec soin, en tenant compte des facteurs tels que le nombre d'associés, la protection du patrimoine, l'ampleur du projet, le capital, la fiscalité, etc. Si vous désirez créer seul votre entreprise, il existe deux formes juridiques⁹:

- L'entreprise individuelle (personne physique).

• L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée nommée (EURL), c'est une société de personnes. Le capital social minimum exigé est de 100 000 DA.

Si vous désirez créer votre entreprise avec un ou plusieurs associés, plusieurs formes juridiques existent :

• La société en nom collectif (SNC), c'est une société de personnes, en général une entreprise familiale. Ne nécessitant aucun capital. Le nombre minimum d'associés est de deux.

• Société à responsabilité limitée (SARL), c'est une société de capitaux. Le capital social minimum exigé est de 100 000 DA. Le nombre minimum d'associés est de deux.

• Société par actions (SPA), C'est une société dont le capital est divisé en actions. Le capital social minimum exigé est de 5.000. 000 DA en cas d'appel public à l'épargne et de 1.000.000DA dans le cas contraire. Le nombre minimum d'associés est de sept.

• Société en commandite simple (SCS), très peu répandue en Algérie, c'est une société hybride de personnes pour les commandités et de capitaux pour les commanditaires.

• Société en commandite par action (SCPA), c'est une société hybride de personnes pour les commandités et de capitaux pour les commanditaires. Le capital social minimum exigé est de 5.000. 000 DA en cas d'appel public à l'épargne et de 1.000.000DA dans le cas contraire.

⁸Dr Yahia DJEKIDEL, Dr Mohammed DOUA, Dr Rais MERRAD) Revue d'excellence pour la recherche en économie et en gestion. ISSN 2572-0171 Vol 05, N°01 (2021), P417-427

⁹<https://www.commerce.gov.dz/> consulté le 21/03/2022

2. Les particularités des start-up

2.1 La différence entre une start-up et entreprise classique

Une start-up, est une entreprise pas comme les autres. Elle est souvent financée par ses fondateurs qui tentent à capitaliser le développement d'un produit ou d'un service pour lequel ils croient qu'il existe une demande. Si ce n'est le statut juridique, une start-up se différencie en bien des points d'une entreprise classique. On est face à deux types de structures qui ne fonctionnent pas pareil, qui n'ont pas la même dynamique ni les mêmes objectifs. Le mot "start-up" n'est pas un anglicisme pour juste dire "jeune entreprise qui démarre" ou "entreprise technologique".

D'un côté, on a une structure dont un des enjeux est d'avoir des processus efficaces, permettant de délivrer le meilleur service possible avec un fonctionnement optimal. De l'autre, on a une structure qui explore, expérimente, afin de trouver ce qui a de la valeur pour le client, comment lui délivrer cette valeur, et comment gagner de l'argent tout en le faisant (cette différence explique d'ailleurs pourquoi de nombreuses entreprises ont des difficultés à innover, car les processus qui ont fait leur succès sont des freins à l'innovation)¹⁰.

- Une start-up ne se caractérise pas en fonction de sa taille ou son nombre d'employés. la différence fondamentale entre une start-up et un est le business model. En effet, l'applique un business model défini alors que la start-up recherche son business model ;

- L'entreprise classique prend les commandes de l'exploitation du projet après la matérialisation du modèle économique, alors que la start-up c'est elle qui en a conçue l'idée ;

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

- Une start-up est dans une phase temporaire et est amenée à évoluer et se transforme en PME/multinationale ;

- La durée de vie d'une start-up est limitée, Elle se caractérise par l'hétérogénéité de sa croissance, contrairement aux entreprises classiques ;

¹⁰REVUE DES SCIENCES OMMERCIALES Vol.19, N°2: Décembre 2020 ISSN : 1112-3818 /EISSN : 2602-5396 Pages: 111-133

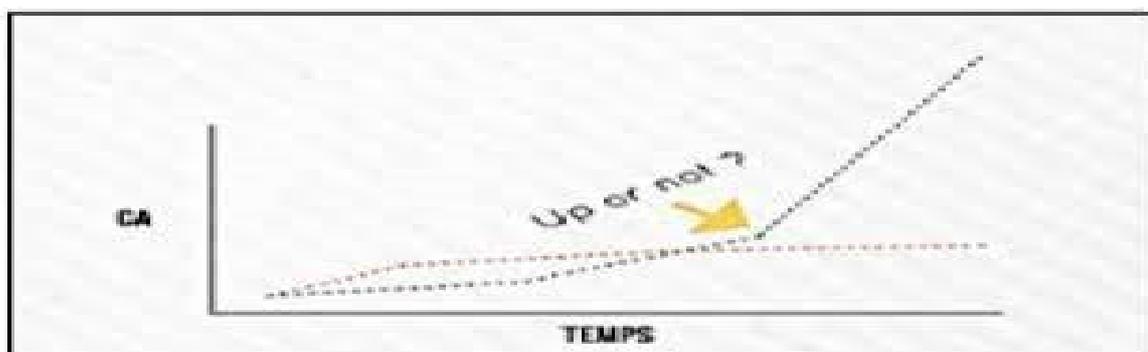
- Contrairement aux entreprises classiques, la start-up propose des produits à un très large marché ;

- Le degré de risque élevé dans les start-up ;

- Les start-up génèrent un revenu important dans ces premières années qui suivent sa création par rapport aux entreprises classiques ;

La différence des sources de financement, les start-up dépendent de l'investisseur providentiel « Business Angel », les Crowdfunding , fonds d'investissement ou capital-risqueur, en raison de la réticence des banques à financer ce type de projet à haut risque tandis que les entreprises classiques sont financées par des prêts bancaires ou des subventions publiques.

La Figure 1: Courbe de vie d'une start-up est une entreprise classique



Source: A theoretical study of emerging enterprises with reference to their reality in Algeria

La figure ci-dessus illustre la différence entre la trajectoire de croissance d'une entreprise start-up et d'une entreprise classique. La ligne noire correspond à la trajectoire de croissance d'une entreprise start-up, alors que la ligne rouge représente la trajectoire de croissance d'une entreprise classique, donc l'élément le plus important.

La différence entre une entreprise classique et start-up se traduit par une croissance importante, les différences se limitant comme suit :

- Il peut y avoir une correspondance entre le cycle d'une entreprise classique qui démarre, prend de l'expansion, puis commence à décliner alors que les start-up enregistrent une série de déclin et d'avancées imprévisibles entre le lancement et la croissance, une fois parvenues à maturité, elles continueront de croître.

- Les entreprises innovantes en démarrage offrent leur production à un très grand marché, à la différence des entreprises conventionnelles. Et pour une start-up en dépit du risque que les investisseurs investissent dans ce type d'institutions en compensant les rendements potentiels significatifs.

- Si le projet réussit, les compagnies conventionnelles se tourneront vers un marché où il y aura moins d'incertitude et de réalisation outre la diversité des sources de financement, lorsque la start-up dépend des investisseurs aventuriers du propriétaire, Les investisseurs audacieux, ou capital de risque, à cause de la réticence des banques à financer ce genre de projets à risque élevé. Tandis que les entreprises classiques sont financées par des prêts bancaires ou des dons de l'État¹¹.

2.2 Le rôle des start-up dans l'économie :

Les start-up ont également une importance économique, sociale et scientifique, car elles reposent sur la valorisation de la recherche scientifique, et c'est ce qui sert le bien-être des sociétés modernes et répond aux nouveaux besoins en phase avec l'ère de la vitesse des bénéfices.

De nombreuses entreprises émergentes ont réussi à créer de la richesse et de la valeur ajoutée et à soutenir les économies de plusieurs pays comme les États-Unis d'Amérique et des pays d'Asie de l'Est comme la Corée du Sud grâce au développement de produits et services innovants qui ont permis de créer de nouvelles opportunités d'emploi et d'offrir aux collectivités des solutions faciles à obtenir et à faible coût.

2.2.1 Offrir des opportunités dans une économie de non-embauche

Au milieu de cette économie opprimée, les start-up fournissent une ouverture sur un marché du travail hautement concurrentiel et largement incompréhensible. Elles emploient des poignées de jeunes, des personnes qualifiées dans différents secteurs, et offrent une expérience variée, intense et en profondeur pour les stagiaires qui s'en sortent mieux que de passer des journées entières à faire des photocopies dans une grande entreprise.

¹¹.Bouachour, Sharifa. Le rôle des incubateurs d'entreprises dans l'accompagnement et le développement des start-up, University 20 août 1955, Skikda, Algérie (Al-Bashaer Economic Journal (Dialer IV, Issue 2)

2.2.2 Une économie plus saine, un marché plus diversifié

Des milliers de petites entreprises, qui emploient des milliers de travailleurs indépendants et de diplômés qualifiés réduisent le taux de chômage de manière significative les petites entreprises embauchent environ 30% de la population active aux États-Unis par exemple.

Grâce à l'avancement technologique et la concurrence accrue entre les petites entreprises, les start-up ont besoin (et sont maintenant en mesure) de développer leurs produits plus rapidement, plus efficacement, à moindre coût, et de travailler au perfectionnement de leurs produits avant qu'ils n'arrivent sur le marché.

En conséquence, nous sommes confrontés à des solutions moins chères, plus efficaces, ce qui rationalise les affaires et encourage la concurrence du marché. Parce que les produits et les idées sont testés, retravaillés et perfectionnés avant d'arriver sur le marché, leur demande est sécurisée et le temps et les ressources sont enregistrés dans le long terme.

Les fruits des start-up, nées d'idées suscitées par des niches de marché (et non imaginées par les conseils d'administration des entreprises existantes) sont utilisés par les particuliers et les entreprises, et donc l'économie verticale renforce les liens des consommateurs aux grandes entreprises.

2.2.3 Des efforts socialement responsables

Cet afflux de nouvelles idées et de produits présente une myriade d'options de placement pour tous les budgets, grâce notamment à l'injection de capitaux de retour sur le marché et aide à susciter de nouveau la confiance économique.

Le capital-risque en particulier, est un terme synonyme du monde des start-up. Sans lui, les start-up ne seraient jamais allées au-delà de la masse salariale de 4 personnes ou n'auraient jamais développé des produits qui permettent de s'élargir. En conséquence, les plateformes en ligne ont vu le jour pour permettre aux investisseurs de soutenir les start-up et leurs idées, ce qui signifie que désormais, plus que jamais, les investisseurs ne peuvent savoir avec exactitude où va leur argent. Des décisions conscientes peuvent être faites sur quels idées et produits sont dignes d'être continués. Il incombe donc aux start-up en retour de créer quelque chose de nécessaire et d'utile, et aux investisseurs, d'investir dans quelque chose de durable, ce qui augmente la responsabilité sociale et environnementale de chaque acteur du marché.

2.2.4 Alimenter les économies locales

Les start-up ou plutôt, les personnes qui les ont fondées, sont des locaux. Ils vivent localement, vont dans des magasins locaux et utilisent des ressources locales. Ils emploient des travailleurs indépendants locaux. Ils peuvent louer un bureau ou cabinet privé dans un espace de coworking ou faire appel à un incubateur local. Les start-up s'impliquent dans les communautés et participent à des événements, parce que cela est nécessaire pour la réussite de leur entreprise. Ces éléments combinés injectent de l'argent, des ressources, et dynamisent en retour les communautés locales. Bien sûr, le rêve de la plupart des start-up est de passer à la SiliconValley ou au Campus Google, mais néanmoins, on trouve maintenant des start-up dans des centaines de villes à travers le monde.

2.2.5 L'avenir des grandes entreprises

Avec des géants tels que Google affirmant que « les start-up alimentent la croissance économique » et « permettent d'accroître l'innovation », il est difficile d'ignorer l'impact de la force des start-up sur l'économie. Il pourrait en fait être temps de changer notre façon de penser, dissociant start-up avec «mauvaise économie» et en les comparant plutôt à la nouvelle économie¹².

2.3 Les forces et faiblesses des start-up

Pour les start-up les institutions émergentes se caractérisent par un ensemble de caractéristiques qui se forment en forces et en faiblesses, et elles sont représentées dans ce qui suit :

2.3.1 Forces :

Nous mentionnons les éléments suivants

- Équilibrer la structure de l'activité de production ; appuyer les grandes entreprises ;
- des opportunités réelles et une réduction du chômage ;
- contribuer à la stratégie de développement local ;
- capacité à innover et à développer de nouveaux produits pour l'avancement professionnel et le nombre d'employés ;

¹²<https://www.deskmag.com/fr/coworkers/pourquoi-les-start-ups-sont-une-bonne-chose-pour-l-economie-516>
consulté le 28Avril 2022

- enthousiasme et motivation en raison des propriétés individuelles élevées;
- la rapidité des décisions et la contribution à la mise en œuvre d'une politique d'importation
- La diffusion de l'industrie des valeurs positives.
- La rapidité de la prise de décision due au manque d'évolution de carrière et au nombre de travailleurs, qui contribue à la transmission rapide des informations et au traitement des problèmes posés.
- Flexibilité et capacité d'adaptation aux changements qui se produisent dans son environnement.
- Rentabilité élevée en raison de son faible capital (levier financier).
- De meilleurs effets pour les projets innovants, notamment dans le domaine des nouvelles technologies.

2.2.3 Faiblesses :

Nous mentionnons les éléments suivants :

- Limitées et l'incapacité de choisir et de formuler une stratégie commerciale ;
- Pour former un Incapacité réseau de distribution efficace en raison de la faiblesse et le manque de potentiel;
- Difficile à obtenir du financement pour plusieurs raisons, peut-être la plus notable faiblesse de son financement de la structure;
- Incapacité à former un réseau de distribution efficace en raison du manque et de la faiblesse de son potentiel.
- La difficulté d'atteindre les ressources de financement pour plusieurs raisons, dont les plus importantes sont peut-être : la faiblesse de sa structure de financement, le manque de garanties et l'absence du passé financier des modernes.

- Elle ne peut pas bénéficier d'économies d'échelle du fait de sa petite taille (coûts de production faibles en augmentant sa taille, et cela se fait en répartissant les coûts fixes sur un plus grand nombre d'unités produites)¹³.

¹³Bakhiti, Ali & Bouaina, Salima. (2020). Les petites et moyennes entreprises émergentes en Algérie, réalité et enjeux. Revue d'études et de recherches (langue arabe en sciences humaines et sociales). Dr 12 (n° 04), 537-538

Conclusion

À travers ce chapitre, on peut dire qu'une start-up est une entreprise innovante qui utilise de la technologie pour concrétiser son idée. Parmi ces caractéristiques on retrouve : la recherche d'un business model, des projets risqués, des structures agiles, un état temporaire... ; etc. une start-up est fondée sur des principes bien définie notamment l'innovation continue, l'unité de travail distincte, la fonction manquante, la seconde fondation ainsi que la transformation continue. Elle peut avoir plusieurs formes juridiques dont SARL, SNC, EURL ... ; etc.

Entre une start-up et une entreprise classique on retrouve plusieurs différences dans leur taille, nombre d'employé, le modèle économique suivie, la structure intérieure ainsi que la possibilité de transformation. La start-up joue un rôle important car elle contribue a la création d'emploie et influence l'économie nationale. Elle a des forces comme la rapidité des décisions et la flexibilité ainsi que des faiblesses telle que la difficulté de l'obtention du financement.

Chapitre II

Modes de financement des start-up

Introduction

Le financement est un élément essentiel de l'innovation et de la croissance, notamment pour la première étape de la création et du développement d'une entreprise. Les contraintes financières auxquelles sont confrontés les entrepreneurs et les dirigeants des entreprises innovantes sont principalement liées à leurs risques et vulnérabilités uniques

Pour que les start-up atteignent leurs objectifs, il est nécessaire d'avoir un environnement économique favorable. Pour cela, effectivement ce qui est jugé être le problème principal c'est le financement qui est considéré comme étant un obstacle pour leur développement et leur croissance.

Ce chapitre va donc aborder les modes de financement des start-up et les risques auxquelles elles sont confrontées. Nous allons d'abord va étudier les différentes méthodes de financement : le cycle de financement et les types de financement. En suite nous consacrerons la seconde section aux différents risques auxquels peut être confronté une start-up et la méthode Lean Start-up pour écarter l'incertitude.

1. Les différentes méthodes de financement

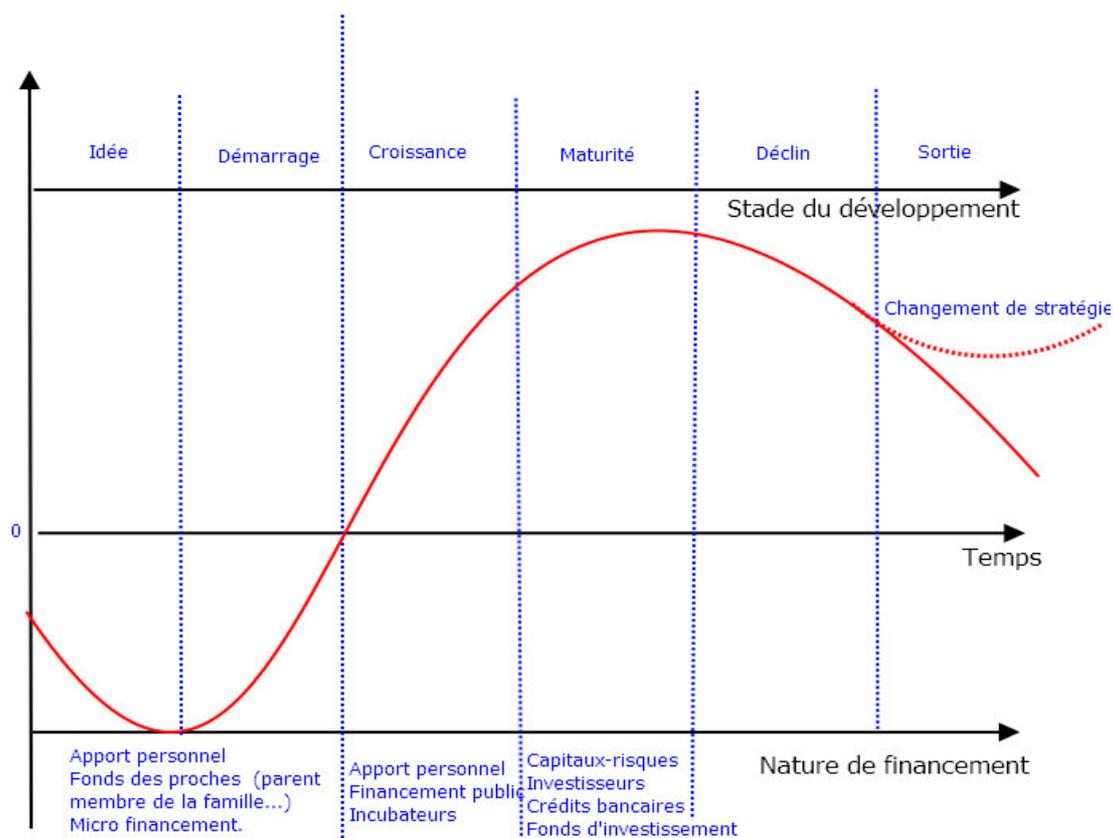
1.1 Cycle de vie d'une start-up

Comme toute entreprise, les start-up suivent un cycle que les entrepreneurs doivent connaître pour lancer leurs projets. Les start-up en particulier sont confrontées à l'incertitude économique, il est donc important de comprendre comment gérer chaque phase, le risque impliqué dans chaque phase et de choisir un modèle de financement disponible adapté à son évolution et à ses besoins. À chaque phase vient la nécessité de s'adapter aux circonstances changeantes, et entreprises doivent essayer d'anticiper et de s'adapter aux différents événements. À chaque étape du cycle, l'objectif principal de l'entrepreneur peut ne pas être la réussite de son projet, mais la collecte de fonds suffisants pour passer à l'étape suivante. Pratiquement aucune start-up n'est en mesure de générer les flux financiers nécessaires au développement de son projet. L'entrepreneur apporte son apport personnel, un capital initial, à l'entreprise et doit ensuite trouver les ressources humaines et financières externes pour qu'elle voit le jour et assure la continuité de son projet. Non seulement l'entrepreneur a besoin de fonds pendant la phase de démarrage, mais son idée passe également par d'importantes phases de validation, de développement et de commercialisation. Comme nous pouvons le voir dans le tableau ci-dessous, il y a six phases dans le cycle de vie d'une start-up et chacune de ses phases est liée aux phases du cycle de financement

Ce modèle nous permet de nous identifier pour tenter d'anticiper les difficultés de développement des start-up. Cependant, il est évident que l'entreprise et la croissance idéales n'existent pas et chaque entreprise empruntera un chemin différent dans son développement. Chaque start-up passe par plusieurs phases et le modèle d'Alfred Marshall est considéré comme le premier modèle à décrire les différentes phases de démarrage d'une entreprise.

La figure ci-dessous explique bien ces étapes :

Figure 2: Cycle de vie d'une start-up



Source : C'est au carré conception création. (2015). La réussite pour une start-up, c'est de se faire racheter.

<http://www.cestaucarre.fr/2015/11/la-reussite-pour-une-start-up-c-est-de-se-faire-racheter.htm>

1.1.1 La création :

À partir, généralement, d'une idée qui permettra de satisfaire des besoins solvables d'un segment des clients bien ciblé. Elle constitue la raison de la naissance de la start-up.

1.1.2 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. ». Dans cette étape la plupart des start-up recourent à l'autofinancement fondé sur les fonds propres, l'aide de la famille, des amis et des copains, et parfois sur des particuliers- investisseurs avec l'absence de la banque dans le financement. Les fonds propres de base (le capital d'amorçage) est nécessaire dans cette phase critique de la start-up.

1.1.3 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 concurrentiel. 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.

1.1.4 La maturité

Au cours de son parcours, il y a des start-up qui se trouvent dans une situation de saturation du marché, où elles doivent chercher des solutions possibles pour promouvoir la demande en recourant à la différenciation et à l'innovation incrémentale 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.

1.1.5 Le déclin

C'est une étape du 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.

1.1.6 La relance ou la stratégie d'un changement

C'est la phase la 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.¹⁴

1.2 Le Cycle De Financement D'une Start-up

Le cycle de financement des start-up est mis en parallèle avec le cycle de vie de celles-ci. En effet, les entrepreneurs passent par plusieurs étapes de financement en fonction de l'avancement du projet et des risques que comporte chaque étape. Quels que soient leur

¹⁴DJELTI, M.(n.d). Etat des lieux des incubateurs en Algérie,Cas de l'incubateur de l'INTTIC d'Oran. Consulté le 08/05/2022

taille et leur secteur, les start-up doivent considérer la source de financement qui correspond le mieux à leur étape de cycle de vie et à leur cycle de financement.

Le cycle de financement désigne toutes opérations financières réalisées dans une entreprise, liées aux cycles d'exploitation et d'investissement. Elles peuvent être multiples, avec des échéances distinctes et se superposer dans un cycle. Il existe donc plusieurs cycles dans un même cycle.

Dans ce point, nous allons aborder le cycle de financement :

1.2.1 Bootstrapping

Le Bootstrapping est une situation dans laquelle un entrepreneur crée une entreprise avec peu de capitaux et généralement à partir de ses fonds propres. Son projet n'est encore qu'une idée, pas encore formée, et les seules personnes qu'il peut convaincre à ce stade sont sa famille et ses proches "Love Money".

A cette étape, les entrepreneurs ont également recours au crowdfunding, attirant des milliers de personnes via des plateformes Internet. Le bootstrapping est un pas de temps très court étant donné les apports individuels des entrepreneurs et les fonds apportés par « 3F » et via le « crowdfunding » sont des ressources limitées. la première question concerne la réalisation du projet, Former une équipe harmonieuse et rechercher un financement adéquat pour cela projet.

1.2.2 Seedfinancing (capitale d'amorçage)

L'entrepreneur attire les investisseurs, il a d'abord besoin de fonds pour couvrir ses frais de recherche et développement et d'immobilisations corporelles nécessaires à ses activités. Les fonds qui sont introduits avant qu'une entreprise ne commence à générer des fonds sont appelés fonds d'amorçage. Compte tenu des enjeux très importants à ce stade de développement, les entrepreneurs devront chercher des alternatives au financement bancaire. Pour pouvoir couvrir ses honoraires, il se tournera vers une nouvelle forme de société, le business Angel, où il pourra tenter de sécuriser une petite somme d'argent. C'est le début de la phase de « seedfinancing ».

Pour convaincre ces business angels, l'entrepreneur doit avoir une idée claire et un business plan détaillé de son projet. A ce stade de développement, le gouvernement devrait également apporter une aide aux projets innovants. Par conséquent, diverses régions accordent diverses aides et subventions pour favoriser la croissance économique. C'est à ce stade que l'entreprise franchit la "vallée de la mort".

D'un point de vue financier, avec un peu plus des fonds levés consommés chaque jour, le risque de découvert ou de développement de produit inefficace est élevé. A l'issue de cette phase, soit l'équipe apporte une solution convaincante avant la première levée de fonds, soit elle échoue et l'entreprise disparaît.

1.2.3 Start-up financing :

Une fois que l'équipe a développé ce qui a été initialement développé, elle passe à la phase de « financement initial » et la production commence. A ce stade, l'entrepreneur a besoin de capital de production et éventuellement d'actifs incorporels tels que des logiciels. La plupart des risques de R&D ont déjà été éliminés et les entrepreneurs sont désormais confrontés au dilemme de mettre en œuvre des technologies et des processus efficaces et rentables.

1.2.4 First-stage financing :

Le financement de la phase de croissance est appelée financement de première étape «first-stage financing». L'entreprise n'étant pas encore rentable, le financement est essentiel pour soutenir cette croissance. À ce stade, l'entreprise fait face à des risques commerciaux et marketing. En fait, de nombreuses entreprises fabriquent d'excellents produits mais ne les vendent pas.

1.2.5 Second-stage financing :

Le produit ou service est maintenant bien établi et gagne de plus en plus de parts de marché. L'entrepreneur a besoin de fonds pour soutenir la forte croissance de la demande et de la production. L'entreprise génère des revenus, mais ce n'est pas suffisant pour atteindre le seuil de rentabilité.

1.2.6 Mezzanine financing :

L'entreprise est désormais rentable et a atteint la phase dite de stabilisation. Une fois cette stabilisation réalisée, l'entreprise peut tenter une introduction en bourse ou une reprise de son activité. Le but de cette phase sera alors de lever les fonds nécessaires pour attendre le bon moment pour entrer dans la phase de sortie. La dette mezzanine permet à la start-up de lever des fonds importants en une seule étape.

1.3 Types de financement des start-up

1.3.1 Le financement Par les Fonds Propres et la love money

En premier lieu, la start-up peut être financée par l'apport des fonds propres des associés ou de l'entrepreneur individuel. Cet investissement personnel peut prendre la forme d'un apport en argent ou d'un apport en nature (biens matériels ou immatériels). Toutefois, cette source de financement dépend des capacités financières des associés.

Ensuite, les entrepreneurs appellent à la love money. C'est le terme consacré qui décrit les investisseurs initiaux d'un projet qui sont les créateurs eux-mêmes et les personnes qui leurs sont proches : famille, amis et relations professionnelles. Mieux vaut dans ce cas-là être entouré de personnes disposant de liquidités pour avancer.

1.3.2 Le financement par le prêt bancaire

Le financement bancaire est la méthode la plus couramment utilisée par les particuliers et les entreprises qui ont besoin de financement. L'investissement bancaire fait partie intégrale de notre quotidien. Cependant, en réponse à l'arrivée de la nouvelle économie et la menace de l'apparition de nouvelles sociétés en FinTech, c'est-à-dire « une start-up innovante qui utilise la technologie pour repenser les services financiers et bancaires »¹⁵, les banques ont dû revoir leur façon de répondre aux besoins du marché.

En ce qui concerne les start-up, il est plus difficile pour celles-ci de faire appel au prêt bancaire. En effet, les banques sont frileuses lorsqu'il s'agit d'accorder un prêt à une start-up dû aux nombreux risques auxquels elle est confrontée.

1.3.3 Le financement par le Crowdfunding (le financement participatif)

En règle générale, les entrepreneurs utilisent le financement par le Crowdfunding pendant la phase de démarrage, après avoir fait appel aux fonds propres et la love money et avant d'avoir recours aux Business Angels.

Le crowdfunding, qui se traduit par le financement participatif en langue française, Ce concept récemment mis en avant, signifie littéralement, financement par les contributeurs. Le financement par les contributeurs porte bien son nom, puisqu'il réunit l'ensemble des moyens numériques qui permettent aux internautes notamment « les

¹⁵ Grué T. (2015). Les Fin Tech : définition, évolutions, ambitions.
<http://blog.bolden.fr/les-fintechdefinitionevolutions-ambitions/> Consulté le 29/04/2022

contributeurs » d'apporter des fonds pour la réalisation de divers projets qui le nécessitent.

C'est ainsi que Arnaud Poissonnier définit le crowdfunding très simplement comme étant « l'ensemble des sites internet via lesquels les internautes dits contributeurs peuvent financer un projet de leur choix ». ¹⁶

Le crowdfunding est un mécanisme de financement qui collecte des fonds auprès d'un grand nombre de personnes pour financer des projets, des causes, créer et développer une entreprise, tout en utilisant des plateformes de crowdfunding qui se transforment ensuite en sites web dédiés à cet effet. Entre le public et les porteurs de projets, qui peut être rémunéré ou non.

Jusqu'à présent, il existe 3 types de financement participatif : le financement de dons, de prêts ou d'investissements, elles constituent une alternative plus accessible et plus flexible aux modes de financement traditionnels pour les start-up. Si ces trois modèles sont basés sur le même principe de fonctionnement, chacun d'eux a cependant ses spécificités.

A. Les types de Crowdfunding

- **Crowdfunding sous forme de don : Reward Crowdfunding**

Le financement par les dons est le modèle de crowdfunding le plus ancien dans l'histoire du financement participatif. Avec ce modèle, des personnes investissent parfois dans un projet, mais souvent pour une œuvre caritative, sociale ou solidaire. Le financement par les dons sans contreparties est principalement destiné aux projets associatifs et humanitaires, alors que la version avec contreparties peut servir à financer des projets créatifs ou innovants.

- **Crowdfunding sous forme de prêt (Crowdlending) :**

Le Crowdlending consiste pour les contributeurs à aider le porteur de projet en lui accordant un prêt, avec ou sans intérêts, remboursé sur une durée de deux à cinq ans, en règle générale.

La start-up emprunte de l'argent au public via la plateforme de Crowdfunding. Le fondateur de la start-up et la plateforme définissent l'instrument par lequel les contributeurs vont être remboursés, par exemple en argent ou en obligation. Dans le cas d'un prêt social, le fondateur ne devra pas payer d'intérêt sur son prêt.

¹⁶ POISSONNIER A, « Financement participatif », Eyrolles, 2016, P.15.

- **Crowdfunding sous forme d'investissement (Crowdequity) :**

Il s'agit du dernier modèle de financement participatif consistant en une prise de participation. En effet, il permet aux internautes d'accéder directement ou indirectement au capital de certaines entreprises afin de trouver de nouvelles sources de financement pour leurs investissements.

1.3.4 Le financement per les Business Angels

Les business angels, également appelés "investorangels", apparaissent après que l'entreprise a fait ses premiers pas au début de la phase de démarrage. Les business angels sont des personnes qui ont les moyens financiers d'investir dans de nouvelles entreprises. Ils investissent leur propre argent, c'est donc un investissement personnel.

Les business angels investissent dans la start-up en échange d'actions de l'entreprise, mais assument également le rôle de mentor et mettent leurs compétences, leur expérience et leurs réseaux à la disposition de l'entrepreneur. Ils sont eux-mêmes souvent d'anciens directeurs généraux, des entrepreneurs déjà expérimentés ou une famille qui investit ensemble dans le même projet. En apportant leurs connaissances, les investisseurs servent également leurs propres intérêts pour des profits futurs.

Le financement par business angels se fait selon un processus bien défini. Afin de maîtriser le risque, les business angels vont d'abord sélectionner les projets et mettre en place ensuite, un suivi actif de leur participation. La première étape consiste à évaluer et sélectionner les projets d'investissement (Van Osnabrugge, 2000). Pour ce faire, des entretiens entre les entrepreneurs et les investisseurs potentiels sont organisés afin de comparer les différents projets proposés (Paul et al. 2007). A l'issue de la sélection, un contrat de financement plus ou moins complexe est proposé au porteur de projet sélectionné. Vient ensuite la phase de gestion de la participation. Les business angels vont chercher ici à maîtriser les risques inhérents aux projets et à contribuer à la création de valeur des entreprises financées (Politis, 2008). À ce titre, Paul et al. (2007) montrent que les business angels jouent souvent un rôle actif dans le management des projets post-investissement.

A. Les types de Business Angel

- **Le Business Angel corporatif**

Le Business Angel corporatif est un ancien cadre supérieur d'une grande société qui veut investir dans un projet à la fois. Il investit généralement un certain montant venant de sa retraite ou de ses indemnités de départ.

- **Le Business Angel entrepreneur**

Le Business Angel entrepreneur est un entrepreneur ayant revendu son entreprise qui souhaite élargir ses activités et diversifier son portefeuille. Il investit généralement de plus gros montants et apporte son expérience. Grâce à son activité antérieure et ses compétences, il est le plus actif des Business Angels.

- **Le Business Angel enthousiaste**

Ces Business Angels investissent de façon moins professionnelle et moins active que les autres, ils voient leurs participations dans la start-up comme un loisir. Ils investissent de petites sommes dans plusieurs entreprises.

- **Le Business Angel de micro-management**

Ces Business Angels ne cherchent pas à avoir une participation active au sein de l'entreprise, mais prennent leur place dans le management au conseil d'administration de l'entreprise pour avoir un contrôle sur leurs investissements et leurs rendements sur investissements.

- **Le Business Angel professionnel**

Ils souhaitent investir dans des start-up dans lesquelles ils peuvent apporter leurs expériences et leurs expertises obtenues grâce à leurs professions. Ils sont doués dans un domaine, comme la santé ou le droit, et investissent avec leurs pairs.

1.3.5 Le financement par le capital risque

« Le capital-risque est un type spécifique de financement destiné principalement aux entreprises jeunes et innovantes qui ont besoin de capital pour financer le développement de leur produit et leur croissance et qui doivent, par la nature de leur activité, obtenir ce

capital en grande partie sous forme de fonds propres » (G. Baygan et M. Freudenberg, 2000)¹⁷.

Cet investissement permet non seulement d'augmenter les capitaux de l'entreprise, mais aussi de lui apporter un réseau et une expertise, afin de l'accompagner dans sa croissance. Il représente donc un moyen privilégié de financement des start-up.

Le capital-risque se différencie des autres modes de financement par deux grandes caractéristiques : le financement est accordé sans garanties, seule la qualité des projets et des porteurs des projets est prise en compte. Le capital-risqueur accepte de prendre des risques élevés si le rendement financier s'avère important. Le capital-risqueur ne se limite pas seulement à apporter des fonds mais intervient aussi dans la gestion de l'entreprise. Il devient par conséquent un partenaire actif de l'entreprise.

L'objectif du capital-risque est ainsi d'aider de jeunes entreprises innovantes et prometteuses à accélérer leur développement et s'implanter sur leur marché.

1.3.6 Le financement par les aides gouvernementales

Dans le cas des start-up, la mise en place de politiques gouvernementales est assez complexe et celles-ci peuvent prendre plusieurs formes. Ainsi, certains pays soutiennent les start-up en leur apportant un réseau de soutien, de l'expertise et de l'information et d'autres pays mettent plutôt en place un soutien financier en leur donnant accès à des bourses ou à des prêts avantageux.

2. La start-up face aux risques et incertitudes

2.1 Les différents risques d'une start-up

Le fait d'investir dans une start-up est une opération risquée. Lorsqu'une start-up démarre, elle sait qu'elle s'expose à de nombreux risques. Cependant, elle ne sait pas s'ils vont se produire ou non. Il y a cependant une probabilité qu'un événement se déroule ou non (Kaufman, 2012).

2.1.1 Les Risques relatifs aux ressources humaines

Delastart-up née dans un garage à la multinationale telle que Airbnb, Google ou Facebook, la gestion n'est, de fait, pas la même. Il faut passer d'un innovateur, celui qui a l'idée, au

¹⁷ G,Baygan& Freudenberg, M. the Internationalisation of Venture Capital Activity in OECD Countries, OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 2000/07.

développeur, celui qui la met en place, puis, à l'entrepreneur, pour la commercialiser, ce qui nécessite parfois une industrialisation de la société. Pour ce faire, les compétences, tant managériales qu'opérationnelles, ne sont pas les mêmes à chaque étape de la croissance de la start-up, obligeant les équipes à évoluer.

2.1.2 Les Risques opérationnel

Au départ, le développeur pense à l'innovation : la créer avant de la faire vivre. Parallèlement, il faut « penser commercial » afin que l'innovation puisse rencontrer le marché : viennent alors les phases d'industrialisation et de protection de l'innovation. Avec la vitesse de développement des projets, il apparaît difficile de financer longtemps à l'avance un projet.

2.1.3 Les risques de financement

Correspond donc aux évolutions lors de la vie du projet. Afin de le financer et de refinancer, il est donc nécessaire d'effectuer une due-diligence à chaque étape clé du projet, ce qui nécessite de débloquer des fonds. Face au développement d'un nouveau produit, les sponsors peuvent censurer, volontairement ou non, une idée qui pourrait entrer en concurrence avec leur business, en particulier si une concurrence réelle est possible. C'est pour cela que stratégiquement, il faut définir des objectifs et des critères de résultats, voire une marque propre à ce type de nouvelles activités.

2.1.4 Risques lié à la stratégique

Face au développement d'un nouveau produit, les sponsors peuvent censurer, volontairement ou non, une idée qui pourrait entrer en concurrence avec leur business, en particulier si une concurrence réelle est possible. C'est pour cela que stratégiquement, il faut définir des objectifs et des critères de résultats, voire une marque propre à ce type de nouvelles activités.

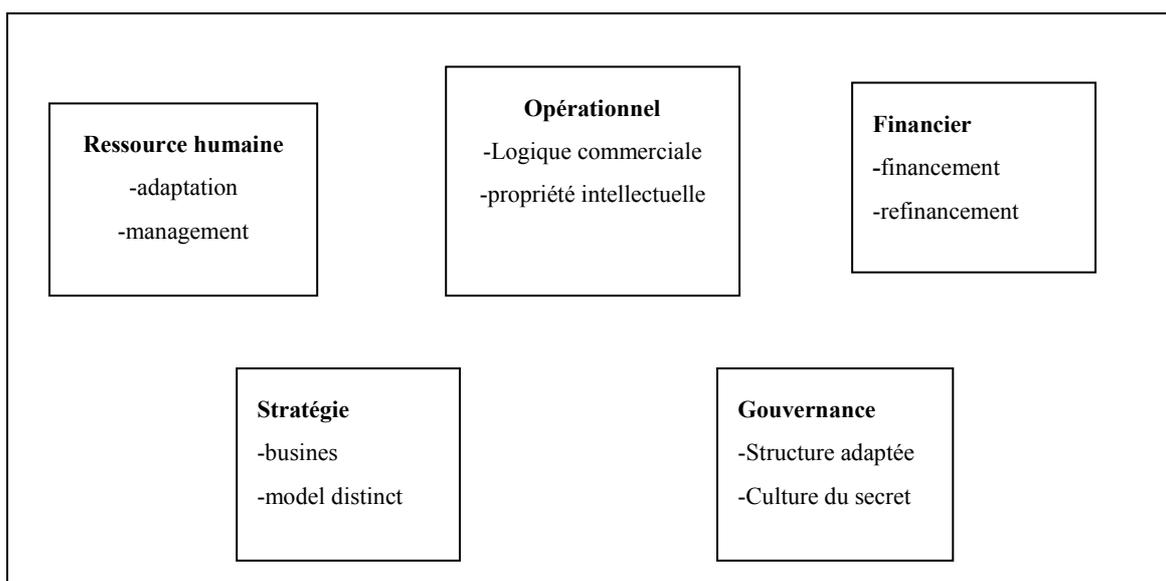
2.1.5 Risques lie à la gouvernance

Dans le développement d'un nouveau produit, le businessstory doit être établi en lien avec la stratégie de la start-up pour que la gouvernance puisse être optimale :

Le management doit être adapté : structure adéquate, reporting distinct et processus de décision simplifié.

L'innovation doit être conservée : dans un marché concurrentiel, la culture du secret doit être respectée afin de permettre au produit d'être développé.

Figure 3: les risques d'une start-up



Source :Jehna, L. (24 mai 2018). Start-up et gestion du risque <https://portail-ie.fr/>

2.2 La méthode de Lean start-up pour réduire les risques et les incertitudes

Lean Start-up a été inventé par l'entrepreneur Eric Ries, qui a vécu des échecs avec la SiliconValley Start-up There Inc. Après des années de recherche et de développement, le produit (un monde virtuel en ligne) a échoué de manière spectaculaire lors de son lancement sur le marché parce que les chercheurs avaient mal évalué les besoins et les souhaits des utilisateurs.

Suite à cet expérience, Ries développa le modèle Lean Start-up qu'il décrivit pour la première fois en 2008 sur son Blog. En 2011, il publia le livre « The Lean Start-up »

Le Lean Start-up est une méthode utilisée pour fonder une Start-up, dans un environnement d'incertitude extrême, ou pour développer un nouveau produit pour le compte d'une entreprise existante afin d'en assurer le succès¹⁸. Il permet aux entreprises de mettre en place des projets rapidement, en réduisant fortement le taux d'échec et à moindre coût¹⁹. Cette démarche consiste à rassembler des processus qui aident lors de la création d'entreprises et l'application de nouveaux concepts commerciaux. L'élément essentiel est l'entrée rapide sur le marché à l'aide d'un prototype ne reprenant que les fonctions et caractéristiques principales du concept commercial. Il s'agit du MVP (Minimum Viable Product, « produit minimum viable » en français. Grâce aux commentaires des clients, le

¹⁸ <https://start-upedia.net/>. Consulté le 19/05/2022

¹⁹ <https://www.leblogdudirigeant.com/> consulté le 19/05/2022

produit est continuellement amélioré et adapté aux besoins des utilisateurs afin d'obtenir un produit toujours plus adapté au marché à chaque nouvelle version. Eric Ries appelle ce cercle vertueux « Build, Measure, Learn » « Construire, Mesurer, Apprendre ».

L'évolution en continu du produit et souvent celle du concept commercial en général exige une structure d'entreprise simple et flexible. La méthode Lean Start-up ne se limite donc pas au développement de produits, mais concerne tous les domaines de l'entreprise.

Cette approche pragmatique offre certains avantages : l'un des plus importants est que la collecte et l'analyse des données réduit l'incertitude.

- Le produit n'est pas développé sur la base d'hypothèses, mais sur la base d'analyses de données.
- Il est donc plus probable qu'il réponde bien aux besoins des clients.
- Les idées les moins fiables peuvent être écartées dès le début du processus de développement.
- L'échec commercial devient moins fréquent.
- La modification constante du produit peut révéler des lacunes qui n'avaient pas encore été découvertes sur le marché.
- Les utilisateurs sont directement impliqués dans le développement des produits grâce à leurs retours d'expérience, ce qui augmente la fidélité des clients.
- Les ressources ne sont pas affectées au développement de fonctions qui s'avéreront inutiles²⁰.

2.2.1 L'approche Lean start-up

Créateurs de start-up, entrepreneurs ou encore fondateurs d'une grande entreprise : maintenant que vous connaissez la théorie, vous vous demandez certainement comment mettre concrètement en place la méthode Lean start-up ? Découvrez les étapes à suivre pour devenir une entreprise agile et faire de votre projet un succès²¹.

A. Le Lean Canvas

Le Concept de Lean Canvas, et un outil créé en 2010 à destination des petites entreprises et start-up qui souhaitent se développer selon les principes de l'approche d'Eric Ries, c'est-à-

²⁰<https://www.ionos.fr/> consulté le 19/05/2022

²¹<https://thetribe.io/>

dire par itération. À ne pas confondre le Lean Canvas et le Business Model Canvas. Le dernier étant un outil plus classique, à destination des entreprises de toutes tailles, alors que le premier s'adresse plutôt aux start-up. Le contenu du document lui aussi est différent. En effet, dans le Lean Canvas, quatre cases du Business Model Canvas ont été remplacées :

- “Partenaires” par “Problèmes”. C’est à Ash Maurya, l’un des plus fervents adeptes de la méthode Lean start-up :

- “Activités clés” par “Solutions” ;
- “Ressources clés” par “Indicateurs » :
- “Relations clients” par “Avantages concurrentiels”.

Le modèle du Lean Canvas est ainsi divisé en neuf blocs, permettant d’avoir un aperçu global du marché et de l’environnement dans lequel votre produit va évoluer : (voir annexe 1)

➤ **Les segments clients**

Il s’agit de définir votre cible et ses besoins avec précision, en plusieurs segments si nécessaire. Pensez bien à distinguer vos clients (ceux qui seront prêts à payer pour votre produit) et les prescripteurs (ceux qui recommandent votre produit). Plus vous aurez d’informations sur vos publics cibles, plus vous pourrez adapter votre projet en fonction de leurs profils.

➤ **Les problèmes**

Les trois principaux problèmes et frustrations à l’origine de votre projet et que rencontre la cible C’est ce que on peut identifier, afin de pouvoir déterminer comment le produit peut être amené à résoudre ces problèmes. Recherchez également les alternatives existantes, c’est-à-dire la manière dont ces problèmes sont déjà résolus aujourd’hui.

➤ **La proposition de valeur**

C’est ce que le produit permet d’apporter en tant que plus-value. Autrement dit, vous devez montrer en quoi celui-ci répond de manière efficace aux besoins des utilisateurs. C’est ce qu’on appelle aussi la promesse client. Elle doit être simple, claire et percutante.

➤ **Les solutions**

Cette case permet d’apporter trois solutions aux trois problèmes identifiés dans la deuxième case. Votre approche doit être pratique et concrète.

➤ **Les canaux**

Il s'agit précisément de définir tous les canaux de communication et de distribution online et offline adaptés à vos clients.

➤ **Les revenus**

Quelles sont les différentes sources de revenus générées par votre activité ? S'agit-il de rentrées d'argent ponctuelles ou bien régulières ? Le prix sera-t-il différent en fonction des segments de clientèle ? Autant de questions que vous devrez vous poser afin de remplir cette case.

➤ **Les coûts**

Ce sont tous les frais nécessaires pour le fonctionnement de votre projet : coûts variables et coûts fixes.

➤ **Les indicateurs clés**

Pour pouvoir mesurer le succès de votre projet, il est absolument essentiel d'avoir défini au préalable des KPIs, ces indicateurs de performance qui montrent que vous avancez dans la bonne direction. Trouvez entre 2 et 5 indicateurs qui pourront vous guider dans votre démarche (nombre de téléchargements, avis clients, chiffre d'affaires...).

➤ **L'avantage concurrentiel**

La concurrence sur le marché est rude et les start-up doivent aujourd'hui savoir se démarquer. Ce "petit plus" qui fait la différence face à la compétition, c'est précisément ce que vous devez inscrire dans cette case

B. Créer un MVP

Pour adopter les principes de la méthode Lean Start-up, nous avons vu qu'il était indispensable de placer l'expérimentation au cœur de son processus, afin de pouvoir confronter son produit à la réalité du marché et en tirer des leçons. Pour cela, il faut débiter le cycle d'apprentissage dès que possible via la mise en place d'un MVP (Minimum Viable Product). Il s'agit de lancer votre produit sur le marché sous sa forme minimale, en le dotant seulement des fonctionnalités de base, et ce afin d'apprendre des feedbacks des consommateurs et de le développer en fonction de leurs besoins. Cela permettra de tester la pertinence de votre projet directement auprès des concernées, à savoir vos publics cibles.

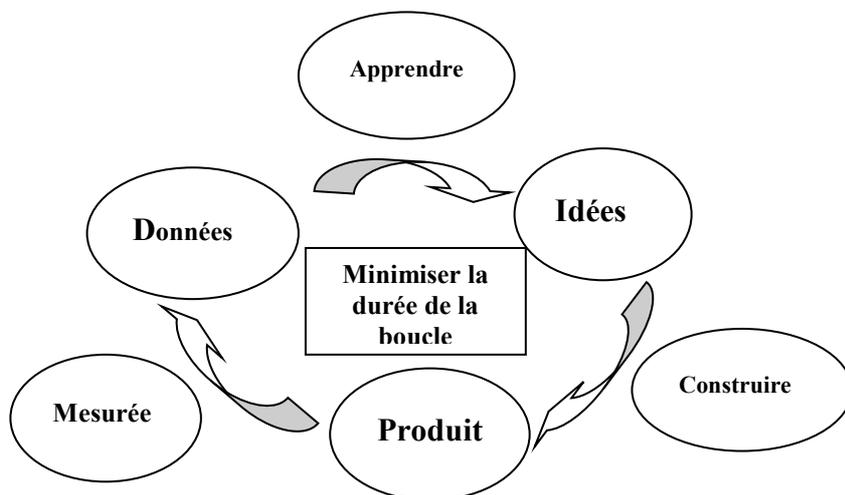
Ne vous focalisez pas uniquement sur le produit en lui-même, mais également sur votre vision, c'est-à-dire la raison d'être de votre projet, ainsi que sur la solution que vous apportez à un problème rencontré par vos utilisateurs. Pour ce faire, vous pouvez proposer une version bêta de votre produit ou bien simplement créer une présentation de votre service.

C'est cette dernière option qu'a choisi Dropbox avant de lancer son produit. Lors d'une vidéo explicative de quelques minutes, elle y présente les principales fonctionnalités du produit, afin de recueillir les réactions des publics cibles. Bingo, puisque le nombre d'inscriptions est passé de 5 000 à 75 000 en seulement un jour, sans qu'il n'existe de produit réel. C'est un bel exemple de MVP, ayant permis aux créateurs de tester la viabilité de leur produit sur le marché, afin de se lancer en toute connaissance de cause.

➤ **S'appuyer sur le cycle Build-Measure-Learn**

Pour que votre MVP puisse progresser et se transformer petit à petit en votre produit final, il est préconisé de se référer au cycle Build-Measure-Learn de la méthode Lean Start-up. Celui-ci permet d'avancer par boucles itératives, selon trois étapes indispensables²² :

Figure 4: le cycle construire-mesurée-apprendre



Source : la méthode phare pour les entrepreneurs

²² Lean start-up start-up, la méthode phare pour les entrepreneurs. <https://thetribe.io/glossaire-lean-start-up-methode-entrepreneurs/>

- **Construire**

C'est la première phase que nous avons détaillé ci-dessus ; celle de la mise sur le marché de votre MVP. C'est ce qui vous permet de tester votre hypothèse dès le départ, afin de valider votre projet auprès des utilisateurs.

- **Mesurer**

Après la phase de construction vient celle de l'observation et de la mesure. Ici, il s'agit de recueillir l'ensemble des données et des avis utilisateurs concernant votre produit ou service. Pour cela, tous les moyens sont bons :

- ✓ Soyez à l'écoute sur les réseaux sociaux (abonnements, réactions, commentaires, sondages, partages...),
- ✓ Surveillez les métriques du produit lui-même, en particulier s'il s'agit d'une application,
- ✓ Lancez une campagne de crowdfunding détaillant votre projet, afin de voir s'il intéresse votre cible,
- ✓ Utiliser les canaux de distribution adaptés à votre cible et alliez online et offline,
- ✓ Créer une landing page pour expliquer votre vision, votre projet et sa raison d'être. Vous pourrez recueillir des avis via mail, par des formulaires de contact ou bien un tchat.

Bref, utilisez tous les moyens et canaux à votre disposition pour toucher votre cible et écouter son avis.

- **Apprendre**

Maintenant que vous avez recueilli tous les avis dont vous aviez besoin, il est temps d'analyser ces feedbacks. Grâce à ces premiers retours, vous pourrez cibler les points positifs, mais aussi les différents axes d'amélioration. À vous ensuite de compléter, ajuster, garder ou bien faire évoluer votre produit.

Renouvelez l'opération par itération, jusqu'à trouver la bonne adéquation entre le marché et votre produit : on parle alors de Product Market Fit. À ce moment-là, il sera alors l'heure de déployer votre produit final sur le marché et de le développer à plus grande échelle²³.

²³Eric ries, Lean start-up dans son ouvrage Adoptez l'innovation continue par Eric Ries

2.3 Comparaison : approche traditionnelle et Lean start-up

Les avantages concrets du modèle Lean start-up par rapport à une start-up classique et les différences entre les deux approches et quel concept est au final le plus durable

Tableau 1: Approche traditionnelle et Lean start-up

	Start-up traditionnelle	Lean start-up
Stratégie	Le business plan détermine des procédures sur le long terme	Adaptabilité, réorientations facilement réalisables
Nouveaux produits	Préparé dans les détails au cours du processus de gestion de produit	Le MVP est amené tôt sur le marché, puis modifié ensuite
Échecs	Inattendus et problématiques	Attendus et vus comme faisant partie intégrante de la solution
Vitesse	Déterminée par la stratégie de l'entreprise	Dynamique
Données	Utilisation d'un maximum de données	Utilisation des données nécessaires
Organisation	Chaque département remplit une fonction définie	Les départements travaillent en étroite collaboration
Rapport financier	En fonction de la comptabilité	En fonction des variables mesurées

Source : ionos²⁴

²⁴ <https://www.ionos.fr/> consulté le 10 /06/2022

Conclusion

Dans ce chapitre on a abordé le cycle de financement des start-up. Ce dernier est divisé en six phases qui sont le booststrapping, seedfinancing, start-up financing, seconde-stage financing et mezzanin financing. La start-up peut accéder des modes de financement traditionnel : comme le prêt bancaire, la love money, les fonds propres et les premiers financements proviennent de l'entrepreneur lui-même, de l'épargne qu'il a accumulée, parfois complétée par des emprunts bancaires. Un autre mode de financement qui s'est développé avec le développement de nouvelle technologie, telle que le financement participatif et le business angels. Les investissements bénéficient des avancées technologiques du XXIe siècle tel que la révolution numérique, qui offre d'énormes opportunités grâce à l'interconnexion des acteurs et des espaces. Nous assistons à l'émergence de nouvelles solutions d'investissements qui démocratisent des modèles plus traditionnels, ouvrant de nombreuses opportunités lucratives pour les investisseurs et les projets de levée de fonds.

Pour surmonter les différents risques qu'on a déjà cité auxquels une start-up est confrontée, des modèle on été développer parmi lesquels on trouve le modèle Lean start-up pour réduire les risques et les incertitudes de développement.

Chapitre III

Le financement des start-up en Algérie

Introduction

Suite à la transition de l'Algérie vers l'économie de marché et considérant l'importance économique et sociale des PME et des entreprises innovantes, plusieurs mesures ont été prises par les pouvoirs publics algériens dans le but de définir des cadres institutionnels, organisationnels et réglementaires afin d'encourager l'entrepreneuriat et la création d'entreprises. Ces dernières années, l'Algérie a pris conscience de l'importance d'avoir des start-up innovantes pour générer de la croissance et encourager les exportations. Il s'avère ainsi qu'il est nécessaire de repenser l'écosystème actuel afin de promouvoir la création d'entreprise qui sera le moteur de la croissance et de l'innovation, ce qui permettra aussi d'accéder à d'autres ressources en dehors des hydrocarbures. Cette voie encouragera davantage la production nationale et réduira la facture des importations. L'écosystème des start-up s'est fortement développé grâce à la mise en place par l'État, depuis une dizaine d'années, d'une stratégie et de tout un arsenal réglementaire et institutionnel. Dans cette stratégie trois axes sont considérés comme prioritaires :

- La mise en place d'un cadre réglementaire destiné à favoriser l'innovation, notamment chez les jeunes ;
- L'installation de mécanismes de financement pour mieux accueillir les start-up ;
- La création de structures d'accompagnement pour soutenir l'entrepreneuriat dans le secteur de la haute technologie.

Dans le présent chapitre nous allons d'abord essayer de connaître l'écosystème des start-up algérien et les dispositifs mis par l'État pour accompagner ces dernières. Ensuite, nous allons présenter et analyser les résultats de notre enquête qui s'est déroulée sous forme de questionnaire adressé à 14 start-up. L'objectif est de tenter de comprendre les problématiques auxquels sont confrontées ce type d'entreprises.

1. L'écosystème des start-up en Algérie :**1.1 Définition de l'écosystème entrepreneurial**

Un écosystème entrepreneurial est défini comme un ensemble d'acteurs, d'institutions et de processus interconnectés qui interagissent pour améliorer l'entrepreneuriat dans les contextes locaux. Ce concept représente différents groupes d'acteurs (publics ou privés, institutions et entreprises, universités) et des facteurs qui définissent l'environnement dans lequel les acteurs évoluent en interaction constante. De nombreuses définitions différentes ont été proposées. Pour (Cohen, 2006) 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 D., 2010, p. 43), 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 ».

1.2 Structure de l'écosystème d'accompagnement en Algérie :

Depuis plus de vingt ans, l'Algérie développe une politique de soutien pour pouvoir aider les jeunes porteurs de projet à créer des start-up et des PME. 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 entreprises innovantes.

Les mesures et les dispositifs d'accompagnement et d'aide à la création d'entreprises en Algérie ont réellement vu le jour depuis les années 1990. L'objectif de la mise en place de ces structures vise d'une part à permettre l'émergence de la PME, et à favoriser l'esprit d'entrepreneuriat par un accompagnement approprié des porteurs de projets dans le processus de création mais aussi de les aider à assurer la pérennisation de leurs entreprises. D'autre part, le contexte économique qui est de plus en plus concurrentiel nécessite un encadrement particulier afin de former des profils d'entrepreneurs compétitifs, et de dynamiser l'esprit entrepreneurial chez les porteurs de projets par une meilleure connaissance du climat des affaires et l'environnement socioéconomique dans lequel ils évoluent.

À partir de 2020, plusieurs mesures ont été prises pour renforcer le développement des écosystèmes entrepreneuriaux. Portées par le nouveau ministère de la Micro-entreprise, des start-up et de l'économie de la connaissance, ces mesures touchent aussi bien le cadre juridique qu'institutionnel. Ainsi, la direction des start-up et des structures d'appui (dont la sous-direction des structures d'appui et d'accompagnement) exerce sous la tutelle du ministère, et a pour missions de mettre en œuvre les actions de la stratégie de promotion et de développement des structures d'appui, notamment les incubateurs, les accélérateurs et les pépinières et d'en assurer le suivi.

Sur le plan juridique, le gouvernement a élaboré un projet de loi relatif à la création et la définition du label institutionnel de la start-up et des incubateurs. Ce projet se penche également, sur le volet financier et prévoit la mise en place d'un système de financement spécifique. La labélisation des incubateurs, telle que décrite dans le décret n 20-254 du 15 septembre 2020, portant sur la création d'un comité national de labélisation des "start-up", des "projets innovants" et des "incubateurs", apporte une nouvelle vision conférant à ces structures, aussi bien publiques que privées une place plus prononcée dans l'accompagnement et le développement de l'écosystème entrepreneurial en Algérie.

1.2.1 Les structures publiques d'accompagnement

Dans ce cadre un ensemble de structures d'accompagnement a été créé, l'objectif est toujours d'assurer une prise en charge des porteurs de projets afin de leur permettre de concrétiser leurs démarches pour la création d'entreprise.

A. Centres de facilitation

Créés par décret N° 03/78 du 25 Février 2003, les centres de facilitation constituent des espaces d'animation économique. Aux termes de ce décret, les centres de facilitations sont définis comme : « des établissements publics à caractère administratif, dotés de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Ils offrent une assise aux porteurs de projets à travers l'écoute et l'adaptation de leurs services aux besoins des créateurs d'entreprises et des entrepreneurs ». Ces centres aident les investisseurs à surmonter les obstacles rencontrés durant la phase de constitution des formalités administratives. Ils accompagnent les créateurs de projets et les entrepreneurs dans le domaine de la formation et de la gestion et offrent des services en matière de conseil dans les fonctions de gestion des ressources humaines. L'Algérie s'est inspirée du modèle espagnol à travers un accord de jumelage avec le centre de facilitation de Valence dans le but de transférer les méthodes

de travail, la formation des cadres et l'échange d'expériences. De même, L'agence espagnole de coopération internationale et de développement et le centre d'initiatives et de recherches européennes en méditerranée (CIREM) ont assuré l'assistance technique pour la création du centre de facilitation.

B. Les pépinières d'entreprise

Dès lors qu'on s'intéresse à ces structures, on constate que les documents officiels emploient le terme générique pépinière pour désigner à la fois incubateur, hôtel ou atelier relais²⁵

En effet, le ministère de l'industrie utilise les deux termes « pépinière » ou « incubateur » pour désigner toute structure d'appui, d'accueil, d'accompagnement et de soutien aux promoteurs de projets. D'un autre côté, la loi n°01-18 du 12 décembre 2001, portant création des établissements chargés d'aider les PME dénommée pépinière d'entreprises, emploie outre les termes précédents, les concepts d'ateliers relais et d'hôtel d'entreprise. Ces structures sont définies par leurs missions d'accueillir, héberger et accompagner, pour des périodes limitées dans le temps, des entreprises naissantes ainsi que des porteurs des projets. La différenciation de ces structures s'établi selon que celles-ci appartiennent à tel ou tel secteur ; d'après la loi, on distingue trois formes de pépinières :

- Incubateur : prend en charge les porteurs de projets dans le secteur des services.
- Atelier relais : prend en charge les porteurs de projets dans le secteur de la petite industrie et les métiers d'artisanat.
- Hôtel d'entreprise : prend en charge les porteurs de projets issus du domaine de la recherche

C. Innovation, incubateurs universitaires et incubateurs technologiques

➤ **Les incubateurs des parcs technologiques** : dans le cadre Algérien, 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 techno-parcs (parcs technologiques) chargés de faciliter la création de start-up. Plusieurs incubateurs à travers le pays ont donc vu le jour ; le Cyberparc Sidi Abdallah d'Alger en janvier 2010, le

²⁵ Albert et al. (2003) utilisent aussi le terme d'incubateur dans un sens générique qui réfère à la fois aux incubateurs au sens strict et aux pépinières.

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.

➤ **Incubateur académique** : Les incubateurs universitaires constituent des structures d'accueil et d'accompagnement de projets innovants ayant un lien direct avec la recherche. La présence de ces incubateurs a donné de bons résultats dans les pays développés, dans le domaine de la structuration des projets entrepreneuriaux.

En Algérie, depuis quelque temps, on assiste à l'implémentation des incubateurs au sein des universités et des grandes écoles. Les incubateurs universitaires favorisent le développement de l'environnement et facilitent les conditions favorables (techniques, financières, humaines) à la création d'entreprises à partir de projets issus de recherche publique et des Projets de Fin d'Études (PFE). L'Université doit valoriser ses résultats de la recherche qui sont l'une de ses missions pour : - réduire le décalage entre la génération des résultats de la recherche et leurs applications, - rapprocher les opérateurs académiques et les opérateurs socioéconomiques. Parmi les incubateurs dédiés à la valorisation des résultats de la recherche scientifique et technique : 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 » crée en partenariat avec l'ANVREDET.

D. Le Fond Algérien de Financement des Start-up l'ASF (Algerian Start-up Fund) :

Le Fond Algérien de Financement est une société publique de Capital risque, qui prend en charge le financement des entreprises disposant du label Start-up, en fonds propre et en quasi-fonds propre. Le fond propose un financement assuré par une entrée au capital des start-up prometteuses, à la différence des anciens dispositifs chargés de soutenir les entreprises innovantes, le Fond n'utilisera pas un financement par le crédit, qui a prouvé

ses limites. L'aide financière se fera désormais directement via l'entrée au capital des sociétés prometteuses²⁶.

Le Fonds national pour le financement des start-up, est le fruit de la collaboration entre le ministère délégué de l'Économie de la connaissance et des Start-up, Sonatrach, la Banque de développement local (BDL), le Crédit populaire d'Algérie (CPA), la Banque extérieure d'Algérie (BEA), la Banque nationale d'Algérie (BNA) et la Caisse nationale d'épargne et de prévoyance-Banque (Cnep-Banque). Concernant le plafond de l'investissement de l'ASF, trois paliers ont été fixés, à savoir un financement à hauteur de 2 millions, 5 millions et jusqu'à 20 millions de dinars. Cela dépendra, de la nature du projet, du secteur d'activité et du besoin lui-même de financement et ce sera à l'ASF d'apprécier l'engagement et d'évaluer le risque. Il est à noter que lorsque le fonds aura injecté le financement il deviendra partenaire de l'entreprise (actionnaire) avec laquelle il partagera les bénéfices mais aussi les pertes²⁷.

E. Les accélérateurs

➤ **L'accélérateur "Alegria venture"** c'est le premier accélérateur public en Algérie. Créé par Décret exécutif n° 20-356 du 14 RabieEthani 1442correspondant au 30 novembre 2020 portant création de l'établissement de promotion et gestion des structures d'appui aux start-up l'accélérateur est chargé de huit missions inscrites dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie nationale en matière de promotion et de gestion des structures d'appui des start-up. et fixant ses missions, son organisation et son fonctionnement.

1.2.2 Les structures d'accompagnements privées

Les structures privées fournissent une variété de services et ciblent un large public appartenant à différents secteurs d'activités. Ces incubateurs sont généralement à but lucratif et recherchent un retour sur investissement en soutenant des projets générateurs de valeur ajoutée à court ou à moyen terme.

²⁶ <https://www.emergingvalley.co/algerie-fonds-de-soutien-start-up/> 10 JUIN 2020, consulté 25/05/ 2022

²⁷ <https://www.aps.dz/economie/116314-le-financement-des-start-up-labelisees-par-l-asf-enclenche> jeudi, consulté 25/05/ 2022

➤ **Les incubateurs :**

Nous citons dans ce qui suit quelques incubateurs

Alinov : Lancé en février 2009 par le cabinet Alliance Consulting, est le premier incubateur privé algérien. Les services de l'incubateur Alinov sont proposés gratuitement aux start-up innovantes de moins de cinq ans, ainsi qu'aux jeunes créateurs d'entreprises grâce aux soutiens financiers de l'ambassade royale de Norvège à Alger et de la Fondation allemande Friedrich-Naumann pour la liberté. Le principal objectif d'Alinov est de contribuer chaque année à l'émergence de vingt start-up algériennes innovantes ayant un fort potentiel de développement international.

IncubeME: Est un incubateur Panafrican fondé en 2018 par des entrepreneurs algériens, qui a pour mission de soutenir des porteurs de projets en leur procurant l'environnement idéal afin de concrétiser leurs idées, et créer leurs entreprises²⁸. Le principe consiste à sélectionner des projets jeunes et innovants afin de leur apporter de l'accompagnement, du conseil, et un suivi sur les plans (technique, matériel/logistique, administratif,...)

WomWork by The Annex Dz : C'est le premier incubateur dédié à l'entrepreneuriat féminin en Algérie, créé en 2019 par l'espace de coworking The AnnexDz. Il propose depuis sa création une panoplie de services dédiés aux jeunes entreprises en création.

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 :**

Accélérateur algérien de start-up (Sylabs) : Le Sylabs est un accélérateur de start-up et un hub de technologies au cœur d'Alger. Fondé fin 2015, Sylabs est devenu le repère de la scène créative algéroise, et contribue au soutien et à l'accompagnement de l'entrepreneuriat et à la création d'entreprises ainsi qu'à la construction et au renforcement des communautés entrepreneuriales algériennes.

²⁸<https://incubme.com/fr/a-propos/> consulté 10/06/2022

Haba Institut : L'Accélérateur Haba accompagne les entreprises innovantes dans leur croissance en Algérie et à l'étranger. Il a pour objectif d'accompagner tout projet à forte valeur ajoutée pour l'économie du pays et à fort potentiel de croissance à l'international.

F. Systèmes de financement participatif « Crowdfunding »

Ce nouveau mode de financement révolutionne le secteur des start-up en Algérie, ayant fait ses preuves par le monde en permettant aux porteurs de projets en manque de financement de franchir le pas de l'entrepreneuriat en menant à bien leurs projets de création d'entreprises. Le Crowdfunding est organisé au moyen d'une plate-forme sur internet, celle-ci met en relation les contributeurs et les porteurs de projet. Les premières initiatives de crowdfunding en Algérie remontent à l'année 2013, qui a vu la création de deux plateformes, notamment la plateforme TWIZA et la plateforme CHRIKY et la troisième initiative c'est bien la plateforme NINVESTI en 2019, l'objectif de ces plateformes est de pouvoir réaliser des projets algériens qui ne trouvent pas de ressources financières par les canaux traditionnels²⁹. Bien que le financement participatif soit de plus en plus répondu dans différents pays, ce n'est pas le cas pour l'Algérie, d'une part à cause de non généralisation du paiement électronique et d'autre part, l'absence d'un cadre juridique régularisant cette nouvelle tendance de financement constitue un frein à sa démocratisation

1.2.3 Les services d'accompagnement proposés par les dispositifs d'aide à la création de l'emploi :

L'aide aux créateurs d'entreprise fait partie d'un ensemble de dispositifs et de structures gérés par l'État au niveau national. Ces structures jouent un rôle important dans l'accompagnement de la création d'entreprise. Ils mettent généralement à disposition des porteurs de projet un espace d'accueil physique, un espace d'accompagnement, les aident à établir une chronologie de développement du projet, et les mettent en relation avec différents partenaires (banques, instituts de formation, fiscalité, sécurité sociale, comptables, etc.). De même, ils apportent un soutien technique, logistique et financier.

Parmi ces organismes on peut citer :

A. L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) : Créée en 2004, l'ANGEM a pour missions de soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires dans la mise en œuvre de leurs activités, d'octroyer des prêts et d'assurer le suivi des activités

²⁹<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/89/7/2/173953> consulté 25/05/2022

réalisées par les bénéficiaires. Ils peuvent bénéficier des avantages du dispositif ANGEM, les jeunes chômeurs âgés de plus de 18 ans, sans revenus et/ou disposant de petits revenus instables et irréguliers. Le montant maximum de l'investissement est de 1.000.000 DA

B. L'Agence Nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat ANADE (ex ANSEJ) : nouvellement dénommée par le décret exécutif n 20-329 du 22 novembre 2020 modifiant et complétant le décret exécutif n 96-296 du 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes, et changeant sa dénomination. Outre les anciennes missions de l'ANSEJ, l'ANADE introduit de nouvelles mesures plus souples notamment le développement des écosystèmes en fonction des opportunités d'investissement offertes par les différents secteurs, et la modernisation et à la normalisation du processus de création, d'accompagnement et de suivi des micro-entreprises (art 6, Décret exécutif n° 20-329 du 6 RabieEthani 1442correspondant au 22 novembre 2020).

C. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) : La CNAC est un dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservé aux chômeurs promoteurs de 30 -50 ans. Les aides accordées aux chômeurs promoteurs sont de deux types : les aides financières (crédit sans intérêt, bonification des taux d'intérêt) et les aides fiscales et parafiscales (phase de réalisation, phase d'exploitation). Les investissements à réaliser dans ce cadre de ce dispositif reposent exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la CNAC. Le seuil maximum du coût de l'investissement est fixé à 10 Millions de DA.

2. La méthodologie de l'enquête et l'analyse des résultats

2.1 La méthodologie de l'enquête

Afin de répondre à la question principale de notre travail qui est, les principaux modes de financement auxquels les start-up ont recours en Algérie, on a mis en place un questionnaire. L'objectif de ce dernier est d'essayer de connaître les besoins en matière de financement et les modes de financement demandé par les start-up, ainsi que de constater les risques auxquels elles sont confrontées.

Ce questionnaire destiné aux start-up algériennes et composé de trois principaux axes :

1. La présentation de l'échantillon
2. Les besoins de financement et les modes de financement utilisé par les start-up

3. Les risques auxquels elles sont confrontées

Ces axes cumulent 17 questions qui concernent d'abord la présentation des start-up interrogées, ensuite, elles s'intéressent aux besoins et aux modes de financements. Enfin, elles abordent les risques auxquels ces entreprises sont exposées.

Ce questionnaire a été administré à travers la plateforme Google forms pour des raisons pratiques liées au gain de temps et à la facilité d'exploitation des données. 14 start-up ont été ciblées tout secteur d'activité confondu, elles ont toutes répondu au questionnaire.

2.2 Analyse des résultats

2.2.1 Présentation de l'échantillon

Notre échantillon est composé de 14 start-up, toutes créées à partir de 2015 voir Tableau N°02. 53,9% ont été créées par un seul fondateur, 46,2% par deux fondateurs. Le nombre de personnes que ces entreprises emploient se situent entre 1 et 9 employés. Le faible nombre d'employés est principalement dû au fait que ces entreprises sont récentes et sont toujours à la quête de leur développement.

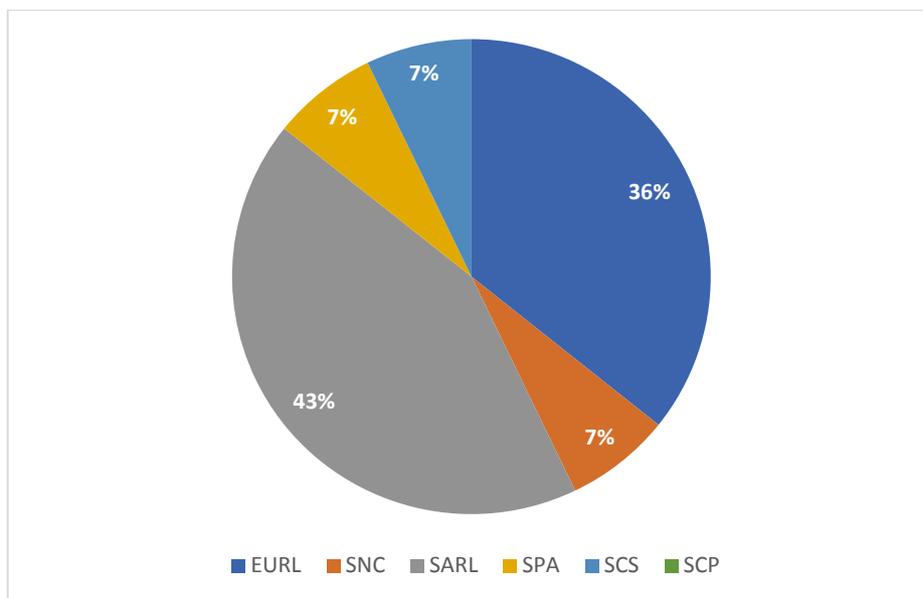
Tableau 2: la présentation de l'échantillon de questionnaire

Le nom de la start-up	La date de création	Le nombre de fondateurs	Nombre d'employés
Aquanis	2019	Une seule personne	01à9
Marina	2021	Deux personnes	01à9
Clinique médicale en psychologie	2015	Une seule personne	01à9
Lsa.b	2019	Deux personnes	01à9
Codpix	2021	Une seule personne	01à9
Redvap	2018	Une seule personne	01à9
Fiducia Digital	2022	Deux personnes	01à9
Ichrili	2021	Une seule personne	01à9
Livruxcats	2022	Deux personnes	01à9
Beetenders	2017	Deux personnes	01à9
Alien Express	2019	Une seule personne	01à9
Bejaia - guide de poche. com	2022	Une seule personne	01à9
Evolutech	2019	Deux personnes	01à9
Wadifny	2021	Deux personnes	01à9

Source : établi à partir de notre enquête

En ce qui concerne la forme juridique des start-up interrogées, l'enquête a révélé que (43%) ont préféré une SARL, (36%) ont favorisé une EURL, (30,8%) ont opté pour SCP, (7%) ont choisis SCS, (7%) ont préféré une SNC, tandis que (7%) ont adopté une forme SPA. (Voir figure N° 05)

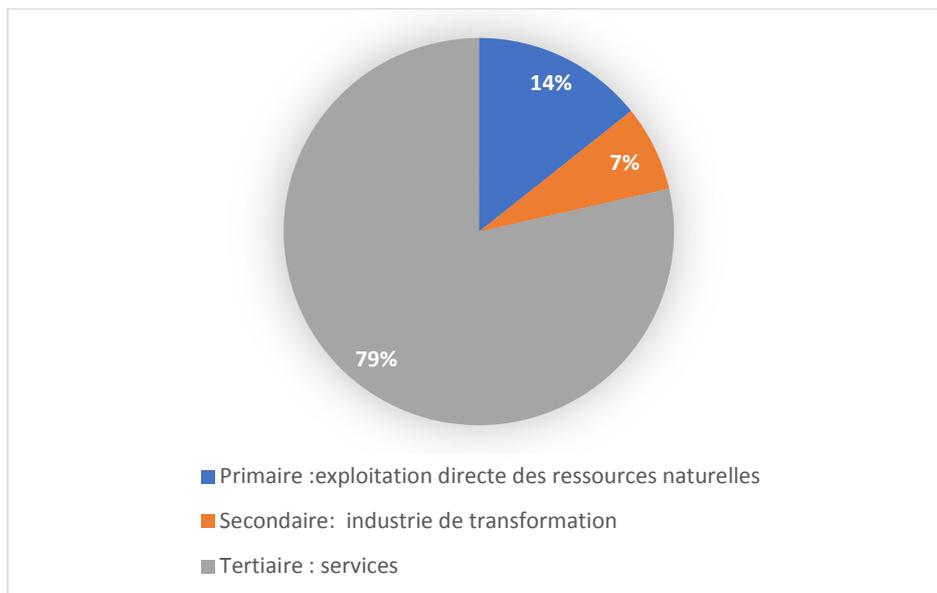
Figure 5: la forme juridique



Source : établi à partir de notre enquête

Les secteurs d'activité dans lesquels évoluent ces start-up sont comme suit : (79%) de start-up sont du secteur tertiaire (services), (14%) c'est des start-up du secteur primaire (exploitation directe de ressources naturelles), alors que (7%) sont du secteur secondaire (industrie de transformation). (Voir figure N° 06).

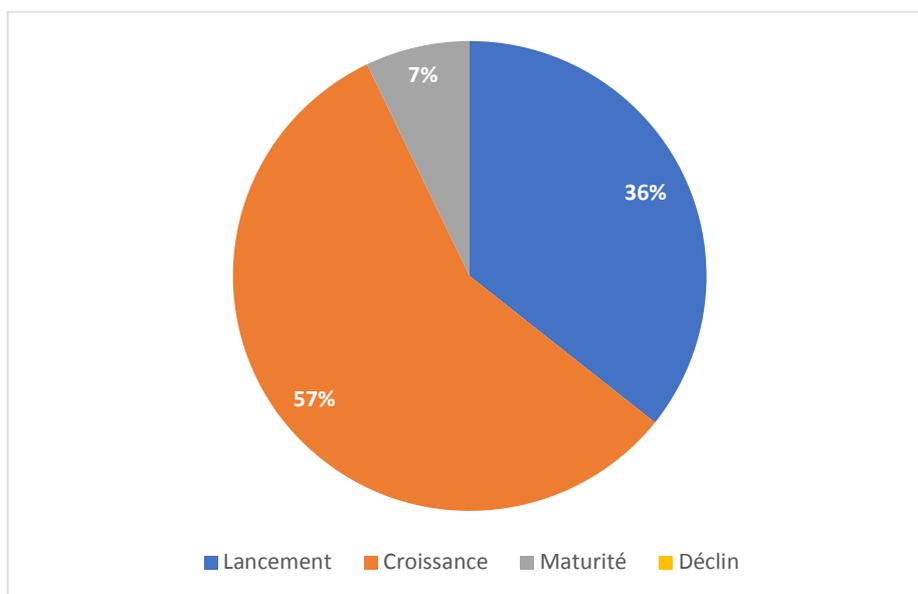
Figure 6: Les secteurs d'activité



Source : établi à partir de notre enquête

En ce qui concerne les étapes de cycle de vie où sont situés ces start-up, (57%) se situent à l'étape de croissance et (36%) sont à l'étape de lancement, alors que (7%) se situent à l'étape de maturité. La majorité des start-up sont à l'étape de croissance, elles sont connues sur le marché, leur objectif est d'élargir leurs activités, produits, ainsi que leurs services. A ce stade, les start-up n'ont pas la capacité financière nécessaire pour la continuité de leur créativité et innovation. (Voir figure N° 07)

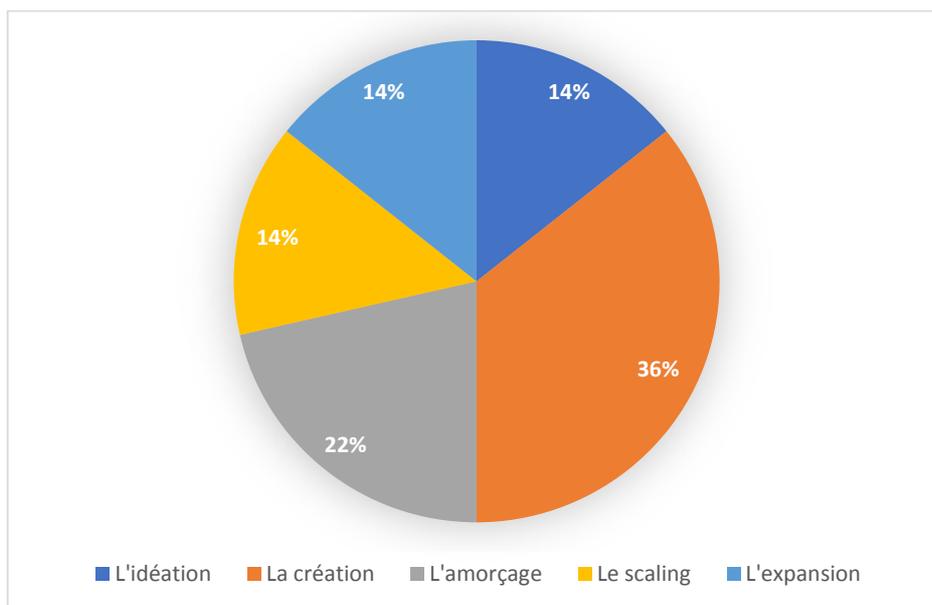
Figure 7: Le cycle de vie



Source : établi à partir de notre enquête

Lors de son développement, la start-up traverse cinq phases. Ses phases déterminent son degré de maturité. Le degré de maturité de ces start-up est comme suit : (36%) sont au degré de création, (14%) sont à l'idéation, (22%) sont à l'amorçage, (14%) sont à le scaling, et (14%) qui reste sont à l'expansion. Vu que ce sont des entreprises nouvellement créée, la plupart d'entre elles sont en création, c'est-à-dire elles ont commencé à concrétiser l'idée et d'essayer de lancer leur produits sur le marché. (Voir figure N° 08)

Figure 8: Le degré de maturité

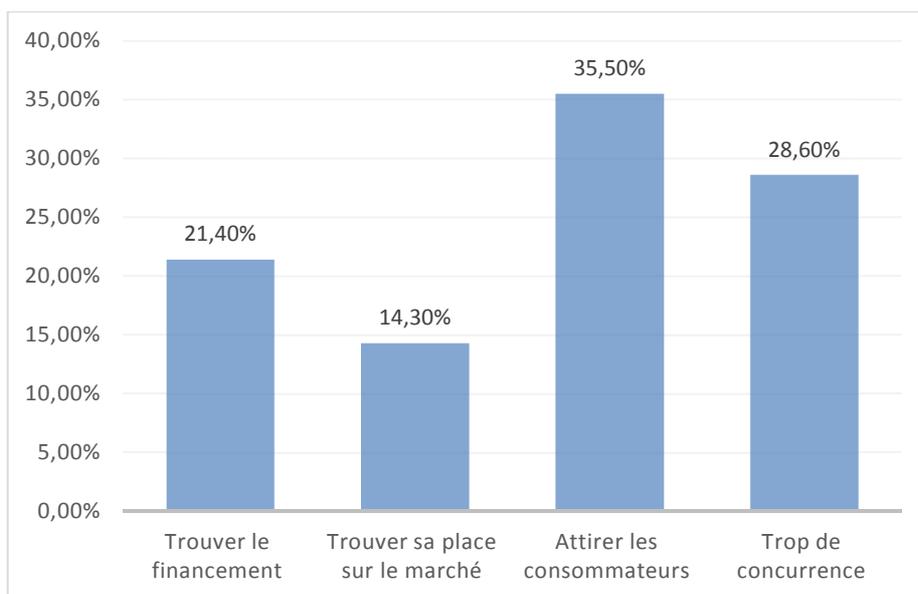


Source : établi à partir de notre enquête

2.2.2 Les besoins de financement et les modes de financement utilisé par les start-up

Pour (35,5%) des start-up leur plus grande difficulté était comment attirer le consommateur et d'avoir trop de concurrence (28,6%), alors que (21,4%) pensent que c'est de trouver le financement et pour (14,3%) était de trouver leur place sur le marché. (Voir figure N° 09)

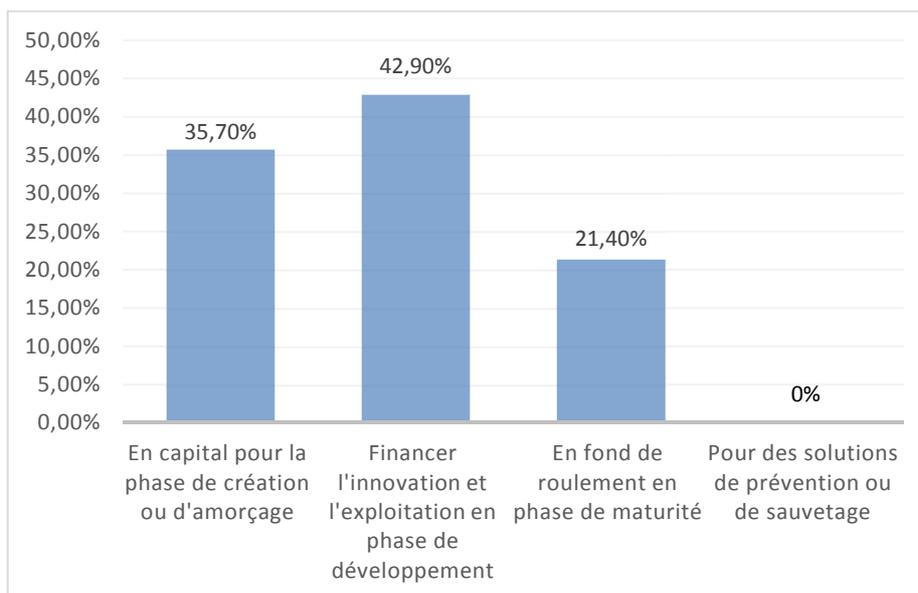
Figure 9: Les difficultés des start-up



Source : établi à partir de notre enquête

La demande de financement de (42,9%) des start-up correspond à un besoin de financer l'innovation et l'exploitation de développement et (35,7%) correspond à un besoin en capitale pour la phase de création ou d'amorçage, alors que la demande de peu d'entre eux (21,4%) correspond à un besoin en fond de roulement en phase de maturité. La demande d'aucun des start-up ne correspond à un besoin de prévention ou de sauvetage. (Voir figure N° 10)

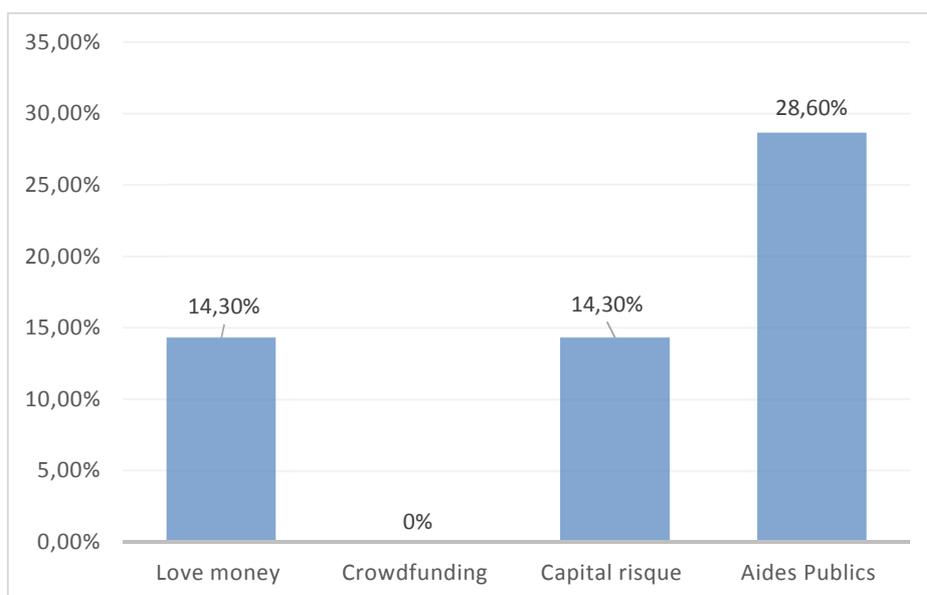
Figure 10: La demande de financement des start-up



Source : établi à partir de notre enquête

Les types de financement utilisés par les start-up, se sont les fonds propres (78,6%), les aides publics (28,6%), la love money (14,3%), ainsi que le capital risque (14,3%). Les start-up au début de la création préfèrent les types de financement traditionnel, soit leurs fonds propres ou d'emprunter de l'argent auprès de la famille (la love money). Le crowdfunding est de (0%), car en Algérie ce type de financement n'est pas régulariser. (Voir figure N° 11)

Figure 11: Les types de financement des start-up



Source : établi à partir de notre enquête

En cas de manque de liquidité, les entreprises se retournent vers les aides mis par l'Etat. (64,3%) ont bénéficié de ces aides et (35,7%) non. (Voir tableau N 3)

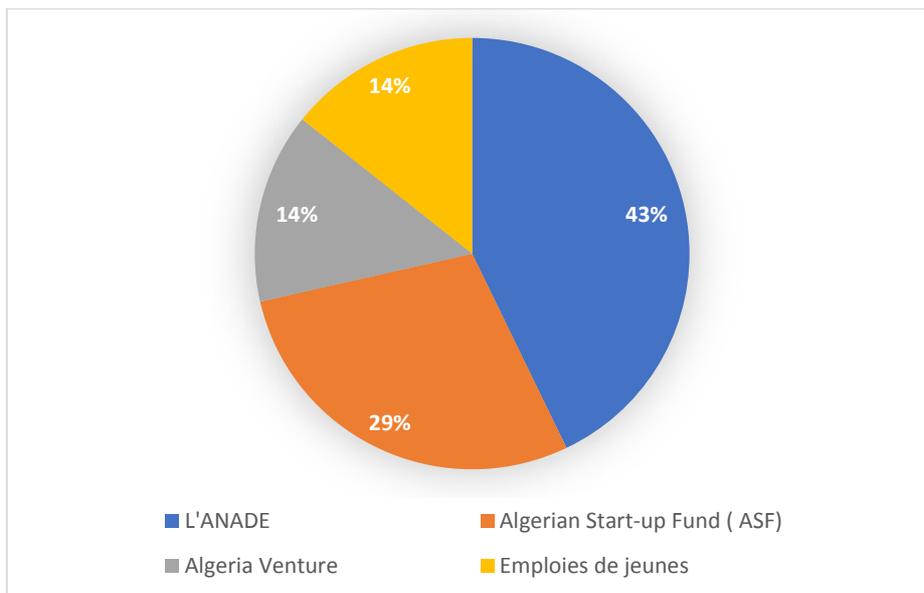
Tableau 3: Le recours aux aides de l'Etat

OUI	NON
64,3%	35,7%

Source : établi à partir de notre enquête

Les Start-up qui ont eux recours aux aides de l'Etat, ils ont préféré les organisations suivantes : l'ANADE (43%), Algerian Start-up Fund (29%), (14%) pour Algeria Venture, ainsi que (14%) emplois de jeunes. (Voir figure N° 12)

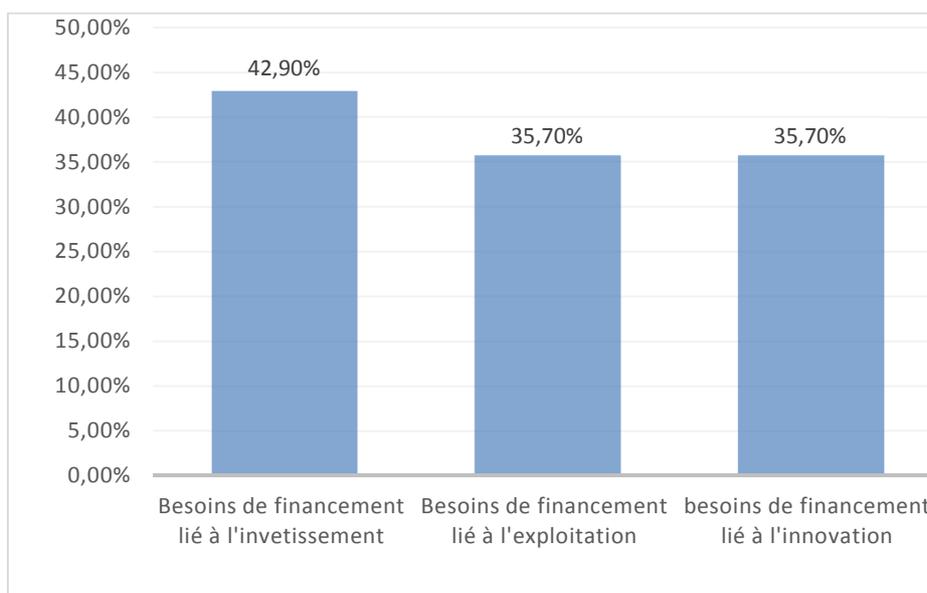
Figure 12: Les aides de l'Etat



Source : établi à partir de notre enquête

(42,9%) des start-up trouvent que leur besoin le plus important en matière de financement est celui lié à l’investissement. Le besoin de financement de (35,5%) d’autres start-up est liée à l’exploitation, tandis que les start-up qui reste (35,5%) leur besoins de financement le plus importants est celui de l’innovation. (Voir figure N° 13)

Figure 13: Les besoins des start-up en matière de financement



Source : établi à partir de notre enquête

2.2.3 Les risques auxquels les start-up sont confrontées

Tableau 4: Les risques des start-up

Les risques	Les risques auxquels elle est confrontée	Les risques les plus importants
Risque lié au financement	21,4%	35,7%
Risque lié au marché	28,6%	35,7%
Risque lié au produit	28,6%	14,3%
Risque lié à la concurrence	14,3%	35,7%
Risque lié aux ressources humaines	35,7%	21,4%

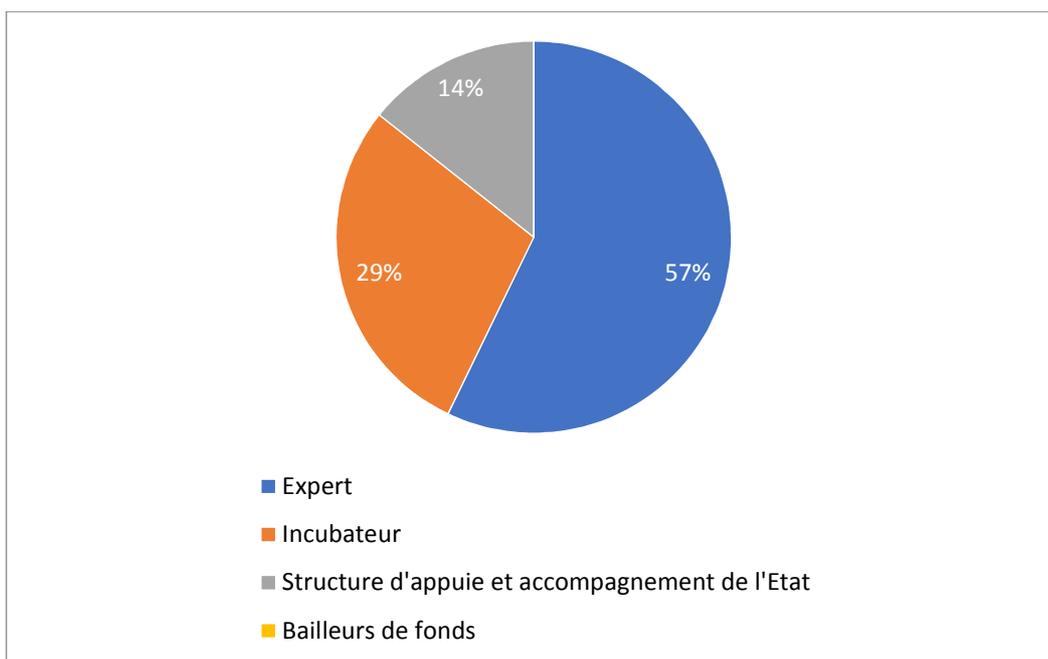
Source : établi à partir de notre enquête

Les risques auxquels les start-up sont confrontées sont de : (35,7%) risque lié aux ressources humaines, (28,6%) risque lié au marché, (28,6%) risque lié au produit, tandis que le risque lié au financement est de (21,4%) et (14,3%) pour le risque de la concurrence. Vu que les start-up sont innovantes, elles rencontrent des difficultés dans le recrutement car elles recherchent des employés compétent.

Selon les start-up, les risques les plus important sont : le risque liés au financement (35,7%), les risques liés au marché (35,7%), ainsi que les risques liés à la concurrence (35,7%).on retrouve que les risques classé les moins importants sont les risques liés au produit (14,3%). Et les risques liés aux ressources humaines (21,4%). Le risque lié au financement est le plus important vu que la majorité ces start-up sont soit au lancement soit en croissance.

Pour réduire les risques, les start-up se dirigent vers les structures d'accompagnements publics ou privés. Parmi ces accompagnements on trouve : (57%) des start-up oneu recours à des accompagnements par un expert, (29%) par un incubateur, tandis que (14%) oneu recours par un accompagnement par des structures d'appuies et l'accompagnement de l'Etat. (Voir figure N° 14)

Figure 14: Les accompagnements des start-up



Source : établi à partir de notre enquête

Conclusion

D'après ce chapitre, nous avons d'abord essayé de clarifier le concept de l'écosystème entrepreneurial en se référant aux principales définitions proposées. Puis nous avons mis l'accent sur la particularité de l'écosystème d'accompagnement algérien. Nous avons vu que cet écosystème est composé d'une multitude d'acteurs diversifiés composé d'une multitude de dispositifs d'aide et d'appui à la création. Parmi les dispositifs d'accompagnement et d'aides à la création de l'entreprise, on retrouve : des structures d'accompagnements publics qui sont constituées de centre de facilitation, de pépinières d'entreprise, d'incubateurs, d'accélérateurs, etc... Il y a aussi d'autres structures privées comme des incubateurs notamment incubEME, Alinov, ainsi que des plateformes de financement participatif. On cite aussi les dispositifs d'aides étatiques à la création d'emploi, ANADE, ANGEM, CNAC.

Le rôle de l'accompagnant consiste en une transmission de connaissances spécifiques. L'accompagnant contribue à la définition des critères qui serviront de fondations à la décision de l'entrepreneur et à la distinction de l'information fiable et pertinente pour la poursuite du projet entrepreneurial. Il doit prendre en compte la dimension du projet et toujours adapter son approche et considérer que les organisations de petites tailles ne peuvent s'entendre comme un modèle réduit des grandes entreprises.

Le questionnaire que nous avons élaboré ayant pour but de comprendre la création et le financement des start-up et les risques quelles peuvent rencontrer au cours de leurs développements a révélé que lors de la création d'une start-up par un individu ou un groupe d'individu le mode de financement le plus utilisé c'est les fonds propres. S'ils trouvent des difficultés au cours de sa création, elles penchent vers les aides de l'État comme les incubateurs, les centres de facilitations, Algerian Start-up Fund. Parmi les risques majeurs qui s'opposent à la start-up lors de son développement, on retrouve les risques liés au financement et à la concurrence, au marché.

Conclusion générale

Les start-up et toutes les jeunes entreprises en tout genre rencontrent de réelles difficultés à se financer. D'un côté n'ayant pas assez de fond propre, et de l'autre côté, elles ont difficilement accès aux concours bancaires, du fait que les banques sont devenues de plus en plus sélectives face à ce type d'entreprises qui présentent généralement un certain degré de risque. Ceci en raison de contraintes imposées par une réglementation prudentielle rigoureuse. Pour cela, Nous avons rédigé une problématique qui s'est concentré sur les principaux modes de financement des start-up en Algérie.

Dans cette recherche, on a montré dans un premier lieu, le cadre théorique qui consiste à aborder les notions de base sur les start-up et son financement. Nous avons vu ce que c'est une start-up, ses caractéristiques, ainsi que leurs particularités. On retient que ces dernières sont des petites entreprises innovantes dans le secteur des nouvelles technologies, qui sont généralement à la recherche de leur modèle économique et des fonds d'investissements. Ces start-up ont un rôle important dans le développement économique d'un pays par leur contribution à la création d'emploi et la multiplication des richesses et la valeur ajoutée.

Dans un deuxième lieu on aussi mit l'accent sur les modes de financement des start-up. Ce dernier diffère de celui d'une entreprise classique, car les risques auxquels sont exposées les start-up sont très élevés. On peut considérer que les start-up sont évincées du circuit de financement non conventionnel. C'est dans cette logique, qu'on trouve d'autre alternative de financement visant à faciliter et encourager la création des start-up. Pour chaque étape de cycle de vie de la start-up, l'entrepreneur doit trouver un moyen de financement qui lui convient, en effet le développement de sa start-up dépend de la stratégie suivie. A fin de réduire les risques, plusieurs méthodologie ont été élaboré pour aider les porteurs de projets, parmi ces méthodes on retrouve la méthode Lean start-up. Cette dernière permet un développement rapide et itératif en utilisant les principes de développement par la clientèle.

Ensuite, dans le troisième chapitre, nous avons étudié le financement des start-up en Algérie. Il est composé de deux sections, la première est une section introductive qui consiste à présenter l'écosystème des start-up en Algérie. La deuxième est destinée à analyser les résultats de notre enquête qui s'est déployé sous forme d'un questionnaire.

Il ressort que les autorités algériennes ont tenté de soutenir l'émergence des start-up en mettant en place un certain nombre d'initiatives. Cependant, il existe des difficultés pour généraliser le soutien et le rendre accessible 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 aident les entrepreneurs et promoteurs en termes de formation spécialisée et d'accompagnement pour la réalisation du business plan, coaching personnel. Malgré les aides mis par l'Etat, l'Algérie fait parti des pays qui leur dynamiques entrepreneuriales est faible, a cause des conditions d'entreprendre, spécialement les procédures administratives et l'aide financière.

Depuis l'enquête que nous avons mené auprès des start-up algérienne, on a peut collecter des informations sur les besoins et les types de financement des start-up, ainsi que les risques confrontés par ces dernière.

D'après les résultats obtenus, le type de financement que ces start-up oneu recours c'est les fonds propres. Malgré les dispositifs mis par l'Etat, les entrepreneurs utilisent leur argent mis de côté pour la création de leurs entreprises. Au cours du développement de la start-up, ces entrepreneurs cherchent d'autre moyen de financement. L'environnement des start-up est parsemé de risques, les porteurs de projets se dirigent donc vers des accompagnements qui leur accordent du conseil et un suivi pendant leur création afin d'assurer leur réussite.

Au final, on peut dire que le financement reste une étape très important dans la création d'une start-up. malgré les différents modes de financement qui existe d'autre modes reste méconnu par le grand public comme le financement participatif ce dernier qui peut faire objet d'autre étude et recherche.

Annexes

Annexe 1: Lean canvas

<p>Problème </p> <p>Quels sont les 3 principaux problèmes que vous souhaitez résoudre ?</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red; font-weight: bold;">2</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p><i>Alternatives existantes</i></p> <p>Comment ces problèmes sont-ils actuellement résolus ?</p>	<p>Solution </p> <p>Quelles sont les 3 principales solutions apportées par votre offre pour répondre aux problèmes ou aux besoins de vos clients ?</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red; font-weight: bold;">4</p>	<p>Proposition de valeur unique </p> <p>En quoi votre offre répond-elle efficacement aux besoins du marché ? En quoi est-elle différente et meilleure que les autres ?</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red; font-weight: bold;">3</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p><i>Votre «Pitch»!</i></p> <p>Quel est le «minimal pitch» de votre activité ? Décrivez-la en un slogan !</p>	<p>Avantage compétitif </p> <p>En quoi avez-vous une longueur d'avance sur la concurrence ? Comment vous protégez-vous d'elle ?</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red; font-weight: bold;">9</p>	<p>Segments de clientèle </p> <p>Qui sont vos clients ? Peuvent-ils être segmentés ?</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red; font-weight: bold;">1</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p><i>Utilisateurs pionniers</i></p> <p>Qui seront vos early adopters ?</p>
<p>Coûts </p> <p>Quels sont les coûts (ponctuels et récurrents) liés au lancement et au fonctionnement de votre activité ?</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red; font-weight: bold;">7</p>		<p>Sources de revenus </p> <p>D'où vient l'argent ? Qui paie ?</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red; font-weight: bold;">6</p>		

Adaptation française par Laurent Demontiers (<http://demontiers.com>) du "Lean Canvas" de Ash Maurya (www.leancanvas.com), qui est lui-même une adaptation du "Business Model Canvas" (www.businessmodelgeneration.com) d'Alexander Osterwalder. Le Lean Canvas est sous licence Creative Commons Attribution Share Alike 3.0 Un-ported License. Le détail de la licence est disponible ici : <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>

Annexe 2: questionnaire

Questionnaire sur le financement des start-up entre maîtrises du risque et incertitude de développement

Dans le cadre de l'obtention du master en économie spécialité "économie monétaire et bancaire" et pour la réalisation du mémoire de fin d'étude, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire afin d'accomplir notre mémoire intitulé le financement des start-up entre maîtrises du risque et incertitude de développement.

Ce questionnaire est totalement anonyme, il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. L'objectif est d'essayer de comprendre la manière et les modes de financement sollicités par les entreprises innovantes.

Pour fiabiliser au maximum notre étude, on vous demandera s'il vous plaît de répondre aux questions ci-dessus de manière transparente.

Nous vous remercions pour votre aimable contribution.

***Obligatoire**

1. Quel est le nom de votre start-up ? *

2. Quelle est l'année de création de votre start-up? *

3. Quel est le nombre de personne qui ont crée la start-up ?

4. De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ? *

Une seule réponse possible.

- De 01 à 9
- De 10 à 50
- De 50 à 100
- Plus de 100

5. Quel est la forme juridique de votre start-up ? *

Une seule réponse possible.

- EURL
- SNC
- SARL
- SPA
- SCS
- SCP

6. Quel est votre secteur d'activité ? *

Une seule réponse possible.

- Primaire : exploitation directe de ressources naturelles
- Secondaire : industrie de transformation
- Tertiaire : Services

7. Selon le cycle de vie d'une start-up, à quelle étape votre entreprise se situe t-elle ? *

Une seule réponse possible.

- Lancement
 - Croissance
 - Maturité
 - Déclin
-

8. Quel est le degré de maturité de votre start-up ? *

Une seule réponse possible.

- L'idéation
- La création
- L'amorçage
- Le scaling
- L'expansion

9. Quelle a été votre plus grande difficulté? *

Une seule réponse possible.

- Trouver le financement
- Trouver sa place sur le marché
- Attirer les consommateurs
- TROP de concurrence

10. Votre demande de financement correspond à un besoin ? *

Plusieurs réponses possibles.

- En capital pour la phase de création ou d'amorçage
- Financer l'innovation et l'exploitation en phase de développement
- En fond de roulement en phase de maturité
- Pour des solutions de prévention ou de sauvetage

11. Quel est le type de financement auquel votre start-up a eu recours ? *

Plusieurs réponses possibles.

- Fonds propres
- Love money
- Crowdfunding
- Capital risque
- Aides publics

12. Est-ce que vous avez déjà eu recours aux aides de l'Etat ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

13. Si oui lesquelles?

Une seule réponse possible.

- L'ANADE
 Algerian Startup Fund (ASF)
 Algeria Venture
 Autre : _____

14. A votre avis, quels sont les besoins les plus importants de la start-up en matière de financement ? *

Plusieurs réponses possibles.

- Besoins de financement liés à l'investissement
 Besoins de financement liés à l'exploitation
 Besoins de financement liés à l'innovation

15. Quels sont les risques auxquels votre start-up pourrait être confrontée ? *

Plusieurs réponses possibles.

- Risque lié au financement
 Risque lié au marché
 Risque lié au produit
 Risque lié à la concurrence
 Risque lié aux ressources humaines

16. Selon vous quel est le/les risque (s) que vous estimez le/les plus important(s) ? *

Plusieurs réponses possibles.

- Risque lié au financement
- Risque lié au marché
- Risque lié au produit
- Risque lié à la concurrence
- Risque lié aux ressources humaines

17. Pour limiter les risques liés à votre start-up avez-vous eu recours à un accompagnement par un ? *

Une seule réponse possible.

- Expert
- Incubateur
- Structure d'appui et accompagnement de l'Etat
- Bailleurs de fonds

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

Google Forms

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages et articles

Annales de l'Université Bashar en sciences économiques Volume 08 / Numéro : 67 - 2021), p. 48)

Blank, S. D. (2012). *The start-up owner's manual*.

Bekaddour, A. (2020). start-up et écosystème d'accompagnement en Algérie. *07(03)* , 532-547.

B, V. T. (janvier 2006). *Création d'entreprise et entrepreneuriat* . l'ADREG.

Basso, O. Fayolle, A & Witmeur, O. (2009). *Intraprendre Dans F Janessen*. bruxelles: De beock.

Bouachour, Sharifa. Le rôle des incubateurs d'entreprises dans l'accompagnement et le développement des start-ups University 20 août 1955, Skikda, Algérie (Al-BashaerEconomic Journal (Dialer IV, Issue 2)

Baygan,G & Freudenberg,M The Internationalisation of Venture Capital Activity in OECD Countries, OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 2000/07Bakhiti,A& Bouaina, S. (2020). Les petites et moyennes entreprises émergentes en Algérie, réalité et enjeux. Revue d'études et de recherches (langue arabe en sciences humaines et sociales). 12 (n° 04), 537-538

Cohen, B. (2006). *Sustainable vally entrepreneurial ecosystems* .Business strategy and the environment .

Carrier, C. (2008). L'enseignement de l'entrepreneuriat : au delà des cours magistraux, des études de cas et du plan d'affaires. Revue de l'Entrepreneuriat, 8(2), 17-34

Dabah, M. &. (2021). le Crowdfunding comme mécanisme innovant de financement des start-up- les plateformes Ninvesti et Twizza comme modèle. *07(02)* .

Dr Yahia DJEKIDEL, Dr Mohammed DOUA, Dr Rais MERRAD. Revue d'excellence pour la recherche en économie et en gestion. ISSN 2572-0171 Vol 05, N°01 (2021), P417-427

DJELTI, M. (n.d) Etat des lieux des incubateurs en Algérie, Cas de l'incubateur de l'INTTIC d'Oran. Consulté le 08/05/2022

Harrar, S. (2021). Ecosystème d'accompagnement entrepreneurial en Algérie. *11(01)* , 391-418.

Isenberg, D. (2010, juin). How to start an enterpreneurial revolution. *Harvard Bussiness Review* , pp. 40-50.

Khelil, S. (2022, juin). Analyse de l'écosystème en Algérie. *07(01)* , 293-310.

Kaufman, J. (2012). *The Personal MBA : master the art of business*. New York : Penguin Group.

Low, M. M. *Enterpreneurship past resarch and future chalnges*.

Nouvelle Economie (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Partie, France.Larousse.fr.<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/économie/27630/locution?q=marche>

POISSONNIER A, « Financement participatif », Eyrolles, 2016, P.15.

Politis, D. (2008). Business angels and value added: what do we know and where do we go? *venture capital*, 10, 127-147

Paul, S. Whittam,G. & Wyper, J. (2007). towards a model of the business angel investment process, *venture capital*, 9(2), 127-147

Reis, É. (2018). *Le modèle start-up : devenir une entreprise moderne en adaptant le management entreprenariat*. France : Pearson.

Reis, E. (2011). *The Lean Start-up: How Today's Entrepreneurs Use Continuous*

Thiel, P. (2021) Récupéré sur <http://www.15marches.fr>:
<http://15marches.fr/business/peter-thiel?fbclid=IwAR14zKSez7DrfJeyz4Fnar29dWSbIKFrzf1-Iuuwtvdj0jYFFNPaMWfvIUw>
Innovation to Create Radically Successful Businesses, New York Crown Publishing Group, p 27

Van Osnabrug, M. (2000) . A comparison of business angel and venture capitalist investment procedures: an agency theory-based analysis, *venture capital*,2, p 91-109.

Mémoire

Ayoub,A & Bnou, S. (2021). Condition d'émergence et stratégies d'accompagnement des start-up en Algérie, Université Abderrahmane Mira Béjaia.

Bernet,V. (2014). L'approche Len start-up, haute école de gestion et tourisme HES-SO. Genève.

Benzaid S, & Benouaret M. (2020). Le financement des pme et start-up en Algérie, université ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

Derridj,R & cherifi,D. (2017). le financement des start-up et pme par le crowdfunding et le capital risque, université mouloud mammeri de tizi-ouzou.

Lonez,M. (2018). Comment le mode de financement le plus adapté pour les start-up en Belgique lors de la phase de lancement, université catholique de louvain.

Tabti,N. Lamrani, R. (2017). un modèle de valorisation des start-up à la merton, université paris-dauphine.

Site internet

<https://startopedia.net/> . Consulté le 19/05/2022

<https://www.leblogdudirigeant.com/> Consulté le 19/05/2022

<https://www.ionos.fr/>

<https://thetribe.io/>

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/89/7/2/173953> Consulté 25/05/2022

<https://sokeo.fr/start-up-definition/> consulté le 25/04/2022

<https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/start-up-definition-particularites> consulté le 7/05/2022

<https://sokeo.fr> « Start-up définition » consulté le 25 Avril 2022

<https://www.l-expert-comptable.com/a/534017-start-definition-modele-economique-mentalite.html> consulté le 25 Avril 2022

Dzairdaily.com consulté le 22 Mai 2022

<https://www.emergingvalley.co/algerie-fonds-de-soutien-start-up/> 10 JUIN 2020, consulté 25/05/ 2022

<https://www.aps.dz/economie/116314-le-financement-des-start-up-labelisees-par-l-asf-enclenche-jeudi>, consulté 25/05/ 2022

<https://incubme.com/fr/a-propos/> consulté 10/06/2022

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/89/7/2/173953> Consulté 25/05/2022

<http://economia.ma/fr/content/capital-risque> Consulté le 18/05/2022

Liste des figures

La Figure 1: Courbe de vie d'une start-up est une entreprise classique	16
Figure 2: Cycle de vie d'une start-up.....	25
Figure 3: les risques d'une start-up.....	35
Figure 4: le cycle construire-mesurée-apprendre.....	39
Figure 5: la forme juridique	53
Figure 6: Les secteurs d'activité	54
Figure 7: Le cycle de vie.....	54
Figure 8: Le degré de maturité.....	55
Figure 9: Les difficultés des start-up	56
Figure 10: La demande de financement des start-up.....	56
Figure 11: Les types de financement des start-up	57
Figure 12: Les aides de l'Etat	58
Figure 13: Les besoins des start-up en matière de financement	58
Figure 14: Les accompagnements des start-up.....	60

Liste des tableaux

Tableau 1: Approche traditionnelle et Lean start-up	41
Tableau 2: la présentation de l'échantillon de questionnaire	52
Tableau 3: Le recours aux aides de l'Etat.....	57
Tableau 4: Les risques des start-up	59

Liste des annexes

Annexe 1: Lean canvas.....	62
Annexe 2: questionnaire.....	63

Table des matières

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Introduction générale 1

Chapitre I: Généralités sur les start-up

Introduction 6

1. Contexte des start-up 7

1.1 Définition de la start-up 7

1.2 Point historique de la start-up : 9

1.3 Les caractéristiques des start-up 10

1.3.1 Temporaire 10

1.3.2 Recherche d'un Business Model : 10

1.3.3 Industrialisable/Reproductible : 11

1.3.4 Scalable (pour une croissance exponentielle) : 11

1.3.5 Des projets risqués 11

1.3.6 Des structures agiles 11

1.3.7 Un état temporaire 12

1.3.8 Une rentabilité élevée 12

1.4 Principes de la start-up : 13

1.4.1 L'innovation continue 13

1.4.2 La start-up comme unité de travail distincte 13

1.4.3 La fonction manquante : 13

1.4.4 La seconde fondation : 13

1.4.5 La transformation continue : 13

1.5 Les formes juridiques pour la création d'une start-up 14

2. Les particularités des start-up 15

2.1 La différence entre une start-up et entreprise classique	15
2.2 Le rôle des start-up dans l'économie :	17
2.2.1 Offrir des opportunités dans une économie de non-embauche	17
2.2.2 Une économie plus saine, un marché plus diversifié	18
2.2.3 Des efforts socialement responsables.....	18
2.2.4 Alimenter les économies locales	19
2.2.5 L'avenir des grandes entreprises.....	19
2.3 Les forces et faiblesses des start-up.....	19
2.3.1 Forces :	19
2.2.3 Faiblesses :	20
Conclusion.....	22

Chapitre II: Modes de financement des start-up

Introduction	23
1. Les différentes méthodes de financement	24
1.1 Cycle de vie d'une start-up	24
1.1.1 La création :	25
1.1.2 Le démarrage	25
1.1.3 La croissance	26
1.1.4 La maturité	26
1.1.5 Le déclin.....	26
1.1.6 La relance ou la stratégie d'un changement	26
1.2 Le Cycle De Financement D'une Start-up	26
1.2.1 Bootstrapping	27
1.2.2 Seedfinancing (capitale d'amorçage).....	27
1.2.3 Start-up financing :	28
1.2.4 First-stage financing :	28
1.2.5 Second-stage financing :	28

1.2.6 Mezzanine financing :	28
1.3 Types de financement des start-up	29
1.3.1 Le financement Par les Fonds Propres et la love money	29
1.3.2 Le financement par le prêt bancaire	29
1.3.3 Le financement par le Crowdfunding (le financement participatif)	29
1.3.4 Le financement per les Business Angels	31
1.3.5 Le financement par le capital risque	32
1.3.6 Le financement par les aides gouvernementales	33
2. La start-up face aux risques et incertitudes	33
2.1 Les différents risques d'une start-up	33
2.1.1 Les Risques relatifs aux ressources humaines	33
2.1.2 Les Risques opérationnel	34
2.1.3 Les risques de financement	34
2.1.4 Risques lié à la stratégique	34
2.1.5 Risques lie à la gouvernance	34
2.2 La méthode de Lean start-up pour réduire les risques et les incertitudes	35
2.2.1 L'approche Lean start-up	36
2.3 Comparaison : approche traditionnelle et Lean start-up	41
Conclusion	42

Chapitre III: Le financement des start-up en Algérie

Introduction	43
1. L'écosystème des start-up en Algérie :	44
1.1 Définition de l'écosystème entrepreneurial	44
1.2 Structure de l'écosystème d'accompagnement en Algérie :	44
1.2.1 Les structures publiques d'accompagnement	45
1.2.2 Les structures d'accompagnements privées	48

1.2.3 Les services d'accompagnement proposés par les dispositifs d'aide à la création de l'emploi :	50
2. La méthodologie de l'enquête et l'analyse des résultats	51
2.1 La méthodologie de l'enquête	51
2.2 Analyse des résultats	52
2.2.1 Présentation de l'échantillon	52
2.2.2 Les besoins de financement et les modes de financement utilisé par les start-up	55
2.2.3 Les risques auxquels les start-up sont confrontées.....	59
Conclusion.....	61
Conclusion générale	62
Annexes	
Bibliographie	
Liste des figures	
Liste des tableaux	
Liste des annexes	
Résumé	

Résumé :

La création d'une start-up se fait dans le but de développer une activité innovante ou d'exploiter un marché en croissance ou arrivant en maturité. Elle joue un rôle important dans le développement de l'économie d'un pays, la création de la croissance et l'exportation. L'Algérie, a pris conscience de l'intégration des start-up dans l'économie du pays afin de réduire la dépendance aux hydrocarbures. Le mode de financement des start-up diffère de celui d'une entreprise classique. On s'interroge alors sur les modes de financement des start-up en Algérie.

Dans cette optique, on a essayé dans la première partie d'étudier les généralités sur les start-up on se focalisant sur leur caractéristique, leur rôle ainsi que leur principe. Ensuite, on a prêté une attention particulière aux différents modes de financement de ses start-up, leurs cycle de vie ainsi que leur cycle de financement.

En deuxième partie, on a évoqué l'écosystème en Algérie et les dispositifs mis par l'Etat pour promouvoir la création d'entreprise. Notre objectif été aussi de connaître le financement des projets par les entrepreneurs ainsi les risques rencontré par ces derniers. Enfin, on a élaboré un questionnaire afin d'étudier un échantillon réel des start-up algérienne.

Mots-clés : Start-up, écosystème, financement, mode de financement, entreprise, entrepreneures.

Abstract:

The creation of a start-up is done in order to develop an innovative activity or to exploit a growing or maturing market. It plays an important role in the development of the world economy, the creation of growth and export. Algeria, one of several countries that has become interested in the integration of start-ups in the country's economy in order to reduce its dependence on oil. The mode of financing of the start-ups differs from that of a traditional company. We wonder then about the modes of financing of the start-ups in Algeria.

In this perspective, we tried in the first part to study the generalities on the start-up focusing on their characteristics, their role and their principles. Then, we pay particular attention to the different mode of financing of this start-up, their life cycle and their financing cycle.

In the second part, we evoked the ecosystem in Algeria and the devices put by the State to promote the creation of company. Our objective was also to know the financing of the projects by the entrepreneurs as well as the risks met by them. Finally, we elaborated a survey in order to study a real sample of Algerian start-ups.

Keywords: start-up, ecosystem, financing, financing mode, company, entrepreneur.